



# SIGNATALK

## 2. SEGMENTACIÓN DE MERCADO

### **¿Quién es nuestro cliente?**

Nuestro cliente principal son personas sordas o con pérdida auditiva que utilizan la lengua de signos y necesitan comunicarse con oyentes que no la conocen.

### **Características de estos clientes:**

- Personas adolescentes, adultas y mayores que usan la lengua de signos en su vida diaria.
- Usuarios que buscan independencia, accesibilidad y una comunicación más fluida en el colegio, trabajo o situaciones sociales.
- Personas con pérdida auditiva progresiva que necesitan apoyo para comunicarse sin depender siempre de intérpretes.

### **Tipo de mercado:**

SignaTalk se dirige a un mercado segmentado, ya que los usuarios comparten una necesidad específica (comunicación accesible), pero pertenecen a distintos grupos por edad, contexto y nivel de pérdida auditiva.

### **Justificación de los segmentos:**

Distinguimos dos segmentos principales:

1. Usuarios individuales: personas sordas o con pérdida auditiva que buscan una herramienta portátil para su vida cotidiana.
2. Instituciones: centros educativos, clínicas audiológicas y asociaciones de personas sordas que necesitan soluciones accesibles para sus usuarios o alumnos.

Estos segmentos comparten la misma necesidad, pero requieren estrategias de comunicación y venta diferentes.