



2. Segmentación del mercado.

Nuestro producto compite con empresas que se dedican a la comercialización de productos tales como GPS, móviles, localizadores...

Nuestro público objetivo son las personas que quieren la seguridad de sus hijos. Naturalmente, todo padre/madre quiere la seguridad de sus hijos pero existe mucha variedad de tipos y educación de familias. Hay algunas que son más sobreprotectoras, otras más permisivas...

Con esto no significa que no les importen sus hijos, sino que tienen distintas visiones y distintas perspectivas sobre los hijos.

No sólo puede darse este motivo por lo que quieran comprar nuestro producto, sino también por motivos secundarios como, por ejemplo, puede a ver un bajo nivel económico o una localización arriesgada, es decir, que su domicilio resida en barrios aislados o con dificultades sociales, económicas...

En conclusión, este producto va destinado a familias con una visión estándar sobre la protección de sus hijos.

El producto está orientado a familias con hijos en edades comprendidas entre los 10 y los 15 años.