

3. SEGMENTACIÓN DE MERCADO

El cliente objetivo del proyecto está formado principalmente por personas que necesitan acceder a objetos de uso ocasional sin asumir el coste de comprarlos. Se trata de un público diverso, pero con intereses comunes relacionados con el ahorro, la sostenibilidad y la practicidad. Entre ellos se incluyen estudiantes, jóvenes adultos, familias y personas con sensibilidad hacia el consumo responsable.

Dentro de este mercado pueden identificarse distintos segmentos de clientes. Por un lado, usuarios jóvenes y estudiantes, interesados en videojuegos, consolas, material deportivo o cultural, que valoran especialmente el ahorro económico. Por otro lado, familias que requieren objetos puntuales como bicicletas, juegos de mesa o material infantil. También existe un segmento de usuarios concienciados con el medio ambiente, que priorizan la reutilización y la economía circular. Aunque los segmentos presentan diferencias en sus motivaciones, todos comparten la necesidad de acceso temporal a objetos y la confianza en un sistema organizado y seguro, lo que justifica que el servicio se ofrezca bajo un mismo modelo de negocio.