

2.-SEGMENTACIÓN DE MERCADO

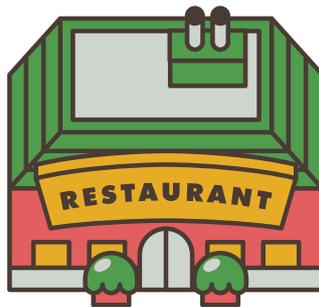
Nuestra empresa sigue un criterio de segmentación geográfico porque al ser nuestro producto de KM 0 la zona queda acotada a La Rioja y sus alrededores (unos 100 Km a la redonda).

También seguimos un criterio basado en el estilo de vida, dado que nuestros clientes son personas que siguen un estilo de vida saludable en el que alimentación sana ocupa un lugar importante.

Nuestros clientes tienen un nivel socioeconómico medio-alto, ya que nuestros productos no son accesibles para todo el mundo por superar el precio medio de mercado.

Principalmente serán:

- **Restaurantes** con un ticket medio de facturación por encima de unos 40-50 euros que busquen calidad en sus productos, fiabilidad, productos de la zona, y cuyos clientes se correspondan en mayor o menor medida con los 3 criterios anteriores.



- Además de **particulares** de la zona interesados en consumir alimentos saludables, sensibilizados con el medioambiente, con una edad a partir de 30-40 años y un nivel cultural y socioeconómico medio-alto. En algunos casos estos particulares serán turistas que vienen a conocer La Rioja y que deseen llevar de vuelta a sus hogares, productos de temporada de la zona.

