

## **SEGMENTACIÓN DE MERCADO**

El proyecto EcoSense 360, definido como un Sistema Interconectado de Gestión Ambiental Inteligente, se compone técnicamente del robot clasificador ECOBOT y la pulsera inteligente denominada AURA. Esta iniciativa se orienta hacia un mercado de nichos y segmentado, alejándose del consumidor masivo para priorizar a entidades que requieren soluciones avanzadas y datos medibles sobre su gestión de residuos y monitoreo ambiental.

El perfil de cliente objetivo principal se sitúa en el ámbito B2B, abarcando empresas e industrias con una alta generación de desechos o que poseen necesidades específicas de cumplimiento regulatorio y mejora de su imagen corporativa en sostenibilidad. Entre estos clientes se encuentran fábricas, manufacturas, centros logísticos y grandes oficinas corporativas que buscan precisión en la medición de su impacto ambiental, así como la reducción de riesgos químicos y la optimización de su gestión interna de residuos.

Dentro de este mercado, se identifican dos segmentos diferenciados según el valor que otorgan al sistema:

El primero corresponde a empresas de alto impacto y producción, como la industria pesada o fábricas con procesos que generan contaminación química o partículas PM2.5 y PM10. Para estas organizaciones, la necesidad primaria es la automatización de procesos y el cumplimiento de normas, donde el ECOBOT actúa como el corazón operativo, mientras que la pulsera, referida también como AURA, se emplea para monitorizar en tiempo real las emisiones peligrosas y proteger a los trabajadores.

El segundo segmento agrupa a corporativos de servicios y departamentos de responsabilidad social que operan en grandes sedes y buscan promover el bienestar laboral y la conciencia ecológica. Para estos clientes, la pulsera AURA es valorada como una extensión personal estética y un wearable elegante que fomenta la cultura interna mediante la gamificación y el uso de Eco Coins, posicionando al ECOBOT como el punto focal para retos y actividades de reciclaje.