

## 2. SEGMENTACION DE MERCADOS

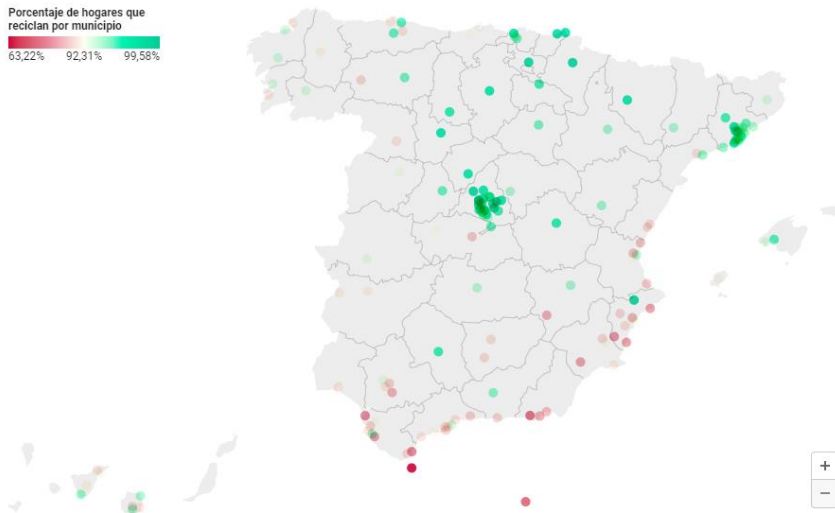
En este apartado nos enfocamos en la importancia de elegir el sector y el área en dónde vamos a realizar nuestro análisis y desarrollo de producto. Definiremos a nuestros clientes potenciales, ya estos son el objetivo que pretendemos alcanzar con nuestro proyecto.

- Datos demográficos: Según el **INE**:

### Los municipios en los que los hogares reciclan más y menos

Porcentaje de hogares que separan algún tipo de residuo en los municipios de más de 50.000 habitantes en 2021. La **media nacional** se sitúa en el **92,31 %**

Porcentaje de hogares que reciclan por municipio  
63,22% 92,31% 99,58%



Mapa: Newtral - Fuente: INE - Creado con Datawrapper

Los hogares que **más** kilogramos de residuos reciclaron en España el pasado año se encuentran en:

- Torrejón de Ardoz con un 99,6 %.
- Rivas-vaciamadrid con un 98,9%.
- Majadahonda con un 98,8%.

En caso contrario en los municipios que **menos** han contribuido con la causa son:

- Ceuta con un 63,22 %.
- Melilla con un 73,00 %.
- El Ejido de la provincia de Almería con un 74,2 %.

En el caso de **Valladolid** se ha registrado un 96,54 %.

Los clientes potenciales están dirigidos a empresas públicas y privadas, cuyo objetivo es contribuir con el reciclaje y satisfacer la necesidad de las personas que pretenden reciclar y a la vez que buscan beneficiarse económicamente, con pequeño incentivo.

Se agrupan por clientes que realizan actividades de carácter público y de la empresa privada. Como colegios, institutos o supermercados.

Debemos agrupar a los clientes conforme a una serie de características comunes para satisfacer mejor sus necesidades

Para hacer un estudio exhaustivo de nuestros potenciales clientes debemos saber sus aspectos:

- **Demográficos y geográficos:** nuestro producto se encontrará en núcleos de población grandes.
- **Psicosociales:** los ciudadanos que reciclan diariamente suelen ser personas con rigor e ideas fuertes, basadas en la lucha contra el cambio climático.

