

Segmentos de clientes

Público Objetivo	Problema específico que resuelves	Cómo DisGeus les ayuda
1. Padres y Madres de Niños/as Pequeños/as (1-10 años)	El mal sabor hace que los niños/as rechacen jarabes y pastillas, generando tensión y estrés familiar y provocando tomas irregulares o dosis incompletas.	DisGeus reduce el rechazo y facilita una toma sencilla, asegurando la pauta completa
2. Cuidadores de Personas Mayores Polimedicadas	Dificultad para administrar medicación oral en personas mayores polimedicadas cuando el sabor residual, la sensibilidad gustativa o la deglución dificultosa generan rechazo, arcadas o abandono de tomas.	DisGeus facilita al cuidador la administración de varias tomas seguidas y reduce el rechazo del paciente, mejorando su bienestar y la continuidad del tratamiento.
3. Pediatras y Médicos	El mal sabor reduce el cumplimiento del tratamiento y compromete la eficacia de lo prescrito.	Disponen de una recomendación no farmacológica sencilla que mejora el cumplimiento terapéutico y asegura el efecto esperado del tratamiento.

4. Fabricantes de Fármacos Genéricos	Necesitan mejorar la aceptación de sus genéricos sin modificar su composición ni asumir nuevos procesos regulatorios.	DisGeus actúa como complemento que enmascara el sabor y mejora la toma del medicamento sin reformular ni incurrir en costes adicionales.
5. Escuelas y Guarderías	En ocasiones, deben administrar medicamentos a los niños/as, lo que puede ser un proceso complicado si el niño/a se niega.	DisGeus les ofrece una herramienta práctica para garantizar la correcta toma de medicación durante el horario escolar, reduciendo la dificultad y el tiempo dedicado a esta tarea.
6. Personas con Alta Sensibilidad Gustativa (ASG) y/o Pacientes con Disgeusia	Personas con alta sensibilidad gustativa o con disgeusia (alteración del gusto por fármacos, infecciones o tratamientos) perciben los sabores amargos o metálicos con mucha intensidad.	DisGeus es una solución directa a su sensibilidad, permitiéndoles tomar medicación sin el sufrimiento asociado a su condición, mejorando su calidad de vida y adherencia.

Avatar de cliente ideal

Para representar de forma más concreta las necesidades, motivaciones y comportamientos de nuestro público objetivo, definimos un avatar tipo —una persona ficticia pero realista— que sintetiza las características principales del segmento al que nos dirigimos. Este perfil nos permite visualizar mejor sus problemas, expectativas y decisiones de compra, favoreciendo:

- La creación de contenido de *marketing* más efectivo.
- Una comprensión más precisa de las necesidades de venta.
- La humanización de la *comunicación* al dirigirnos a una persona concreta.



Nuestro avatar es **Marta López García**, española de 38 años, residente en Vitoria-Gasteiz, una ciudad de tamaño medio con buena oferta de servicios educativos y sanitarios. Es madre de dos hijos pequeños y trabaja a tiempo parcial como profesional administrativa en una empresa de servicios.

Marta tiene estudios universitarios en **Ciencias de la Salud** y ha completado cursos sobre educación infantil y nutrición. Su principal preocupación diaria es **garantizar que sus hijos y su familia tomen los medicamentos correctamente**, ya que suele enfrentar problemas por el **mal sabor de algunos fármacos**, la resistencia de los niños y la dificultad de controlar la toma en casa.

Busca soluciones prácticas y seguras que faciliten la administración de medicamentos, que sean eficaces, agradables al gusto y adaptadas a niños. Valora los productos que ahorran tiempo, reducen estrés y mejoran el bienestar familiar, y confía en marcas que ofrezcan información clara y apoyo a los padres.