

## 2. Segmentación de mercado



**Mercado masivo**, al dirigirse en general a los habitantes del Principado de Asturias, cada vez más concienciado con la necesidad de reducir, en primer lugar el consumo de plásticos de un solo uso y en general con el convencimiento y la necesidad de cuidar cada vez más el planeta.

La **estrategia** de crecimiento de la empresa será la de **especialización**, llevando a cabo, primero, una penetración de mercados, seguido de un desarrollo de mercados para terminar con un desarrollo de productos según este esquema:

### Primera fase

#### Dirigida al público objetivo asturiano

1. Dirigirnos en un primer momento principalmente hacia los **acontecimientos deportivos** previstos en nuestra comunidad autónoma, realizando en ellos, tanto el patrocinio de dichas actividades, como una gran campaña de marketing con el objeto de dar a conocer nuestro nuevo sistema de tomar agua sin envases de ningún tipo.
2. Al igual que consideramos en un primer momento ofrecer nuestro producto en eventos deportivos, también consideraremos más adelante, después de llevar a cabo un estudio de mercado de los mismos, dirigirnos a cualquier **otro tipo de eventos multitudinarios y masivos**, como conciertos musicales o fiestas populares.

#### Eventos en Asturias

[https://www.turismoasturias.es/agenda-de-asturias/deporte/resultados?p\\_p\\_id=caleventweek\\_WAR\\_caleventportlet\\_INSTANCE\\_jrocMeS144cd&p\\_r\\_p\\_564233524\\_snext=&p\\_r\\_p\\_564233524\\_sdates=20-01-2020,21-1-2020,22-1-2020,23-1-2020,24-1-2020,25-1-2020,26-1-2020,27-1-2020,28-1-2020,29-1-2020,30-1-2020,31-1-2020,1-2-2020,2-2-2020,3-2-2020,4-2-2020](https://www.turismoasturias.es/agenda-de-asturias/deporte/resultados?p_p_id=caleventweek_WAR_caleventportlet_INSTANCE_jrocMeS144cd&p_r_p_564233524_snext=&p_r_p_564233524_sdates=20-01-2020,21-1-2020,22-1-2020,23-1-2020,24-1-2020,25-1-2020,26-1-2020,27-1-2020,28-1-2020,29-1-2020,30-1-2020,31-1-2020,1-2-2020,2-2-2020,3-2-2020,4-2-2020)

3. En general, intentaremos implantarnos a través de las **grandes superficies**, dentro de las secciones que estas empresas tengan para el agua. No olvidemos que nuestra intención es llegar a ser una empresa participada con una envasadora de nombre y prestigio que ya existe en nuestra comunidad autónoma.
4. A nivel local, situar nuestro producto en los **centros comerciales preferentemente de la zona central** de Asturias ( Gijón, Avilés, Oviedo, Siero),

5. **Comercio On-line**

a través de nuestra página web: sistema de compra y pago a través de internet, al público en general, de nuestro producto, ofreciendo distintos formatos y capacidades de nuestras perlas de agua, .

6. Por último nos pondremos en contacto con **asociaciones y tiendas ecológicas** de nuestra comunidad autónoma, cuyos clientes están especialmente concienciados con el tema de la ecología y la sostenibilidad del planeta, y por tanto a considerar modos alternativos de tomar agua.

## **Segunda fase**

Siguiendo las mismas peculiaridades que en el mercado asturiano, lanzar nuestra **oferta al resto de España**.

Posteriormente, y en función de la evolución de las ventas en estos territorios, introduciremos nuestro producto en el mercado europeo.

## **Tercera fase**

**Ofrecer nuevos productos esferificados** como zumos naturales, refrescos, salsas, incluso cosméticos evitando utilizar plásticos de un solo uso.