



SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Nuestra empresa no está dirigida a un público en específico, pero damos preferencia a aquellas personas que reflejan ciertas características como por ejemplo: mayor de 65 años, que vivan fuera de un radio de 20 km a la redonda o que tengan distintos tipos de enfermedades o dolencias.

Mediante un estudio de mercado obtendremos datos de los pueblos que carezcan de servicios sanitarios, farmacias o herboristerías, así como también la falta de transporte o lugares de accesos complicados para poder dar prioridad a aquellas personas que no dispongan de todo lo antes mencionado.

Este análisis nos permitirá comprender mejor las necesidades específicas de cada región, ayudándonos a diseñar soluciones adaptadas a cada caso. De esta forma, no solo buscamos satisfacer una necesidad, sino también aportar un impacto positivo en la calidad de vida de los españoles.

