

Segmentación del mercado

Los clientes a los que va dirigido la idea de nuestro proyecto son personas deportistas y el objetivo que pretendemos alcanzar es proporcionar una forma de hidratar diferente a lo que ya existe en el mercado. Recuperar una buena parte de la energía gastada en la práctica de ejercicio con alimentos que proporcionan una alta cantidad nutritiva con ingredientes 100% naturales y sin contenido nocivo.



Las características generales de nuestros clientes son: de una edad de entre 18 y 60 años, sexo indiferente, sin criterio en cuanto a la ocupación, con un nivel de ingresos medio. La personalidad de carácter deportista y un estilo de vida saludable.

Los subgrupos que hemos pensado que podríamos tener:

Para personas con patologías o carencias:

Adaptar alimentos y bebidas a las diferentes necesidades como por ejemplo una persona que carece de vitaminas(A,C) y minerales(calcio, magnesio,zinc..).

Personas entre 18-30 años:

Bebidas y alimentos con valor nutricional más alto porque el desgaste físico es mayor.

Personas entre 30-45 años:

Mayor enfoque a la hidratación en vez de la recuperación calórica y nutricional.

La ingesta calórica de las personas de este rango de edad no tiene que ser alta y la deshidratación puede ser un problema importante al realizar ejercicio. Los productos ofrecidos para estas edades tendrán menos calorías y en mayor parte agua.

Personas entre 45-60 años:

Alimentos y bebidas Enfocadas a la gente con alguna carencia (osteoporosis, fibromialgias...)

En este rango de edad enfocamos los menús a las necesidades de las personas basadas en las enfermedades que se puedan presentar en esta etapa de la vida.

Personas con intolerancias/alergias:

Ofrecer alimentos y bebidas según las alergias e intolerancias de cada uno.