

SEGMENTACIÓN DE MERCADO:

Los clientes son el centro de cualquier modelo, porque sin clientes no hay negocio. Esto puede parecer algo obvio pero no se suele tener muy en cuenta. La causa suele ser que muchos proyectos nacen enfocados al producto y no al cliente. Y esto ¿qué riesgo implica? Que nuestra idea puede ser maravillosa o parecérnoslo, pero sin ningún interés comercial, lo que la llevaría al fracaso.

En un principio **nuestra empresa va dirigida sobre todo a los extranjeros de fuera de nuestra provincia de Soria** que vienen de grandes ciudades en busca de la tranquilidad y de entornos más naturales y menos industrializados, además los propios habitantes de nuestra ciudad también podrán participar sin ningún problema e incluso tal vez descubran nuevos aspectos y curiosidades de su ciudad. **Gente aficionada a la** cada vez más creciente **moda del Geocaching** es un gran sector de la clientela en el que nos queremos centrar ya que la afición por esta actividad muchas veces les hace moverse a nuevos sitios y ciudades, lo cual es beneficioso para nuestra empresa.

Aunque **nos enfocamos principalmente en un público juvenil**, también queremos englobar a una clientela más adulta que quiera proponerse desafíos mentales o fortalecer sus relaciones mediante el trabajo en equipo. Uno de **los clientes a los que no tenemos en mente dirigirnos, serían las personas de avanzada edad** ya que se les hace complicado aguantar las distintas rutas y el esfuerzo físico que se requiere. Por eso el público al que nos dirigimos son **la población de entre 14-60 años aproximadamente** debido a que disponen de una condición física que les permite hacer la actividad y responden con las capacidades mentales que se requieren como puede ser la orientación y el pensamiento lateral al resolver acertijos.