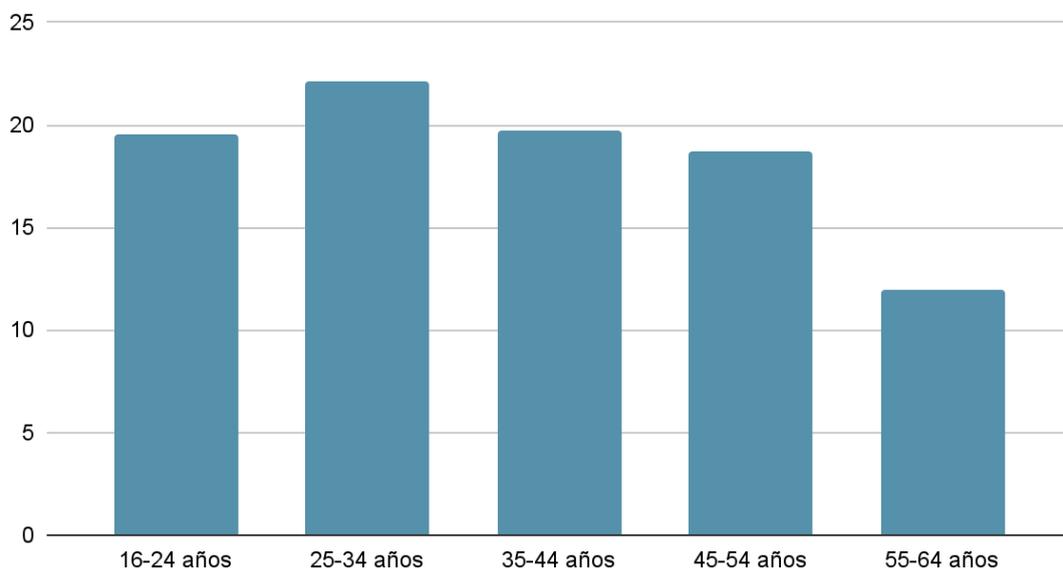


SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

La problemática que intenta suplir la propuesta de este proyecto permite definir varios nichos de mercado. Siendo la población general, con independencia de su edad, situaciones o gustos.

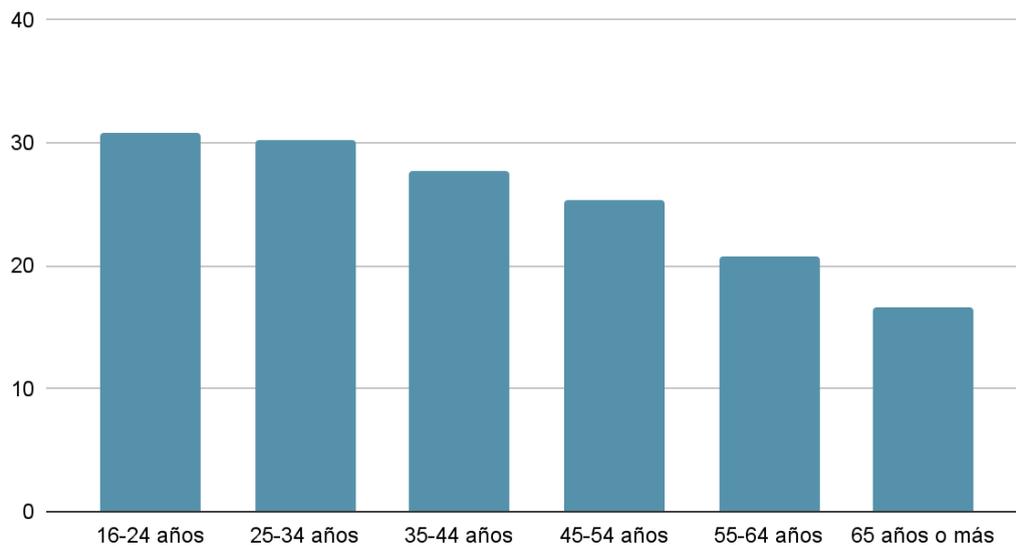
Se pueden definir los ciudadanos digitalmente competentes como objetivo claro del target. Esto varía desde, por el extremo inferior, una edad cada vez más reducida y en el lado opuesto una edad cada vez más superior.

Uso total del móvil en España (%)



A continuación se definen los grupos y sus usos del móvil en España, este gráfico ilustra cómo se reparte el uso total o la intensidad de uso del móvil entre los diferentes grupos de edad en España. Es importante entender que este no es el porcentaje de personas que usan el móvil (que es casi el 100% en los jóvenes), sino la cuota o peso que tiene cada grupo en el total de uso registrado (ya sea por tiempo, frecuencia o penetración).

Porcentaje diario de uso de pantallas



Este gráfico muestra la proporción del día (24 horas) que cada grupo de edad dedica, en promedio, a la interacción con pantallas (móvil, ordenador, tablet, etc.)

Estos gráficos permiten ver que en España el uso de pantallas y móviles presenta una fuerte dependencia, centrándose en los grupos de 16 a 44 años y siendo menor conforme avanza en edad.

La conclusión mostró que los jóvenes usan las pantallas de forma más intensa, mientras que el uso de los mayores es menor pero está creciendo. Esto te permite segmentar por necesidad y comportamiento.

- Segmento Primario (16-34 años), cuya alta intensidad de uso, supone una mayor exposición al riesgo de acoso. La red social debe implementar un sistema proactivo e inmediato: se requiere un Filtro de Advertencia, que solicite la revisión de mensajes potencialmente ofensivos antes de su publicación para frenar impulsos.
- Padres y/o madres de menores de edad (principalmente el segmento 35-54 años), que tienen una herramienta de seguridad que les permita, llevar un seguimiento no invasivo de las interacciones de sus hijos. Esta función estaría diseñada para combatir el bullying ofreciendo alertas automatizadas si el sistema detecta patrones de acoso dirigido al perfil del menor o si el menor es reportado repetidamente.
- Los usuarios españoles de 35 a 54 años, ya que su alta actividad digital se combina con una necesidad crítica de información veraz para decisiones profesionales y familiares, lo que los hace ideales para herramientas de verificación rigurosa. Este núcleo debe ser complementado con una atención específica al segmento joven (16 a 34 años), cuya altísima intensidad de uso y capacidad de viralización requieren formatos de contenido anti-bulos rápidos y visuales. Finalmente, la plataforma debe diseñar una capa de usabilidad simple para los usuarios mayores de 55 años, que,

aunque tienen menor uso, son significativamente vulnerables a la desinformación de alto impacto.

Análisis de la competencia:

La red social compite con gigantes como Meta (Facebook/Instagram), X (anteriormente Twitter) y TikTok, cuyo modelo de negocio central se basa en maximizar el tiempo de pantalla y la viralidad, un diseño que premia el contenido polarizador y la escalada del acoso, ofreciendo una moderación reactiva e insuficiente. A diferencia de estos competidores, este proyecto se distingue por su arquitectura de seguridad proactiva e integrada: mientras que ellos añaden filtros y verificación como parches costosos, nuestra plataforma incorpora funcionalidades como el Filtro de Advertencia para detener el bullying antes de que ocurra, y hace de la verificación de fuentes una parte esencial del feed para que la desinformación no gane tracción. Esta autenticidad te posiciona como la única plataforma diseñada desde cero para el bienestar psicológico y la confianza informativa, liberada de los algoritmos que impulsan la toxicidad del mercado.