

## SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Nuestro producto está dirigido a personas con celiaquía pero también aquellas con dietas específicas, que elijan no incluir gluten en su alimentación por elección propia.

Se trata de un **mercado de nicho**, ya que el grupo de personas al que nos dirigimos (celíacos) tienen una serie de necesidades específicas hacia las que queremos dirigir nuestro nuevo sistema de detección de gluten, que por sus características de facilidad de uso y coste bajo mejorarán sus condiciones de vida.

En el mundo un 1% de la población es celíaca, aunque muchos de ellos lo desconocen. En España actualmente entre un 2% y 3% de la población es celíaca, es decir, entre 450000 y 900000 personas.

Y a nivel asturiano la población celíaca asciende a más de 10000 personas.

**Comenzaremos con un mercado local**, en cuanto a la forma de comercio tradicional de nuestra distribución que realizaremos en Asturias, ya que se hará llegar a él de una forma más directa y rápida.

Posteriormente se realizará a otras zonas de España y del resto del mundo a través de nuestra **comercio on line**, a través de nuestra página web.

Por lo tanto como **estrategias de crecimiento** se realizarán:

En primer lugar **estrategias de crecimiento interno**, llevando a cabo la empresa inversiones en la mejora de la plantilla (mejorando sus conocimientos científicos y tecnológicos) en expandir sus operaciones a nuevos territorios de España o invertir en la mejora de las herramientas tecnológicas necesarias para llevar a cabo las tareas de negocios.

En segundo lugar, una **estrategia de penetración**. Convenciendo a nuestros consumidores de que nuestro producto es bueno y barato intentando fidelizarlo a largo plazo a través de una buena política de marketing.

Y en tercer lugar con una **estrategia de crecimiento de desarrollo de mercado**, cuando comencemos a vender nuestro producto internacionalmente.