

3.Segmentación de mercado:

Un jardín inclusivo es una idea innovadora y con un gran potencial social. **Para definir una estrategia de marketing efectiva, es fundamental segmentar el mercado e identificar a tu público objetivo.** Teniendo en cuenta variables socioeconómicas y de comportamiento:

- **Variables socioeconómicas:** edad, ya que está dirigido a personas mayores de 16 años, y geográficamente, al núcleo urbano de Vitoria-Gasteiz y alrededores.

- **Variables de comportamiento:**

Nuestro proyecto va dirigido a estas personas que están en riesgo de exclusión social y/o laboral, como son las personas invidentes o con

Ainara Cabello
Iosu Diaz

discapacidad visual y personas con otro tipo de discapacidades ya sean mental o físicas (visual/sensorial/motriz).

Definiremos por tanto 4 segmentos:

3.1. Personas con Discapacidad

Nuestro proyecto va dirigido a estas personas que están en riesgo de exclusión social y/o laboral, como son las personas invidentes o con discapacidad visual y personas con otro tipo de discapacidades ya sean mental o físicas (visual/motriz/sensorial)

3.2. Cuidadores y Familiares:

Familiares de personas con discapacidad que buscan actividades recreativas y educativas para sus seres queridos. También para profesionales de la salud y de la educación especial interesados en llevar a cabo terapias y actividades en el jardín.

3.3. Grupos y Organizaciones

Nos centraremos en los siguientes grupos/organizaciones:

- *Asociaciones de personas con discapacidad que buscan espacios accesibles para sus miembros.
- *Escuelas y centros educativos que deseen ofrecer actividades al aire libre inclusivas.
- *Empresas que busquen realizar actividades de team building o responsabilidad social corporativa en un entorno natural y accesible.

3.4. Público General:

Personas interesadas en la naturaleza, la sostenibilidad y la inclusión social.

Ainara Cabello
Iosu Díaz

Amantes de la jardinería y la horticultura que deseen aprender nuevas técnicas y conocer especies diferentes.