

## 2. SEGMENTACIÓN DE MERCADO

<b>Segmento</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Características</b>	<b>Necesidades</b>	<b>Motivaciones de compra</b>
<b>Viticultores profesionales</b>	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.
<b>Denominaciones de Origen y cooperativas</b>	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.
<b>Explotaciones agrícolas ecológicas</b>	Castilla y León, principalmente en zonas rurales.	Explotaciones certificadas que evitan fertilizantes químicos.	Abonos 100 % naturales y compatibles con certificaciones .	Coherencia con valores ecológicos y mejora del rendimiento.
<b>Puntos de venta minoristas especializados</b>	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.
<b>Tiendas ecológicas y comercios sostenibles</b>	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.
<b>Ayuntamientos y entidades públicas</b>	Municipios rurales y urbanos de Castilla y León.	Gestión de parques, jardines y zonas verdes.	Fertilizantes naturales y seguros.	Cumplimiento de políticas medioambientales.
<b>Pequeños agricultores y huertos familiares</b>	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.