

SEGMENTACION DE MERCADO

A la hora de pensar en nuestros potenciales clientes, creemos que con nuestro producto no nos limitamos a un determinado tipo de persona, pues cualquiera puede tener un capricho de este tipo.

Así, pensamos en nuestra situación y en la de ciertas personas de nuestro entorno, y vimos que, siendo cada cual diferente, a todos nos parecía una opción de oferta adecuada. Con esto, llegamos a la conclusión de que tales clientes no tienen por que tener unas características concretas, ni de edad ni de renta, pues ofrecemos **precios asequibles**. Tampoco habría problema por los gustos, dado que habíamos pensando comenzar atendiendo a **encargos**, de manera que trataríamos de satisfacer las distintas demandas.

De ese modo, en caso de tener éxito, aspiraríamos a tener una demanda estable a lo largo del año, con épocas de auge en las temporadas típicas de consumo de cada producto.

