
1. Clientes



- ¿Para quién estamos creando valor?

Valores como la ayuda mutua, el cuidado, la caridad, la compasión, la piedad, el compromiso interpersonal y la solidaridad son transmitidos a la comunidad de **personas mayores** de las diferentes instituciones que aquella congregación presenta.

- ¿Cuáles son nuestros segmentos de clientes más importantes?

Nuestros clientes más importantes en este caso serían las personas de tercera edad.

- ¿Cuáles son sus necesidades o preocupaciones?

Necesidad de pertenencia, Necesidad de sentirse escuchado, Adaptación al cambio, Desarrollo personal, Descanso de calidad.



Clientes

- ¿Nos dirigimos hacia el gran público, el mercado de masas o a un nicho muy concreto ?

En este caso nos dirigimos a un nicho ,Representamos una pequeña parte de un segmento de mercado y representamos un grupo de personas de tercera edad.

- ¿Hay varios segmentos de clientes interrelacionados ?

*Consiste en un conjunto de acciones por medio de las cuales se seleccionan aspectos en común de la base de **clientes** y se los divide en diferentes grupos: cada uno de ellos es un **segmento de clientes**.*

- ¿Qué factores de macroentorno influyen en tu futura empresa ?

Los socioculturales, tecnológicos, económicos, políticos legales y globales.



Clientes

- **¿Qué factores de microentorno influyen en tu futura empresa ?**

Competidores, clientes, canales de distribución, proveedores y el público.

- **¿Identificar competencia directa e indirecta ?**

Las residencias.

- **¿Quiénes son nuestros competidores ?**

Aquel grupo de empresas que ofrecen un servicio o producto similar al nuestro o que dirigen sus acciones a un mismo segmento del mercado.



Clientes

- ¿Qué ofrecen, a qué precio ?

Brindarle afecto, atención y detalles,ayudarle a mantenerse físicamente cognitivamente activo,Establecer un plan alimenticio,Lleve un registro de los medicamentos,Establecer un plan de seguridad,Realizar un diagnóstico de sus necesidades ,A un precio económico.