

## SEGMENTACIÓN DE MERCADO

El público objetivo son las personas con dificultades a la hora de cocinar, como las personas mayores y las personas con discapacidad/diversidad funcional física e intelectual. Este proyecto tiene un tipo de mercado segmentado, ya que es un tipo de mercado en el que se distingue diferentes clientes con necesidades y problemáticas diferentes.

Las características de los/as clientes con dificultades a la hora de cocinar son:

- Personas mayores, a partir de los 60 años
- Personas con movilidad reducida, a partir de los 18 años
- Personas con discapacidad/diversidad funcional intelectual, a partir de los 18 años
  - \* Aquellas personas con grado de dependencia II o III no podrán acceder al servicio de comedor social.

Para acceder al comedor social, se requiere una valoración de discapacidad y dependencia del centro de orientación y valoración de la Diputación Foral de Álava. Las personas con discapacidad/diversidad funcional física e intelectual deben tener igual o más del 33% de discapacidad, además de falta de autonomía para realizar tareas de cocina. Las personas mayores deben tener 60 años o más y dificultades para desempeñar labores de cocina. Podrán acceder personas con grado de dependencia I, pero en ningún caso las personas con grado de dependencia II o III. Por ello, se requieren valoraciones periódicas de discapacidad y dependencia para actualizar el porcentaje de discapacidad y el grado de dependencia.