

3. *SEGMENTACIÓN DEL MERCADO*

- Nuestro producto va dirigido a un público numeroso con necesidades y problemas similares por lo tanto nos introduciremos en un mercado masivo.
- A su vez dentro del mercado masivo podemos clasificar nuestro público objetivo principalmente en dos tipos de personas.
 - Personas muy ocupadas y ajetreadas que tengan necesidad de localizar objetos importantes sin perder mucho tiempo en buscarlos.
 - Personas despistadas, olvidadizas o con problemas de memoria.

