

2.- SEGMENTO DE CLIENTES

La segmentación de mercado es un punto relevante a la hora de seleccionar correctamente el público objetivo de esta empresa. Consiste en dividir el mercado en grupos con características y necesidades similares para optimizar los recursos existentes. A fin de definir el mercado objetivo de InnerPower Gym se van a tener en cuenta los siguientes factores:

- **Factores geográficos:** InnerPower Gym empieza a operar en un primer momento en Bilbao (Vizcaya), por lo tanto, se tienen en cuenta principalmente los habitantes de esta ciudad, un total de 345.821 personas según las cifras publicadas por el *Instituto Nacional de Estadística en 2018*.
- **Factores demográficos:** este factor distingue únicamente a personas de distintas edades, pues hoy en día la diferenciación de género en el sector de fitness es prácticamente inapreciable. Cabe destacar que las personas con una edad comprendida entre los 35 y 44 años (componen el 37,2 % del total de clientes) son los principales usuarios de los centros deportivos, según una encuesta realizada por el *Journal of Sports Economics and Management*, seguidos por los que se sitúan entre los 25 y 34 años (23,4 % del total).

Dicho esto, se ha consultado en las fuentes del Instituto Nacional de Estadística la población de Bilbao con una edad entre 25 y 44 años, la cual asciende a un total de 62.133 personas. Es decir, con los factores aplicados hasta el momento, un 18 % del total de habitantes de Bilbao está dispuesto a utilizar los servicios de esta compañía.

- **Factores económicos:** considerando las prestaciones que ofrece InnerPower Gym, hay que señalar que la cuota mensual es algo superior a la media (se sitúa sobre los 65€/mes). En consecuencia, los servicios de esta compañía van dirigidos a aquellas personas ocupadas entre 25 y 44 años y que residan en Bilbao. Según un estudio realizado por *Eustat.eus* en 2019, el 75,8 % de las personas entre 25 y 44 años tienen empleo, lo que supone 47.096 personas de la población situada en el mencionado rango de edad (62.133), y un 13,6 % del total de la población de Bilbao.

A modo de conclusión, y con los factores aplicados, el mercado objetivo de InnerPower Gym en su inicio de actividad es de **47.096 personas**, un **13,6 %** de los residentes en Bilbao, y el segmento de clientes al que se dirigen son **personas ocupadas entre 25 y 44 años**.