

2. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Características principales:

- Nuestros productos están orientados a todos los sectores
- Venderemos productos a miembros del sector primario, secundario y terciario
- Productos bien de precio, por lo que estará al alcance de todas las personas
- Recomendado para todas las edades
-

En todos los casos nuestro **objetivo** principal va a ser satisfacer las necesidades de nuestros clientes dependiendo de sus características.

En cuanto a la **evolución** del mercado nuestra intención es prosperar, expandirnos y darnos a conocer en Vitoria- Gasteiz. Sabemos que el primer año suele ser complicado porque a pesar de ser una idea innovadora y no tener muchos recursos debemos convencer a la población de que acudan a nuestro establecimiento. Para ellos utilizaremos todas las herramientas publicitarias posibles.

Una vez que el negocio haya prosperado, nuestra intención es expandirnos a nivel provincial, es decir, nos gustaría comprar otros establecimientos en Euskadi.

Principal amenaza: Nos preocupa bastante los establecimientos de comida rápida y los bares convencionales y los consideramos como nuestros principales competidores. Nuestro objetivo es formar un bar fitness orientado a un estilo de vida saludable. Los productos de comida rápida, suelen ser de todo menos saludables, es por eso por lo que nos van a ver como una amenaza directa.

