

SEGMENTACIÓN DE MERCADO

- Estudiantes de institutos situados en barrios residenciales donde no abunden los locales de alimentación.
- Trabajadores de polígonos industriales.
- Personas con bajo nivel adquisitivo.
- Trabajadores o residentes del centro de la ciudad que dispongan de descansos cortos o poco tiempo libre a lo largo del día.
- Jóvenes que salen los fines de semana, fiestas de pueblos y barrios, y eventos deportivos o culturales.