

Segmentación de mercado



Imagen generada por ChatGPT (2025). Descripción: diferentes tipos de clientes en fondo azul. <https://chatgpt.com>

El **cliente** del Vecino Virtual es cualquier vecino local, que necesite ayuda con tareas pequeñas del día a día como recordatorios, avisos, pedidos o gestiones, para ahorrar tiempo, para que tengan su tiempo más organizado, suelen ser personas con poco tiempo ya sea por trabajo, familia u otras responsabilidades que no siempre pueden ocuparse de estas tareas por si mismos y buscan un servicio confiable y cercano.

Los clientes del Vecino Virtual se **caracterizan** por ser personas cercanas como vecinos o conocidos con edades mayores de 18 y de cualquier género (mujeres, hombres u otros) siempre y cuando vivan cerca de la localidad de los trabajadores. La idea no es específica ni la nacionalidad, ni la cultura ni la ética de los usuarios, por lo que está dirigido a un público amplio entre los vecinos. Se considera que los clientes tienen necesidades diferentes y con las que necesitan ayuda personalizada ya que cada persona vive situaciones únicas, además suelen tener poco tiempo disponible y buscan apoyo y ayuda a realizar tareas cotidianas como compras, pagos, trámites administrativos, encargos, etc... Pueden tener diferentes niveles de acceso y competencias digitales, ya que algunos dominan aplicaciones y herramientas tecnológicas y otros prefieren métodos de comunicación más simples, como llamadas o mensajes de texto. Los clientes pueden tener también diferencias en los niveles de ingresos, dado que algunas personas buscan un servicio accesible y otras pueden pagar para poder contratar más servicios. Gran parte de los clientes tienen rutinas ocupadas, como profesionales, estudiantes o personas adultas o mayores con algún tipo de discapacidad o movilidad limitada que necesitan un apoyo o ayuda personalizada. En general los clientes de Vecino Virtual son personas variadas con distintas necesidades pero unidas por un mismo objetivo que recibir ayuda práctica y cercana.

El Vecino Virtual se encuentra dirigido por un **mercado de nicho** que dedica sus servicios y habilidades a un grupo específico de personas que son los vecinos locales cerca del sector en el que se encuentran las personas que lo van a llevar a cabo en este trabajo. Es un servicio que especifica su acción en atender a los vecinos y a sus necesidades, dándoles una ayuda diaria en sus preocupaciones personales.

El **mercado segmentado** de este negocio tiene en cuenta diferentes criterios de segmentación. En primer lugar la segmentación define como público objetivo a los residentes del mismo barrio o zona, pudiendo así ofrecer un servicio cercano, inmediato y adaptado a la vecindad. Por lo que respecta a la segmentación demográfica, el servicio está dirigido a adultos jóvenes y mayores, personas desde el nivel de ingresos medio, familias o personas que requieren asistencia más frecuente en las actividades que realizan diariamente.

Si hablamos de la segmentación psicográfica, el Vecino Virtual se dirige hacia las personas que poseen una valoración positiva de los conceptos de comodidad, confianza y ahorro tiempo, pero también personas que buscan un tipo de solución personalizada que se le corresponda para mejorar su bienestar. Desde la psicográfica, está dirigido hacia los usuarios que requieren de asistencia frecuente para resolver tareas habituales, organizar las tareas personales o recibir acompañamiento en determinadas situaciones.