



HAZLO TÚ



TRADICIONES CÁNTABRAS

PROYECTO EMPRESARIAL STARTInnova

CURSO ACADÉMICO 2017-2018

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. INTRODUCCIÓN

2. ALIADOS CLAVE

3. ACTIVIDADES CLAVE

4. PROPOSICIÓN DE VALOR

5. RELACIÓN CON CLIENTES

6. CANALES

7. SEGMENTO DE CLIENTES

8. RECURSOS CLAVE

9. FUENTES DE INGRESOS

10. ESTRUCTURA DE COSTES

11. ANEXOS

7. SEGMENTO DE CLIENTES

El servicio que ofrecemos a través de la web «hazlo tú» está dirigido a un segmento de la población bastante abierto. Pues las posibilidades de nuestros servicios son muy amplias ya que se puede disfrutar en familia, con amigos, en pareja, o en solitario de un sinfín de actividades en el marco rural de nuestra comarca.

En primer lugar, nuestro público objetivo son todas las personas de **clase media** que les gusta viajar, y que además son **amantes** de la



Imagen 17 – Fuente: elaboración propia.

naturaleza, que quieren vivir una experiencia diferente y singular, y ser partícipes de nuestra cultura rural y estilos de vida.

Asimismo, nuestros servicios, también, estarían destinados a aquellas **personas** que viajan frecuentemente,

que están **hartas de los típicos viajes comerciales**, y que persiguen vivir una experiencia diferenciada que les marque positivamente, al vivir durante unos días en una vida paralela a la suya, aprendiendo nuevas rutinas y costumbres de oficios locales.

Por otro lado, un punto a nuestro favor, es que nuestros servicios van a llamar mucho la atención a un segmento de clientes con un poder adquisitivo medio-alto, que cada vez es más numeroso, los llamados **urbanitas enamorados del campo**, que sienten nostalgia de una vida alejada del medio rural, y que a través de nuestra empresa pueden satisfacer esa necesidad de pertenecer y ser parte de las costumbres de los pueblos cántabros.

Además, no nos podemos olvidar de un segmento clave de clientes; el denominado **turismo educativo**. En el entorno escolar cada vez son más frecuentes las convivencias o excursiones con pernocta fuera del núcleo familiar. Nuestra idea de negocio, llamaría la atención de los centros



Imagen 18 – Fuente: elaboración propia.

educativos ya que tanto el alumnado, como los docentes podrían poner en práctica los conocimientos teóricos estudiados en las asignaturas de la rama de Ciencias Naturales, con lo que les proporcionaríamos un viaje educativo en el que no sólo disfrutarían y se lo pasarían genial, sino que aprenderían y reforzarían lo visto en el aula. Igualmente, serviría para fortalecer y consolidar algunas de las competencias clave del sistema educativo, como por ejemplo la competencia de Aprender a Aprender puesto que el alumnado va a conocer y a trabajar de manera autónoma en diferentes oficios; la competencia de Conciencia y Expresiones Culturales, pues al estar en contacto con los habitantes de los pueblos van a conocer sus tradiciones, costumbres, y en definitiva su cultura, o las competencias Sociales y Cívicas, pues servirá para unir al grupo de clase y mejorar, en su caso, la conductas disruptivas, o incluso potenciar el Sentido de la Iniciativa y Espíritu Emprendedor, al conocer de primera mano pequeños negocios emprendedores.

Finalmente, dado la importancia del trabajo en equipo y colaborativo dentro del **mundo empresarial**, que mejor manera que reforzar estos aspectos que contratar nuestros servicios para realizar **convivencias** que unifiquen y potencien los beneficios y ventajas de los grupos de trabajo, versus el trabajo autónomo e independiente, en el seno de las áreas funcionales de una empresa.



Imagen 19 – Fuente: elaboración propia.

SEGMENTACIÓN DE CLIENTES

A	<i>PERSONAS DE CLASE MEDIA AMANTES DE LA NATURALEZA CANSADAS DE LOS TÍPICOS VIAJES COMERCIALES</i>
B	<i>URBANITAS ENAMORADOS DEL CAMPO</i>
C	<i>TURISMO EDUCATIVO Y EMPRESARIAL</i>

Imagen 20 – Fuente: elaboración propia a partir de la segmentación de clientes ABC de Pareto.