
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.

2.Propuesta de valor



- ¿Qué valor le damos a los clientes ?

La ayuda mutua, el cuidado, la caridad, la compasión, la piedad, el compromiso interpersonal y la solidaridad

- ¿Qué problemas o necesidades de nuestros clientes estamos ayudando a resolver o satisfacer ?

Tener una rutina,apuntar los medicamentos que necesita,sentirse seguro,actividad física,especial atención a la alimentación.

Características :Ser servicial,Poder permanecer constante,ser honesto,dominar una comunicación fluida ,ofrecer positividad,tener paciencia



Propuesta de valor

- Funciones

Evaluar las necesidades médicas, Preparar un plan de atención, Ayudar **con** las necesidades básicas, Proporcionar compañía, Ayudar **con** el mantenimiento de la casa, Ayudar **con** el traslado y la movilidad.

- ¿Las necesidades o deseos que vamos a cubrir ?

Respirar normalmente • Comer y beber de forma adecuada. • Eliminar los desechos corporales. • Moverse y mantener una postura adecuada. • Dormir y descansar • Elegir la ropa adecuada. • Mantener la temperatura adecuada
• Mantener la higiene corporal



Propuesta valor

- Productos /Servicios basicos +Extras

Tenemos productos de primera calidad ,Champús de cabello para personas de tercera edad ,camas de primera calidad para un descanso al 100%,actividades como natación,spa,hidromasaje

- Contratados con nosotros sería lo mejor que podéis realizar para el cuidado de las personas de tercera edad ,ofrecemos los mejores servicios ,mejores productos ,mejor atención al cliente 24h y mas actividades ,con un precio increíble

3. Canales



- **¿Cómo vamos a entregar nuestra propuesta de valor a cada segmento de clientes?**

A través de una página donde se podrá encontrar ofertas donde se le puede ofrecer lo que el cliente busca.

- **¿A través de qué canales queremos llegar a nuestros clientes?**

Tendremos 2 canales a través de atención personal y la atención por las redes.



3. Canales

- ¿Cómo se integran nuestros canales?

Independientemente de la estrategia que se desarrolle, todo debe empezar con el conocimiento del público objetivo.

- ¿Cuáles funcionan mejor?

Hoy en día los canales que funcionan mejor son a través de las redes.



3. Canales

- **¿Cuáles son los más rentables?**

Ahora en día todo sale más rentable por las redes sociales , como también son las que funcionan mejor.

- **¿Cómo vamos a integrarlos con las rutinas de los clientes?**

En esta empresa vamos a definir el tipo de relación que quiere tener el cliente con nosotros.

4.Relaciones con los clientes



- ¿Qué tipo de relación espera mantener con cada segmento de clientes?

La relación que esperamos es la de la más confianza absoluta

- ¿Que va a inspirar nuestra marca en ellos?

Para que sepan que nuestra relación será buena se harán anuncios para ver que con que tipo de empresa están por contratar



Relaciones con los clientes

- ¿Quién establece las relaciones? ¿cuánto nos cuesta?

El que establece las relaciones somos nosotros. Nos cuesta tiempo

- ¿Cómo se integran con el resto del modelo de negocio?

Los clientes nos pueden ayudar con hacer publicidad, contándoles a sus familiares, amigos etc...



Relaciones con los clientes

- ¿Cómo vamos a captar clientes?

Con nuestra publicidad en diferentes medios de comunicación

- ¿Cómo vamos a fidelizar a los clientes?

Tratandoles con el mayor respeto y compromiso



Relaciones con los clientes

- ¿Qué técnicas vamos a utilizar para estimular la ventas?

Usaremos estrategias de publicidad y alianzas con otras empresas

5. Fuentes de ingreso



- ¿Cuánto están dispuestos a pagar los clientes por nuestra solución? ¿Para qué se paga en la actualidad?

Depende de cual sea el problema el cliente pagaría más o menos. Se paga ahora para sacar nuestra idea adelante.

- ¿Cómo se paga actualmente? ¿Cómo prefieren pagar?

Actualmente se pagan con el dinero de la empresa. Prefieren pagar con tarjeta.



Fuentes de ingreso

- ¿Cuáles son las fuentes de ingresos? ¿Cómo contribuye cada fuente a los ingresos totales?

*Las fuentes de ingreso son las ayudas que recibimos y el dinero que nos dan los clientes y a nuestros socios.
Económicamente*

- ¿Qué margen se obtendrá?

Se les dará un margen de 2 semanas para pagar



Fuentes de ingreso

- Criterios que se van a aplicar a la hora de fijar los precios: costes, precios de la competencia, experiencia, ...

Habr  un precio fijo para que atendamos a las personas y otros variables para hacer actividades extra. Para superar a la competencia al principio los precios serán moderadamente bajos. Nuestros trabajadores ya tendrán experiencia con el cuidado de personas de tercera edad.



Fuentes de ingreso

- **Forma de cobro:** establecer el modo y el plazo de cobro a clientes.

Se les cobrará en efectivo o en tarjeta. Los clientes tendrán que pagar al momento.

6. Recursos Clave



- ¿Qué recursos clave requiere nuestra propuesta de valor?

Nuestro recurso clave serán actividades deportivas o festivas monitoreo y cuidado de salud y bienestar

- ¿Cómo obtenemos estos recursos clave?

Lo obtendremos del dinero del que dispone la empresa y en lo que quieran hacer los clientes



Recursos clave

- ¿Cuándo los necesitamos?

Lo necesitaremos cuando veamos la necesidad de los ancianos de un poco de entretenimiento

- ¿Cuáles son los recursos que requieren los canales de distribución utilizados?

Serían diferentes dispositivos de monitoreo consumibles y objetos de deportes ya sean bicicletas o zapatillas



Recursos clave

- ¿Cuáles son los recursos más importantes y costosos en tu modelo de negocio ?

Sería hacer fiestas y el material de deporte.

7.Actividades clave



- ¿Qué soluciones o actividades clave requieren nuestras propuestas de valor?

Cuidado de personas de 3º edad o compañía de las mismas.

- ¿Qué actividades requieren las relaciones con clientes?

Trato personalizado de ser requerido, comunicación 24h.

- ¿De qué manera se llevarán a cabo?

Con el personal cualificado.



Manos a la Obra

- **Identifica qué actividades son las que contribuyen a crear, mantener y evolucionar tu Propuesta de Valor.**
 - *Cuidado Personalizado*
 - *Calidad en Servicio*



8.Socios



- **¿Quiénes son nuestros socios clave?**

Principalmente: residencias, hospitales, aseguradoras especializadas en personas de la 3º edad, farmacias e incluso el propio gobierno.

- **¿Quiénes son nuestros principales proveedores?**

Las residencias y los hospitales.

- **¿Qué recursos claves se necesitan para la adquisición de los socios?**

añadido a tu negocio?

Buena imagen, profesionales cualificados y las herramientas para llevarlo a cabo (equipo médico, etc.)



Socios

- ¿Qué actividades clave realizan los socios?

Proporcionar nuevos clientes, así como publicitar nuestros servicios a través de sus medios.

- ¿Qué Partners pueden hacer mejor o a un coste menor y aportar valor añadido a tu negocio?

Las residencias.



Manos a la Obra

- **Identifica quiénes son tus Alianzas Clave.**
 - *Residencias*
 - *Hospitales*
- **Identifica la aportación de valor de tus Alianzas Clave.**
 - *Residencias → Clientes, Experiencia para manejar a los mismos.*
 - *Hospitales → Clientes, Información de 1º mano para su buen uso a la hora del cuidado de los mismos.*

9. Estructura de Costes



Estructura de costes

- ¿Cuáles son los costes (fijos, variables) más importantes dentro de nuestro modelo de negocio?

Fijos: sueldo de los trabajadores, las oficinas, mantenimiento de la web, etc.

Variables: material de oficina, etc.

- ¿Qué recursos clave son los más costosos?

Mantenimiento de la página web, la seguridad de la misma y los sueldos de los trabajadores.



Estructura de Costes

- ¿Qué actividades clave son las más costosas?

Los sueldos de los empleados.

- ¿Cuál es la estructura de costes de este modelo de negocio?

Toma en cuenta diferentes aspectos como tipos de costos, porcentajes, producto, cliente, entre otros.



Manos de Obra

- **Identifica cuáles serán los Costes fijos y los Costes Variables de tu actividad.**
 - *Fijos:*
 - *Web*
 - *Oficinas*
 - *Sueldos*
 - *Agua, Electricidad, etc.*
 - *Variables:*
 - *Post it*
 - *Bolis*
 - *Hojas*



Manos de Obra

- **Identifica cuál es la Estructura de Costes de tu actividad.**
 - *Costes de - Software*
 - *Costes de - Sueldos*
 - *Costes - Fijos*
 - *Costes - Variables*