

2. Segmentación de mercado.

El producto que hemos diseñado está dirigido a cualquier persona, pero especialmente a niños y personas jóvenes vinculados a la práctica de fútbol. El siguiente informe nos muestra la proporción por sexo y edad en España:

0-14 años: 15,43% (hombres 3.854.687/mujeres 3.638.288).

15-24 años: 9,56% (hombres 2.400.188/mujeres 2.243.311).

25-54 años: 45,24% (hombres 11.200.786/mujeres 10.771.652).

55-64 años: 11,91% (hombres 2.820.933/mujeres 2.963.050).

65 años y más: 17,85% (hombres 3.700.832/mujeres 4.969.749).

Según la esta referencia, nuestro producto estaría destinado principalmente a un 24,99 % de la población total española.

Segmentación de mercado:

- En relación a los equipamientos deportivos, dentro de los más frecuentes se encuentran los balones con un 59,3%, destacando que el 51,3% de la población dispone de balones de fútbol y el 27% de baloncesto.

La brecha por sexo estimada en la práctica deportiva semanal en 2010, en más de 15 puntos porcentuales, ha disminuido notablemente hasta situarse en 8 puntos porcentuales. Por tipo de deporte realizado, en términos semanales cobran más importancia la gimnasia, la carrera a pie o la musculación, con notables incrementos en el periodo.

El ciclismo, la natación y el fútbol continúan siendo actividades muy frecuentes en la población investigada.

Todos estos datos provienen del Anuario de estadísticas deportivas de 2019 facilita el ministerio de cultura y deporte.