

Con nuestro equipo de Fibloom hemos analizado nuestra clientela, y hemos dado con que nuestra empresa, cuenta con mayor accesibilidad con gente adulta que con jóvenes.

Dando como resultado a que más de un 80% de nuestros compradores son gente adulta, y que un 15% son jóvenes entorno de 30-20 años de edad, y un 5% de compradores son gente joven; estos datos no nos disgustan del todo, pero quisiéramos que ese 5% de compradores jóvenes, se unieran más a este movimiento y estilo de vida, para así ayudar a la madre naturaleza.

Tenemos en mente que con una campaña hecha para los adolescentes, incrementaremos más gente en este proyecto.

Venderemos los productos en nuestra página web, en tiendas de deportes y a través de ONGs que puedan distribuirlos en zonas con poca agua limpia.