

## SEGMENTACIÓN DE MERCADO

La segmentación de mercado se centra en un cliente ideal con una media de edad entre los 28 y los 42 años. Hemos escogido este rango porque es un perfil que suele buscar planes de ocio más completos y estables, no solo un consumo rápido. En estas edades se valora especialmente la calidad del producto, la variedad y la experiencia, y suele existir una mayor capacidad y hábito de gasto en ocio gastronómico, tanto entre semana como en fin de semana. Además, es un público que normalmente combina trabajo y vida social, por lo que encaja bien con un espacio que permite ir en grupo, compartir, elegir entre diferentes puestos y quedarse en una zona común sin la rigidez de un restaurante tradicional.

Dentro de este público objetivo diferenciamos dos grupos principales. Por un lado, el cliente local de 28 a 42 años que busca un lugar al que poder volver con frecuencia, con ambiente, comodidad y una oferta que se renueva gracias a la variedad de puestos y la programación de eventos como la música en directo. Por otro lado, el turista que visita La Rioja y quiere una experiencia auténtica en un solo espacio, donde pueda probar producto local y vino de manera sencilla. En ambos casos, el formato del proyecto facilita la repetición y el interés, porque ofrece una experiencia diferente y más flexible que la oferta habitual de bares y restaurantes.