

SEGMENTACIÓN

Hay diferentes tipos de mercados según la segmentación de los clientes. Estos tipos son los siguientes:

Mercado Masivo	Grupo numeroso de consumidores con necesidades y problemas similares. Es un tipo de negocio muy habitual en el terreno de la electrónica.
Mercado de Nichos	Tiene clientes muy específicos, por lo que se dirige a un público concreto y bien diferenciado. La propuesta de valor, los canales de distribución y las relaciones deben estar diseñados al cliente.
Mercado Segmentado	Modelos de negocio que se distinguen entre segmentos de mercado con necesidades y problemas ligeramente diferentes.
Mercado Diversificado	Se trata de que una misma empresa ofrezca productos muy diferentes a segmentos de clientes también muy distintos.
Plataformas o mercados multilaterales	Diferentes segmentos de usuarios distintos, pero interdependientes bajo el mismo modelo de negocio.

Los segmentos de mercado definen los diferentes grupos de personas u organizaciones a los que una empresa pretende dirigirse y dar servicio. Al momento de realizar una máquina de auto empaquetación de materiales odontológicos, entra dentro de los parámetros de un **Mercado Segmentado**, ya que su clientela es específica y su desarrollo es personalizado.

Este tipo de mercado está dirigido a un público específico dentro del sector odontológico:

- **Clínicas odontológicas:** Se realizan procedimientos frecuentes y necesitan empaquetar grandes volúmenes de instrumental odontológico antes de esterilizarlos. Con esta máquina se busca reducir el tiempo y esfuerzo manual en el corte y sellado de paquetes.
- **Laboratorios dentales:** Manejan instrumental especializado y kits dentales que necesitan ser empaquetados antes de enviarlos a clínicas. Estos paquetes requieren un empaquetado consistente y rápido que facilite su posterior esterilización.
- **Grandes centros odontológicos:** Estos centros manejan un alto volumen de pacientes y procedimientos, lo que implica la necesidad de empaquetar grandes cantidades de

instrumental diariamente. Al automatizar procedimientos repetitivos se valora la optimización de recursos humanos y materiales.

→ **Fabricantes o distribuidores de insumos dentales:** Una empresa que vende kits básicos de instrumental para odontología empaqueta las herramientas para facilitar su posterior esterilización por parte del usuario final.

Al automatizar este proceso, se busca reducir la dependencia de procesos manuales, mejorando la eficiencia y consistencia. Asegura que los paquetes cumplan con estándares de higiene para garantizar una esterilización adecuada. Por otra parte, optimiza el ahorro del tiempo, y reduce los desperdicios de material de empaque