

2SEGMENTACIÓN DE MERCADO

La segmentación de mercado se basa en criterios demográficos, sociales o económicos, lo que nos permite adaptar nuestra oferta, comunicación y servicios a las necesidades de los clientes y aumentar las posibilidades de éxito en el proyecto.

El proyecto está dirigido a un segmento de mercado concreto, formado principalmente por jóvenes, estudiantes universitarios y personas adultas concienciadas con la salud y el cuidado del medio ambiente. Este público objetivo se caracteriza por valorar los hábitos de vida saludables, el consumo responsable y la sostenibilidad en sus decisiones de compra.

Los clientes potenciales suelen buscar lugares donde puedan consumir productos naturales y de calidad, además de espacios cómodos donde pasar el tiempo estudiando, leyendo, trabajando o socializando. Son también personas activas en redes sociales, interesadas en nuevas tendencias y dispuestas a probar propuestas innovadoras (sobre todo si coinciden con sus valores personales).

Desde un punto de vista geográfico, el proyecto se enfoca en zonas urbanas o cercanas a centros educativos, donde existe una mayor concentración de este tipo de público. Por otro lado, en cuanto al punto de vista económico, se dirige a un perfil con ingresos medios, ofreciendo precios accesibles para estudiantes sin renunciar a la calidad del producto.