

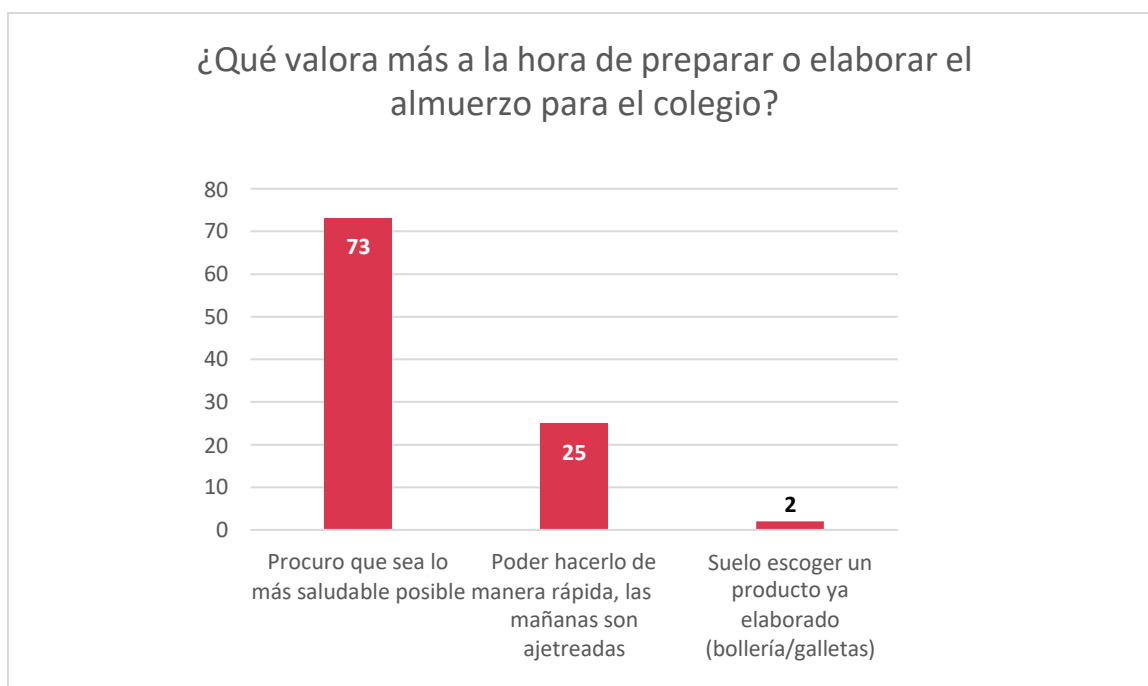
SEGMENTACIÓN DE MERCADO

PackLunch está destinado a familias (sin importar edad, sexo e incluso parentesco; puesto que el modelo familiar ha cambiado) con niños en edad escolar.

En nuestro estudio también hemos tenido en cuenta que las personas que compran **PackLunch** no son las mismas que lo consumen.

Este segmento está formado por familias cada vez más conscientes de la importancia de unos modelos de alimentación más adecuados, ya que son muchos los hogares españoles donde está estandarizado el consumo de productos ultra procesados como por ejemplo: bollería industrial, galletas, bocadillos en pan de molde, etc. La facilidad para adquirir dichos productos por sus precios económicos, el bombardeo publicitario para atraer al público infantil y la rapidez para meterlos en la mochila los hacen ser los más demandados.

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos en la encuesta realizada a familias con niños en edad escolar, podemos observar que, a la hora de elegir el almuerzo, estas valoran en un 73% que sea lo más saludable posible. Por ello, **PackLunch** será viable, gracias a que estamos dando respuesta a unas necesidades reales demandadas por nuestros clientes.



Este segmento de clientes también se muestra concienciado por el medioambiente, tema muy actual; debido a que la sociedad se basa en un modelo consumista donde se desperdician toneladas no solo de comida, sino también de embalajes.

Como los consumidores finales de **PackLunch** son los niños, además de saludable, es sabroso para ellos; por ejemplo, usamos los poderes endulzantes de la fruta y la miel.