

## 2-Segmentación del mercado.

### **1-Definir con claridad quién es nuestro cliente objetivo.**

Las personas jóvenes , que tengan un trabajo estable , un hogar y un poder adquisitivo medio, la media de edad es entre 25 y 35 años y suelen ser familias de 1 o 2 miembros, que vivan en zonas urbanas principalmente y que estén concienciadas con su entorno, eso como principales ya que en este caso, cualquier persona de cualquier edad puede ser consciente de la existencia de nuestro producto. Cada vez más gente de todo tipo de perfil se está concienciando de que es necesaria una alimentación sostenible con el medio ambiente

### **2-Diferenciar claramente los segmentos de clientes, si dichos segmentos existen, o justificar con claridad su inexistencia.**

El segmento principal de clientes que buscamos es joven de entre 25 y 35 años de media, que estén concienciados con el medio que les rodea y que no les importe gastar algo más por un producto autóctono, de calidad y de seguridad alimentaria.

Otros segmentos son por ejemplo la gente que viva en el medio rural cercano, a menos de 50 kilómetros de la granja, de cualquier edad. Como aparece en el punto anterior, todo los rangos de edad son clientes potenciales.