

## **2. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO**

- a. Definir con claridad quién es nuestro cliente objetivo.

Nuestro cliente objetivo son personas de todas las edades.

Son personas locales, que nos gustaría que sientan el proyecto como suyo y que pensamos que les puede interesar especialmente poder consumir ecológico al lado de casa.

También nos dirigimos a un público de fuera de la zona y pensamos que a estos clientes lo que les puede interesar especialmente es el tema de los caballos.

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

Asimismo hacemos dos grupos de clientes potenciales, los que están concienciados con la agroecología y las personas que no tienen tanto acceso a ella ( sea por una cuestión de conciencia o cuestión de imposibilidad material o geográfica).