



2. Segmentación de mercado

Estamos valorados en un mercado segmentado, ya que, nuestro producto está más dirigido a las personas mayores o con ciertas dificultades de memoria. Este producto ayuda a estas personas a recordar acontecimientos importantes que tiene durante su día a día, como lo es tomar medicamentos.

Segmento de mercado formado principalmente por personas mayores de 70 años. A su vez, también las personas despistadas y amantes de la tecnología tienen un hueco dentro de nuestros potenciales clientes.

Además, es un segmento de mercado formado por personas que aunque dispongan de teléfono móvil, no suelen sacar provecho a los usos del mismo, como tampoco a las agendas electrónicas de manejo complicado.