

SEGMENTACIÓN DE MERCADO:

Los clientes son el centro del negocio, ya que sin clientes no hay negocio, por eso es importante encontrar un **segmento del mercado**, con el que podamos encajar y así llevar a cabo nuestro negocio.

En el marco de ECO-CINA, la identificación de nuestros principales clientes se centra en **aquellos hogares inmersos en sus ocupadas rutinas**, quienes buscan soluciones culinarias que no solo sean convenientes, sino también acordes con sus exigencias de tiempo. Este segmento abarca, además, a **individuos apasionados por la gastronomía**, pero que, debido a sus restricciones temporales, enfrentan dificultades en la planificación y adquisición de ingredientes frescos y diversos.

De manera adicional, **nos dirigimos con especial atención a personas con necesidades dietéticas específicas**, como los vegetarianos, veganos, y aquellos que experimentan intolerancias al gluten o la lactosa. Reconociendo la diversidad de preferencias y restricciones alimentarias en la sociedad contemporánea, aspiramos a ofrecer alternativas culinarias que se adapten a estos perfiles, proporcionando opciones saludables y deliciosas que satisfagan sus requerimientos particulares.

Es crucial subrayar que la clientela de nuestro emprendimiento no solo se define por sus necesidades culinarias, sino también por **una profunda conciencia medioambiental y una sensibilidad marcada hacia la problemática del desperdicio de alimentos**. En este contexto, nos esforzamos por establecer una conexión con individuos que no solo buscan soluciones eficientes en la cocina, sino que también comparten nuestro compromiso con la sostenibilidad y la reducción de la huella ecológica.

Este enfoque no se limita a ser un mero componente de nuestra segmentación de mercado; más bien, se erige como un pilar fundamental que refleja **nuestra responsabilidad social y ambiental**. A través de esta conexión profunda con nuestros clientes, buscamos no solo ofrecer servicios culinarios excepcionales, sino también construir una relación significativa basada en valores compartidos, consolidando así una comunidad comprometida con un estilo de vida consciente y respetuoso con el entorno.



		<p>PROPUESTA DE VALOR</p> <p>Nuestra intención radica en la resolución de cuatro problemáticas, con el propósito de idear soluciones que no solo mitiguen dichos desafíos, sino que también susciten un atractivo real en el consumidor, con la convicción de mejorar la experiencia del usuario y consolidar un vínculo sólido con nuestra audiencia.</p>		<p>SEGMENTO DE MERCADO</p> <p>ECO-CINA se enfoca en hogares ocupados y amantes de la gastronomía con limitaciones de tiempo. También atiende a personas con necesidades dietéticas específicas, ofreciendo opciones sabrosas y saludables. Destaca por su compromiso con la sostenibilidad y la reducción del desperdicio de alimentos.</p>
		<p>Reconociendo que la solución a estos dilemas fundamentales constituye un componente esencial para el éxito y la sostenibilidad de nuestra propuesta.</p> <p>Estos cuatro desafíos a los que daremos solución son: el desafío del derroche alimentario, el ahorro económico, la optimización del tiempo y, por último, la cuestión del estrés.</p>		<p>Esto más que un segmento de mercado, es un pilar fundamental en nuestra iniciativa, que refleja nuestra responsabilidad social y ambiental. Buscamos construir relaciones significativas basadas en valores compartidos, formando una comunidad comprometida con un estilo de vida consciente y respetuoso con el entorno.</p>