

# Identificación del mercado

---



**Sabor de  
Temporada**



# Identificación del mercado:

## Cientes potenciales:

Nuestro principal cliente en potencia es riojano, de mediana edad, con poder adquisitivo medio/alto y con un perfil de concienciación con el mercado local y ecológico.

Nuestro producto tiene un coste añadido de planificación y distribución individual para cada cliente (dependiendo la distancia a recorrer y los productos elegidos) no estimamos que sea destinado para un cliente con un poder adquisitivo medio/bajo. Por esto mismo y por la naturaleza de nuestro producto consideramos que la edad de nuestros clientes potenciales oscila entre los 30 a 50 años<sup>[1]</sup>. También son personas a las que le preocupa la economía local, productos ecológicos, impacto ecológico, dieta saludable, cocina saludable y productos de temporada.

---

[1] Referencia al estudio que justifica nuestra elección del segmento demográfico:

<https://www.corresponsables.com/actualidad/el-perfil-del-consumidor-ecol%C3%B3gico-0>

## Segmentos:

Consideramos que podemos clasificar nuestros clientes potenciales en base a estos criterios de mercado:

### **1. Segmentación geográfica**

Como nuestra empresa es de ámbito local y no planeamos realizar envíos fuera del territorio de nuestra comunidad autónoma, nuestros clientes potenciales son riojanos.

## **2. Segmentación demográfica**

Dada la naturaleza de nuestro producto y el coste derivado de la calidad, distribución y transporte del mismo, consideramos que Sabor de Temporada es una marca que está enfocada a personas de mediana edad (a partir de 30).

Así mismo creemos que las personas más jóvenes quizás no muestren interés en el producto debido al coste del mismo y los hábitos de consumo del segmento juvenil.

Nuestro producto no diferencia géneros.

## **3. Segmentación socioeconómica**

El servicio que ofrecemos conlleva costes de planificación y distribución que inflan el precio base de los productos. Por esto mismo consideramos que está destinado a personas con un poder adquisitivo medio/alto.

## **4. Segmentación psicográfica**

El perfil de clientes que comprarían productos de Sabor de Temporada son personas concienciadas con la economía local, los productos ecológicos, el impacto ecológico de la importación, la cocina y dieta saludables, y el consumo de productos de temporada.