**Productos que le brinden seguridad**

**Gas pimienta, tasers, aplicaciones para compartir ubicación, etc**

**Medidas de seguridad, como evitar asaltaos, inseguridad.**

**Gente dedicada a la seguridad en México o que informa sobre la misma**

**Marcas relativas a seguridad**

**Facebook, Twitter e Instagram**

**Cultura ciudadana, que realmente crean en un cambio en la inseguridad gracias a la tecnología**

**Nivel básico de uso de tencólogia, desde tercero de primaria**

**Medio-alto, para la compra del gadget y posesión de un celular**

**Género indisitnto**

**Entre los 20 y 40 años**

**Habitantes de la Ciudad de México**

Mercado

Objetivo

¿Qué producto consume?

¿En qué productos gasta el dinero?

¿Qué busca en la Web?

¿Qué tipo de contenido pre

fi

ere?

¿Qué personas in

fl

uyentes sigue?

¿Qué marca sigue?

Redes sociales tiene presencia

Factores Culturales

Ingreso anual / Nivlel Socieconómico

Nivel Académico

Género

Edad / Demogra

fi

cas

Distribución Geográ

fi

ca

Mercado

Total

01

02

03

04

05

06

07

08

09

10

11

12

14

Micro

Macro

Segmentación