

SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Nuestro robot RMC-1 no es algo que sirva para todo el mundo, como un teléfono o una tele. No lo va a comprar cualquier persona, porque es un robot de construcción, un poco caro y especializado.

Por eso nuestro mercado es el mercado segmentado. Significa que no vendemos a todo el mundo igual, sino que dividimos a los clientes en grupos según lo que necesitan. Por ejemplo:

Grandes constructoras: buscan automatizar tareas en obras grandes, reducir tiempos de ejecución y minimizar costes de mano de obra. Suelen adquirir el RMC-1 mediante compra directa, renting a largo plazo o licencias.

Empresas medianas / PYMES: necesitan robots para proyectos específicos o reformas urbanas puntuales. Optan por alquiler o compra parcial según la frecuencia y tamaño de sus obras.

Pequeñas empresas y autónomos: realizan obras cortas o reformas puntuales. Prefieren alquilar el robot por días o semanas y utilizar versiones básicas adaptadas a sus necesidades.

Ayuntamientos y entidades públicas: requieren el RMC-1 para mantenimiento urbano, como la reparación de aceras, calles y espacios públicos. Lo adquieren mediante alquiler temporal o contratos de renting por servicios.

Startups y universidades y FP: usan el robot para innovación, pruebas y formación técnica. Suelen optar por compras limitadas, alquiler o uso compartido entre varios proyectos.

Claves de la estrategia: cada segmento recibe una solución adaptada, combinando venta, alquiler y suscripción, lo que hace que el RMC-1 sea útil, rentable y flexible para todas las necesidades del sector construcción urbana.