

Segmentación de mercado

En la fase inicial, EcoBox se dirige a un segmento muy concreto y estratégico: **jóvenes y familias urbanas eco-conscientes de entre 25 y 45 años**, residentes en áreas metropolitanas con acceso a tecnología digital y sensibilidad hacia el consumo responsable. Este grupo valora la sostenibilidad, la transparencia y la comodidad de comprar online, pero se siente limitado por la falta de opciones responsables en los canales tradicionales.

Son consumidores que buscan productos ecológicos, locales y de calidad para su hogar, y que desean que sus decisiones de compra reflejen sus valores personales. Están dispuestos a pagar un pequeño extra si saben que están apoyando a pequeños productores y reduciendo su impacto ambiental. Además, suelen ser activos en redes sociales, lo que los convierte en embajadores naturales de la marca.

En fases posteriores, EcoBox podrá expandirse hacia otros segmentos como empresas que buscan abastecerse de forma sostenible, oficinas comprometidas con el medioambiente, asociaciones vecinales y consumidores que desean adoptar hábitos más responsables.