

# SEGMENTACIÓN DE MERCADO

El público objetivo o target que vamos a estudiar va a ser en función de la segmentación demográfica geográfica, socioeconómica y psicográficos. Van a ser demográficas debido a que tenemos diferentes productos dependiendo la edad, geográficas ya que una vez analizando el poder adquisitivo(socioeconómica) y la demanda hemos decidido situarla en Burgos. Por último, psicográfica ya que dependiendo de la personalidad tenemos variedad de productos y servicios que ofrecer, ya sea dentro de la zona de actividades con clases monitorizadas o máquinas o mismamente en el restaurante con gran variedad de comidas.

Una vez definidos los segmentos, utilizaremos para el restaurante y la zona de actividades diferentes tipos de segmentación de mercado:

- RESTAURANTE: se aplicará la segmentación de **mercado masivo**, que trata de un grupo de consumidores muy numeroso con necesidades y problemas similares. En nuestro restaurante todos nuestros productos son válidos para todos los clientes.
- ZONA DE ACTIVIDADES: se dará un **mercado segmentado**, distinguiendo entre distintos tipos de segmentos con necesidades y problemas ligeramente diferentes. Dentro de este tipo de segmentación se aplicará una diversificación del mercado, ya que se ofrecerán distintos servicios a clientes muy diferentes entre ellos, como será ofrecer distintas actividades dependiendo de los gustos de los clientes.