

2. SEGMENTACIÓN DE MERCADO

En cuanto a las personas hacia las cuales hemos enfocado nuestro proyecto, cualquiera tendría libertad para descargar y hacer uso de la aplicación y sus servicios. Sin embargo, nos gustaría centrarnos en personas con una fuerte conciencia social y medioambiental, además de otros colectivos desfavorecidos por diferentes razones.

Basándonos en el ofrecimiento de comida gratuita, esperamos atraer a personas altruistas que no suelen tener tiempo para realizar voluntariados o tal vez no sepan por dónde empezar a poner su granito de arena para poder hacer del mundo un lugar mejor. Además, la ayuda no solo se podría enfocar desde una perspectiva económica, si no que estos intercambios solidarios podrían brindar la oportunidad a ambas personas de conocerse, conversar y comer juntas, dejando una sensación de satisfacción tanto a aquella persona con voluntad caritativa como a aquella que necesita compañía y ser escuchada.

La persona dadora de esta comida también podría ser aquella que se encuentra en riesgo o situación de exclusión, siendo que colectivos como las personas migrantes o las mujeres mayores o amas de casa conceden mucha importancia a la cocina casera. A través de esta impulsamos la curiosidad y conocimiento por personas pertenecientes a culturas diferentes a la nuestra y la compañía a personas que en muchos casos se encuentran en una situación de abandono y soledad.