

Segmentaciones mercado

Para maximizar el volumen de ventas y la rentabilidad del modelo de SolarPueblo Energía, la segmentación más eficaz debe combinar criterios institucionales, geográficos y funcionales, priorizando clientes con alta capacidad de decisión, consumo energético relevante y acceso a financiación pública o privada.

1. Mercado principal: Administraciones públicas locales

Segmento prioritario: Ayuntamientos y mancomunidades de municipios pequeños y medianos (1.000–25.000 habitantes).

Este es el mercado con mayor potencial de venta porque concentran la gestión de la red local, el alumbrado público y los servicios municipales. Además, disponen de acceso a fondos europeos, subvenciones estatales y presupuestos destinados a sostenibilidad y transición energética. La propuesta de valor encaja directamente con sus objetivos de reducción de costes, autosuficiencia energética y generación de ingresos mediante la venta de excedentes a otros municipios.

2. Mercado secundario: Comunidades energéticas locales

Segmento en crecimiento: Cooperativas ciudadanas, comunidades energéticas rurales y asociaciones vecinales.

Este segmento permite escalar el modelo mediante proyectos compartidos entre varios pueblos, aumentando la potencia instalada y la eficiencia del sistema. La posibilidad de comercializar energía sobrante refuerza la viabilidad económica y facilita la captación de inversión colectiva, con un alto grado de aceptación social y respaldo normativo.

3. Mercado complementario: Entidades supramunicipales y operadores energéticos

Segmento estratégico: Diputaciones, consorcios energéticos y empresas distribuidoras regionales.

Estas entidades buscan soluciones a gran escala para estabilizar la red y cumplir objetivos climáticos. Al agrupar varios pueblos productores, SolarPueblo Energía puede ofrecer paquetes de generación distribuida con excedentes comercializables, aumentando el volumen de venta y asegurando contratos de largo plazo.

Conclusión estratégica

La mayor venta se obtiene priorizando el mercado institucional local como cliente ancla, apoyándose en comunidades energéticas para escalar capacidad y utilizando acuerdos con operadores regionales para dar salida a los excedentes. Esta combinación maximiza ingresos, reduce riesgo comercial y posiciona a la empresa como un actor clave en la transición energética rural.