

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Clientes potenciales del aceite

- Cadenas de Supermercados
- Comercio de alimentación
- Restauración (hoteles, bares, etc.)

Clientes potenciales de los sacos térmicos.

- Fuerzas y cuerpos de seguridad del Estado

1. Segmentación Demográfica

- **Edad:**
 - Jóvenes adultos (18-35 años)
 - Adultos (36-60 años)
 - Personas mayores (60 años en adelante)
- **Ingreso:**
 - **Alta renta:** Consumidores que prefieren productos premium, como aceites orgánicos o productos con características especiales.
 - **Renta media:** Prefieren opciones más accesibles, pero aún saludables.
 - **Baja renta:** Buscan aceites más económicos, pero aún valoran productos que sean nutritivos y de buena calidad.
- **Tamaño de la familia:**
 - **Familias grandes:** Buscan aceites en formatos grandes, económicos y de buena calidad.
 - **Familias pequeñas o solteros:** Prefieren envases más pequeños, prácticos y de fácil almacenamiento.

2. Segmentación Geográfica

- **Zona urbana:**
 - Consumidores interesados en productos de alta calidad, como aceites gourmet, orgánicos o específicos para dietas especiales (veganos, sin gluten, etc.). Son más receptivos a nuevas tendencias de consumo.
- **Zona rural:**
 - La demanda puede estar más centrada en aceites básicos para cocinar, con menor énfasis en productos Premium.
- **Mercados internacionales:**
 - Si la empresa tiene la capacidad de exportar, se pueden segmentar por países que valoren aceites específicos como el de oliva, (por ejemplo, mercados europeos, asiáticos, y norteamericanos).

3. Segmentación Psicográfica

- **Estilo de vida saludable:**
 - Personas que se preocupan por su salud y buscan aceites con beneficios para la salud, como el aceite de oliva extra virgen.

- **Consumidores ecológicos:**
 - Buscan productos orgánicos, de comercio justo, que respeten el medio ambiente y utilicen prácticas agrícolas sostenibles. Prefieren aceites certificados como orgánicos o ecológicos.
- **Gourmet y aficionados a la cocina:**
 - Consumidores interesados en productos exclusivos para la gastronomía, como aceites de oliva de calidad superior para maridar con platos especiales.

4. Segmentación Conductual

- **Motivos de compra:**
 - **Cocina diaria:** Clientes que buscan aceites accesibles y de buena calidad para el uso cotidiano en la preparación de alimentos.
 - **Bienestar y salud:** Consumidores que eligen aceites con propiedades saludables.
 - **Exclusividad y lujo:** Clientes que compran aceites premium para ocasiones especiales o para regalar (por ejemplo, aceites gourmet).
- **Frecuencia de compra:**
 - **Frecuencia alta:** Consumidores regulares que usan aceite para la cocina diaria.
 - **Frecuencia baja:** Clientes que compran aceites premium o especializados, quizás solo en ocasiones especiales o para un uso ocasional.