

SEGMENTACION DE MERCADO

Nuestra marca se dirige a las empresas locales, incluyendo supermercados, fruterías y restaurantes, así como a la población en situación de vulnerabilidad alimentaria en España.

Empresas como **Mercadona, Carrefour o Alcampo (mercado masivo)** contribuirán significativamente. Esto es posible ya que les interesa destacar cómo su participación reducirá el desperdicio de alimentos y mejorará su imagen de responsabilidad social corporativa indirectamente.

Otro de nuestros clientes potenciales, como mencionamos en el primer párrafo, son las **fruterías locales (mercado de nichos)**, ya que les sirve como base para promocionar su compromiso con la comunidad. Mostrar cómo su participación no solo ayuda a las personas necesitadas, sino que también fortalece los lazos con sus clientes locales y genera publicidad positiva.





Cadenas de restaurantes locales (mercado de nichos), participan donando alimentos excedentes al final del día. Colaborar implica presentar el proyecto como una extensión de sus valores empresariales y mejorar su posicionamiento.

Las empresas de **catering (mercado segmentado)** participan donando alimentos no utilizados en eventos, con el objetivo de destacar la eficiencia en la gestión de alimentos sobrantes y el impacto social positivo que pueden lograr al unirse a la iniciativa.

También nos dirigimos a **empresas** que venden **productos alimenticios online (plataforma o mercado multilateral)**, como por ejemplo “Wetaca”, que donarán los alimentos menos solicitados, además tendrá una opción para que los usuarios también donen.

Todas las empresas obtendrán un sello, el cual cambiará según el número de donaciones y participaciones, con el objetivo de recompensar sus acciones. Además los clientes de estas empresas también forman parte del público objetivo, ya que, como hemos mencionado anteriormente, tienen la opción de comprarle alimentos a estas para que las mismas las envíen a los buzones de almacenamiento o térmicos de “To Share To Live”.



En conclusión, nuestra idea se dirige a un **mercado DIVERSIFICADO**, ya que implica la participación de diversas empresas de diferentes sectores, como supermercados, fruterías, restaurantes, cadenas de catering y empresas de venta de alimentos en línea. Cada una de estas empresas tiene un enfoque y modelo de negocio diferente, pero todas pueden contribuir de manera significativa a la reducción del desperdicio de alimentos y mejorar su imagen de responsabilidad social corporativa.