

## 2º SEGMENTACIÓN DEL MERCADO:

### A. Destinatarios de nuestros productos “nuestro cliente objetivo”.

**Nuestro principal cliente son los productores locales, con comercialización directa de su producto o en establecimientos locales**

Nuestros clientes no solo consiguen **diversificar sus producciones**, sino **que llegan a cubrir las necesidades de consumo de sus compradores habituales**, sino que conseguimos hacerlos partícipes dentro de un sistema de economía circular, capaz de tejer una red viva de productores locales que unifican su esfuerzo para conseguir un producto de calidad.

Nuestro objetivo como empresa transformadora de alimentos, es conseguir llevar a los establecimientos locales de Álava, caldos, patés y transformados vegetales

**Desarrollamos el proyecto enfocado a todos los consumidores, pero siempre pensando en los grupos más concienciados con la producción ecológica y productores locales; para los cuales la calidad nutricional de los alimentos, sabor, textura y apariencia, son sus motivaciones principales, compartidas con la ética de consumo en comercio local, producto de km 0, economía circular y sostenible. Consumidores de dietas veganas o vegetarianas también están incluidos como potenciales clientes, mercado que de manera progresiva va aumentando.**

Los estudios de mercado sobre el consumidor ecológico realizados por el MAPA, muestran como año a año el consumidor de productos ecológicos aumenta, no solo en la demanda y compra, sino el conocimiento sobre el sistema de producción ecológica.

[MAPA Estudio perfil consumidor ecológico](#)

En lo referente a **eventos, formación y encuentros** la definición de cliente objetivo es variable y amplia. Colaboramos con entidades públicas y privadas (Lanbide, Hazi, Escuelas de cocina, productores, Hostelería, particulares...) poniendo a su disposición nuestras instalaciones y saberes para el desarrollo de los diferentes eventos.

Nuestras instalaciones se componen de salón para 50 personas, con equipo audiovisual y espacio para mesas de trabajo y conexión a internet.

Formaciones subvencionadas para los asistentes sobre manipulación y conservación de alimentos, reciclajes en el sector agroalimentario son ejemplos donde colaboramos con Hazi, Lanbide o centros académicos.

Eventos creados por grupos de consumo, asociaciones o talleres activos donde se amplían conocimientos tipo mejora de aprovechamiento de alimentos, como cocinar o presentar nuevos productos vegetales...

Otros eventos de formación y acercamiento dentro del sector primario, encuentros promovidos a nivel particular o asociaciones agrarias y formativas. Un espacio donde puedan ampliar y mejorar conocimientos sobre los agro sistemas, mejoras económicas y sociales, nuevas normativas, cambios de PAC...

En este ámbito los clientes son los asistentes a dichos eventos. Es un amplio espectro de variables, desde trabajadores del sector primario, emprendedores de servicios de alimentación, cursos para la incorporación laboral, hostelería, grupos profesionales o particulares...

Clientes que llegan por vía ajena a través de formaciones y eventos o clientes interesados en los diferentes encuentros que realizamos.

Locales y grupos a los que distribuimos el producto, siendo ellos puntos de venta de la verdura, hortalizas y legumbres en fresco de nuestros clientes.



## B. Segmentación de nuestros clientes

**El cliente base, es el productor alavés de agricultura y huerta ecológica. Las agricultoras y agricultores son los que, a través de los excedentes de su materia prima, asesorados de la viabilidad de transformar sus productos y poder de esta manera diversificar su proyecto, llegar a más clientes, y satisfacer la demanda de los ya existentes. El fin del apoyo para este sector es que el productor pueda continuar con su producción, mantener vivo el entorno rural y la economía circular.**

Dentro de la transformación agroalimentaria que se lleva a cabo en la cooperativa, llegamos a diferencia **3 tipos de clientes**, no siendo categorías cerradas ni excluyentes, ya que no podemos olvidar que nuestra base de trabajo, nuestra materia prima van de la mano de factores externos como la climatología, agentes bióticos que afectan las producciones agrarias, problemas personales o salud de los productores, variaciones mercantiles...son muchas las opciones que pueden hacer varias las características de un productor para que lo calificuemos de una u otra manera.

1. Productor pequeño: Excedentes de 5 a 250 kilos mensuales/ campaña  
Selección de elaborados tradicionales, formato caldo, puré. Exclusivo  
verdura/hortaliza.

2. Productor medio: Excedentes de 250-500 kilos mensuales/ campaña  
Selección más amplia, formato, caldo, puré, cremas,  
elaborado. Mayormente verdura/hortalizas y legumbres.

3. Productor grande: Excedentes superior a 500 kilos  
Amplían la gama de elaborados con varias opciones con la  
misma materia prima.

Los productores locales que realizan la distribución ya sea en formato venta directa o en establecimientos, son nuestros clientes potenciales, sea un productor individual o una asociación de varios productores.

Nosotros realizamos un estudio de mercado de viabilidad posibilidades con la transformación de su materia prima, diseño exclusivo de recetario y etiquetado y formatos adaptados para ofrecerles la posibilidad de diversificar su explotación y ampliar la cartera de clientes.

### **Formaciones, eventos y encuentros.**

Será un servicio para encuentros formativos y culturales impartidos por colectivos como asociaciones, entidades, etc. (Bionekazaritza, Hazi, Lanbide,

Escuelas de Hostelería, Restaurantes, UAGA) a los que facilitamos nuestros recursos para realizar sus formaciones.

Sin olvidar eventos que se crean por otros organismos; los que de igual manera hacen uso de nuestras instalaciones para llevar a cabo sus eventos. Desde cursos y formaciones, encuentros temáticos o catas de los productores....

