

## SEGMENTACION DE MERCADO

En el caso de nuestra empresa, vamos a focalizarnos en el mercado de nichos y el segmentado.

Va dirigida a niños entre 13-18 años con un poder adquisitivo medio-bajo, medio-medio y medio-alto que están estudiando y que quieren continuar con su formación y que de alguna forma cuentan con posibles preocupaciones y deseo de encontrar cuál es su vocación.

Como bien se dice, esta empresa está dedicada a ayudar a los adolescentes que en un futuro no saben qué carrera elegir, por lo tanto, este servicio que ofrecemos va dedicado sobre todo a colegios. Va a servir para orientar a los chavales en un contexto y en un entorno real.

Está enfocado a un mercado súper concreto y pequeño, es decir, a todos aquellos colegios que están interesados en nuestro producto como vía de ayuda a los estudiantes de hoy en día. Siendo una empresa que ofrece trabajar durante 4 días a los estudiantes, sólo nos podemos centrar en un tipo de mercado y un tipo de público concreto.

El mercado segmentado se centra en varios grupos de consumidores que tienen unas diferencias entre ellos pero que siempre tienen algo en común, es decir, cada estudiante tiene claro lo que va a elegir y lo que quiere consumir, pero dentro de la misma empresa hay varios servicios que sirven para lo mismo, para formar a los adolescentes y darles información sobre aquello que han elegido o quieren elegir para estudiar.