

## SEGMENTACIÓN DE MERCADO:

Se le llama segmentación de mercado al *proceso de separar el mercado de clientes* en diferentes grupos teniendo en cuenta ciertas características, como sus necesidades para poder llegar a **satisfacer sus demandas** de la mejor forma posible.

Dentro de este campo se diferencian varios tipos de segmentaciones, pero nuestra empresa es un mercado de nichos. El mercado de nichos es aquel que posee un segmento de clientes muy específico que se dirige a un público muy concreto y diferenciado.

A este tipo de mercado también se le podría considerar una *parte poco atendida* de un grupo de consumidores específicos. Es por esta razón que debe sobresalir nuestra proposición de valor, los canales y las relaciones que tenemos con nuestros clientes.

Desde el primer momento quisimos dejar claro qué era lo que ofrecíamos y a quién. Consideramos que es muy importante reconocer a nuestros clientes ya que vamos a tratar de ofrecer un servicio positivo para esta persona, que puede mejorar su vida.

En primer lugar, como ya hemos mencionado anteriormente en otros pdfs, formamos una empresa que se dedica a fabricar prótesis de pierna para gente amputada. Además, somos un grupo de jóvenes muy concienciados con los problemas que está sufriendo actualmente el medio ambiente. Por lo que hemos conseguido desarrollar un diseño que es sostenible y no tiene ningún impacto medio ambiental, utilizando material totalmente reciclado y reciclable y máquinas que no contaminan durante el proceso de fabricación.

No solo eso, sino que hemos conseguido abaratar mucho nuestro producto, teniendo en cuenta las dificultades económicas que está sufriendo la gente hoy en día en la situación en la que nos encontramos.

Nuestra empresa trabaja tanto en el área de salud como en el área de la ingeniería. Y podría parecer que ofrece servicios a consumidores con necesidades muy globales y poco concretas. Sin embargo, podemos decir que tenemos un **grupo de clientes muy específico**. Mucha gente sufre problemas de salud, pero muchos de ellos no necesitan una pierna ortopédica. Por lo que no todo el mundo nos va a comprar una prótesis, solo aquellos que no tengan pierna. Aquellos que han sufrido algún tipo de accidente, amputación o cualquier otro problema.

Esta es la necesidad más importante que cubre nuestro producto. Pero no es el único servicio.

Trabajamos a diario para *optimizar la producción* y hacerla más amiga del medio ambiente. Se trata de un producto totalmente **innovador**. Ya existen empresas que atienden a clientes con estas características de salud. No obstante, no hay ninguna que lo haga de forma que no perjudique nuestro entorno. Todas están hechas a base de plásticos u otros productos de gran impacto negativo a la larga.

El nuestro proviene de filamentos de un termoplástico llamado PLA. Este proviene de recursos naturales como el almidón de maíz y se fabrica a través de la actividad de impresoras 3D, que consumen relativamente poca electricidad.

Y, por último, el **bajo coste** que tienen. Somos conscientes que el precio que tiene un aparato ortopédico de este estilo es demasiado elevado para su gran necesidad. Debería ser considerado un producto de necesidad básica y por ello hemos querido contribuir a que la nuestra lo sea, haciéndolas lo más accesibles posible.

En cuanto al canal utilizamos un tipo de canal asociado, que se adapta y ofrece más comodidad a nuestro cliente. Otra empresa lleva nuestro producto desde nuestra fábrica a domicilios particulares o centros de hospitales donde se encuentran nuestros consumidores.

Y la relación entre nuestros clientes se da mediante las redes sociales. Guardamos un muy buen trato con ellos y nos preocupamos del estado del producto después de haber llegado a su destino.

Desde que tuvimos la idea inicial la hemos adaptado en base a estos factores para que nuestros clientes estén contentos apostando por un producto nuevo que promete. Creamos una oportunidad dentro de una rama de negocio muy amplia y bastante competitiva.

