

SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Segmentación demográfica

Nuestro público objetivo está formado principalmente por:

- Personas de entre 30 y 65 años.
- Nivel de ingresos medio-alto y alto.
- Consumidores con nivel educativo medio o alto, interesados en la gastronomía y la calidad del producto.
- Parejas, familias pequeñas y adultos sin hijos.

Segmentación geográfica

- Clientes residentes en zonas urbanas y semiurbanas, donde existe mayor acceso a productos gourmet.
- Especial interés en consumidores que viven a una distancia razonable de las granjas, facilitando la realización de visitas y experiencias.
- También se considera el turismo gastronómico, tanto nacional como regional.

Segmentación conductual

- Personas con interés por la gastronomía, la cultura culinaria y los productos artesanales.
- Clientes que buscan productos exclusivos o diferenciados, valorando siempre la autenticidad y sostenibilidad
- Consumidores dispuestos a pagar más por una experiencia completa (producto + visita + aprendizaje).
- Compras ocasionales para regalos, celebraciones o eventos especiales.
- Estilo de vida orientado a las experiencias, no solo al consumo del producto.

Mini estudio de mercado

Según las estadísticas mostradas en Statista, donde las personas han votado en función de si les gustaría, además de poder disponer del producto, poder conocer el origen y el proceso de este, y estas han sido las respuestas:

Respuestas

- Sí, además de consumir el producto, estoy interesado en conocer su proceso: 65%
- Solo compraría el producto: 27%
- No, no es algo que me interese: 8%

