



Segmentación de mercado

Los segmentos de mercado definen los diferentes grupos de personas u organizaciones a los que una empresa pretende dirigirse y dar servicios.

La empresa "Portatuppers" se caracteriza como mercado masivo ya que ofrece la solución a problemas comunes. En este caso, el problema que los clientes sufren es la incapacidad de poder calentar su comida al instante en cualquier lugar. Esta dificultad la tienen una gran cantidad de personas y a través de un aparato electrónico se les ofrece la oportunidad de solventarlo. Por esta razón, la segmentación de mercado de la empresa "Portatupper" es denominada mercado masivo.

No sería un mercado de nichos ya que se caracteriza por dirigirse a un público muy específico y bien diferenciado. Además, en este mercado la propuesta de valor, los canales de distribución y las medidas deben de estar diseñadas a medida del cliente, y nuestro producto no lo está. Por otro lado, tampoco lo podríamos clasificar en mercado segmentado debido a que este modelo de negocio va dirigido a consumidores que poseen ciertas necesidades y problemas

El público de la empresa es muy amplio, el producto se dirige desde los 13 años y no hay edad límite.

Sociedades

Su mayor público son los colegios, los alumnos de los colegios lo utilizan para el comedor del colegio, ya que el colegio no proporciona el servicio de comedor si no que hay una zona asignada para que los alumnos coman su comida. Además de eso, también lo utilizan para las excursiones. También muchos trabajadores de empresas lo utilizan para lo mismo.

La empresa no es un mercado diversificado ya que por ahora tiene solamente un producto. Más adelante se prevé sacar diferentes productos para atraer a diferente clientela y así diversificar la empresa. Y por esto, tal vez, en un futuro el negocio tome una dirección diferente.



PORTATUPPER