

# 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.