

SEGMENTOS DE CLIENTES:

Los segmentos de clientes al que va dirigido nuestro producto biodegradable, se podrían definir en tres grupos:

Primero: las personas o familias que tienen un perro en casa;

Segundo: los profesionales que los atienden.

Tercero: las organizaciones que los protegen.

El primera, el más importante, al que va dirigido nuestro producto es el dueño de una mascota.

Según datos del INE 57 de cada 100 personas tienen una mascota en casa. De estas, 89% tiene perro. Estos dueños de perros poseen una gran conciencia medioambiental y podrían clasificarse en cuatro grandes grupos:

- Amantes de su mascota. Les encanta publicar en redes sociales fotos de ellos, invierten parte de su presupuesto en la compra de juguetes y accesorios. Los prefieren antes que a otros humanos. Por edades serían: Generación Y y Generación Z.

- Amigos de su mascota. Aman a sus mascotas, pero saben que no son sus hijos, los dejan vivir dentro de la casa y los llevan al veterinario regularmente. Por edades correspondería a: Generación X

- Compañeros de su mascota. Suelen ser familias con niños, las mascotas conviven con ellos y tienen una alimentación recomendada por el veterinario. Por edades correspondería a: Generación X y Baby Boomer.

- Cuidadores de su mascota. Suelen convivir con adultos mayores o con familias más tradicionales donde la mascota no es considerada como un miembro más de la familia sino como un animal de compañía. Suelen tener su propio espacio fuera de casa. Por edades corresponderían a: Baby Boomer y Generación silenciosa.

El segundo grupo de clientes y que a su vez actúan como distribuidores, son los veterinarios y sus clínicas veterinarias, es decir, aquel grupo profesional de atención a estos animales y que aportan información, cuidados y material destinado a estos seres vivos. Estos clientes en su conjunto buscan productos ecológicos dada su especial sensibilidad por el medio ambiente. Su número se encuentra en expansión ya que, al aumentar el número de mascotas, de la misma manera se incrementa el número de profesionales que se dedican a su cuidado.

Además, en tercer lugar, debemos de tener en cuenta todas aquellas organizaciones: como organizaciones no gubernamentales, refugios, perreras públicas etc. que prestan servicios de atención a aquellas mascotas que se encuentran desprotegidas y que son consumidores de este tipo de producto. Este tipo de instituciones, por norma, suelen buscar productos no contaminantes y que protejan el medio ambiente. De este tipo de cliente también debemos decir que su incremento es progresivo en la misma medida que las necesidades de protección para los animales van aumentando.

