
Segmentación de mercado

Nuestro modelo de negocio se vincula a dos tipos de actividad económica: por una parte la **gestión de parques eólicos** y por otra la **construcción**. Así pues, encontramos diferentes tipos de clientes en ALA-2. atiende a un **mercado multilateral**, compuesto por segmentos de mercado muy específicos:

En primer lugar, como **clientes directos** contamos con las **empresas que explotan los parques eólicos** necesitan la **recogida** selectiva de las palas en desuso, que será **efectuado por empleados de ALA-2**. De esta forma obtendremos la materia prima reutilizada que emplearán otros de nuestros **clientes potenciales**: las **empresas constructoras**. Según la AEE (Asociación Empresarial Eólica Española), actualmente en España encontramos más de 1.260 parques eólicos, de los cuales 39 se encuentran en la Comunidad Valenciana.



Dentro del segmento de la construcción, distinguimos entre **clientes directos e indirectos**, cuyas necesidades difieren y por tanto serán atendidas de manera diferenciada. Primeramente, nuestros **clientes directos** serán los agentes que deciden sobre los proyectos y materiales, que



son quienes tienen la capacidad de escoger como materia prima nuestras palas reutilizadas. En unas ocasiones serán las **propias constructoras**, en otras ocasiones serán las **consultoras de ingeniería o arquitectura** que elaboren el proyecto de cualquier construcción.

Cabe destacar que, el producto que ofrece ALA-2, satisface las necesidades de reciclaje (hasta ahora ignoradas por parte de las empresas eólicas), a la par que apoya al sector de la construcción al proporcionar materiales más económicos. En definitiva, el compromiso con el medio ambiente constituye la base del proyecto, pues el producto vendido a estas empresas, será un material 100% reciclado.

Como **clientes indirectos o clientes finales** tendremos a **quienes realizan el encargo** de la construcción, es decir, **el comitente o propietario**; los clientes finales son quienes aprueban los proyectos que encargan, de modo que debemos convencerlos del valor de nuestro material. En definitiva, se trata de los **clientes de las propias empresas constructoras**, pues estos disfrutarán de las instalaciones diseñadas y construidas por nuestros materiales.



El perfil de nuestro clientes se define por los siguientes rasgos:

- Nuestros clientes serán **personas o empresas con un alto compromiso medioambiental**, que escogen nuestro material por su **sostenibilidad**.
- **Con mentalidad abierta al cambio y la innovación**, que les incline a **aceptar materiales novedosos y diseños vanguardistas**, estéticamente rupturistas.
- Respecto a su **capacidad económica**, el uso de materiales económicos de construcción **no condiciona el perfil de clientes**, pues extiende nuestra clientela desde quienes buscan el ahorro económico (empresas, particulares o instituciones con recursos limitados) a quienes aprecian los otros valores apuntados de nuestro material por encima de su coste económico. Es por ello que se trata de un negocio que se ajusta al poder adquisitivo de cada cliente.
- Geográficamente, nos ceñiremos a clientes cuya actividad se desarrolle en territorio peninsular por razones logísticas y organizativas.

Garantías de producción

Cabe destacar que, **respecto a la viabilidad del proyecto en función de la materia prima disponible**, las estadísticas indican que en España, según datos de la AEE¹, de los más de 27.000 MW eólicos instalados, alrededor de 11.000 MW tienen más de 15 años, de ellos unos 3.500 MW tienen una antigüedad superior a los 20 años. Por tanto, se estima que **alrededor de 10.000 palas se desmantelarán en 2025, lo que supone más de 40.000 toneladas de residuos.**

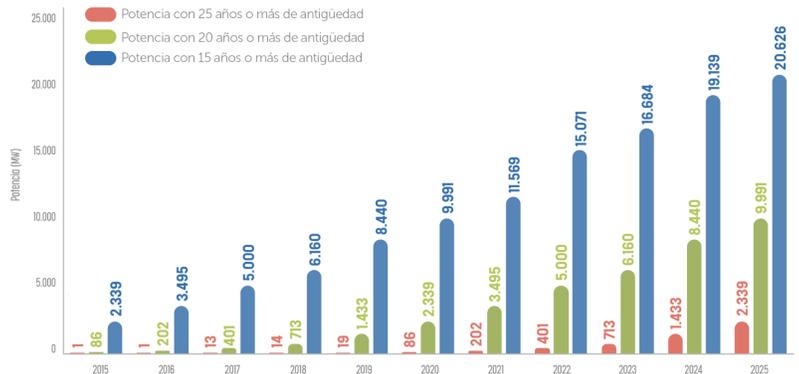
Como se muestra en la siguiente gráfica, la disponibilidad de palas en desuso aumenta cada año, por lo que **ALA-2 encuentra una gran cantidad de materia prima para desarrollar su actividad.** Por lo que respecta a la **viabilidad económica del proyecto en función de la demanda de nuestros**

clientes, la nueva obra se ha disparado desde la pandemia, y se prevé que aumente los próximos años. Además, con la reciente inflación causada por la gran inestabilidad que atraviesa el mundo, los materiales de construcción tradicionales han experimentado una subida importante de precio a la vez que escasean, hechos que derivan en el encarecimiento de la nueva obra. Según el portal inmobiliario Idealista, *"la inflación está encareciendo entre un 15% y un 20% los materiales principales de la construcción, como el aluminio, el hierro y la madera, y, por tanto, se está construyendo mucho menos de lo que la demanda solicita"*.

Por otro lado, nuestra empresa presenta unos precios muy competitivos, pues, la transformación y procesamiento de las palas no supone un gran coste, por lo que su **precio de venta es muy inferior** con los materiales tradicionales. Además, como ya se ha mencionado, nos encontramos ante un auge de palas en desuso, por lo que a corto-medio plazo no se experimentará escasez de material.

Evolución de la antigüedad del parque eólico español (MW)

Fuente: elaboración AEE



¹ Fuente: [AEE. Evolución de la antigüedad del parque eólico español.](#)