

SEGMENTOS DE MERCADO PRINCIPALES

a) Jóvenes estudiantes (18-25 años):

- **Perfil:** Universitarios o estudiantes de formación profesional que buscan alojamiento cercano a su centro de estudios.
- **Necesidades:** Viviendas compartidas, alquileres asequibles y flexibilidad en contratos de corta duración.
- **Valor agregado:** ViviJoven incluye filtros específicos para encontrar viviendas cerca de universidades, acceso a opciones de transporte público y listas de compañeros de piso potenciales.

b) Jóvenes trabajadores (25-35 años):

- **Perfil:** Profesionales que están comenzando su carrera laboral, con ingresos limitados y en busca de su primer hogar independiente.
- **Necesidades:** Viviendas individuales o compartidas que ofrezcan calidad, buena ubicación y precios accesibles.
- **Valor agregado:** Integración con ayudas gubernamentales para jóvenes trabajadores y opciones de financiamiento para acceder a vivienda propia.

c) Jóvenes en transición (20-30 años):

- **Perfil:** Personas que han cambiado de ciudad por motivos de estudio o trabajo, o que buscan independizarse por primera vez.
- **Necesidades:** Información clara y confiable sobre contratos, áreas seguras, y opciones para compartir vivienda.
- **Valor agregado:** ViviJoven ofrece guías completas para adaptarse a una nueva ciudad y herramientas para calcular presupuestos y planificar mudanzas.

d) Parejas jóvenes:

- **Perfil:** Parejas que buscan su primer hogar juntos, a menudo con presupuestos ajustados pero con expectativas de calidad.
- **Necesidades:** Viviendas de tamaño intermedio, buena ubicación y un ambiente acogedor.
- **Valor agregado:** ViviJoven filtra opciones ideales para parejas y proporciona herramientas para comparar precios y condiciones.

2. Subsegmentos de mercado complementarios

a) Jóvenes inmigrantes:

- **Perfil:** Personas que han llegado recientemente a un país o ciudad y necesitan orientación adicional para encontrar vivienda y entender el mercado local.
- **Necesidades:** Opciones de vivienda económica, servicios de traducción y asesoramiento legal.

- **Valor agregado:** ViviJoven incluye herramientas en varios idiomas y guías prácticas para comprender los derechos y deberes del inquilino en cada región.

b) Propietarios y agencias orientadas al mercado joven:

- **Perfil:** Propietarios particulares o agencias inmobiliarias interesadas en ofrecer viviendas accesibles y segmentadas específicamente para jóvenes.
- **Necesidades:** Una plataforma confiable para conectar con inquilinos y optimizar la gestión de propiedades.
- **Valor agregado:** ViviJoven ofrece estadísticas de mercado, análisis de tendencias y una interfaz fácil para publicar y administrar propiedades.

3. Criterios de segmentación utilizados

a) Geográficos:

- Foco en zonas urbanas y cercanas a centros educativos, empresariales y de transporte.
- Atención especial a regiones con alta densidad de población joven o estudiantes.

b) Demográficos:

- Edad: 18-35 años.
- Ingresos: Personas con ingresos bajos o medios que necesitan soluciones asequibles.

c) Psicológicos:

- Prioridad en la calidad de vida, sostenibilidad y simplicidad en el proceso de búsqueda.
- Tendencia a utilizar tecnología para resolver problemas cotidianos.

d) Conductuales:

- Uso frecuente de dispositivos móviles y apps para la toma de decisiones.
- Interés en compartir recursos y en la transparencia de información.

4. Estrategias para atraer y retener a cada segmento

a) Campañas personalizadas:

- Promociones específicas en redes sociales y plataformas frecuentadas por jóvenes.
- Testimonios y casos de éxito que reflejen las experiencias positivas de otros usuarios.

b) Funciones adaptadas:

- Desarrollo de funcionalidades como búsqueda por geolocalización, herramientas para compartir gastos y alertas instantáneas.

c) Alianzas estratégicas:

- Colaboraciones con universidades, empresas y programas gubernamentales para garantizar una base de usuarios sólida.