

## 2 SEGMENTACION DE MERCADO

1. <b>Vendedores Particulares:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Personas que a menudo tienen excedentes de alimentos después de eventos, comidas familiares, etc.</li><li>• Aquellos que buscan una forma rentable y sostenible de deshacerse de alimentos no consumidos.</li></ul>
2. <b>Compradores Conscientes del Presupuesto:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Individuos que buscan alimentos de calidad a precios más bajos que los disponibles en los supermercados o tiendas convencionales.</li><li>• Personas preocupadas por la reducción del desperdicio de alimentos y la sostenibilidad.</li></ul>
3. <b>Empresas de Catering o Eventos:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Proveedores de servicios de catering que a menudo tienen excedentes de alimentos después de eventos.</li><li>• Empresas que buscan soluciones rentables para gestionar el excedente de alimentos.</li></ul>
4. <b>Personas Interesadas en la Sostenibilidad:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Individuos que están comprometidos con prácticas sostenibles y desean contribuir a la reducción del desperdicio de alimentos.</li><li>• Consumidores que eligen marcas y servicios que demuestran responsabilidad ambiental.</li></ul>
5. <b>Compradores Locales:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Personas que valoran la idea de comprar alimentos de productores locales y apoyar la economía local.</li><li>• Individuos que prefieren transacciones cercanas y locales.</li></ul>
6. <b>Conciencia Empresarial:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Empresarios o inversores interesados en apoyar iniciativas que combinan rentabilidad con impacto social y ambiental positivo.</li><li>• Personas que buscan oportunidades de inversión socialmente responsables.</li></ul>