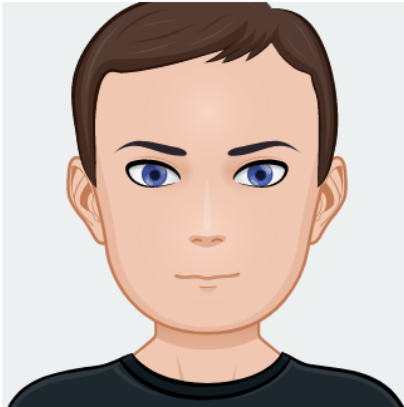


Segmentación de clientes

	<u>Índice</u> 1. Nuestro público objetivo 2. Buyer persona
--	--

-Público objetivo:

Nuestro público objetivo son los jóvenes de entre 25 y 45 años, de nivel de ingreso medio, los cuales se preocupan por el medio ambiente y quieren hacer cualquier gesto que pueda ayudar al planeta. Nuestra empresa satisface esa necesidad al ofrecer productos que se pueden considerar mucho más amigables con el planeta tierra que la competencia, y además, ofrecemos productos más baratos también, lo que ofrece más conveniencia a nuestro público ya que son personas que suelen estar en una etapa temprana de la independencia y necesitan recursos que puedan permitirse, lo cual satisfacemos con nuestra empresa, con productos asequibles de buena calidad y “eco friendly”. Además, nuestro supermercado es apto para cualquier estatus social, ya sea un soltero/a, un matrimonio o una familia completa. Nosotros satisfacemos sus necesidades, ofreciendo productos para ayudarles a subsistir, mientras ellos apoyan el planeta por el cual se preocupan al comprar nuestros productos “eco friendly”, que además, están a un precio mucho más barato que lo normal, dándoles a nuestros clientes mayores posibilidades de ahorrar dinero que si fueran a supermercados más caros.



Miguel, 22 años:

Ocupación: Estudiante de nutrición

Habilidades y características:

- **Inteligente y disciplinado:** Lucas tiene una mentalidad enfocada en el aprendizaje, lo que se refleja tanto en su carrera como en su estilo de vida saludable.
- **Activo y deportista:** Juega al fútbol de manera regular, busca mantenerse en forma y disfruta de deportes que lo mantengan activo y saludable.

Intereses y pasiones:

- **Nutrición y salud:** Dado que estudia nutrición, está muy consciente de lo que consume y cómo impacta en su cuerpo y rendimiento físico.
- **Lucha contra el cambio climático:** Su implicación con la sostenibilidad lo lleva a tomar decisiones informadas sobre el origen y la producción de los productos que compra.
- **Deporte:** Practica deportes, especialmente fútbol, y le interesa cómo la nutrición impacta en el rendimiento deportivo.

Comportamiento y valores:

- **Sostenibilidad y proximidad:** Se siente atraído por los productos de proximidad, especialmente aquellos provenientes de la Comunidad Valenciana. Busca evitar productos de larga distancia que generen huella de carbono innecesaria.
- **Salud y bienestar:** Le interesa profundamente llevar un estilo de vida saludable, por lo que busca productos que no solo sean locales, sino también nutritivos y beneficiosos para su salud. Prefiere los productos frescos y naturales.

Desafíos:

- **Falta de opciones locales:** No tiene acceso fácil a un supermercado donde todo lo que se vende proviene de empresas locales, lo que dificulta encontrar productos sostenibles y saludables en su día a día.

Objetivos:

- Encontrar productos frescos y locales que no solo sean saludables, sino también sostenibles.
- Acceder a alternativas que apoyen su estilo de vida saludable y su compromiso con el medio ambiente.

Canales de compra:

- Se interesa por comprar productos en tiendas que ofrezcan alimentos de proximidad, pero también está dispuesto a buscar opciones en línea que cumplan con sus criterios de sostenibilidad y salud.

**David, 30 años:**

Ocupación: Profesor de Valenciano en un instituto

Intereses y pasiones:

- Le gusta viajar, especialmente a destinos que promuevan la sostenibilidad.
- Está profundamente comprometido con la lucha contra el cambio climático y la reducción de la huella de carbono.
- Tiene una conexión especial con la agricultura local, ya que sus padres cosechan arroz, y le preocupa el desperdicio de alimentos debido a imperfecciones visuales.

Comportamiento y valores:

- Vive en un piso compartido para reducir sus gastos y la huella de carbono.
- Busca un supermercado que ofrezca productos sostenibles y locales, que apoyen tanto la economía local como sus principios ecológicos.

- No quiere contribuir al desperdicio de alimentos por imperfecciones visuales, especialmente en productos agrícolas como el arroz.

Desafíos:

- Le cuesta encontrar un supermercado que atienda sus necesidades, que ofrezca productos frescos, locales y con prácticas que respeten sus valores ecológicos.

Objetivos:

- Acceder a productos frescos y locales que respeten el medio ambiente y eviten el desperdicio de alimentos.

Canales de compra:

- Prefiere comprar en lugares que ofrezcan opciones conscientes y sostenibles, ya sea en tiendas físicas o en línea.
-

**Fede, 43 años:**

Ocupación: Actualmente sin trabajo

Situación económica:

- No tiene un poder adquisitivo elevado, por lo que busca opciones económicas sin sacrificar calidad.
- Vive en un piso pequeño en Orriols, lo que le hace ser más consciente de sus gastos y elegir con cuidado sus compras.

Intereses y pasiones:

- Alimentación responsable: Raúl valora profundamente los alimentos, aunque no sean perfectos visualmente, y prefiere no desperdiciar ni una pequeña parte. Cada trozo de pan tiene valor para él.
- Preferencia por lo local: Siempre que puede, opta por comprar en comercios locales de confianza que ofrezcan productos de proximidad. Rechaza las grandes cadenas de supermercados con productos importados y prefiere apoyar la economía local.

Comportamiento y valores:

- Búsqueda de calidad a buen precio: Aunque su presupuesto es limitado, busca alimentos que sean de buena calidad y no le importa si no tienen el mejor aspecto.
- Cuidado del desperdicio: Está muy comprometido con reducir el desperdicio de alimentos, lo que le lleva a aprovechar al máximo los productos que compra.

Desafíos:

- Dado su presupuesto ajustado, le cuesta encontrar productos de calidad a precios bajos, sobre todo aquellos que provienen de comercios locales.

Objetivos:

- Acceder a productos locales y frescos a precios asequibles, sin preocuparse demasiado por la apariencia de los alimentos.
- Reducir el desperdicio de comida y asegurarse de que cada alimento se aproveche al máximo.

Canales de compra:

- Prefiere comprar en mercados locales, tiendas pequeñas o comercios de confianza que ofrezcan productos de proximidad.