**Tamaño del mercado:**

Ubiko opera en el sector de **tecnología aplicada al mercado inmobiliario comercial**. En Latinoamérica, especialmente en países como República Dominicana, Colombia y México, hay un crecimiento constante en la apertura de nuevos negocios. Se estima que anualmente más de 500,000 nuevos emprendimientos surgen en la región, muchos de ellos sin estudios previos de ubicación estratégica.

El mercado potencial se compone de:

* **Empresas nuevas** que buscan su primer local.
* **Empresas en expansión** que buscan nuevas ubicaciones.
* **Inmobiliarias** interesadas en aumentar su rotación.
* **Gobiernos y promotores** que quieren dinamizar zonas comerciales.

Tamaño estimado del mercado en etapa inicial (República Dominicana):

* Aproximadamente **60,000 negocios nuevos al año**, de los cuales al menos un 30% requiere local comercial.
* Proyección de captación inicial: **1,000 clientes anuales**.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Análisis de la competencia** | | |
| **Nombre** | **Ubicación** | **Comparación ( qué hacemos igual, en qué nos diferenciamos)** |
|  |  |  |
| Properati | LATAM | Similar en que muestra inmuebles. Diferencia: Ubiko analiza datos y recomienda según necesidades, no solo muestra. |
| Lamudi | México / LATAM | Ambos tienen presencia digital. Diferencia: Lamudi es solo un portal; Ubiko ofrece consultoría inteligente personalizada. |
| Inmuebles24 | México | Similar: listado de propiedades. Diferencia: no transforma datos del usuario en recomendaciones personalizadas. |

**Estrategias de mercadeo:**

**a. Características del producto (servicio)**

**Tangibles:**

* Plataforma web con interfaz intuitiva.
* Reportes personalizados con mapas, datos de tráfico peatonal, competencia, etc.
* Acceso a listado de inmuebles disponibles.

**Intangibles:**

* Experiencia fluida e informada en la toma de decisiones comerciales.
* Seguridad y confianza mediante análisis basados en IA.
* Asesoría personalizada.

**Producto Mínimo Viable (MVP):**

* Plataforma básica con carga manual de datos + motor de recomendación simple + listado de inmuebles de prueba.

**b. Estrategia de precios**

* **Precio base por análisis completo**: USD 120
* **Descuentos por volumen** (empresas con más de 3 locales): 20%
* **Ofertas de lanzamiento**: 50% de descuento durante primer mes post-lanzamiento
* **Consultoría avanzada (opcional)**: desde USD 70 adicionales

**c. Estrategia de distribución (plaza)**

**Canales:**

* Plataforma web (directo al cliente).
* Aliados: promotores, inmobiliarias, abogados.
* Ferias de emprendimiento.
* Ventas B2B personalizadas con empresas.

**d. Estrategias de promoción (comunicación)**

**Online:**

* Google Ads
* Facebook / Instagram Ads
* Campañas en YouTube (videos explicativos)
* Email marketing

**Offline:**

* Participación en ferias y eventos empresariales.
* Alianzas con cámaras de comercio.
* Publicidad en medios locales impresos

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Aumentar reconocimiento de marca | | | | | | | |
|  | | | | | | | |
| Incentivar prueba del MVP  Aumentar reconocimiento de marca | Promoción online 50% dto  Campaña en Facebook Ads | 0 (orgánico)  300 | 60  — | 100  — | 2,000  10,000 | Mayo-junio 2025 |  |
| Junio 2025 |  |
| Captar primeros clientes B2B | Evento/stand en feria local | 500 | 120 | 50 | 500 | Julio 2025 |  |
| Incentivar prueba del MVP | Promoción online 50% dto | 0 (orgánico) | 60 | 100 | 2,000 | Mayo-junio 2025 |  |
| Aumentar reconocimiento de marca | Campaña en Facebook Ads | 300 | — | — | 10,000 | Junio 2025 |  |
| Captar primeros clientes B2B | Evento/stand en feria local | 500 | 120 | 50 | 500 | Julio 2025 |  |
| Incentivar prueba del MVP | Promoción online 50% dto | 0 (orgánico) | 60 | 100 | 2,000 | Mayo-junio 2025 |  |