

SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Por un lado, los **vecinos jóvenes** estarían dispuestos a utilizar la plataforma de forma **gratuita**, ya que suelen preferir aplicaciones sin coste directo. Su interés principal se basa en acceder a ofertas, descuentos y descubrir comercios cercanos sin necesidad de pagar. En este sentido, el servicio para los usuarios jóvenes debería ser gratuito, incentivando su uso frecuente y aumentando el número de usuarios activos.

En cuanto a la forma de pago, se propone un sistema sencillo mediante suscripción digital, con opciones flexibles y sin compromiso a largo plazo, facilitando así la participación tanto de nuevos comercios como de los ya establecidos.