

SEGMENTO DE CONSUMIDORES:

El segmento de consumidores del proyecto está compuesto principalmente por **jóvenes de entre 16 y 30 años**, un público caracterizado por su dinamismo, alta familiaridad con la tecnología y apertura a nuevas experiencias digitales y sociales. Se trata de una generación que consume contenidos de forma constante a través de plataformas online y que valora especialmente la inmediatez, la personalización y la interacción.



Dentro de este grupo destacan, en primer lugar, los **estudiantes**, tanto nacionales como **estudiantes de intercambio**, quienes buscan alternativas accesibles en términos económicos, flexibles y alineadas con su estilo de vida activo. Este perfil de consumidor prioriza espacios y servicios que fomenten la socialización, el entretenimiento y la creación de comunidad, así como propuestas que combinen ocio y tecnología.

Asimismo, el proyecto se dirige de manera específica a **gamers y personas interesadas en los videojuegos**, un colectivo con un alto nivel de implicación y fidelización. Este segmento se caracteriza por su participación activa en comunidades online, redes sociales y plataformas de streaming, así como por su interés en experiencias innovadoras, competitivas y colaborativas. Su consumo no se limita únicamente al juego, sino que abarca eventos, contenidos digitales, interacción social y experiencias compartidas.

En general, este segmento de consumidores valora especialmente la **innovación tecnológica**, la **interacción social**, el **entretenimiento digital** y la pertenencia a una comunidad. Estas características convierten a este público en un perfil ideal para productos y servicios vinculados al ocio digital, los videojuegos y las plataformas online, permitiendo al proyecto desarrollar una propuesta de valor diferenciada y con alto potencial de crecimiento.