

2. SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Para conocer de manera precisa cuál es nuestro público objetivo hemos optado por realizar una encuesta. **(Ver enlace encuesta realizada):**

https://drive.google.com/open?id=11Ep1006tFXXWGRImXfpNtVSVZcol_bF5

Las principales conclusiones que hemos obtenido, a modo de resumen, son las siguientes:

- La franja de edad de las personas que han mostrado interés por responder a nuestra encuesta, cuestión esta que ya denota un cierto interés por el proyecto, es una franja de edad muy amplia, por lo que nos hace pensar que nuestro público objetivo podría ser también bastante amplio en este sentido (entre 25 y 55 años)
- No es importante para nuestro proyecto hacer una distinción entre géneros. La encuesta no muestra una prevalencia significativa de uno u otro sexo.
- La situación familiar de las personas que se han interesado por nuestro producto son mayoritariamente personas que viven solas o bien que viven en pareja pero sin hijos y con un poder adquisitivo medio o medio/alto.
- Deberíamos situar nuestra “food-truck” en poblaciones preferiblemente de más de 10.000 habitantes.

