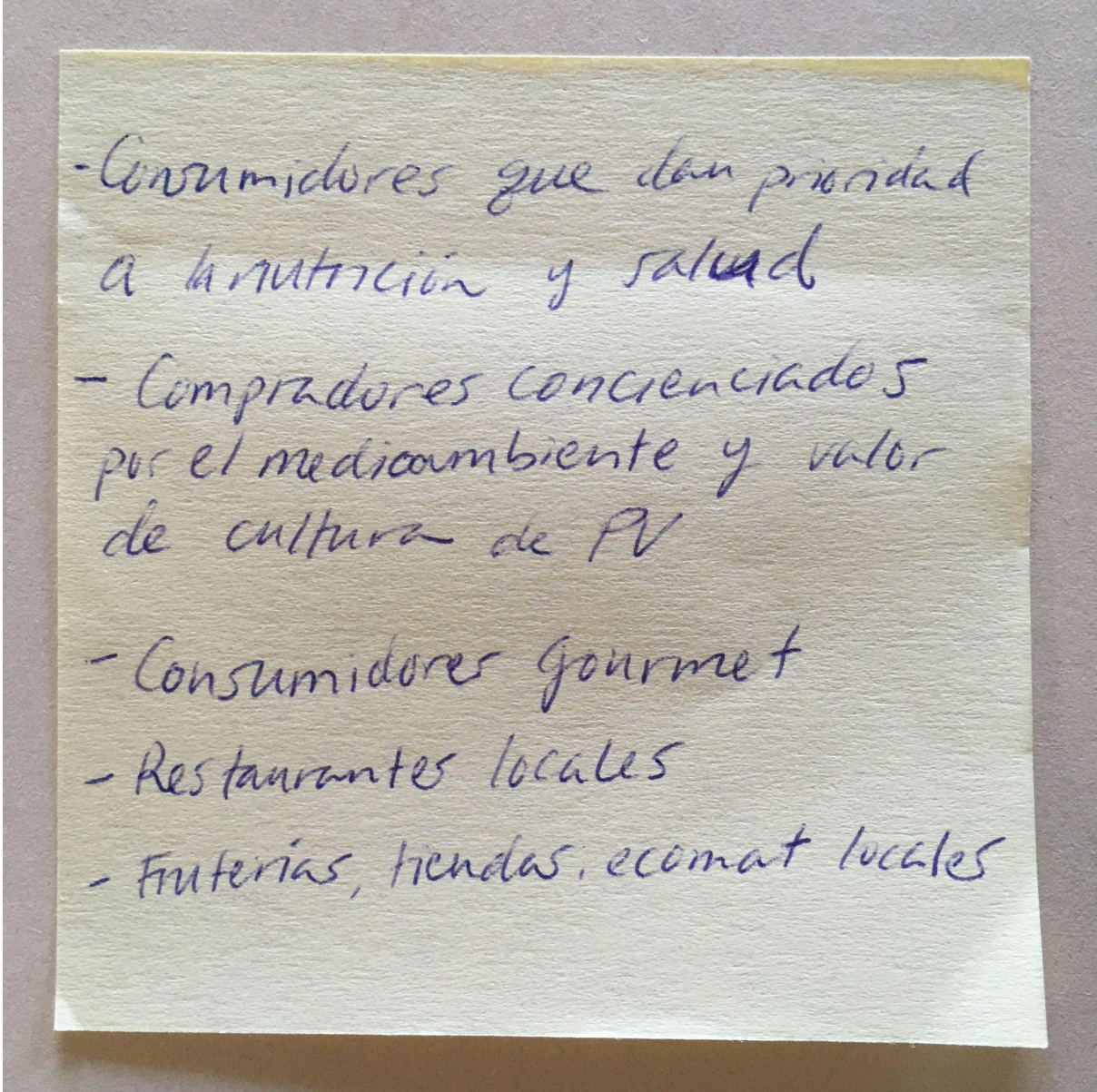


Modelo CANVAS

Miembros: Emily Silva, Eilard Uchpa, Julen Ugalde

2. Segmentación de Mercado

- 
- Consumidores que dan prioridad a la nutrición y salud
 - Compradores concienciados por el medioambiente y valor de cultura de PV
 - Consumidores gourmet
 - Restaurantes locales
 - Fruterías, tiendas, ecomat locales

Se puede dividir nuestro público objetivo en tres grandes grupos:

1. Consumidores habituales de productos ecológicos que dan prioridad a la nutrición y su salud, familias jóvenes pequeñas
2. Consumidores de la zona que quieren apoyar la producción de comida que respeta la cultura local, las tradiciones de y el medio ambiente de la zona
3. Consumidores gourmets con poder adquisitivo alto
4. Restaurantes de alta cocina con enfoque en productos artesanales y locales

