

TAZA INTELIGENTE EMOCIONAL EMOTICUP

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

1. SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA

Nuestra taza está dirigida hacia jóvenes y adultos, entre 18 y 45 años, tanto hombres como mujeres.

Son personas activas, que suelen tener rutinas exigentes y buscan herramientas que les ayuden a manejar el estrés y mejorar su bienestar.

Tienen un nivel socioeconómico medio o medio-alto, con acceso a tecnología y con interés por productos innovadores.

Entre ellos se encuentran profesionales de oficina, estudiantes universitarios, emprendedores, creativos y personas que valoran los pequeños detalles en su día a día.

2. SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA

Principalmente viven en zonas urbanas o metropolitanas, donde la vida es rápida y el estrés diario es común.

La taza puede tener especial aceptación en países con una fuerte cultura tecnológica y de autocuidado, como México, España, Chile, Argentina, Colombia o Estados Unidos.

Además, es ideal para lugares donde las bebidas calientes (como café o té) forman parte del día a día.

3. SEGMENTACIÓN PSICOGRÁFICA

Nuestros consumidores tienen un estilo de vida moderno y consciente.

Les gusta la tecnología, pero también buscan equilibrio emocional y bienestar.

Son personas curiosas, que disfrutan probar cosas nuevas y que valoran los productos que combinan funcionalidad, diseño y propósito.

Les atraen las experiencias personalizadas y las herramientas que los ayuden a conocerse mejor o sentirse mejor.

Probablemente practican actividades como yoga, meditación, journaling o simplemente buscan un momento de calma en medio del caos diario.

4. SEGMENTACIÓN CONDUCTUAL

Usarán la taza todos los días al comenzar la mañana o en su pausa de café como una pequeña rutina.

La elegirán no solo porque cambia de color, sino porque les refleja su estado emocional y les recuerda que es importante escucharse a sí mismos.

Puede llegar a ser un regalo significativo, ya que representa cuidado y conexión emocional. Además, la pueden usar junto con la app complementaria, para recibir consejos o mensajes motivadores.

5. PÚBLICO OBJETIVO (TARGET)

Jóvenes profesionales de 18 a 40 años, residentes en zonas urbanas, con interés en la tecnología, el bienestar emocional y el diseño funcional. Incluimos también a niños de entre (9- 16 años) que sufren acoso escolar esto ayudará a resolver más conflictos.

Buscan herramientas que les ayuden a gestionar el estrés y mantener un equilibrio emocional mientras realizan sus actividades diarias. A continuación, les explicamos un ejemplo:

Pongamos el caso de Laura, una diseñadora de 29 años que trabaja desde casa.

- Cada mañana prepara su café antes de empezar a trabajar. Al sostener su taza, nota que cambia de color: hoy muestra un tono más oscuro, señal de que está algo estresada.
- La app le sugiere una pequeña pausa de respiración. Laura sonríe, se toma un minuto, respira y sigue su día con una mejor energía. Y en la app recibe consejos para un buen rendimiento en su día.
- Ese es nuestro cliente ideal: alguien que valora los detalles, quiere cuidar su bienestar emocional y encuentra en la tecnología una aliada para hacerlo.