

SEGMENTACIÓN DE MERCADO

La segmentación de mercado consiste en definir a los clientes a los que va dirigido nuestro producto, ya que son los que constituyen la actividad principal de la empresa.

Nuestra segmentación de mercado se centra en la gente invidente. El producto está totalmente adaptado para ellos, con el mando con voz y traducido al braille y el GPS.

En cuanto a los tipos de segmentación de mercado, especificaremos los que afectan directamente a nuestra empresa. En primer lugar, la **segmentación geográfica** se centra principalmente en España, puesto que se encuentran más de 1000 perros guía activos, y más concretamente, en la comunidad madrileña, ya que allí se encuentran más de una cuarta parte de todos los perros guía de dicho país. Sin embargo, en países latinoamericanos, como México, Ecuador o Colombia, también podemos encontrar personas invidentes acompañadas de perros guía. Respecto a la **segmentación por industria**, nuestra empresa entra a competir en el sector de mascotas, específicamente hablando de perros guía. Siendo nuestro producto un arnés con geolocalizador integrado y una batería que se carga con placas solares, nos diferencia de otras empresas ya que es una innovación. Además, potencia la economía circular por el aprovechamiento de la energía solar.

No obstante, no especificamos la edad, variable de la **segmentación demográfica**, porque la invidencia se puede dar a cualquier edad, y normalmente, si así lo requieren, tienen a su disposición perros guía. Además, el producto es fácil de usar, ya que el mando dispone únicamente de tres botones. Uno es de encendido y apagado, otro es para activar la voz del GPS y tan solo tendrá que seguir las instrucciones para encontrar a la mascota y el tercero lo podrá activar el cliente en caso de querer contactar con otras personas con falta de visión cercanas.