

2 SEGMENTACION DE MERCADO

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