

2-SEGMENTACIÓN DE MERCADO

1. ¿Quién es nuestro cliente?

Para el proyecto DailyDish, hemos identificado que el "corazón" de nuestro modelo de negocio no es un mercado masivo, sino un **mercado segmentado**. Nuestro cliente objetivo se divide en tres perfiles principales:

- **Segmento Salud/Médico:** Personas que padecen condiciones crónicas o alergias (como diabetes, hipertensión o celiaquía) y requieren un control estricto de ingredientes.
- **Segmento Fitness y Deporte:** Individuos proactivos que buscan alcanzar metas físicas concretas, como la hipertrofia o la pérdida de grasa, y necesitan precisión en sus macronutrientes.
- **Segmento de Ahorro Doméstico:** Familias o jóvenes emancipados que necesitan optimizar su presupuesto semanal sin renunciar a una alimentación de calidad.

2. ¿Cuáles son las características de estos clientes?

Los clientes de DailyDish presentan las siguientes características comunes:

- **Valoran la personalización extrema:** Necesitan que la solución se adapte a sus parámetros biológicos o financieros únicos.
- **Buscan seguridad y reducción de errores:** Especialmente en el segmento médico, donde un error en el menú tiene consecuencias directas en su bienestar.
- **Priorizan la eficiencia:** Tienen un estilo de vida acelerado y valoran la automatización para eliminar la "carga mental" de planificar comidas y calcular presupuestos.
- **Son usuarios tecnológicos:** Están familiarizados con el uso de dispositivos inteligentes y aplicaciones para gestionar su día a día.

Clasificación del Mercado

Nuestro modelo se define como un **mercado de nichos**, ya que atiende a grupos muy específicos cuyas necesidades no están totalmente cubiertas por los robots de cocina convencionales que ofrecen recetas estándar para el público general.