

SEMENTACIÓN DE MERCADO

La segmentación de clientes son aquellas personas, organizaciones o usuarios para los que nuestro negocio crea valor. Es importante definir el público al que dirigiremos nuestro producto o servicio segmentado por criterios geográficos, demográficos, psicográficos, de comportamiento... y a partir de dicha segmentación, podremos realizar el resto de piezas del **CANVAS**, decidir el canal de distribución o conexión para comunicarnos con esas personas, grupos o entidades, la relación que vamos a fijar con ellos y de dónde procederán nuestros ingresos principales.

Nuestra propuesta está dirigida a dos segmentos clave de clientes:

1. Los **usuarios que demandarán un puesto de cocina en concepto de alquiler** dentro del centro de empresas Oviedo Fusión. Estos usuarios son los que nos generarían ingresos procedentes del alquiler de cada puesto-cocina.
2. Los **clientes-consumidores que acuden a los diferentes puestos de cocina** para degustar comidas y bebidas y disfrutar de espectáculos en directo. Son los clientes que generan los ingresos a los usuarios de los puestos de cocina en alquiler. No obstante, es un segmento que nosotros debemos tener muy presente, puesto que si los puestos no tienen clientes suficientes puede generar a que algún/a emprendedor/a deje el alquiler del puesto de cocina y eso nos suponga una merma de ingresos directos.

A partir de estos dos grupos de clientes, hemos realizado una segmentación atendiendo a diferentes criterios:

A) Demográficos (edad, sexo, estado civil):

1. **Usuarios que demandan un puesto de cocina en alquiler dentro del centro de empresas.**
2. **Usuarios consumidores finales que acuden al gustomercado a degustar comidas y bebidas.**

Atendiendo al **criterio de segmentación por sexo**, es el menos determinante ya que pueden solicitar el alquiler tanto hombres como mujeres y en el caso de los usuarios que acuden como consumidores también son de ambos sexos.

Atendiendo al **criterio de la edad**, hemos realizado una segmentación distinguiendo entre los dos segmentos potenciales de clientes de nuestra propuesta:

1. **Usuarios que demandan un puesto de cocina en alquiler dentro del centro de empresas.**

En este caso, este criterio adquiere especial relevancia, puesto que como hemos mencionado en el punto de la propuesta de valor, a la hora de solicitar el alquiler y firmar el contrato correspondiente el usuario/a debe estar dado de alta legalmente, bien como trabajador autónomo o bien como sociedad. Para darse de alta en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos, hay que tener 18 años, haya o no autorización expresa de los progenitores o tutores legales. La **Ley General de Seguridad Social (RD Legislativo 8/2015)**, establece en su artículo 7, apartado b) como requisito del alta de autónomo el ser mayor de 18 años.

2. Usuarios consumidores finales que acuden al gastronomercado a degustar comidas y bebidas.

Respecto a estos usuarios, sí hemos realizado una segmentación más desglosada por edades. Teniendo en cuenta los diferentes puestos de cocina, la variedad de espectáculos que se realizarían para distintas edades de público, con la finalidad de atraer al mayor número de consumidores posible:

- **Mercado infantil:** Hasta los 14 años de edad que acudirán principalmente con sus familias. Los gustos de este segmento de clientes suelen ser sencillos apostando por comida rápida. El hecho de ofrecer espectáculos infantiles dentro del recinto atraerá a este segmento de clientes para degustar comidas y bebidas en los diferentes puestos.
 - **Mercado de adolescentes:** a partir de los 15 años de edad y hasta los 18 aproximadamente. Ya tienen más independencia y pueden acudir solos, principalmente lo harían por las tardes y los fines de semana. Degustarían productos de comida rápida, tipo mini hamburguesas, croquetas, dulces... y bebidas como refrescos, batidos, helados...
 - **Mercado de personas jóvenes:** desde 18-30 años aproximadamente. Se trataría de un grupo similar al anterior, que optan por comida rápida y variada como la mencionada, añadiendo mini cachopos asturianos, algo de encurtidos... Además, este espacio, al igual que para el anterior colectivo, les ofrece un lugar de reunión y encuentro al contar con esa zona común de mesas.
 - **Mercado de adultos:** sería el grupo más amplio, el nicho principal de mercado entre los 30-60 años de edad. Tienen mayor poder adquisitivo y optarían por otro tipo de comida para degustar además de cócteles, combinados, copas, etc...
 - **Mercado de la tercera edad:** el comprendido a partir de los 60 años, siendo un perfil de cliente más tranquilo, que acudiría a mediodía y media tarde y motivado por los espectáculos que se ofertaran cada semana.
- B) **Criterios de segmentación por nivel de renta:** es un criterio determinante para nuestra propuesta, ya que, en función de la edad descrita anteriormente, hemos diseñado una oferta de puestos de cocina variada que pueda llegar a todos los tipos de público descritos.
- C) **Criterios geográficos:** ya hemos apuntado en el primer apartado de la propuesta de valor que Asturias ha experimentado un importante auge del turismo lo cual valoramos como un aspecto positivo para ofrecer al turismo esta opción de gastronomercado lo cual se traduciría en ingresos para los usuarios que alquilan los diferentes puestos de cocina. Hemos realizado una segmentación atendiendo a este criterio de los usuarios consumidores finales de esta propuesta. Según datos del **SITA (Sistema de Información Turística de Asturias)** en su último informe **“Demanda turística en Asturias según sus principales procedencias”**:
- **Madrid es el principal mercado emisor con un 20,6%. A continuación, el País Vasco con un 11,8%. Y Castilla León, con un 11%.**

Dentro del turismo extranjero, nuestros principales mercados son: Francia (15,1%), Reino Unido (12,2%), Alemania (10,6%), y otro amplio abanico de países (13,8%).

El pasado año, el turismo nacional supuso un 79,7%. Mientras que el extranjero alcanzó el 16,9% y el interno un 3,4%.

Las principales razones para elegir Asturias por el turismo son:

- Entorno natural
- Clima benigno
- Gastronomía
- Patrimonio cultural
- Camino de Santiago
- Actividades deportivas
- Playa, montaña cercanía

En cuanto al empleo, el turismo aporta a la economía asturiana el 12,7% con un total de 48.134 empleos.