

Segmentación de mercado

Rasgos generales:

- Personas mayores
- Familias
- Personas convalecientes o con invalidez
- Personas con restricciones dietéticas
- Jóvenes
- Comunidades en crisis

NutriHogar 



NutriHogar se dirige a seis tipos de clientes que tienen una necesidad común, adquirir un menú equilibrado y saludable y responda ante las necesidades de nuestros clientes. De esta manera, nuestra empresa podrá llegar a los máximos clientes que puedan necesitar nuestros servicios y ofrecerlos de la mejor manera posible:

-> Los primeros clientes a los que se enfoca NutriHogar son las **personas mayores**, que es un segmento que constituye una base fundamental de nuestra empresa. Se trata de individuos que, debido a su avanzada edad o a una movilidad reducida, se ven imposibilitados para realizar tareas cotidianas como la compra o la cocina, por lo que NutriHogar quiere facilitarles una alimentación equilibrada sin requerirles un esfuerzo físico añadido. Además, nuestro servicio les ofrece tranquilidad y bienestar, entregando menús listos para consumir directamente en sus hogares.

-> Además, otro grupo de clientes hacia los que nos dirigimos, son las **familias**, que, aunque seguramente tienen la capacidad física de cocinar, sufren de falta de tiempo o buscan mejorar su calidad de vida. El principal servicio que les podemos ofrecer a este segmento concreto de mercado, es la solución de comida casera y saludable que sustituyan a la comida ultra-procesada o rápida. Además, podrán disfrutar de menús equilibrados y variados con una rotación quincenal, permitiendo a la familia ahorrar tiempo sin sacrificar la salud.

-> Las **personas convalecientes o con invalidez** son uno de los clientes prioritarios de NutriHogar incluyendo a clientes que atraviesan procesos de recuperación tras enfermedades o que conviven con discapacidades. Estas personas, normalmente, requieren dietas específicas diseñadas para su recuperación médica o adaptaciones físicas en los alimentos por lo que en nuestra empresa, al tener en cuenta sus necesidades, les ofrecemos los alimentos con adaptaciones para facilitar la deglución, todo bajo supervisión de nutricionistas.



→ No obstante, en NutriHogar queremos que todos nuestros clientes convivan con plena confianza y seguridad por lo que también nos dirigimos hacia un segmento de clientes con restricciones dietéticas, ya sea porque practican un estilo de vida de vegetarianismo y veganismo, o por la necesidad de ofrecer menús adaptados a condiciones como la hipertensión o celiaquía.

Segmentación de mercado

NutriHogar 



-> Además aquellos **jóvenes** que no tienen capacidad o tiempo para realizarse menús diarios y que sean saludables y equilibrados, también puede sacar mucho partido de nuestros servicios. Asimismo, también es importante considerar la importancia que tiene el fomentar hábitos alimenticios saludables desde edades tempranas y de esta manera, por ejemplo, ayudar a prevenir problemas de salud como obesidad o diabetes.



-> Y por último, al estar comprometidos a ayudar a quien lo necesite, NutriHogar también considera crucial colaborar con comunidades en crisis. Este es el segmento vinculado a la faceta solidaria y logística internacional de la empresa. Sus principales necesidades, difíciles de satisfacer ya sea porque carecen de necesidades básicas o por las situaciones económicas de estos lugares desfavorecidos, pueden ser solucionadas por nuestra empresa gracias a nuestra distribución eficiente de ayuda a través de almacenes internacionales y colaboración con organizaciones locales en el terreno.

TIPO DE MERCADO



Por otra parte, somos parte del mercado segmentado, ya que nuestros consumidores tienen unas necesidades con características similares, ya que son personas que quieren mantener una dieta equilibrada y saludable pero por diferentes razones, no pueden permitírselo. Por ello, NutriHogar espera ayudar a nuestros clientes a ofrecérselo pero además haciéndolos personalizados, es decir, teniendo en cuenta si un cliente tiene alguna intolerancia, alergia, etc.

Además, nuestra empresa también puede considerarse un mercado de nichos ya que se dirige específicamente a la distribución de ayuda humanitaria en zonas vulnerables mediante colaboración con organizaciones locales, un segmento muy concreto dentro del sector logístico.