

2. Segmentación del mercado

La segmentación del mercado para "Chocolat's" se realiza de la siguiente manera:

Mercado masivo: El proyecto está dirigido a un gran grupo de consumidores con necesidades similares, abarcando desde entusiastas del chocolate hasta aquellos que buscan opciones saludables y adaptadas a sus restricciones dietéticas. Este segmento incluye a familias, grupos de amigos y visitantes ocasionales que buscan una experiencia de consumo saludable y placentera.

Mercado de nichos: Dentro del mercado de nichos, el proyecto se enfoca en grupos específicos con necesidades muy concretas, tales como:

- **Personas con restricciones alimenticias:** Individuos con intolerancias o alergias alimentarias que buscan productos libres de gluten y azúcar.
- **Entusiastas de la vida saludable:** Individuos que buscan opciones de snacks saludables y bajos en calorías.
- **Veganos y vegetarianos:** Individuos que buscan productos sin ingredientes de origen animal.

Mercado segmentado: El proyecto también se dirige a diferentes segmentos de clientes con necesidades ligeramente distintas, ofreciendo servicios y productos adaptados a cada uno de ellos:

- **Clientes ocasionales:** Visitantes que buscan una experiencia de consumo puntual. Para este segmento, se ofrecen productos individuales y combinaciones preestablecidas.
- **Clientes frecuentes:** Individuos que visitan la chocolatería regularmente. Para este segmento, se ofrecen membresías y actividades especiales.
- **Familias:** Grupos familiares que buscan una actividad recreativa y saludable para todas las edades. Se ofrecen paquetes familiares y actividades adaptadas para niños y adolescentes.

Mercado diversificado: El proyecto diversifica su oferta para atender a distintos segmentos de clientes no relacionados, ampliando su modelo de negocio:

- **Venta de productos y merchandising:** La tienda de productos ofrece una variedad de artículos relacionados con el chocolate saludable y el bienestar, atrayendo a entusiastas y coleccionistas.
- **Servicios de bar y restaurante:** El bar de la chocolatería ofrece bebidas y snacks, proporcionando una experiencia completa para los visitantes y generando ingresos adicionales.

Plataformas o mercados multilaterales: La chocolatería también funciona como una plataforma que conecta diferentes segmentos de usuarios que dependen unos de otros:

- Anfitriones y participantes: La chocolatería conecta a los organizadores de eventos (anfitriones) con los participantes, creando un ecosistema interdependiente donde ambos segmentos se benefician mutuamente.
- Colaboraciones con empresas de eventos: Al colaborar con empresas de eventos, la chocolatería puede ofrecer paquetes completos para celebraciones privadas, eventos sociales y corporativos, maximizando la utilización del espacio disponible.

En resumen, la segmentación del mercado de "Chocolat's" abarca desde un enfoque masivo hasta nichos específicos, segmentos diversificados y plataformas multilaterales, asegurando que la oferta sea atractiva y accesible para una amplia variedad de usuarios.