

## SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Para este proyecto tenemos que diferenciar a nuestro público en dos claros grupos, las superficies en las que colocaremos las máquinas de reciclaje y la gente que participará reciclando.

## SUPERFICIES DE VENTA

En este grupo englobamos centros comerciales, Hipermercados, Supermercados, Parques comerciales y demás variantes. Según el tamaño del establecimiento se podrían hacer diferentes ofertas, según el público de cada uno de ellos. Por ejemplo en centros grandes con más servicios, se podrían aplicar los descuentos en otros establecimientos del mismo centro comercial, descuentos en el cine o en algún restaurante. En centros más pequeños los descuentos pueden ir en alguna sección en concreto, o en general en cuanto a la compra.

Lo que estos establecimientos obtienen de estas máquinas es una mejor imagen, relacionada con el medio ambiente y con la comunidad. Por otro lado, al ofrecer estos descuentos pueden abrirse a más clientes.

## PERSONAS QUE COLABOREN RECICLANDO ENVASES

Principalmente nosotros creemos que los grupos más interesados pueden ser tres.

Los jóvenes tanto viviendo con sus padres como independizados, ya que los comienzos son difíciles y cualquier ayuda es de agradecer. Además de poder obtener, como ya hemos mencionado antes descuentos en otros servicios de grandes superficies.

En segundo lugar Matrimonios con hijos, ya que al ser más gente en casa se generan más residuos reciclables, y adoptando los padres esta actitud conciencian a los hijos a ello, convirtiéndose esto en costumbre para generaciones futuras.

Por último, el público más adulto, podríamos llamarlos amañas y aitonas, y sobretodo amañas que van a la compra. Debido al tipo de centros que suelen visitar que suelen ser Supermercados cercanos a su casa, la oferta sería un descuento en la compra. Con esto podemos intentar concienciarlos también para que reciclen, ya que al ser otra generación puede costarles un poco más acostumbrarse a estos cambios.