

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

1. Segmentación Demográfica:

- **Edad:** Jóvenes y adultos entre 16 y 30 años.
- **Género:** Hombres y mujeres.
- **Nivel socioeconómico:** Clase media y media-alta con capacidad para invertir en productos de gran valor agregado.
- **Segmentación psicográfica:** Personas interesadas en la eficiencia y sostenibilidad.

2. Segmentación Geográfica:

- **Ubicación:** Consumidores dentro del territorio local, incluyendo áreas urbanas y semiurbanas.
- **Densidad poblacional:** Zonas con alta concentración de gimnasios, oficinas, escuelas y comercios locales.

3. Segmentación Psicográfica:

- **Estilo de vida:** Estudiantes de cursos superiores que buscan opciones rápidas, nutritivas y sostenibles.
- **Valores:** Consumidores conscientes que priorizan productos naturales, locales y que apoyen la economía regional.
- **Motivaciones:** Preferencia por alimentos convenientes y saludables que encajen en su ritmo de vida dinámico.

4. Segmentación Conductual:

- **Uso del producto:** Personas que consumen snacks saludables como reemplazo de comidas rápidas o bebidas energéticas dañinas.
- **Lealtad:** Consumidores fieles a marcas que ofrecen calidad, sostenibilidad y un impacto positivo en la comunidad.
- **Frecuencia de compra:** Compras recurrentes debido al hábito de consumir snacks nutritivos diariamente o varias veces a la semana.