

## 2.SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Tipo de segmentación: Empresa pequeña

Variables para la segmentación:

- Variables geográficas: Guipúzcoa, España. Buen clima
- Variables demográficas: Edad: entre 17-18 años, estudiantes de segundo de Bachiller
- Variables Psicográficas: extrovertidos, activos y con ganas de vivir y crear.
- Variables conductuales: Fieles a la marca y con un producto "listo para consumir".

Beneficios de la segmentación de la mercadotecnia.

Nos dirigimos a un público que quiere emprender sin importar la edad y para asegurarnos un buen negocio. Empatizamos con sus limitaciones salariales si es el caso, es decir, nos adaptamos a cualquier situación económica.