

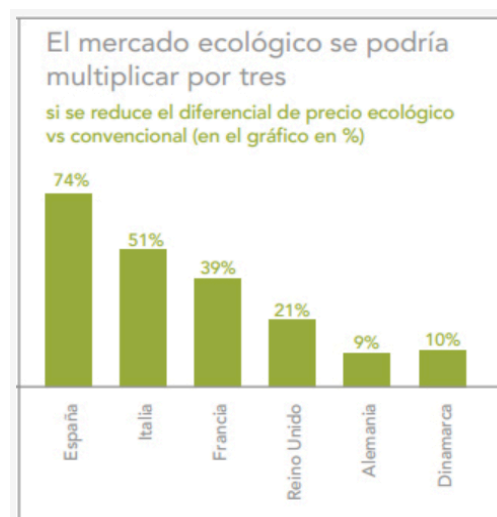
Segmentación

Ecobuy enfoca su segmentación de mercado hacia todas aquellas personas sensibilizadas con el daño de la producción masiva, de la monopolización comercial de las grandes empresas y de la continua movilización de productos mediante métodos contaminantes.

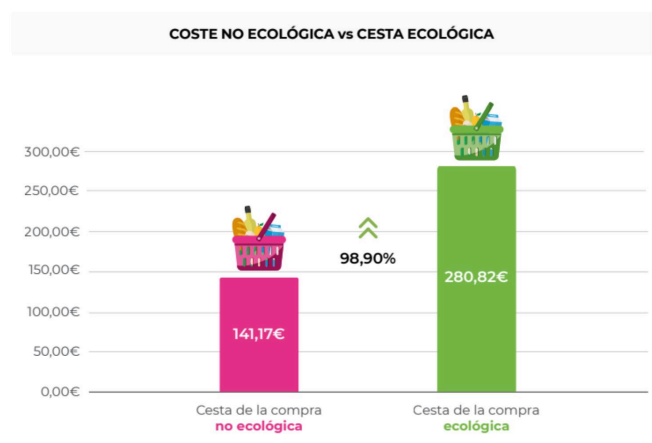
Dentro de esta descripción de cliente encontramos dos perfiles de cliente potencial.

- **Ciente ecológico activo:** Este tipo de cliente ya consume productos ecológicos de manera habitual, son clientes con una marcada conciencia ecológica y un poder adquisitivo ligeramente elevado que le permite comprar este tipo de productos sin que su precio elevado suponga un problema. Una vez descubra ecobuy comenzará a aprovechar las ventajas que ofrece, probablemente aumentando el número de productos ecológicos que compre.
- **Ciente ecológico en potencia:** Este tipo de cliente posee también una conciencia ecológica, igual o menor que el cliente ecológico potencial en algunos casos pero en todo caso existente. Sin embargo este cliente se resigna a la compra de productos ecológicos por la diferencia de precio con los productos comunes o por la dificultad de adquisición de algunos de estos.

Este es el perfil de cliente en el que pretende centrarse ecobuy, ya que es mucho más numeroso que el primero por lo que al atraerlo al mercado ecológico aumentaría masivamente la demanda dentro de este



Este gráfico nos da una idea del potencial que tiene el mercado ecológico sobre todo en España, punto de partida de este proyecto



Como se puede observar en el gráfico, la diferencia de precios entre productos ecológicos y convencionales es abismal, y supone el mayor inconveniente del mercado ecológico.

El mercado en el que pretende entrar ecobuy es actualmente de nicho, pero dando solución a los dos grandes problemas que limitan su expansión, el equipo tiene aspiraciones de masificar relativamente dicho mercado.