

2. Segmento de clientes

En la actualidad, la creación de valor se centra en múltiples áreas clave.

En primer lugar, las empresas y marcas comprometidas con la sostenibilidad son destinatarios fundamentales, ya que buscan mejorar su responsabilidad social y ambiental, además de proyectar una imagen positiva en el mercado. Asimismo, las comunidades locales se benefician al generar empleo a través de estas empresas. Los consumidores conscientes del medio ambiente y la salud, así como los deportistas, también representan un grupo importante, ya que buscan productos sostenibles que se alineen con sus valores.

Por otro lado, los gobiernos y organizaciones ambientales son clave, ya que pueden brindar visibilidad y apoyo a iniciativas que promuevan la reducción de residuos y el reciclaje.

En cuanto a los clientes más importantes, se destacan las empresas a gran escala, ya que al tomar conciencia sobre la importancia del medio ambiente y la salud, pueden adoptar productos como el que se propone. Los participantes en la cadena de reciclaje y las ONGs también son esenciales, ya que valorarán la sostenibilidad del producto. Además, los clientes de edad avanzada se benefician al ser recordados de la importancia de la hidratación, mientras que los deportistas, al igual que los niños, encuentran utilidad y beneficio en el producto, ya sea por su estilo de vida activo o como una herramienta para fomentar hábitos saludables desde temprana edad.

