

2. Segmentación de mercado

La segmentación de mercado permite identificar con claridad a los clientes a los que se dirige Relecta y adaptar su propuesta de valor a sus necesidades específicas. Aunque el proyecto se orienta a un público amplio, existe un cliente objetivo claramente definido, junto con varios segmentos diferenciados dentro del mercado.

El cliente objetivo principal de Relecta está formado por personas, instituciones y organizaciones sensibilizadas con la sostenibilidad, el consumo responsable y el valor social de los productos que adquieren. Se trata de clientes que no solo buscan un producto funcional, sino también un impacto positivo en el medio ambiente y en la sociedad, y que valoran la personalización, la calidad estética y la coherencia ética de las marcas.

Dentro de este mercado general, Relecta identifica distintos segmentos de clientes claramente diferenciados según sus necesidades y su relación con el producto.

En primer lugar, los centros educativos (colegios, institutos, universidades y academias) constituyen un segmento estratégico. Estas instituciones generan grandes cantidades de libros en desuso y, al mismo tiempo, están comprometidas con la educación ambiental y la responsabilidad social. Relecta les ofrece una solución sostenible para la gestión de estos materiales y productos ecológicos para actividades y eventos educativos.

En segundo lugar, se encuentran las familias y estudiantes, que renuevan periódicamente sus materiales educativos y participan en celebraciones personales. Este segmento valora especialmente el precio accesible, la personalización y el componente ecológico del producto, así como la posibilidad de participar en un proyecto con impacto social.

Otro segmento relevante es el de los particulares que organizan eventos como bodas, cumpleaños, comuniones o aniversarios. Estos clientes buscan tarjetas únicas, cuidadas estéticamente y con un valor emocional añadido. Para ellos, la

personalización guiada por Relecti, el asistente personal de Relecta, constituye un elemento diferencial frente a otras alternativas del mercado.

Asimismo, Relecta se dirige a empresas y profesionales que desean proyectar una imagen corporativa responsable y alineada con políticas de sostenibilidad y responsabilidad social. Este segmento demanda productos de papelería ecológica y personalizada que refuercen su compromiso ambiental ante clientes y colaboradores.

Por último, las ONG y asociaciones solidarias forman un segmento vinculado al impacto social del proyecto. Estas organizaciones necesitan libros y materiales educativos para programas en países subdesarrollados y valoran la colaboración con iniciativas que promuevan la educación y la economía circular.

En conclusión, Relecta no se dirige a un único tipo de cliente, sino a varios segmentos claramente diferenciados que comparten valores comunes relacionados con la sostenibilidad, la creatividad y el compromiso social. Esta segmentación permite a la empresa adaptar su estrategia y su comunicación a cada grupo, maximizando así su impacto ambiental y social.