

SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Segmento 1: Cliente Final

¿Quién es nuestro cliente?

Personas de todas las edades (sin edad predeterminada) que priorizan la **compra consciente** y el **diseño personalizado**.

Características de estos Clientes:

- **Motivación Ambiental:** Clientes que buscan activamente productos sostenibles, orgánicos o reciclados, y que están dispuestos a pagar un precio justo por el **impacto positivo** y la **eliminación de residuos** que ofrece nuestro modelo.
- **Buscadores de Exclusividad (Antítesis de la Fast Fashion):** Personas frustradas con la uniformidad y falta de originalidad de las grandes cadenas retail (como Inditex). Buscan prendas y regalos únicos con **estampados y diseños propios** que no se encuentren en el mercado masivo.
- **Compradores de Regalos Especiales:** Aquellos que necesitan un obsequio con un **alto valor sentimental y de diseño**, creado desde cero para un evento o persona específica.

Ejemplo 1: Personas que desean calcetines, camisetas o accesorios con diseños divertidos o temáticos que no encuentran en tiendas estándar. Están dispuestos a participar en el proceso creativo para obtener una prenda que refleje su gusto único.

Segmento 2: Clientes Corporativos y Profesionales

¿Quién es nuestro cliente?

Entidades, empresas emergentes (startups), tiendas pequeñas y autónomos (especialmente diseñadores).

Características de estos Clientes:

- **Necesidad de Merchandising Sostenible:** Empresas que buscan renovar su vestuario laboral, crear regalos corporativos para eventos o lanzar líneas de merchandising con un **fuerte compromiso ecológico**.
- **Diseñadores Autónomos/Emprendedores:** Jóvenes diseñadores o creativos que necesitan un **espacio de trabajo flexible** y/o un **canal de venta** que les permita comercializar sus diseños de forma física y con una marca paraguas sostenible.

Ejemplo 2: Una startup de tecnología que necesita camisetas de equipo con su logo impreso de forma ecológica para un evento de networking, o un diseñador gráfico que quiere alquilar un espacio en el estudio para trabajar y vender su primera colección de tote bags personalizadas.