Segmentación de mercado : El público objetivo principal de EnerBag está compuesto por jóvenes estudiantes y universitarios de entre 18 y 30 años que pasan entre 6 y 8 horas al día fuera de casa debido a sus clases, trayectos en transporte público y actividades de ocio. Se trata de un segmento con un perfil digital activo, con una alta dependencia y uso intensivo de sus dispositivos electrónicos móviles y que requiere soluciones de autonomía energética inmediata para evitar la incomodidad de quedarse sin batería a mitad de su jornada diaria.