



## **B- SEGMENTACIÓN DEL MERCADO**

### **1. Introducción**

Primero realizaremos una introducción a la cocina y los problemas que puede llegar a tener tanto en España como en el resto del mundo pues es una actividad realizada por la gran mayoría personas. El momento de llegar a casa y ponerse a cocinar es un gesto que puede dar problemas si no estamos preparados adecuadamente.

Un dato a señalar es que últimamente la cocina está generando mucha expectativa y revuelo debido a programas televisivos que han ido surgiendo a lo largo de los últimos años, como puede ser, MasterChef (2013) y todas sus variantes (MasterChef Celebrity (2016), MasterChef Junior etc), u otros como Top Chef (2013) o Pesadilla en la cocina (2012). Los cuales están atrayendo grandes cifras de espectadores a sus programas, como ocurre con MasterChef que cerró este último año con una audiencia de espectadores.

Además de esto hay que tener en cuenta a grandes cocineros de la televisión como Karlos Arguiñano, el cual lleva en nuestros televisores desde 1992, participando así como protagonista de varias series desde entonces. Actualmente le podemos encontrar en el programa “Karlos Arguiñano en tu cocina” donde nos muestra distintas recetas para cada día.

Gracias a todos estos programas que nos están acercando la cocina a nuestras casas, puesto que nos facilitan el conocer nuevos platos y como prepáralos. Pero bien es sabido que en estos programas la cocina puede resultar muy fácil, pero todos nosotros sabemos que no es así, por lo que hemos decidido crear un producto el cual pueda ayudar a facilitar las labores en la cocina.

Esto consistirá en una ayuda a todas las familias y personas mayores o como preferimos llamarlas ‘séniors’, puesto que podemos llegar a pensar que son los más perjudicados en cuanto a lo que accidentes de cocina.

Pues el distraerse un momento con los hijos o nietos, o incluso al intentar ir a coger una llamada puede que acabe arruinando la comida del día, así que de este modo gracias a nuestro producto podrán estar más tranquilos pues en caso de necesitarlo el programa ayudará tanto a familias como séniors a



ahorrarse tiempo en caso de accidente y no tener que repetir la comida, pues el programa será capaz de avisar antes de que ocurra.

## **2. Segmentación del mercado**

A continuación, se van a enumerar los focos en los que vamos a actuar, y en los que se situarán nuestros mejores clientes.

1. **Familias con hijos:** es un grupo bastante amplio de personas a las cuales nuestro producto les puede servir de gran ayuda, puesto por lo comentado anteriormente pueden ser los más dado a tener accidentes. Esto es porque es fácil que haya problemas a la hora de ponerse a hacer la comida tras llegar a casa con los hijos del colegio, porque los niños a veces se sienten tentados a distraer a sus padres. O incluso los padres que se distraigan con una simple llamada telefónica.
2. **Los 'séniors':** sobretodo les incluimos en nuestro foco por el hecho de que una gran mayoría prefieren cocinar en una cazuela a en una olla express, lo cual lleva más tiempo. Los accidentes que pueden sufrir es que se les olvide lo que estaban cocinando, se distraigan con la televisión, con una llamada o cualquier otra distracción.

Estos son problemas reales del día a día, los cuales pueden ocurrir perfectamente, pues un despiste lo puede tener cualquiera. Pero mientras se tuviera activo nuestro producto nadie tendría nada de qué preocuparse, y todos podríamos estar más tranquilos a la hora de cocinar.

## **3. Estrategia de mercado**

Tras esta introducción y nuestra propuesta de segmentación del mercado nos disponemos a exponer nuestras estrategias de mercado y fijar nuestros clientes objetivo.

En primer lugar vamos a hablar de la segmentación del producto-mercado teniendo en cuenta la matriz de Ansoff, según la cual nuestra estrategia se encontrará dividida en dos fases o etapas según acuerde la junta directiva de la empresa.



Nuestra primera estrategia que abarca los 5 primeros años utilizaremos una estrategia de penetración en el mercado, que consiste en usar el producto que tenemos diseñado en el mercado actual. Esto quiere decir que nos centraremos en usar todos nuestros recursos en incluir nuestro producto dentro del mercado.

A continuación, más o menos a partir del año 5 dependiendo de cómo estén las circunstancias de la empresa. Esto supondría el comienzo de una segunda etapa en la cual invertiríamos parte de nuestro capital en un Desarrollo del mercado, donde con nuestro mismo producto buscaríamos otros mercados, probablemente en un inicio ampliándolo a todas las Comunidades Autónomas de España y en un futuro dependiendo de las circunstancias, consideraríamos la opción de acceder a un mercado internacional.

#### Productos

		Productos	
		Existentes	Nuevos
Mercado	Existentes	Desde el primer día hasta los 5 años	No se ha contemplado la posibilidad de producir productos nuevos
	Nuevos	A partir de los 5 años	