

2. Segmentación del mercado

Este producto está dirigido a cualquier persona. Si le quitas la estructura, es más útil para cualquiera, pero con la estructura la gente que va al monte puede usarlo más.

La segmentación no es realmente específica, ya que a cualquier persona que tenga un teléfono móvil le viene bien un generador práctico incrustado en una cómoda mochila.

- Aunque en el caso de querer señalar algún grupo de personas mayormente interesadas en este producto se podría mencionar a personas que se encuentran entre las edades **de 18 a 45 años** aproximadamente y les gusta ser prácticas y mantenerse siempre comunicadas puesto que por sus actividades diarias suelen pasar mucho tiempo fuera de casa u oficina trabajando, estudiando, viajando, ...
- Este producto **no** tiene ningún **género** asignado, es decir, sería unisex.
- Esta mochila, al tener una fuente de energía propia, el protector de lluvia y solar y el detector en caso de pérdida o robo tendrá un **valor** estimado de **250€**. Por esto, dicho producto estaría dirigido a personas que disponen de un **nivel** de ingresos más **alto** que el promedio, y están atentas a las nuevas tendencias (en este caso deportivas y ecológicas).
- Para los que tienen como **afición** el **senderismo** este producto realmente es práctico, ya que mientras están caminando bajo el sol la mochila va cargándose, y si por ejemplo es un día en el cual el sol o la lluvia molesta al portador, no tiene que preocuparse de cargar con un paraguas porque la propia mochila tiene un protector de lluvia y solar. Por último, al tener el chip anti robo o anti pérdida facilita extremadamente la localización de ésta en los anteriores casos.

