

## SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Nuestro traductor de sonidos tiene como público objetivo principal aquellos madres y padres que sean primerizos y que debido a su inexperiencia a la hora de tratar a su bebé buscan un producto que les ayude a comprender cómo deben actuar ante las diferentes necesidades del recién nacido, aunque los madres y padres más experimentados también pueden estar interesados en “Negarbaby”, debido a que facilita la interacción entre progenitores e infantes y les concede cierto conocimiento de las condiciones de salud del bebé.

Aunque los clientes potenciales de nuestro producto son los primerizos, estará centrado a cualquier rango de edad a nivel nacional.



- **Segmento 1:** Madres y padres de todas las edades que buscan la tranquilidad de saber que actúan correctamente ante las necesidades de sus hijos.

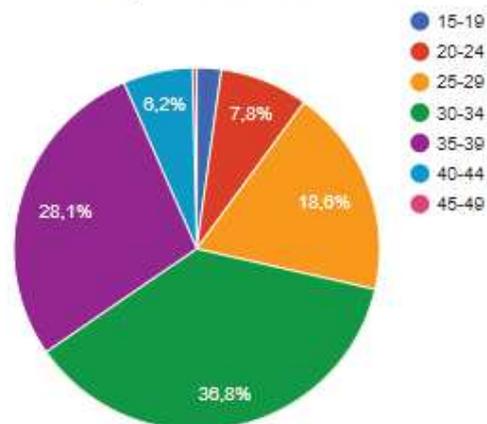
Variables de segmentación del mercado:

- Geográficas: España.
- Demográficas: Familias jóvenes de clase media y primerizos, entre 24 a 35 años de media.
- Psicográficas: Independientes y tecnológicas.
- Conductual: Frecuencia diaria para la búsqueda del cuidado y vigilancia del infante.
- **Segmento 2:** Familiares y amigos cercanos de las madres y padres que estén interesados en regalarles un producto que les facilite la relación con su bebé.

Observando los datos de población de España, y centrándonos en la población potencial de ser primerizos, en el rango de los 25 a los 39 años, nos encontramos con unos 4 millones de posibles clientes a las que podría interesar nuestro producto. Por otro lado, la media de hijos por mujer en el 2017 fue de 1,31 a nivel nacional según el INE (Instituto Nacional de Estadística), con lo que nos encontraremos con un alto número de madres y padres primerizos.

	Masculino	%	Femenino
0-4	918 284	=+6%	866 452
5-9	1 226 335	=+5.6%	1 160 986
10-14	1 256 341	=+5.5%	1 191 196
15-19	1 108 057	=+5.6%	1 049 740
20-24	1 080 611	=+4%	1 039 356
25-29	1 122 165	=+1.1%	1 109 412
30-34	1 257 250	+0.7%⇒	1 266 392
35-39	1 726 121	=+0.6%	1 715 710

Nacimientos por edad de la madre 2010-2015



Para llegar a estos posibles clientes, lo más importante sería publicitar nuestro producto tanto en farmacias y tiendas dedicadas a la venta de productos para bebés como por televisión y prensa.

Analizando los datos actuales de población y nacimientos por edad de la madre la viabilidad del producto y la empresa está asegurada.