

## **Segmentación del mercado:**

A pesar de tratar de hacer del ciclismo algo duradero y que esté presente en las nuevas generaciones, nuestro prototipo está algo alejado de esto, ya que este se basa en un hombre de unos 30 años , atlético, que vea el ciclismo como una diversión o una manera de pasar el tiempo y desestresarse. Nuestro cliente tiene estas características puntuales porque pensamos que a esta edad se comienza a reflexionar sobre el futuro y esto puede causar conflictos con cercanos o influir en el trabajo. Así cuando nuestro prototipo de cliente sienta que necesita tiempo para desahogarse, olvidarse o incluso todo lo contrario sino pensar mientras se pedalea, decida salir a hacer kilómetros en vez de sentarse y ver una serie mientras come helado.

Los segmentos de cliente que son implantados en nuestros productos son especialmente los siguientes: nos encontramos en Valencia, los ciclistas de esta zona habitualmente salen por las zonas no urbanas con la bici, por lo tanto nos tratamos de centrar en consumidores que están algo alejados de las grandes ciudades de la zona, además si se presta atención a los pelotones y a los integrantes de estos, podremos observar que no suelen estar compuestos de personas mayores de unos 26 años, además la gran mayoría de estos suelen tener un cuerpo bastante ´atlético´ o por lo menos cuidado y por último las horas y los días en las que habitualmente se presentan más ciclistas son los días festivos y fines de semana ; y por las primeras horas de la mañana. Con todas estas características claras podríamos decir que se tiene un pequeño grupo de consumidores en los que nos podemos centrar.

