

Segmentación de mercado

Nuestro público objetivo es un público muy concreto, gente joven entre 20 y 40 años con un poder adquisitivo medio que llega de trabajar a casa o estudiar y no sabe cocinar y pide comida a domicilio o gente con trabajos estresantes con poco tiempo a la hora de la comida. Las características principalmente de nuestros clientes son que no tienen tiempo, que no quieren cocinar o que no saben. Nuestro público va a ser mayormente de Ciudad porque generalmente no suele llegar a los pueblos exceptuando algunos casos. En un futuro cuando el negocio crezca y tengan mas cocinas en pueblos apartados y las empresas de reparto y nuestros repartidores puedan acceder a esas zonas.