

## SEGMENTACIÓN DEL MERCADO:

Debido a que nuestro proyecto tiene como base la venta de productos de alimentación, nuestra segmentación de clientes se fundamentará en agrupar a nuestros clientes por su edad sin diferenciar el tipo de sexo. Para ello diferenciaremos 5 tipos de segmentos:

- **Menores de 18 años.**
- **Entre 18 y 29 años.**
- **Entre 30 y 49 años**
- **Entre 50 y 65 años.**
- **Mayores de 65 años.**



### **MENORES DE 18 AÑOS**

Sus ingresos son bajos ya que los obtienen de entregas realizadas por sus progenitores y familiares. Podemos afirmar entonces que su capacidad económica es baja, lo que nos lleva a pensar que es un tipo de cliente complicado debido a que principalmente vendemos productos de calidad, aunque sean a un precio más bajo del de la media del mercado.

Este tipo de cliente centrará sus compras en productos apetecibles como pueden ser snacks o galletas entre otras cosas, lo que nos hace incidir en conseguir un precio muy económico para poder atraer a este tipo de cliente que, a la larga, es uno de los clientes que más nos interesa a largo plazo debido a que, si conseguimos consolidar este cliente, tendremos duración en el tiempo.

### **ENTRE 18 Y 29 AÑOS**

Sus ingresos son muy limitados ya que siguen dependiendo mayoritariamente de sus progenitores. Podemos observar temporadas donde su capacidad económica es mas alta debido a ingresos extra, como puede ser por trabajos temporales, pero mayoritariamente son muy limitados y no centran sus gastos en la alimentación.

Para conseguir que nos elijan, dispondremos de una gran variedad de productos (algunos imposibles de comprar en la zona) ya que hemos observado que es un punto que solicitan los jóvenes, nuevos tipos de alimentación.



### **ENTRE 30 Y 49 AÑOS.**

Sus ingresos están enfocados en el mantenimiento de la familia y hogar, pero su capacidad económica no es muy elevada. Es uno de los sectores más importantes para nuestro establecimiento ya que será donde podremos encontrar mayor número de clientes o clientes con mayor inversión en alimentación, influido por el número de personas que habitan en el hogar. Principalmente a la hora de comprar se fijan en ofertas o precios más bajos respecto a nuestros competidores de la zona.

Para ello, como valor del proyecto, contaremos con productos de calidad a un precio más competitivo que el del mercado de la zona debido a la eliminación de intermediarios, consiguiendo así siempre ofrecer un mejor precio a nuestros clientes.

## ENTRE 50 Y 65 AÑOS.

Sus ingresos son algo superiores que en el segmento anterior y su capacidad económica comienza a mejorar debido a la eliminación de cargas familiares como pueden ser los hijos. Contrariamente al segmento anterior, comenzarán a fijarse en la calidad del producto, aunque el precio sea importante a la hora de tomar una decisión. Para ello, incidimos en la eliminación de intermediarios que nos permite proporcionar a nuestros clientes productos de calidad a un precio inferior al del mercado de la zona.

## MAYORES DE 65 AÑOS



Nos encontramos ante nuestro último segmento de clientes donde su capacidad económica adquiere su nivel más alto pero, por lo contrario, sus ingresos se ven afectados debido a la pensión por jubilación.

Principalmente se fijarán en la calidad del producto sin dar mayor relevancia al precio. Sabiendo que no todas las pensiones son iguales y que algunas escasean junto que no

todos nuestros clientes pueden tener la misma capacidad económica, a nuestros clientes con ingresos inferiores a 950€ mensuales les haremos entrega de nuestra tarjeta virtual *Gold & Go* donde obtendrán un descuento del 11% en alimentos de primera necesidad como frutas, verduras o leche entre otros, pudiendo hacer uso de este descuento hasta elevar la suma de sus compras mensuales a 250€. Este método y la calidad de nuestros productos nos servirán para afianzar este último tipo de segmento.

En el gráfico de la izquierda vemos los diferentes tipos de segmentos que más nos interesan por los ingresos que nos pueden proporcionar. En primer puesto podemos observar a “Entre 30 y 49” seguido de “Entre 50 y 65”, lo que significa que incidiremos más en conseguir clientes de este tipo de segmento para aumentar nuestros beneficios, pero sin olvidar a ningún otro. En último puesto podemos observar a “Menores de 18 años”, un tipo de segmento que nos proporciona escasos ingresos pero que debemos de atraer para poder conseguir ingresos a largo plazo.

