



2. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

NUESTROS CLIENTES

Success es una aplicación planteada para un público de todas las edades. Pero como disponemos de varias secciones, cada edad se interesará más en una sección que en otra ya que hay una gran diferencia entre los planes que hace una persona de 16 años a los planes que hace una persona de 60, por ejemplo.

Cerca del 93% de los españoles con edades comprendidas entre los 16 y los 24 años utilizaban algún tipo de red social en 2022. Asimismo, la segunda franja de edad con mayor número de usuarios era la de aquellos de entre 25 y 34, con más de un 80%.

Nuestra aplicación quiere ayudar a toda la ciudadanía, aunque se enfoca más en el público de 16 a 31 años ya que son los que más uso le van a dar a nuestra aplicación y según las estadísticas, los que más participarán en ella.

Nuestra sección de discotecas, pubs, y bares de ambiente va dirigida a los ciudadanos de entre 16 y 31 años, puesto que 16 años es la edad legal permitida para comenzar a entrar en discotecas en la ciudad de Valladolid y 31 años es, según los expertos, la edad en la que dejamos de lado los planes más dirigidos al ámbito de fiesta y bebidas, pero eso no prohíbe el uso de la aplicación a gente que supere los 31 años. Un estudio británico realizó unas encuestas para ver la edad a la que la gente de ese país dejaba de salir de fiesta y prefería a hacer otros planes, como quedarse en casa viendo una película o pasar el tiempo con las redes sociales. El resultado de estas encuestas revelaron que los 37 años es la edad media en la que las personas dejan de lado la fiesta.



Como hemos dicho anteriormente, consideramos que las personas que tienen entre 16 y 31 años son las que tienden a salir más de fiesta. Según los estudios, la necesidad de independencia y la creación de círculos sociales empuja a que la gente que tiene estas edades quieran buscar nuevos espacios en los que conocer nuevas personas y disfrutar de la juventud.

También puede llegar a influir la angustia social y salir para que así puedan desconectar del “mundo real”, siendo una forma de evasión.

Nuestra sección de restaurantes y hostelería va dirigida a un público de entre 18 y 63 años porque son las edades a las que se suelen hacer ese tipo de salidas de ir a comer o a cenar, con tus amigos, familiares, pareja.. De entre los adultos, la franja de edad que hay de utilizar las redes sociales es de 25-54 años, pero hoy en día las personas que tienen alrededor de 60 siguen haciendo uso de las mismas. Nuestra App no tendrá mucha complicación para que así pueda ser accesible para los más mayores.

El objetivo de los restaurantes es mejorar las relaciones con el cliente, hacer fiel al cliente para que vaya más veces y así tener más beneficios económicos (más ventas), hacer que nuevos clientes vayan, promover productos, diferenciar y afianzar su marca.

1. **MERCADO MASIVO:** son aquello que requiere producción en masa, en grandes volúmenes, por parte de la empresa. El claro ejemplo es el de las ventas de ropa casual, donde las fábricas chinas compiten muy exitosamente por su capacidad de producir grandes cantidades y a un costo muy bajo.
2. **MERCADO DE NICHOS:** porción de un segmento de mercado en la que los individuos poseen características y necesidades homogéneas, y estas últimas no están del todo cubiertas por la oferta general del mercado.



Hace referencia a un grupo más pequeño y mal atendido, mientras que el segmento no tiene por qué tener problemas de poca o nula oferta.

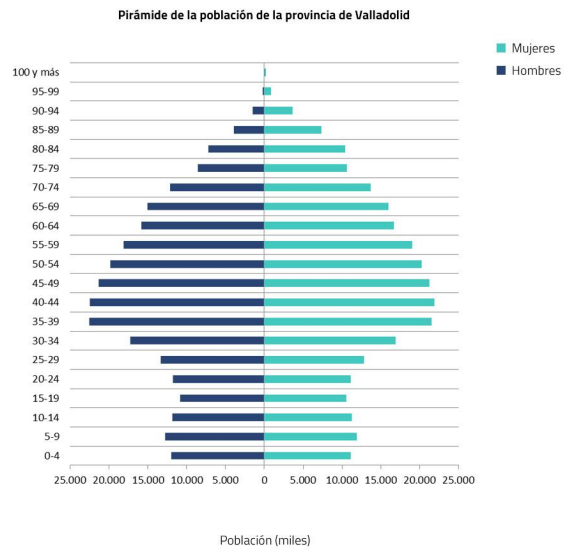
3. **MERCADO SEGMENTADO:** Es la división del público objetivo de la empresa en grupos o subgrupos. Mediante la segmentación de mercado, la empresa puede adaptar sus campañas de ventas y sus estrategias de marketing con el fin de que estén dirigidas específicamente a los segmentos identificados.
4. **MERCADO DIVERSIFICADO:** es una estrategia que encamina a los productores a ingresar a nuevos mercados con la generación de nuevos productos. Existen varias maneras de diversificar y cada una permite llegar a distintos mercados.
5. **PLATAFORMAS O MERCADOS MULTILATERALES:** Es un mercado donde hay oportunidades de negocio a través de participar en un proyecto financiados por una Institución Financiera Internacional del Desarrollo; que centra su actividad en mejorar la calidad de vida de los ciudadanos de los países en vías de desarrollo a través de la realización de dichos proyectos y de asistencias técnicas. Con este mercado se busca promover el desarrollo económico y social creando las condiciones necesarias para crear un entorno democrático y estable.

Nosotras optamos por un mercado segmentado. Contamos con varios grupos, de diferentes edades. Como hemos mencionado anteriormente, tenemos un par de secciones, cada una dirigida para un grupo distinto (o no) dependiendo de las preferencias y planes de nuestra clientela.

La segmentación de mercado tiene como objetivo aplicar estrategias de marketing enfocadas en cada segmento de clientes para que estos estén contentos y satisfechos. Nosotras nos enfocamos en entregarles la facilidad de obtener información sobre lugares específicos que ellos desean visitar, y que



ellos estén al tanto de si no hay hueco, hay una pelea y no se puede acceder al local, si los precios del restaurante no se ajusta a su presupuesto...



Basándonos en esta gráfica y el tipo de ciudadanos a los que queremos llegar hay una población de 117.000 mujeres y 118.000 hombre de nuestro interés, en total 235.000.

Cada usuario nos aportaría una cifra de 0'15 cent por cada descarga, y por último 74€ por sus datos. Esto es un total de 7474'15 por cada usuario al año.