

SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Nuestro proyecto consistirá en un **Centro de fabricación de productos ecológicos** a partir de residuos agroforestales y micelios de seta de ostra, en la que el micelio actúa como “pegamento” que mantiene cohesionada y compacta la estructura.

Este proyecto está pensado principalmente para realizar, sobre todo, elementos funerarios (ataúdes), material de construcción:(Ladrillos y paneles...), elementos de hogar (sillas, mesas, macetas, lámparas...), elementos de embalaje (cajas...) y pasta de micelio uso industrial y talleres en centros educativos.

Para determinar la segmentación de mercado es muy importante el estudio de las variables que puede afectar a nuestra empresa de ahí que hallamos utilizado para este estudio fuentes secundarias para determinar tanto el macroentorno como el microentorno.

A continuación, exponemos el estudio de mercado:

MACROENTORNO:

Existen variables macroeconómicas del entorno que nos pueden afectar a nuestro negocio como son:

- + **Factores Políticos Normativos:** nuestra actividad esta supervisada por el cumplimiento de las normativas de medio ambiente que facilita la implantación de nuestra idea:
 - **Ley 21/2013 de Evaluación Ambiental:** es la principal ley reguladora del medio ambiente en España. Establece los principios de evaluación del impacto ambiental que deben tenerse en cuenta para cuidar de forma efectiva de la naturaleza y la salud de las personas.
 - **Ley 26/2007 de Responsabilidad Medioambiental:** Formula las obligaciones ambientales que tienen las empresas de cualquier sector económico, entre las que se incluyen prevenir, evitar y reparar cualquier perjuicio ejercido sobre el medio ambiente.
 - **Ley 22/2011 de Residuos y Suelos Contaminados:** Esta normativa medioambiental establece los criterios que regulan la gestión de los residuos que se generan en los distintos procesos productivos, fijando medidas de actuación para evitar la contaminación del suelo y daños en el estado de salud de los seres vivos.
- + **Factores Científico-tecnológico:** va a ser una variable que va a determinar la viabilidad de nuestro proyecto, bien por el uso que podamos hacer de la tecnología para la promoción del proyecto (página web) como para proceso de elaboración de la pasta de micelio. (Maquinaria).
- + **Factores Socioculturales:** son una oportunidad debido a la cultura del cuidado del medio ambiente y del planeta.
Nos basamos en los ODS de la agenda 2030:

- Número 11: ciudades y comunidades sostenibles.
- Número 12: producción y consumo sostenible.
- Número 13: acción por el clima.

Con nuestro proyecto buscamos la disminución de estos residuos y concienciar a la sociedad de que se puede obtener productos sostenibles, ecológicos y biodegradables.

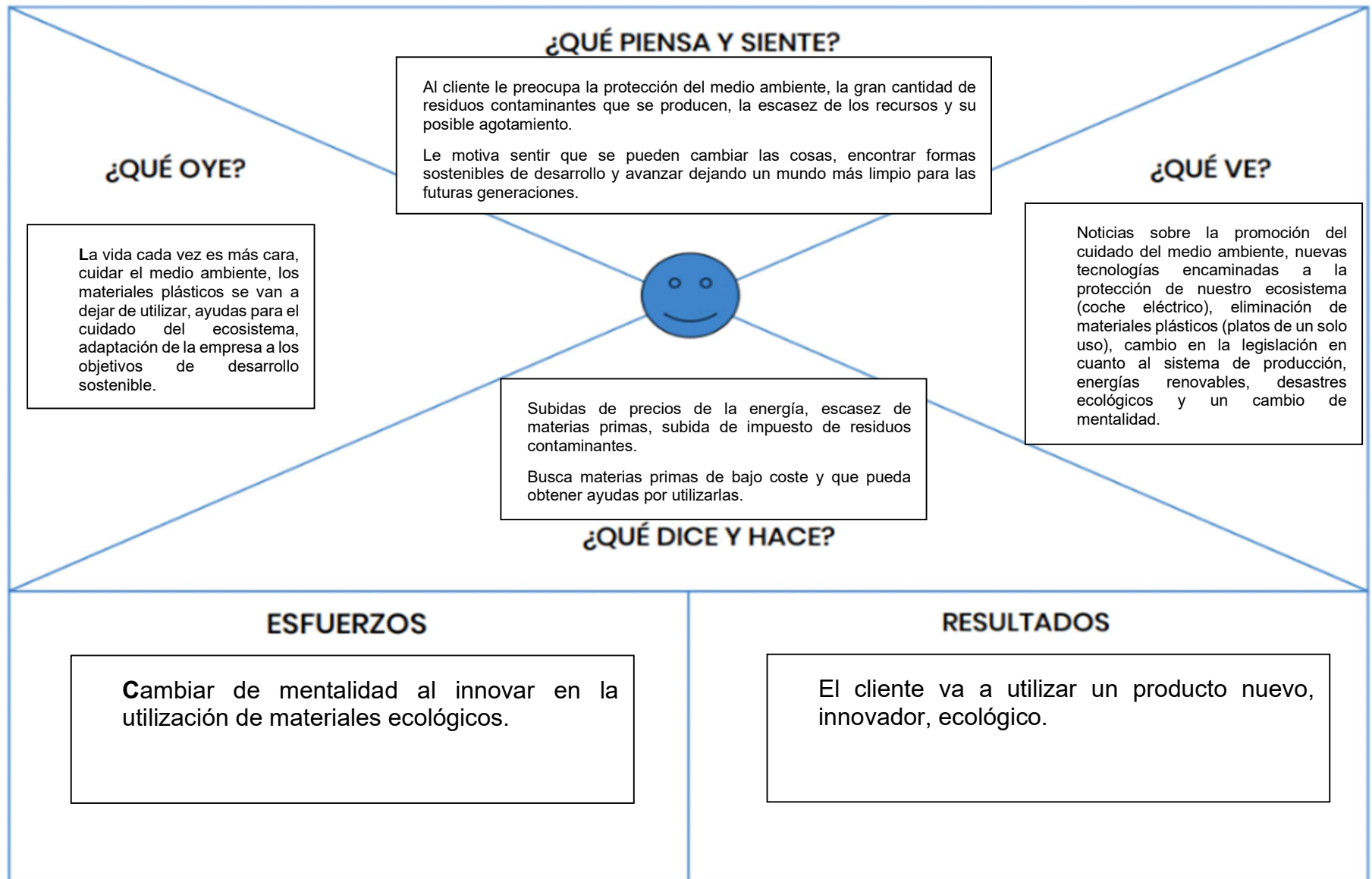
- + Factores Económicos: la actividad económica según la fuente Dirección General de Economía y Estadística del Banco de España (2021-2023) mantiene un tono expansivo con indicios de cierta moderación.
 - Inestabilidad del PIB según las previsiones de la comunidad europea es finalizar con el 5,5 % en el 2022 y para el 2023 el 4,4%.
 - La incertidumbre sobre las sendas de recuperación de consumo y sobre la evolución de la tasa de ahorro es elevada.
 - Ayudas al emprendimiento a través de microcréditos y estrategias de emprendimiento de la junta de Castilla y León.
 - Subvenciones para la creación de empresas cofinanciadas por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).
 - Subvenciones para financiar proyectos empresariales para fomentar la innovación en el ámbito tecnológico de las pymes cofinanciadas por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).

MICROENTORNO:

- + Clientes:

Como hemos comentado ya en apartados anteriores, nuestros principales clientes serán empresas de elementos funerarios: (ataúdes), material de construcción:(Ladrillos y paneles...), elementos de hogar (sillas, mesas, macetas, lámparas...), elementos de embalaje (cajas...), pasta de micelio de uso industrial y talleres en centros educativos.

MAPA DE LA EMPATIA



+ Competencia:



La industria de elaboración a partir de micelios no es muy común en el territorio nacional. Solo a nivel internacional hemos podido estudiar en el Reino Unido y en los Países Bajos. Nuestra estrategia es aprender con la competencia y mejorar nuestros productos consiguiendo una diferenciación en el servicio.

Estas diferencias son:



- Elaborar un producto local y más artesanal con costes reducidos debido al bajo coste en logística.
- Diversidad de servicios y productos que elaboramos

A continuación, presentamos en este estudio las características nuestra competencia:

COMPETENCIA

Empresa: Nombre y logo	Dirección	Tipo de empresa	Política de precios	Tipos de clientes	Observaciones DAFO
MAGICAL MUSHROOM COMPANY 	Reino Unido D6 Sandown Industrial Park, Mill Road, Esher, Surrey, KT10 8BL	Empresa de fabricación de embalajes, envases y productos de interior.	Envase – 3€ a 6€ Embalaje – 2 € Protector de esquina – 1 €	Similares a los que está orientada nuestra empresa	Debilidades : Poca variedad de productos Fortalezas : Productos muy baratos
GROWN Bio 	Países Bajos Hogewaard 21D 6624 KP Heerwaarden	Empresa de fabricación de embalajes, envases y productos de interior.	Productos de interior Lámparas – 130€ a 600 € Envase – 35€ a 60€ Embalaje – 15€ a 25€ Ladrillo – 7,25€ Panel - 900€	Similares a los que está orientada nuestra empresa y	Debilidades : Productos muy caros Fortalezas : Productos de buena calidad , con buen acabado y gran variedad de productos.

PROVEEDORES

Empresa: Nombre y logo	Dirección	Tipo de empresa	Email	Teléfono	Precios
<p>LA CASA DE LAS SETAS</p> 	<p>España C/ San Roque 3 bajo izda, 12004 Castelló</p>	<p>Distribución de productos de fungicultura</p>	<p>info@lacasadelassetas.com</p>	<p>964096680</p>	<p>Micelio Pleurotus ostreatus 30 l industrial - 60€</p>
<p>Reciclados Forestales Asturianos S.L</p>  <p>RECICLADOS FORESTALES ASTURIANOS S.L RESIDUOS</p>	<p>España Paseo del Pilarin, 13, Valdes, 33700 , Asturias</p>	<p>Fabricación de sustratos vegetales a partir de residuos forestales.</p>	<p>-----</p>	<p>636995577</p>	<p>70 sacos de 15kg - 300€</p>

Análisis DAFO:

Estudiado el entorno y todo lo que nos puede afectar, presentamos el análisis DAFO de nuestra empresa:

<u>DEBILIDADES</u>	<u>AMENAZAS</u>
<p>Idea novedosa/ nueva por lo que los clientes desconfíen al inicio.</p> <p>Un material poco probado.</p> <p>Poca experiencia en el sector.</p> <p>Un material con una producción más lenta</p> <p>Necesidad de personal cualificado en conocimientos de micología.</p> <p>Necesidad de financiación media, alta.</p>	<p>Amenaza de la competencia debido a la similitud en los productos con otros materiales.</p> <p>Pese a la eliminación de los materiales plásticos la sociedad sigue utilizando dichos materiales.</p> <p>Descenso de la previsión de crecimiento para años sucesivos.</p>
<u>FORTALEZAS</u>	<u>OPORTUNIDADES</u>
<p>Ofrecemos un producto nuevo.</p> <p>Los beneficios que proporciona al medio ambiente.</p> <p>Se promueve productos sostenibles, ecológicos y biodegradables.</p> <p>Somos innovadores en el mercado con este tipo de material al ser novedoso y testado por laboratorio independientes</p> <p>Ser líder en el mercado de este tipo de material, nadie más lo hace en España.</p> <p>El entorno nos observa como una empresa verde que cuida el medio ambiente.</p> <p>Ausencia de competencia directa en la gestión de productos similares.</p>	<p>La sociedad debido a eventos internacionales (Cumbre del clima celebrada en Glasgow, Reino Unido) del 1 al 12 de noviembre de 2021 concienció a la sociedad de la necesidad de utilizar energías limpias y no contaminantes.</p> <p>Bajo valor del Euribor en la zona euro.</p> <p>Aumento de las subvenciones destinadas a financiar gastos de inversión y de innovación de la comunidad de Castilla y León a nivel nacional e internacional.</p> <p>Facilidad de implantar empresas en zonas rurales de la España vaciada.</p>

Ante estos datos se puede proponer las siguientes estrategias:

Estrategia ofensiva (Fortaleza + Oportunidades): el producto al ser pionero en el país existe escasa competencia y favorecido por un aumento de la conciencia sobre la ecología de tal manera que es posible que podamos expandirnos sobre todo en zonas rurales.

Estrategia defensiva (Fortaleza + Amenazas): ante el uso de la utilización de materiales contaminantes que viene haciéndose a lo largo de estos últimos años ofrecemos un material al entorno no le produce rechazo.

Estrategia de reorientación (Debilidades + oportunidades): al ser un material poco probado y estudiado, el aumento de la conciencia ecológica y de las ayudas I+D+D+I potenciará los estudios e investigaciones que podrá hacernos dirigir nuestra empresa hacia otros cambios y mercados.

Estrategia de supervivencia (Debilidades + amenazas): al ser un producto nuevo que puede ser sustituido por otro con costes más bajos y la necesidad de recursos humanos especializado es necesario una gran promoción de nuestro producto con el fin de