

FlashBack G

Segmentacion del mercado

Los clientes de Flashback G son tanto aquellos que padecen Alzheimer, buscando una herramienta que les ayude a manejar su condición y mantener su autonomía, como también sus cuidadores, que buscan apoyo emocional y soluciones efectivas para ayudar en el día a día.

- Número total de personas con Alzheimer: 55 millones (2025).
- Porcentaje de personas en etapas iniciales o moderadas: Aproximadamente 50% de esos pacientes, ya que muchos de los afectados son de etapas más avanzadas. Esto nos deja con 27.5 millones de personas en etapas más tratables.
- Porcentaje de personas que se lo pueden permitir: Este es un factor importante. Dado que las gafas probablemente no sean accesibles para todas las personas (en especial en países de bajos ingresos), estimaremos que 30% de este grupo podría permitírselo. Esto deja 8.25 millones de personas en condiciones de pagar por el producto.
- Porcentaje que reside en centros de atención: Un gran número de pacientes con Alzheimer vive en hogares de cuidado o centros de atención. Aproximadamente 40% de las personas con Alzheimer en etapas moderadas o iniciales viven en centros, lo que representaría 3.3 millones de personas en instituciones.
- Centros que podrían beneficiarse: De los centros que atienden a personas con Alzheimer, algunos podrían estar dispuestos a adoptar nuevas tecnologías como Flashback G. Estimamos que 10% de estos centros adoptarán la tecnología, lo que representa 330,000 centros.





1. Clientes Primarios: Personas con Alzheimer

- Características Demográficas:
 - Edad: Principalmente adultos mayores, generalmente a partir de los 65 años.
 - Condición de salud: Diagnóstico de Alzheimer en etapas iniciales o moderadas.
 - Situación financiera: Varía; algunos pueden tener acceso a seguros de salud que cubren tecnología médica.
- Características Psicográficas:
 - Necesidades emocionales: Buscan mantener su autonomía y bienestar, así como minimizar la ansiedad relacionada con la pérdida de memoria.
 - Intereses: Pueden estar interesados en tecnologías que les permiten recordar experiencias significativas y tener interacciones sociales más fluidas.
- Comportamiento:
 - Abierto a la tecnología: Algunos pueden ser escépticos sobre el uso de dispositivos tecnológicos, mientras que otros pueden estar más dispuestos a probar nuevas herramientas para mejorar su calidad de vida.

2. Clientes Secundarios: Familiares y Cuidadores

- Características Demográficas:
 - Edad: Adultos de diferentes rangos de edad, desde jóvenes adultos hasta personas mayores, a menudo entre 30 y 65 años.
 - Relación: Hijos, cónyuges, y otros familiares cercanos que cuidan a personas con Alzheimer.
 - Situación financiera: Varía amplio; pueden estar dispuestos a invertir en herramientas que mejoren la calidad de vida de sus seres queridos.
- Características Psicográficas:
 - Necesidades emocionales: Buscan soluciones que les ayuden a manejar la carga emocional y el estrés de cuidar a alguien con Alzheimer, deseando herramientas que hagan la vida más fácil y segura para su ser querido.
 - Intereses: Interesados en tecnologías de asistencia, información sobre el progreso de la enfermedad y recursos de apoyo para cuidadores.

- Com



- Tecnología: Pueden estar más familiarizados y cómodos con la tecnología, y buscan soluciones prácticas y efectivas para ayudar a sus seres queridos.