

Cultura a la taza

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

¿Cuál es vuestra clientela y qué quiere? ¿Qué tipos de personas van a comprar vuestro producto o servicio?

Personas migrantes que llevan entre 3 meses y un año residiendo en España.

Como edad de referencia entre 18 y 55 años.

Que posean falta de recursos, dificultades relacionales, escasa red de apoyo y nulo o escaso conocimiento del idioma.

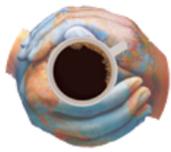
¿Qué beneficios ofreceis?

La clientela espera de nuestro negocio encontrar un lugar seguro donde poder crear una red de apoyo y/o contactos en el sitio donde se encuentra y así también aprender el idioma.

Número de clientela potencial (¿es suficiente?).

Sí que tenemos un número de clientela potencial suficiente para poder llevarlo a cabo dado que ha habido un aumento de las migraciones a la Comunidad Valenciana los últimos años.

En este punto realizamos un mapa de empatía donde interiorizamos más a nuestra posible clientela.



Cultura a la taza

EMPATIZAR

- ¿Qué piensa o siente?

Se siente vulnerable a la manipulación, tiene miedo a volver a ser engañada por tanto mantiene una actitud de desconfianza y gran inquietud por no conseguir un empleo digno. Presenta falta de esperanza en cuanto a mejorar y siente que socialmente no acaba de encajar ya que no conoce el idioma, la cultura, no comprende las tradiciones,... Se siente sola, no conoce a nadie en España y no siente que tenga alguien donde apoyarse.

- ¿Qué es lo que ve?

Observa dificultades para encontrar empleo debido a su etnia. No tiene amigos en España, a parte de las mujeres de la entidad con las cuales no puede comunicarse bien. Cree y observa que la sociedad la juzga; miradas de desprecio, invalidez, falta de comprensión.

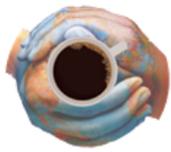
- ¿Qué dice o hace?

Se aísla y retrae, es vergonzosa y tímida; seguramente es distante por temor (a no poder expresarse bien, ser juzgada, que no la entiendan,...) Su aspecto es higiénico, arreglado y cuidado, le da importancia a la imagen que transmite y es bastante coqueta.

- ¿Qué es lo que oye?

En la entidad: importancia de tener redes de apoyo para combatir la soledad, poder hacer vida social, salir, tener actividades de ocio para despejarse,...

En la calle: comentarios despectivos, de discriminación, racismo e insultos cuando intenta expresarse,...



Cultura a la taza

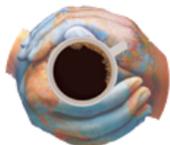
- ¿Qué le da miedo?

Le da miedo ser juzgada por su etnia, religión, forma de vestir sin conocerla, a que le vuelva a pasar una situación similar a la vivida, a que le deporten a su país, a no conseguir la documentación reglada y nacionalidad,... Se frustra a su vez por no ser capaz de establecer relaciones, encontrar trabajo, hacerse entender,... ya que tiene diversos obstáculos como el idioma, gente poco inclusiva, falta de ayudas,...

- ¿A qué aspira?

Tiene grandes deseos de encontrar empleo, asentar su vida y conseguir un piso propio, le gustaría ser comprendida y poder conseguir una red de amigos y apoyo.

Aspira a poder ayudar a los/las que estén en su misma situación y conocer las costumbres e idioma del país.



Cultura a la taza

1.

Personas migrantes que llevan entre 3 meses y un año residiendo en España.

Como edad de referencia entre 18 y 55 años.

Que posean falta de recursos, dificultades relacionales, escasa red de apoyo y nulo o escaso conocimiento del idioma.

La clientela espera de nuestro negocio encontrar un lugar seguro donde poder crear una red de apoyo y/o contactos en el sitio donde se encuentra y así también aprender el idioma.

Si que tenemos un número de clientela potencial suficiente para poder llevarlo a cabo dado que ha habido un aumento de las migraciones a la Comunidad Valenciana los últimos años.