



SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Cuenta+



CURSO 2025/2026

CUENTA+

Paula Tomás, Shu-han Huang, María Martínez y Noa Laso



Contenido

1. CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN (PRINCIPAL Y SECUNDARIO)	1
¿Qué es un segmento principal?	1
Segmento Principal:	1
¿Qué es un segmento-secundario?	1
Segmento Secundario:	1
2. ELECCIÓN DEL PÚBLICO OBJETIVO	2
3. PERSONA DEL CLIENTE IDEAL	3

1. CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN (PRINCIPAL Y SECUNDARIO)

¿Qué es un segmento principal?

Es el tipo de consumidor o empresa que representa el objetivo prioritario de la empresa dentro del segmento de mercado. Se trata del público que genera la mayor parte de las ventas o al que la empresa desea atraer principalmente con su oferta.

Segmento Principal:

El segmento principal está formado por personas mayores de más de 65 años que buscan una forma sencilla, segura y cómoda de gestionar su dinero. Son clientes que valoran la confianza, la atención cercana y la facilidad de uso, y prefieren servicios adaptados a sus necesidades y ritmo de vida. En general, son personas con una situación económica estable, que desean mantener su independencia y realizar sus gestiones bancarias sin complicaciones. Este grupo representa el público principal del banco, ya que necesita soluciones financieras claras, accesibles y diseñadas especialmente para su bienestar y tranquilidad.

¿Qué es un segmento-secundario?

Es el grupo de personas que no es el objetivo principal de la empresa, pero que también usa o se beneficia del servicio. Aunque no son la prioridad, siguen siendo importantes para el buen funcionamiento del producto. En este caso, los clientes secundarios son los familiares o acompañantes de las personas mayores, que usan la aplicación para ayudarles y supervisar sus cuentas.

Segmento Secundario:

Serían instituciones como ayuntamientos y residencias de mayores, que colaboran mediante convenios para facilitar el acceso de las personas mayores a hacer los servicios bancarios.

Ayuntamiento de Torrent, institución de carácter urbano con una amplia población y una gestión local activa. Se trata de un municipio bien comunicado y con una estructura socioeconómica diversa, lo que genera una elevada demanda de servicios públicos y proyectos de mejora. Su tamaño medio-grande les otorga un presupuesto significativo y una capacidad de inversión acorde a las necesidades de una ciudad en crecimiento. Este ayuntamiento se caracteriza por



una gestión moderna, orientada a la innovación, la sostenibilidad y la participación ciudadana. Muestra interés por la digitalización, la accesibilidad y la eficiencia administrativa, impulsando iniciativas que mejoran la calidad de vida de los vecinos y la transparencia en la gestión pública. En conjunto, el Ayuntamiento de Torrent representa un mercado sólido dentro del ámbito institucional, con capacidad para contratar productos y servicios que contribuyan al desarrollo urbano, la modernización municipal y el bienestar de la comunidad.

Las residencias de Torrent, mercado institucional y social enfocado en la atención y el cuidado de personas mayores. Se ubican en un entorno urbano dentro de la provincia de Valencia, lo que facilita el acceso a servicios sanitarios, transporte público y recursos comunitarios. Este sector atiende principalmente a una población de edad avanzada, en su mayoría mujeres, con distintos niveles de dependencia y necesidades asistenciales. Existen residencias públicas, concertadas y privadas, lo que refleja una oferta variada adaptada a diferentes niveles económicos y preferencias familiares. La gestión de estas instituciones se caracteriza por su compromiso con la calidad, la atención personalizada y el bienestar de los residentes. Además, muchas de ellas apuestan por la innovación, la accesibilidad y la sostenibilidad, incorporando programas de envejecimiento activo y actividades sociales. En conjunto, las residencias de Torrent representan un mercado estable y en crecimiento, centrado en ofrecer servicios que promuevan la salud, la seguridad y la calidad de vida de las personas mayores.

2. ELECCIÓN DEL PÚBLICO OBJETIVO

Es el servicio que acompaña a las personas mayores en sus gestiones bancarias, facilitando pagos, transferencias y trámites esenciales.

Hombres y mujeres mayores de 65 años, con un nivel económico medio, que residen en la ciudad de Torrent, sin importar la zona. No es necesario que dispongan de un nivel educativo específico, ya que la aplicación está diseñada para ser sencilla, clara y accesible para todos. Tanto el género como el estado civil son características irrelevantes para el uso del servicio.

Llevar una vida tranquila y estable, centrada en el bienestar y la rutina diaria. Valoran especialmente la seguridad, la independencia y la confianza, buscando herramientas que les permitan gestionar su dinero sin complicaciones. Son personas pacientes, y tradicionales, que aprecian la claridad en la información y la facilidad en el uso de la tecnología. Sus principales intereses giran en torno a la familia, la salud, la comodidad y la estabilidad económica, priorizando soluciones que les aporten tranquilidad y control sobre sus finanzas.

Familiares o acompañantes de personas mayores, con edades entre 30 y 65 años, que usan la aplicación para ayudar y supervisar la gestión del dinero de sus seres queridos, que dispongan de un nivel económico medio. No es necesario tener un nivel educativo concreto, pero sí conocer lo básico sobre tecnología. El género y el estado civil no influyen, ya que el servicio está pensado para cualquier persona que quiera cuidar y proteger las finanzas de las personas mayores.

Llevar una vida activa, en la que combinan trabajo, familia y el cuidado de sus mayores. Valoran la seguridad, la confianza y la facilidad de uso, y buscan herramientas que les



ahorren tiempo y les den tranquilidad. Son personas responsables, cercanas y organizadas, interesadas en la tecnología práctica y las finanzas personales, y en todo aquello que ayude a mejorar la comodidad y la autonomía de los mayores.

3. PERSONA DEL CLIENTE IDEAL

Un **buyer persona** es una representación semi-ficticia de tu cliente ideal basada en datos reales y supuestos fundamentados sobre sus características, comportamientos, motivaciones y objetivos.

En otras palabras, es como un “perfil detallado” que te ayuda a entender **quién compra tu producto o servicio, por qué lo hace y cómo toma decisiones**, para que puedas diseñar estrategias de marketing y ventas más efectivas.



José Bueno García tiene 65 años y está jubilado tras haber trabajado gran parte de su vida como empleado de banca. Es una persona tranquila, organizada y con una mentalidad práctica, que valora la estabilidad y la confianza en las marcas.

A la hora de querer realizar un trámite, José prefiere un servicio de

calidad y duraderos. Suele informarse antes de realizar un servicio, comparando opciones y leyendo opiniones de otros usuarios. Aunque utiliza internet para buscar información o hacer algunos servicios, sigue valorando la atención personal y el trato directo que ofrecen el servicio.

Entre sus principales necesidades tiene la disposición de usar unos servicios con facilidad, usando instrucciones claras y con un buen servicio postventa que le inspire confianza. Le resultan frustrantes los dispositivos o procesos demasiado complicados, especialmente aquellos que requieren conocimientos técnicos avanzados.

José valora especialmente la durabilidad y la claridad de la información proporcionada por el servicio. Busca sentirse acompañado y atendido, y elige aquellas empresas que le ofrecen atención personalizada y una experiencia de un trámite sencillo y seguro.