

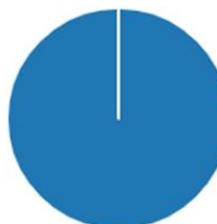


## SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Nuestro servicio tiene como público objetivo a aquellos consumidores **abiertos de mente** que buscan conocer más acerca de otras culturas y sus gastronomías. El perfil de cliente que encaja con nuestros objetivos y valores es aquel **respetuoso con otros estilos de vida** y **dispuesto a introducir en su día a día elementos procedentes de otras culturas**. Además, nos dirigimos a aquellos consumidores que, a la hora de realizar sus compras, adoptan una **actitud concienciada con el medio ambiente**.

12. ¿Consideras importante que los supermercados adopten una actitud sostenible?

[Más detalles](#)



Nuestra atención se va a centrar especialmente, aunque no de forma exclusiva, en los grupos de edad de entre 25 y 55 años ya que, según el estudio de mercado que nuestro grupo ha realizado, son los que más atraídos se sienten hacia la gastronomía de otras culturas y los que habitualmente acuden al supermercado para realizar sus compras.

5. ¿Te sientes atraído por la gastronomía de otros países?

[Más detalles](#)

[Insights](#)



A pesar de la segmentación efectuada; basándonos para ello en criterios demográficos, psicográficos y conductuales; nuestra estrategia a seguir será la de **mercado masivo**, es decir, hemos decidido tener un enfoque comercial generalizado y ofrecer el mismo tipo de productos a todos los segmentos del mercado. Nuestro objetivo es acercarnos al mayor número posible de clientes potenciales con problemas y necesidades similares y satisfacerlas.