



2. Segmentación de mercado

La viabilidad de EcoReto depende de una identificación precisa de sus usuarios y clientes. En el contexto de un modelo de plataforma multilateral, distinguimos claramente entre quienes usan la herramienta y quienes financian el sistema, segmentando además por comportamiento y psicografía para afinar las estrategias de captación.

2.1. Segmento usuario: La Juventud Riojana (B2C)

El usuario principal es el motor de la actividad en la plataforma. Definimos este segmento no solo por edad, sino por su relación con el entorno educativo y la tecnología.

- **Perfil Demográfico:**

- **Edad:** 14 a 25 años. Este rango cubre la educación secundaria (ESO, Bachillerato), Formación Profesional y el ámbito universitario.
- **Geografía:** Residentes en Logroño y su área metropolitana (Lardero, Villamediana, Alberite). Es crucial notar que muchos jóvenes de pueblos cercanos se desplazan diariamente a Logroño para estudiar, lo que hace que la movilidad sea un punto de dolor y oportunidad clave.
- **Ocupación:** Estudiantes matriculados en centros participantes en StartInnova (ej. IES Comercio, IES La Laboral, Sagrado Corazón, Los Boscos) y estudiantes de la Universidad de La Rioja (UR).

- **Perfil Psicográfico y Conductual:**

- **Conciencia ambiental latente:** Pertenecen a una generación preocupada por el cambio climático pero a menudo paralizada por la magnitud del problema o la falta de herramientas claras. Necesitan ver el impacto directo de sus acciones.
- **Nativos Digitales y Gamers:** Están habituados a interfaces de recompensa inmediata, notificaciones y dinámicas sociales digitales. El uso del móvil es su

principal vía de interacción con el mundo.

- **Sensibilidad al precio:** Disponen de una renta disponible limitada (la "paga" semanal o trabajos parciales), por lo que son altamente receptivos a descuentos, promociones y ofertas en ocio y alimentación.
- **Necesidad de pertenencia:** Valoran la integración en su grupo de pares. Las dinámicas de competición entre clases o institutos apelan a su identidad social.

2.2. Segmento Cliente: El Tejido Comercial de Logroño (B2B)

Este segmento incluye a los actores que se benefician del tráfico generado y, por tanto, sostienen económicamente el modelo mediante suscripciones o comisiones.

- **Pequeño Comercio de Proximidad:**

- **Ubicación:** Concentrado en ejes comerciales como el **Paseo de las Cien Tiendas** (Calles Calvo Sotelo, Juan XXIII), Calle Portales, Gran Vía y San Antón.
- **Tipología:** Tiendas de ropa, librerías (ej. Santos Ochoa), papelerías, tiendas de deporte y regalos.
- **Punto de Dolor:** Sufren la competencia feroz del comercio electrónico y las grandes superficies periféricas. Buscan desesperadamente rejuvenecer su clientela y digitalizar su fidelización sin grandes inversiones tecnológicas.

- **Hostelería y Ocio Local:**

- **Tipología:** Cafeterías, hamburgueserías locales, cines y salas de escape room.
- **Interés:** Buscan llenar sus locales en horas valle y atraer grupos de estudiantes, especialmente los fines de semana.

2.3. Segmento Institucional y Educativo (Socios estratégicos)

Aunque no son "clientes" en el sentido transaccional puro, son un segmento crítico para la validación y escalabilidad.

- **Centros Educativos:** Directores y tutores de IES y Colegios Concertados. Buscan herramientas innovadoras para cumplir con los currículos de educación ambiental y proyectos como CEHS (Centros Educativos Hacia la Sostenibilidad) del Gobierno de La Rioja. EcoReto les facilita una herramienta "llave en mano".
- **Administración Pública:** El Ayuntamiento de Logroño y el Gobierno de La Rioja. Necesitan datos y herramientas para implementar sus planes de movilidad y

economía circular. EcoReto actúa como un proveedor de servicios de dinamización ciudadana.