



SEGMENTACIÓN DE MERCADOS

El segmento principal son estudiantes universitarios de grados y posgrado, estudiantes locales, de pueblos y de fuera, y que necesitan organización, integración social, ahorro y comunidad.

Los segmentos secundarios son estudiantes preuniversitarios, universidades y facultades, asociaciones estudiantiles, marcas orientadas a público universitario, empresas deportivas y profesionales, y ayuntamientos y entidades de turismo local.