

# SEGMENTACION DE MERCADO

En la segmentación de mercado identificaremos nuestro público objetivo al que va dirigido nuestro proyecto y más tarde reconoceremos las características de nuestro público.

Comenzaremos con la identificación de nuestro público. En nuestro caso el público es muy extenso haciendo que no haya una edad determinada. Simplemente la edad estará predeterminada por aquellos usuarios que tengan un Smartphone a través del cual se puedan descargar nuestra aplicación. Permitiendo que nuestro margen de usuarios sea mucho mayor, ya que en gran mayoría de los hogares tenemos la posibilidad de acceder a la aplicación ya sea con Smartphone o tablets. Debido a esto encontraremos dos tipos de usuarios. Usuarios directos y usuarios indirectos. El directo será aquel que accederá a nuestra aplicación a través de su Smartphone y el indirecto será aquel que acceda a través del Smartphone de un amigo o familiar. Es decir, un adulto con su propio móvil será directo, el hijo de este adulto al acceder a través del móvil de su padre será indirecto, pues se sigue beneficiando de la aplicación, abriendo la posibilidad de que en un futuro se la descargue, al haberle ofrecido anteriormente una gran ayuda.

En definitiva, nuestro público objetivo es muy amplio, siendo gente de casi todas las edades, para ser más concreto, será una edad predeterminada de siete a sesentaicinco años, siendo este margen flexible y dividiendo a nuestro público en directo e indirecto.

Como segundo objetivo de esta segmentación de mercado reconoceremos las características de nuestro público. Serán las siguientes características:

1. Personas con gran afición por el deporte.
2. Personas con un gran gusto por la gastronomía.
3. Personas capaz de valorar la combinación de deporte y gastronomía en un mismo entorno.

