SEGMENTACION DE MERCADOS

Identificación y caracterización de los segmentos del mercado

CARACTERÍSTICAS DE LOS SEGMENTOS

PRODUCTO: alimentos orgánicos vegetales (segmento 1) – café tostado orgánico con CBD (segmento 2) – sector gastronómico, tortas y postres libres de azúcar (segmento 3)

VARIABLE DE SEGMENTACION:

Segmento (Tipo de Cliente)	Tamaño del Segmento	Beneficio Buscados	Factores decisivos en la compra	Canal de distribución (donde adquieren el producto o servicio)	Otros factores: Frecuencia de uso, nivel de fidelidad a la marca
Segmento 1: deportistas	Todas las edades, todos los niveles, profesionales, recreativos.	beneficios para la salud, prevención de enfermedades, bienestar general.	Un producto 100% orgánico, sin presencia de conservantes, sin presencia de insecticidas, acto para todo tipo de deportista, trazabilidad del producto, certificados.	Redes sociales, grandes superficies, tiendas fitness, mercados orgánicos.	Frecuencia de uso: diario, un producto con un valor agregado.
Segmento 2:	Mayores de 18 años,	Energía, vitalidad, menor ansiedad,	Producto orgánico, libre de insecticidas	Redes sociales, grandes superficies, mercados	Frecuencia de uso: diario, un producto con un valor

Trabajadores del sector publico	**menores de 62 años.**	**mayor capacidad de atención .**	**y libre de conservantes, excelentes resultados en manejo de ansiedad debido al sustrato de CBD.**	**orgánicos, tiendas de café, tiendas fitness, cafés especializados, coffee shops.**	**agregado, con grandes posibilidades de fidelización de clientes, debido a su innovación.**
Segmento 3: **Personas con alguna patología tipo diabetes**	**Todas las edades.**	**Generar la satisfacción que generan los alimentos dulces en este caso tortas y postres, sin generar ningún tipo de daño a la salud y sin generar discriminación a ningún tipo de persona con dicha enfermedad.**	**100% libre de azúcar** **Misma sensación y placer al momento de degustar dichos postres y tortas, producto acto para todo tipo de personas.**	**Redes sociales, panaderías especializadas, cafés en general, tiendas fitness.**	**Frecuencia de uso: diario, ampliación del mercado.**
Segmento 4:					
Segmento 5:					

Conclusión: productos diferenciados, con gran posibilidad de éxito, trazabilidad, certificaciones y que generan un impacto positivo en la salud, con segmentaciones en el cual se esperan buenos resultados.