



SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Nuestros principales clientes van a ser las agencias de viajes y empresas de transporte que serán ellos quienes contraten nuestros servicios para sus clientes.

A través de las encuestas que hemos ido entregando tanto a las distintas agencias como a las familias con hijos, hemos detectado:

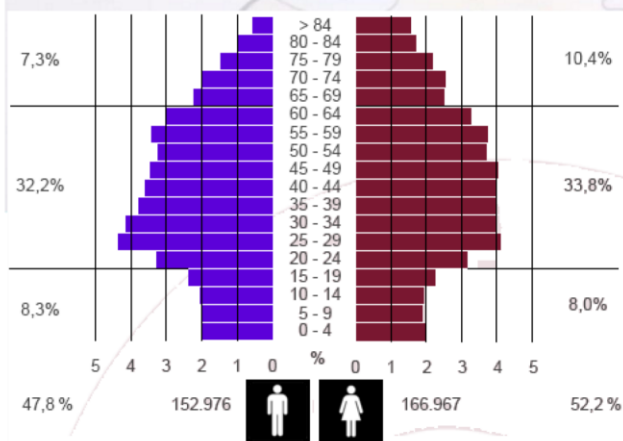
- Que no existe un servicio de entretenimiento con personal cualificado durante los viajes de larga distancia, por eso pensamos poner ese servicio en el viaje que se realiza de Valladolid-Disneyland Paris ya que es uno de los viajes donde hay más afluencia de niños.
- Durante las vacaciones familiares hemos detectado que los padres no disfrutaban de sus vacaciones como ellos quisieran, hay en algunos hoteles que dan la posibilidad de dejar a tu hijo mientras que los padres disfrutan la vida en pareja, nosotras ampliamos ese servicio ya que además de atender sus necesidades básicas también lo haremos utilizando pedagogías educativas.
- No nos olvidamos de las familias con menos recursos que no pueden tener unas vacaciones, para estas hemos pensado que sus hijos también pueden disfrutar de otras formas y ViajEduca ha pensado en la realización de campamentos urbanos en la misma ciudad con un montón de actividades lúdico-educativas.

Con la siguiente gráfica obtenida en el INE se puede observar los niños nacidos en Valladolid en los últimos 6 años que es la población a la que va dirigida nuestro servicio:



Movimiento Natural de la población						
Año	2009	2010	2011	2012	2013	
Nacimientos	2.432	2.477	2.578	2.561	2.600	
Matrimonios		1.587	1.541	1.469	1.528	1.438
Tasa Bruta de Natalidad (‰)		7,6	7,7	8,0	8,0	8,1

Pirámide de población de Valladolid según datos de 2014.



Comparando esta pirámide con la de años anteriores, hemos detectado que el porcentaje de natalidad en población de Valladolid aumenta paulatinamente (año 2012- 7,7‰, año 2013- 8 ‰, año 2014- 8 ‰ y en año 2014-8,1 ‰).



Otros datos importantes, y con mayor proyección de futuro para nuestra empresa, son los referidos a la población de nuestra comunidad.

PROVINCIA	AÑO	VIAJEROS	
		ENTRADOS	PERNOCTACIONES
		TOTAL	TOTAL
Castilla y León	2010	4.218.843	7.154.916
	2011	4.216.226	7.101.445
	2012	3.927.116	6.562.940
	2013	4.029.668	6.562.939
	2014	4.192.030	6.783.603
España	2010	81.888.872	267.163.482
	2011	85.366.974	286.761.259
	2012	82.962.481	280.659.549
	2013	83.820.919	286.030.160
	2014	87.814.529	295.260.630

FUENTE INE

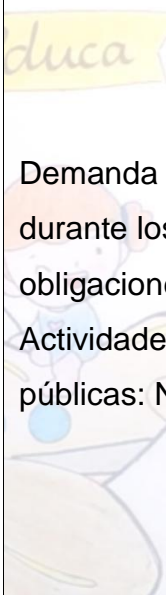
En la siguiente tabla, hacemos referencia a los viajeros que han realizado turismo en castilla y león y aquellos que han pernoctado, desde el 2010-2014. Lo que queremos reflejar con esta tabla es el número de turistas que ha recibido nuestra comunidad autónoma en los últimos 4 años, dejando ver que muchos de estos turistas viajarán con niños y ahí es donde vamos a prestar nuestro servicio.

Como se puede ver reflejada en la tabla, en el año 2014 el número de pernoctaciones ha sido mayor a los años anteriores, salvo en el 2010 que ha sido el año que vas pernoctaciones ha tenido nuestra comunidad autónoma, y en cuanto al número de viajeros sucede lo mismo que en las pernoctaciones.

Como se puede ver en España los viajeros y las pernoctaciones han sido mayores que en nuestra comunidad autónoma, por lo que podemos deducir que muchos extranjeros eligen España para pasar sus vacaciones y otros tantos eligen Castilla y León como destino de vacaciones.

ANÁLISIS DAFO VIAJEDUCA



DEBILIDADES	AMENAZAS
Falta de experiencia como empresarias.	Desconfianza en un producto novedoso.
Inversión inicial algo elevada.	Escasez de capital inicial.
Tamaño empresarial reducido.	Entrada de nuevos competidores.
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Formación suficiente en distintos aspectos socioeducativos. Experiencia en el trato con niños y niñas a los que va dirigido el servicio.	Coyuntura económica favorable: Mayores posibilidades de financiación.
Equipos informáticos propios y amplia red de canales de comunicación. (blog, Facebook, twitter)	Préstamos y subvenciones para jóvenes emprendedoras y emprendedoras.
Atención exclusiva al cliente.	 <p data-bbox="798 1209 1356 1478">Demanda de servicio socioeducativo durante los momentos de ocio y obligaciones de los padres. Actividades promocionadas por entes públicas: Navivall, Navisport.</p>

Estrategias para reducir las amenazas y debilidades.

- **Estrategia defensiva (Fortaleza + Amenazas):** La formación en el sector puede servir para plantearse el reducir la inversión, abaratando los costes, innovando la manera de dar el servicio y ser competitivos con respecto a la competencia.

