

## *Segmentación de mercado*

### *Mercado masivo*

En un principio, nuestro público objetivo se centró en personas distraídas que suelen olvidar con facilidad dónde dejan sus pertenencias. Sin embargo, al profundizar en el análisis, identificamos que nuestro público destino era más grande:

- Personas mayores: el Ojo de Dios las ayudará a encontrar los objetos perdidos de manera rápida y cómoda, ofreciéndoles seguridad en su propia casa.
- Familias: Disminuye el estrés diario derivado de la pérdida de objetos y contribuye al ahorro de tiempo.

Las personas con discapacidades o condiciones como el Alzheimer también representan un grupo potencial de clientes. La barrera del lenguaje no representaría un obstáculo, dado que el Ojo de Dios abarcaría prácticamente todos los idiomas del mundo.



### *Mercado multilateral*

Como se mencionó en el apartado anterior, Adross and Clau conecta a distintos segmentos de usuarios que, aunque diversos, están interrelacionados dentro de un mismo modelo de negocio. Esto nos permitiría contar con una amplia base de colectivos implicados, lo que contribuiría a financiar y expandir nuestra operación.