

## **“PAT”: PULSERA ANTI-BULLYING**

### **2. SEGMENTOS CLIENTES**

#### **2.1 Definir con claridad quién es nuestro cliente objetivo:**

En la actualidad, los niños de entre 6 y 16 años, son los que más se ven afectados por el bullying, por lo que ellos son nuestros clientes objeto a tratar, y crearemos un mecanismo para la detección y prevención de bullying, de forma que ellos no se sientan solos y desamparados.

#### **2.2. Diferenciar claramente los segmentos de clientes, si dichos segmentos existen o justificar con claridad su inexistencia.**

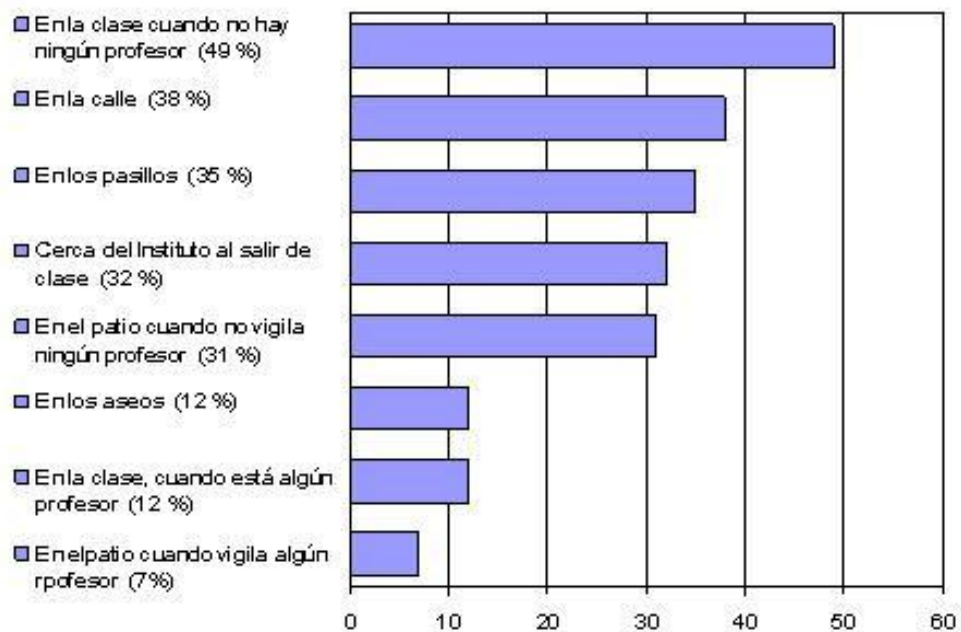
Dentro del área que estudiamos, se pueden diferenciar dos apartados. El primero abarca desde los 7 hasta los 12 años, donde los niños estudian educación primaria, mientras que el segundo acoge desde los 13 hasta los 16 años, cuando comienzan la E.S.O.

Como ya dijimos, nuestros clientes son los niños de entre 6 y 12 años, teniendo en cuenta que son personas propensas a la introversión y muy cerradas por el trato que reciben, además de poco sociables en algunos casos y diferentes al resto de niños en algunos aspectos como la raza, el color de piel, la tendencia sexual, nacionalidad, sexo, ideología política, etc. También, son personas que buscan alejarse, con el fin de encontrar un espacio en el que sentirse seguros, reaccionan mínimamente y son muy sensibles.

Además, trataremos de definir bien las dos secciones, dado que en los primeros el abuso se suele dar dentro del ámbito escolar, que es el entorno en el que más tiempo pasan a diario socializando y, por tanto, donde comienza y se desencadenan todos los problemas. En cambio, en la segunda sección el entorno se amplía, extendiéndose fuera del centro escolar, por lo que los conflictos pueden ocurrir tanto en el instituto como en la calle.

En definitiva, descartamos como clientes a personas que tengan menos de 7 años y más de 16, puesto que el mercado que estudiamos sólo se desenvuelve en torno a dicho intervalo.

El bullying no solamente consiste en insultar, sino en varias acciones que acomplejan, apartan y cambian la vida de la víctima. Por ello, aportamos un gráfico que muestra los porcentajes que corresponden a distintas acciones por parte del agresor/a, además de algunos enlaces con casos de acoso escolar:



<http://www.eldiariotorrelavega.es/articulo/torrelavega/colegio-paz-condenado-no/20171208155613007247.html>

[www.eldiario.es/norte/cantabria/sociedad/centros-escolares-bullying-que-queda-evidencia\\_0\\_708679969.html](http://www.eldiario.es/norte/cantabria/sociedad/centros-escolares-bullying-que-queda-evidencia_0_708679969.html)

Nosotros con nuestro proyecto creamos valor para los niños que sufren bullying, proporcionándoles un mecanismo de seguridad para más adelante prevenir que sea atacado, acosado, agobiado, etc.

Entre los nombrados, nuestros clientes más importantes serán los niños entre 6 y 12 años, puesto que se trata de un periodo en el que están en el colegio, un lugar en el que comienzan desde pequeños a desarrollar sus valores y principios y son menos conscientes del daño que pueden llegar a hacer, a diferencia del otro intervalo, en el que ya son adolescentes y con mayor capacidad de razonamiento. Consideramos que es la etapa más importante, pues los niños son más dependientes de sus padres y más indefensos y, por tanto, el bullying es más fácil de erradicar, lo que no quita que en el futuro lo sufran también en el instituto, pero aquí ya tenemos una prueba de que pueden ser reincidentes, con lo que concluimos que es más fácil frenarlo desde el principio.

Cabe decir que, actualmente en el mercado hay un número de teléfono para prevenir avisar del bullying, pero algo físico a lo que ellos puedan acudir no existe, por lo que nuestro producto no tiene competencia.

Nuestro producto tiene unos clientes limitados, pues no es accesible a todo el mundo, sino que se proporcionará solamente a aquellas personas que de verdad se vean en la posición de víctima del bullying. Es limitada, en cierto modo, debido a que el hecho de portar la pulsera supone un continuo y

constante control por parte de los padres/tutores y/o profesores hacia el que la lleva puesta.

### Tipo de mercado

El tipo de mercado en el que operamos es un nicho, ya que nuestro producto va dirigido a un público muy reducido (niños de entre 6 y 12 años), con unas necesidades muy concretas y diferenciadas que no suelen estar atendidas en el mercado, que en este caso es notificar que se sienten acosados y se les hace bullying para poder llegar a prevenirlo y ponerle fin.

Comenzaremos operando exclusivamente en el ámbito provincial, debido a que como bien se sabe, el principio de casi todos los negocios es en pérdidas, por lo que no podemos pretender construir un edificio empezando por el tejado. Comenzaremos captando clientes procedentes a zonas cercanas a nuestro radio y si vemos que hay resultados exitosos, nos plantearemos, en tiempos posteriores, abarcar zonas más lejanas pero dentro de la Comunidad Autónoma, todo sin prisa y vigilando que no haya pérdidas y que nuestro servicio siga contentando a nuestros clientes.