

Poder negociación de los clientes: desde nuestra empresa queremos fomentar el uso de alimentos naturales (sin conservantes, pesticidas...) por tanto, nuestros productos van dirigidos a toda clase de personas desde alimentos para niños pequeños hasta ancianos. Al tener un público tan amplio y tan pocas empresas competidoras el poder de negociación de los clientes será muy bajo.

Según los datos estadísticos de la universidad pública de Navarra el 97% de los entrevistados conocen los productos ecológicos, mientras que lo restante desconoce este tipo de productos (muestra de 5000 personas). En cuanto a frecuencia al consumo de este tipo de productos el 50% de los entrevistados afirman que los toman habitualmente, mientras el 21% lo hace una vez al mes, el otro 20% una vez a la semana y el 9% no los consume. Esta tabla representa los hábitos de los entrevistados a la hora de consumir los productos que ofertamos.