

PASO 4 Segmentación de mercado

Proyecto: SkyWay Travel

1. ¿En qué consiste?

La segmentación de mercado consiste en identificar qué tipo de personas usarían SkyWay Travel y agruparlas según sus características. Esto permite adaptar mejor la aplicación a sus necesidades y entender qué esperan cuando viajan.

En este proyecto es fundamental definir con claridad el cliente principal y los diferentes grupos que pueden estar interesados en la app.

2. Desarrollo del apartado

1. Investigación del cliente

Para identificar a los posibles usuarios, analizamos características como la edad, los intereses, los hábitos de viaje y el uso de tecnología.

Después de observar perfiles de viajeros actuales, llegamos a la conclusión de que el público que más encaja con SkyWay Travel son personas que viajan con frecuencia, utilizan el móvil para organizar todo y valoran comodidad, rapidez y seguridad durante sus viajes.

2. Cliente objetivo

El cliente principal de SkyWay Travel es:

Jóvenes y adultos de entre 18 y 35 años, con interés por viajar al extranjero, que utilizan mucho el móvil para organizar sus viajes y buscan herramientas fáciles de usar, rápidas y que les den información clara y actualizada.

Este tipo de viajero suele moverse entre diferentes países, compara precios, busca rutas eficientes y está muy conectado a redes sociales y apps.

3. Segmentos de clientes

Identificamos dos segmentos principales que se ajustan al proyecto:

Segmento 1: Viajeros jóvenes internacionales (18–30 años)

Características:

- Viajan con poco presupuesto pero quieren aprovechar el viaje al máximo.
- Usan apps para todo (transporte, rutas, actividades, alojamiento).
- Consumen mucho contenido de viajes en redes sociales.

Por qué encajan:

Son el grupo que más se apoya en la tecnología para moverse y tomar decisiones rápidas cuando viajan.

Segmento 2: Adultos viajeros ocasionales (30–35 años)

Características:

- Viajan por ocio o trabajo.
- Buscan comodidad, seguridad y buena organización.
- Valoran la información fiable y la asistencia en caso de imprevistos.

Por qué encajan:

Necesitan una app que les simplifique el viaje sin complicaciones y les ahorre tiempo.

4. Justificación de los segmentos

Elegimos estos segmentos porque representan a los viajeros que más utilizan aplicaciones digitales para organizar sus viajes y porque sus necesidades coinciden directamente con la propuesta de valor de SkyWay Travel: información clara, rutas optimizadas, recomendaciones personalizadas y asistencia durante el viaje.

Además, son segmentos coherentes con un proyecto internacional, ya que ambos grupos suelen viajar a distintos países y buscan herramientas universales.

5. Validación de la segmentación

Para confirmar que estos segmentos eran adecuados, comentamos la idea con compañeros y personas que viajan con frecuencia. Coincidieron en que normalmente utilizan varias apps distintas y que sería útil tener una sola aplicación que unifique todo.

Este feedback confirma que estamos alineadas con las necesidades reales del usuario.

6. Coherencia con la propuesta de valor

Los segmentos escogidos encajan perfectamente con SkyWay Travel, ya que es una app pensada para facilitar los viajes internacionales de forma rápida, sencilla y personalizada.

Ambos segmentos valoran justo eso: organización, accesibilidad y evitar tener diez apps distintas para un solo viaje.