

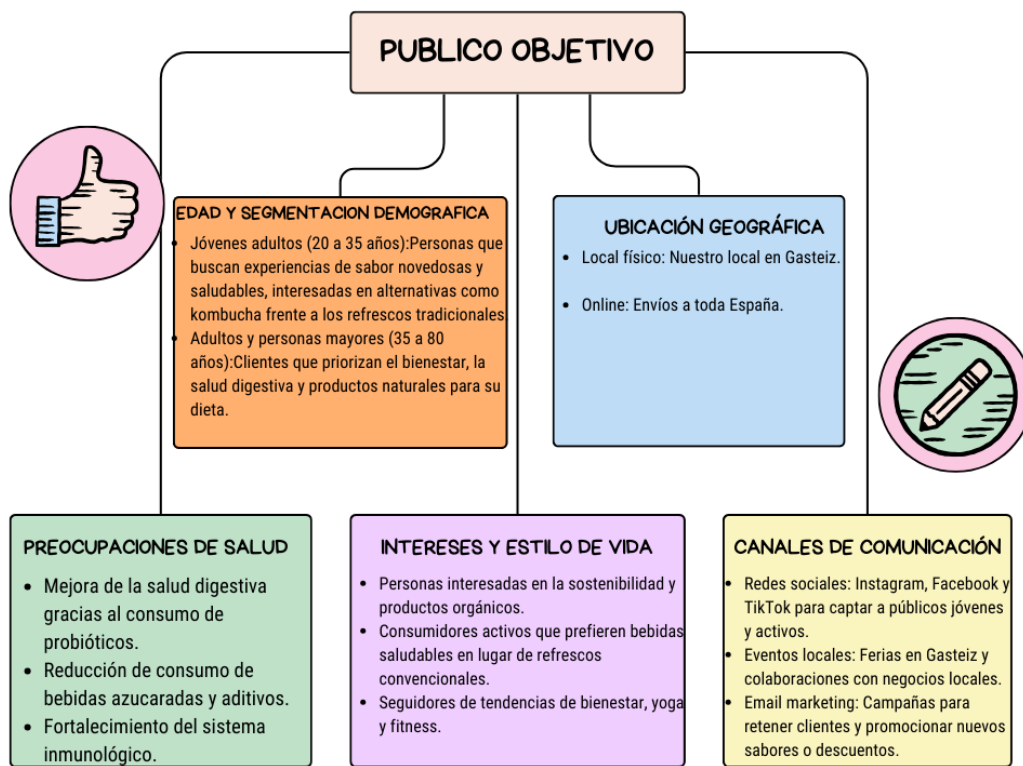
- **SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.**

- a. Definir con claridad quién es nuestro cliente objetivo.**

El cliente objetivo de kombuchek está formado principalmente por personas que buscan cuidar su salud y bienestar sin renunciar al placer de disfrutar de una bebida refrescante y con buen sabor. Son consumidores conscientes, informados y con interés por llevar un estilo de vida equilibrado, que valoran tanto la calidad del producto como el impacto que este tiene en su entorno.

En general, nuestro público se encuentra en un rango de edad entre los 20 y los 35 años, adultos y personas mayores de 35 a 80 años con un nivel medio o medio-alto de estudios, y con hábitos de consumo responsables.

Suelen interesarse por temas como la nutrición, el deporte, el medioambiente y el bienestar emocional. También valoran las marcas locales, los productos artesanales y las iniciativas que promueven la sostenibilidad y la autenticidad.



b. Diferentes segmentos de clientes

Dentro del público objetivo podemos distinguir tres segmentos principales:

1. **Consumidores saludables:** Personas que priorizan el bienestar físico y buscan productos naturales, sin azúcares añadidos ni conservantes. Les interesa la kombucha por sus beneficios digestivos y probióticos.
2. **Consumidores sostenibles:** Personas comprometidas con el medioambiente y la economía local, que prefieren marcas con valores éticos y envases reutilizables.
3. **Jóvenes conscientes:** Un público más joven, entre 20 y 35 años, que combina el interés por la salud con la curiosidad por probar productos nuevos, diferentes y con estilo. Este segmento busca experiencias, no solo productos, y conecta con la estética y los valores de kombuchek.

Estos tres grupos comparten una motivación común: cuidar de su cuerpo y su entorno sin perder autenticidad ni disfrute. Por eso, Kombuchek no se limita a vender una bebida, sino que ofrece una experiencia de consumo saludable, sostenible y coherente con los valores actuales.