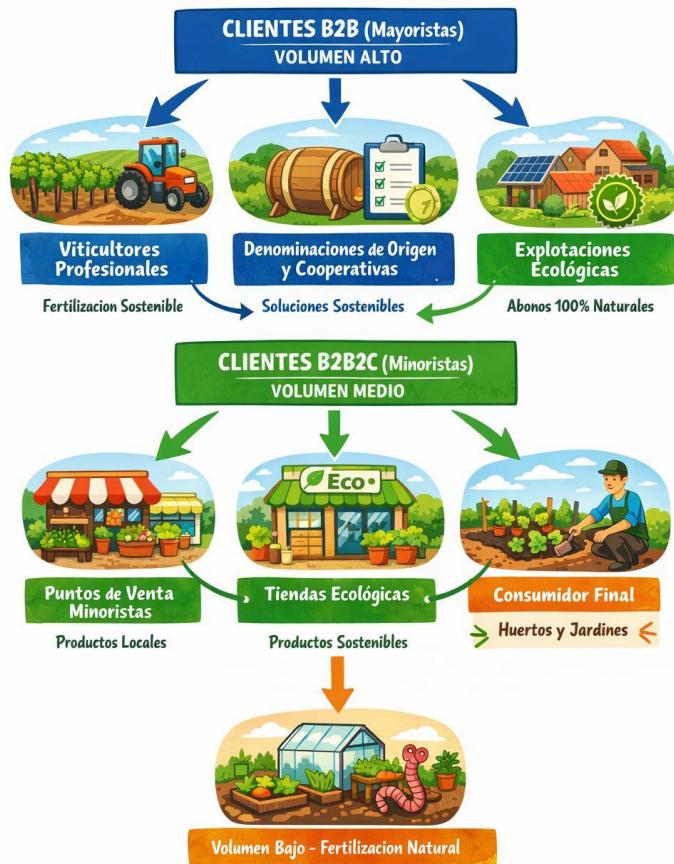


2. SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Segmento	Ubicación	Características	Necesidades	Motivaciones de compra
Viticultores profesionales	Cuéllar y comarca. Principales zonas vitivinícolas de Castilla y León (Ribera del Duero, Rueda, Toro, Cigales).	Explotaciones medianas y grandes, con alto nivel de profesionalización y exigencia en calidad.	Mejora del suelo, aumento de microbiología y fertilización sostenible.	Mejora de la calidad de la uva e imagen sostenible frente a DO y clientes.
Denominaciones de Origen y cooperativas	Segovia, Valladolid y principales DO de la región.	Compras agrupadas y capacidad de influencia sobre agricultores asociados.	Productos estandarizados, trazabilidad y cumplimiento normativo.	Refuerzo de la imagen ecológica y adaptación a normativa europea.
Explotaciones agrícolas ecológicas	Castilla y León, principalmente zonas rurales.	Explotaciones certificadas que evitan fertilizantes químicos.	Abonos 100 % naturales y compatibles con certificaciones.	Coherencia con valores ecológicos y mejora del rendimiento.
Puntos de venta minoristas especializados	Viveros, centros de jardinería y agrotiendas locales.	Clientes habituales con asesoramiento al consumidor final.	Productos diferenciadores y formatos manejables.	Demanda creciente de productos ecológicos y valor añadido.
Tiendas ecológicas y comercios sostenibles	Núcleos urbanos cercanos como Segovia y Valladolid.	Consumidores concienciados con el medio ambiente.	Productos coherentes con sostenibilidad y packaging informativo.	Diferenciación frente a fertilizantes convencionales.
Ayuntamientos y entidades públicas	Municipios rurales y urbanos de Castilla y León.	Gestión de parques, jardines y zonas verdes.	Fertilizantes naturales y seguros.	Cumplimiento de políticas medioambientales.
Pequeños agricultores y huertos familiares	Zonas rurales y periurbanas.	Producción para autoconsumo y compras estacionales.	Productos fáciles de usar y formatos pequeños.	Confianza en producto local y facilidad de aplicación.

SEGMENTACIÓN DE CLIENTES

Hummus de Lombriz



Esta segmentación permite adaptar la oferta de productos, los formatos de venta y los canales de distribución a cada tipo de cliente, optimizando la penetración en el mercado y reforzando la viabilidad económica del proyecto.