



*Pablo Durán Pérez de la Fuente, Paula Bayón Alonso,
Sonia Fernández-Vigil Tejuca y Mateo Muñiz Álvarez*

SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Nuestro modelo de negocio va a ir dirigido a distintos segmentos del público objetivo. La intención que tenemos es orientar nuestro servicio a personas cansadas de la rutina, que necesiten desconectar y sentarse para disfrutar de una comida de calidad, en un espacio relajante en el que puedan hablar y disfrutar de su compañía.

El abanico de clientes comprende desde estudiantes atareados con poco tiempo libre, hasta trabajadores estresados, padres de familia, o personas que quieran tener una conversación tranquila. También aquellos que buscan sumergirse en un entorno tranquilo en la cultura de una región diferente, por medio de platos y decoraciones elegantes y adaptadas, por supuesto, a la cultura de dichos lugares.

Es importante que los clientes valoren lo que diferencia nuestro servicio de otros, la posibilidad de aislarse de los móviles, el correo electrónico, las tareas... Además, nuestra intención es cuidar que los productos con los que se elabore nuestra carta sean cercanos y de calidad. Todo aquel que tenga en cuenta estos aspectos escogerá nuestro negocio frente a otros.

Podemos clasificar el segmento de mercado de nuestro proyecto en un mercado de nichos, ya que si bien no presenta un criterio claro de segmentación por edad, género, cultura o nación, el público al que va dirigido es concreto y diferenciado.