

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

ESCUELA DE POSGRADO



**Modelo ProLab: “Un Amigo para Un Abuelito”,
una propuesta de acompañamiento interactivo a adultos de la tercera edad**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO
DE MAESTRA EN ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA DE
EMPRESAS**

QUE PRESENTA:

Bianca Mariette Luzon Cueva

Claudia María Sánchez Alegría

Alessandra Jacqueline Vilca Luján

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO
DE MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA DE
EMPRESAS**

QUE PRESENTA:

Gino Franco Castañeda Alvarez

ASESOR

Dr. Pablo José Arana Barbier

Santiago de Surco, diciembre, 2024

Declaración Jurada de Autenticidad

Yo, Pablo José Arana Barbier, docente del Departamento Académico de Posgrado en Negocios de la Pontificia Universidad Católica del Perú, asesor de la tesis titulada “Modelo ProLab: “Un Amigo para Un Abuelito”, una propuesta de acompañamiento interactivo a adultos de la tercera edad”, de los(as) autores(as):

Bianca Mariette Luzon Cueva (DNI 72029215)

Claudia María Sánchez Alegría (DNI 42457836)


Alessandra Jacqueline Vilca Luján (DNI 48126574)

Gino Franco Castañeda Alvarez (DNI 70829190)

dejo constancia de lo siguiente:

- El mencionado documento tiene un índice de puntuación de similitud de 16%. Así lo consigna el reporte de similitud emitido por el software *Turnitin* el 20/12/2024.
- He revisado con detalle dicho reporte y confirmo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio alguno.
- Las citas a otros autores y sus respectivas referencias cumplen con las pautas académicas.

Lugar y fecha: Santiago de Surco, 20 de diciembre del 2024

Arana Barbier, Pablo José	
DNI: 44614140	Firma 
ORCID: 0000-0002-4449-0086	

Agradecimientos

En primer lugar, queremos expresar nuestro más profundo agradecimiento a nuestros padres, quienes con su amor incondicional y apoyo constante han sido nuestra mayor fuente de inspiración. Su confianza en nosotros y sus sabios consejos han sido fundamentales para la culminación de esta tesis.

A nuestros hermanos, hijos y compañeros de vida, por estar siempre a nuestro lado, brindándonos su comprensión y motivación en los momentos más difíciles. Su compañía y ánimo han sido cruciales para alcanzar este logro.

A los profesores y mentores de CENTRUM, en especial a nuestro asesor de tesis, por su guía y paciencia durante este proceso. Su dedicación y conocimientos han sido esenciales para el desarrollo y finalización de este trabajo.

A nuestros amigos y compañeros de clase, por su apoyo, por las discusiones, los estudios en grupo y los momentos compartidos, porque han enriquecido nuestra experiencia académica y personal.

Finalmente, a nosotros, por haber trabajado con compromiso, solidaridad y resiliencia en cada paso y adversidad, por habernos demostrado a nosotros mismos que lo podemos todo cuando estamos juntos.

Dedicatorias

A Leo, por su apoyo incondicional durante todo este proceso. A mis padres, por su amor y por ser siempre mi mayor fuente de motivación para seguir adelante.

Bianca Luzón Cueva

A mis padres y hermanos, quienes sin ellos no hubiera sido posible este crecimiento personal y profesional.

Gino Castañeda Alvarez

A Dios, por darme una nueva oportunidad cada día. A mis chicos Alonso, Jean Louis y mi pequeña, por inspirarme, acompañarme y motivarme a darlo todo en cada sueño. A mis padres, por su amor y llenarme de valentía en cada paso.

Claudia Sánchez Alegría

A Dios, por guiar mi camino, a mis padres Jorge y Rosmery y a mis hermanos por su amor y apoyo incondicional durante este proceso, por ser mi roca durante los momentos difíciles y por creer en mis sueños tanto como yo.

Alessandra Vilca Luján

Resumen Ejecutivo

El envejecimiento poblacional en Perú, acompañado por un creciente desafío social relacionado con el aislamiento y la falta de atención especializada hacia las personas mayores, viene generando una alta necesidad de servicios de cuidado y acompañamiento diseñados específicamente para este segmento. Este contexto, sumado a la evolución de las dinámicas familiares y laborales en la sociedad peruana, motivó el desarrollo de "Un Amigo para un Abuelito", propuesta que busca ofrecer un servicio innovador de acompañamiento emocional y recreativo para personas de 60 años a más, pertenecientes a los niveles socioeconómicos A y B en Lima Metropolitana. Mediante un análisis del mercado, se identificaron tendencias clave que respaldan la propuesta, como el interés en servicios personalizados y de alta calidad para adultos mayores. Basado en esta investigación, el proyecto se fundamenta en la creación de experiencias únicas, diseñadas para fomentar la conexión emocional, el entretenimiento y la calidad de vida, a través de actividades individuales y grupales adaptadas a las necesidades de cada usuario. Para asegurar su éxito, se capacitará a los acompañantes bajo un riguroso programa que abarca temas como inteligencia emocional, primeros auxilios y manejo de dinámicas sociales. Se estima una inversión total inicial de S/ 1,724,462, de los cuales el 20% será financiado a través de fuentes externas, y el 80% restante mediante capital propio. Los resultados financieros proyectados, con un VAN de S/ 2,377,348 y una TIR de 46%, demuestran la viabilidad y sostenibilidad del proyecto. Es así que, este proyecto no solo busca generar un impacto positivo en la vida de las personas mayores, sino también contribuir al desarrollo de un modelo de negocio con alto valor social y económico.

Palabras clave: acompañamiento; calidad de vida; envejecimiento; personalización; impacto social.

Abstract

Population aging in Peru, accompanied by a growing social challenge related to isolation and the lack of specialized care for older adults, has generated a significant need for care and companionship services specifically designed for this segment. This context, coupled with the evolving family and work dynamics in Peruvian society, inspired the development of "A Friend for a Grandparent," an innovative proposal that aims to offer emotional and recreational companionship services for individuals aged 60 and above, belonging to socioeconomic levels A and B in Lima Metropolitan Area. Through a market analysis, key trends supporting the proposal were identified, such as the increasing demand for personalized, high-quality services for older adults. Based on this research, the project is built around creating unique experiences designed to foster emotional connection, entertainment, and quality of life through individual and group activities tailored to each user's needs. To ensure its success, companions will undergo a rigorous training program covering topics such as emotional intelligence, first aid, and the management of social dynamics. An initial total investment of S/ 1,724,462 is estimated, 20% of which will be financed through external sources, with the remaining 80% coming from equity. The projected financial results, with a Net Present Value (NPV) of S/ 2,377,348 and an Internal Rate of Return (IRR) of 46%, demonstrate the project's viability and sustainability. Therefore, this project not only aims to generate a positive impact on the lives of older adults but also contribute to the development of a socially and economically valuable business model.

Keywords: companionship; quality of life; aging; personalization; social impact.

Tabla de Contenidos

Lista de Figuras.....	X
Lista de Tablas	xii
Capítulo I. Definición del Problema.....	1
1.1 Contexto del Problema a Resolver	1
1.2 Presentación del Problema a Resolver	2
1.3 Sustento de la Complejidad y Relevancia del Problema.....	2
2.1. Descripción del Mercado	9
2.2. Análisis del Entorno	12
2.3. Análisis Competitivo Detallado	16
2.4. Análisis de las Fuerzas de Porter.....	23
Capítulo III. Investigación del Usuario.....	28
3.1. Análisis del Perfil de Usuario	28
3.2. Mapa de Experiencia de Usuario	38
3.3. Identificación de la Necesidad a Resolver para el Usuario	40
3.4 Perfil del Cliente.....	42
Capítulo IV. Diseño del Servicio.....	45
4.1. Concepción del Servicio.....	45
4.2. Desarrollo de la Narrativa	48
4.3. Carácter Innovador del Servicio.....	50
4.4. Propuesta de Valor	51

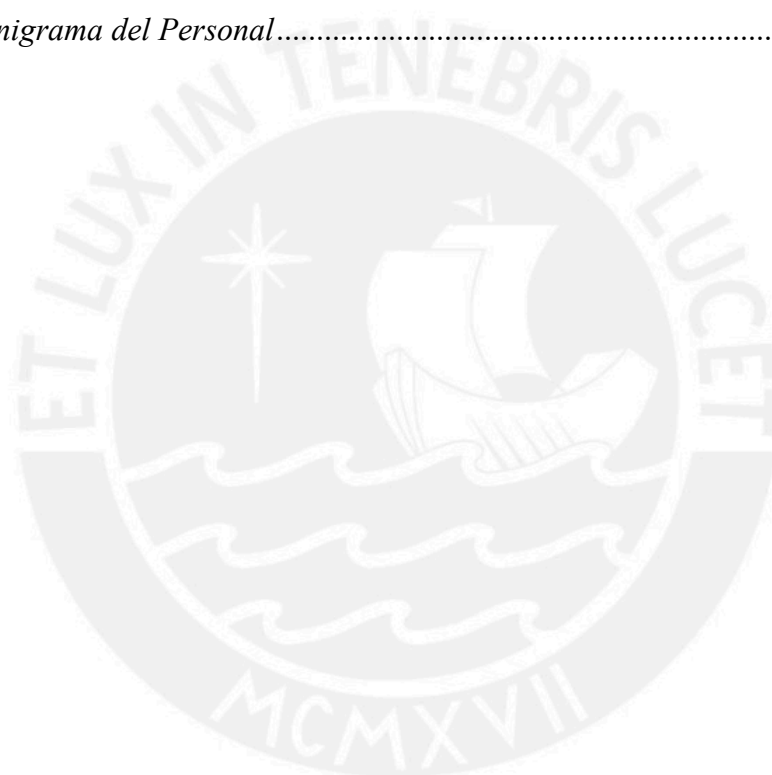
4.5. Producto Mínimo Viable (PMV).....	57
4.5.1. <i>Ciclo de Vida del Servicio</i>	57
4.5.2. <i>Prototipado y Testeo</i>	60
4.6. Análisis FODA.....	64
Capítulo V: Modelo de Negocio	68
5.1 Lenzos del Modelo de Negocio.....	68
5.2. Viabilidad del Modelo de Negocio	71
5.3 Escalabilidad/Exponencialidad del Modelo de Negocio.....	74
5.4 Sostenibilidad del Modelo de Negocio	75
Capítulo VI: Solución Deseable, Factible y Viable	78
6.1 Validación de la Deseabilidad de la Solución.....	78
6.1.1 <i>Hipótesis para Validar la Deseabilidad de la Solución</i>	78
6.1.2 <i>Experimentos Empleados para Validar la Hipótesis</i>	80
6.2 Validación de la Factibilidad de la Solución.....	82
6.2.1 <i>Hipótesis para Validar la Factibilidad de la Solución</i>	82
6.2.2 <i>Experimentos Empleados para Validar la Hipótesis</i>	83
6.2.3 <i>Plan de Marketing</i>	84
6.2.4 <i>Plan de Operaciones</i>	98
6.2.5 <i>Simulaciones Empleadas para Validar la Hipótesis</i>	113
6.3 Validación de la Viabilidad de la Solución.....	115
6.3.1 <i>Hipótesis para Validar la Viabilidad de la Solución</i>	115
6.3.2 <i>Experimentos Empleados para Validar la Hipótesis</i>	116
6.3.3 <i>Presupuesto de Inversión</i>	117

6.3.4 Proyección de Ventas	122
6.3.5 Proyección de Costos	126
6.3.6 Estructura de Capital	131
6.3.7 Análisis Financiero.....	133
Capítulo VII: Solución Sostenible	138
7.1 Relevancia Social de la Solución	138
7.2 Rentabilidad Social de la Solución.....	146
7.3 Cálculo del VAN Social.....	147
Capítulo VIII: Decisión e Implementación.....	149
8.1 Plan de Implementación y Equipo de Trabajo	149
8.1.1. Requerimiento de Personal	149
8.2.1. Fase 1: Preparación y Planificación Inicial (Duración: 1 mes).....	152
8.2.2. Fase 2: Capacitación y Pruebas Piloto (Duración: 2 meses).....	158
8.2.3. Fase 3: Implementación Completa (Duración: 3 meses).....	161
8.2.4. Fase 4: Evaluación y Ajustes Continuos (Duración: Indefinida)	167
8.2 Conclusiones	174
8.3 Recomendaciones.....	175
Referencias.....	177
Apéndice.....	188

Lista de Figuras

Figura 1 <i>Mapa de Experiencia del Usuario</i>	38
Figura 2 <i>Mapa de Empatía del Cliente (Adulto Mayor)</i>	42
Figura 3 <i>Mapa de Empatía del Cliente (Familia del Adulto Mayor)</i>	43
Figura 4 <i>Lienzo Propuesta de Valor</i>	56
Figura 5 <i>Flujo del ciclo de vida del producto</i>	59
Figura 6 <i>Asistir al teatro</i>	62
Figura 7 <i>Asistir al cine</i>	63
Figura 8 <i>Pintura al aire libre</i>	63
Figura 9 <i>Actividades de Capacitación en Herramientas Digitales</i>	64
Figura 10 <i>Business Model Canvas</i>	69
Figura 11 <i>Logo de la empresa</i>	92
Figura 12 <i>Pantalla de celular App amigo</i>	106
Figura 13 <i>Ingreso App Amigo</i>	106
Figura 14 <i>Registro de Usuario</i>	106
Figura 17 <i>Selección de amigo por suscripción</i>	107
Figura 15 <i>Información sobre suscripciones</i>	107
Figura 16 <i>Pantalla de perfil del usuario</i>	107
Figura 18 <i>Pantalla de perfil del usuario</i>	108
Figura 19 <i>Selección de amigo por suscripción</i>	108
Figura 20 <i>Perfil del amigo seleccionado</i>	108
Figura 23 <i>Actividades recreativas</i>	109
Figura 22 <i>Confirmación del amigo seleccionado</i>	109
Figura 21 <i>Agenda del amigo seleccionado</i>	109
Figura 26 <i>Confirmación de la actividad recreativa</i>	110

Figura 25 <i>Agenda de actividad recreativa</i>	110
Figura 24 <i>Selección de actividad recreativa</i>	110
Figura 27 <i>Finalización del servicio</i>	111
Figura 28 <i>Perfil de usuario con el descuento de horas</i>	111
Figura 29 <i>Medios de pago de la suscripción</i>	111
Figura 30 <i>Pago de la suscripción</i>	112
Figura 31 <i>Confirmación de pago</i>	112
Figura 32 <i>Organigrama del Personal</i>	120



Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Datos Estadísticos sobre los Adultos Mayores</i>	7
Tabla 2 <i>Comparación de Competidores Directos e Indirectos en Lima Metropolitana</i>	19
Tabla 3 <i>Guía de Preguntas para Entrevistas a Adultos Mayores</i>	29
Tabla 4 <i>Distribución por distrito</i>	32
Tabla 5 <i>Distribución por sexo</i>	32
Tabla 6 <i>Distribución por edad</i>	33
Tabla 7 <i>Distribución por estado civil</i>	33
Tabla 8 <i>Distribución por palabras/frases más utilizadas</i>	34
Tabla 9 <i>Matriz de Necesidades</i>	36
Tabla 10 <i>Necesidades primarias, secundarias y latentes</i>	41
Tabla 11 <i>Actividades Propuestas para el Prototipo Inicial</i>	60
Tabla 12 <i>Detalle de Capacitación en Herramientas Digitales</i>	61
Tabla 13 <i>Detalle de Capacitación en Herramientas Digitales Actualizado</i>	62
Tabla 14 <i>Objetivos de Marketing</i>	85
Tabla 15 <i>Estrategia de Medios Digitales</i>	97
Tabla 16 <i>Objetivos de Operación</i>	98
Tabla 17 <i>Requerimientos Funcionales del Sistema</i>	99
Tabla 18 <i>Requerimientos Funcionales del Aplicativo</i>	100
Tabla 19 <i>Resumen Inversión Inicial</i>	117
Tabla 20 <i>Inversión en Recursos Humanos</i>	119
Tabla 21 <i>Desarrollo de Plataforma</i>	121
Tabla 22 <i>Inversión en Marketing</i>	122
Tabla 23 <i>Proyección de Ingresos</i>	123
Tabla 24 <i>Supuestos para la Proyección de Ingresos</i>	124

Tabla 25 <i>Supuestos para la Proyección de Egresos</i>	126
Tabla 26 <i>Proyección de Egresos</i>	129
Tabla 27 <i>Deuda del Proyecto</i>	131
Tabla 28 <i>Ratio Deuda Capital</i>	131
Tabla 29 <i>Cálculo de Beta y CAPM</i>	132
Tabla 30 <i>Flujo Económico y Financiero</i>	134
Tabla 31 <i>Cálculo del VAN Financiero y TIR</i>	135
Tabla 32 <i>Variación en el precio por hora (en soles)</i>	135
Tabla 33 <i>Variación en el precio por hora (en dólares)</i>	136
Tabla 34 <i>Resumen de Hipótesis, Pruebas, Resultados y Estatus</i>	137
Tabla 35 <i>Van Social de trabajo</i>	148
Tabla 36 <i>Requerimientos de personal y flujo de trabajo</i>	149
Tabla 37 <i>Cronograma de la Fase 1: Preparación y Planificación Inicial</i>	157
Tabla 38 <i>KPI - Indicadores Clave de Desempeño para la Fase 1: Preparación y Planificación Inicial</i>	157
Tabla 39 <i>Cronograma de la Fase 2: Capacitación y Pruebas Piloto</i>	160
Tabla 40 <i>KPI Indicadores Clave de Desempeño para la Fase 2: Capacitación y Pruebas Piloto</i>	160
Tabla 41 <i>Cronograma de la Fase 3: Implementación Completa</i>	166
Tabla 42 <i>KPI - Indicadores Clave de Desempeño para la Fase 3: Implementación Completa</i>	166
Tabla 43 <i>Cronograma de la Fase 4: Evaluación y ajustes continuos</i>	172
Tabla 44 <i>KPI - Indicadores Clave de Desempeño para la Fase 4: Evaluación y ajustes continuos</i>	173

Capítulo I. Definición del Problema

Debido al actual estilo de vida dinámico y competitivo, existe un grupo etario que puede ver relegada su participación dentro de la comunidad: el adulto mayor. Si bien una gran parte de la población de personas de la tercera edad son activas y poseen los recursos para tener una alta calidad de vida, la realidad es que miles de ellos - a medida que van envejeciendo - pueden sentirse olvidados y no productivos. A pesar de que las familias se encargan de cubrir sus necesidades básicas, ello no garantiza que se les proporcione tiempo de calidad y afecto. En ese sentido, existe un problema de aislamiento que compromete no solo su salud mental y emocional, sino que además genera implicancias directas en su salud física.

1.1 Contexto del Problema a Resolver

Actualmente, las sociedades enfrentan un desafío creciente debido al envejecimiento demográfico global, que impacta significativamente la dinámica social y económica, así como los sistemas de salud y asistencia social (Organización Mundial de la Salud [OMS], 2018). Según la Organización de las Naciones Unidas (ONU, 2022), la proporción de personas de 65 años o más está creciendo a un ritmo más acelerado que la del segmento menor a esa edad. Se proyecta que el porcentaje de la población mundial mayor de 65 años aumentará del 10 % en 2022 al 16 % en 2050.

Bajo lo mencionado, resulta fundamental precisar quiénes son considerados adultos mayores. En el Perú, de acuerdo con la Ley de las Personas Adultas Mayores (Ley N° 28803), este segmento de la población considera a todo individuo que tenga 60 años de edad o más. Es así que, en base a las estadísticas observadas, “en nuestro país existen 4 millones 598 mil personas de 60 y más años de edad, las cuales representan el 13,6% de la población total del país” (Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI], 2023). Asimismo, según la

Encuesta Nacional de Hogares (ENAHOG), el 38,3% de los hogares del país tiene a un adulto mayor entre sus integrantes y en Lima Metropolitana los hogares con adultos mayores representan el 40,1% (INEI, 2023). Con ello, se evidencia una estructura demográfica que puede predisponer la aparición de problemas como la soledad y el aislamiento social entre la población adulta mayor, generando un alto impacto en la salud pública.

1.2 Presentación del Problema a Resolver

El desafío central que aborda este proyecto es la soledad y el aislamiento social que enfrentan las personas mayores en el Perú. Este problema se acentúa en quienes se encuentran en situaciones de vulnerabilidad, ya sea por la falta de redes de apoyo, limitaciones económicas o acceso insuficiente a recursos sociales y comunitarios. Estas barreras podrían generar desconexión con su entorno familiar y social, lo que a menudo les impide participar activamente en la sociedad. Esta exclusión afecta su bienestar inmediato y, además, tiene implicancias a largo plazo en términos de salud y desarrollo personal, limitando sus oportunidades de llevar una vida plena y significativa.

La repercusión de este aislamiento social trasciende lo emocional, impactando directamente en la salud física y mental de las personas mayores. Se ha demostrado que la soledad prolongada está asociada con un mayor riesgo de padecer depresión, ansiedad y deterioro cognitivo, entre otras condiciones adversas. Además, esta situación incrementa las probabilidades de desarrollar enfermedades crónicas y afecta la longevidad, al elevar el riesgo de mortalidad prematura. Por ello, abordar este problema no solo representa una oportunidad de mejorar la calidad de vida de este segmento poblacional, sino también de reducir los costos sociales y sanitarios asociados al envejecimiento en aislamiento.

1.3 Sustento de la Complejidad y Relevancia del Problema

El aislamiento social y la soledad son fenómenos que afectan de manera crítica a los adultos mayores a nivel global. Según la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2021),

entre el 20% y el 34% de los adultos mayores en regiones como Europa, América Latina, China y los Estados Unidos reportan sentirse solos. Esta prevalencia se evidencia también en instituciones de cuidado a largo plazo, alcanzando un 35%. Estas cifras reflejan no solo una realidad sanitaria, sino un desafío económico y social significativo. En términos de costos, la soledad y el aislamiento social imponen una carga sustancial a los sistemas de salud. En el Reino Unido, los costos adicionales relacionados con la soledad en adultos mayores ascienden a 11,725 GBP (libras esterlinas, equivalente a 14 mil dólares) por persona durante 15 años, considerando gastos en salud y cuidado a largo plazo. En los Estados Unidos, se estiman 6.7 mil millones de dólares anuales derivados del aislamiento social entre adultos mayores. Estas cifras incluyen visitas médicas adicionales motivadas no solo por problemas de salud, sino además por la búsqueda de contacto social. Este fenómeno sobrecarga la atención primaria y, también incrementa los costos de enfermedades crónicas y neurodegenerativas asociadas con la soledad (OMS, 2021).

La relación entre la soledad y la salud mental en el envejecimiento es ampliamente documentada. La soledad aumenta significativamente el riesgo de depresión, ansiedad y deterioro cognitivo, y se ha identificado como un factor que incrementa en un 29% la probabilidad de mortalidad prematura. Este impacto es comparable a factores de riesgo como el tabaquismo y la obesidad. Además, la soledad acelera la progresión de enfermedades neurodegenerativas como el Alzheimer, mientras que las interacciones sociales regulares tienen el potencial de retrasar sus síntomas. Esta relación bidireccional entre la soledad y los problemas de salud mental subraya la necesidad de estrategias integrales que rompan este ciclo, especialmente en poblaciones vulnerables como los adultos mayores (OMS, 2021).

La OMS (2021) propone un enfoque global para abordar este problema, destacando la necesidad de crear una coalición internacional para priorizar políticamente el aislamiento social y la soledad, fortalecer la evidencia científica sobre intervenciones efectivas e

implementar estrategias exitosas a gran escala. Estas acciones no solo tienen el potencial de mejorar la salud y el bienestar de los adultos mayores, sino que también podrían aliviar la presión económica sobre los sistemas sanitarios en un contexto de envejecimiento global. La literatura demuestra cómo la falta de asistencia diaria, movilidad reducida y soledad tienen un efecto negativo en la salud emocional y física de los adultos mayores.

En específico, de acuerdo con Nicholson (2012) y Fung et al. (2018), la soledad y el aislamiento en adultos mayores pueden provocar un declive cognitivo y aumentar el riesgo de demencia. Asimismo, se observan efectos adversos significativos en la salud física, incluyendo un mayor riesgo de mortalidad por enfermedades cardiovasculares, mayores tasas de hospitalización y un incremento en la incidencia de caídas y enfermedades infecciosas, debido a una respuesta inmune debilitada. A su vez, Yin et al. (2019), indican que la soledad está asociada con un deterioro en la función cognitiva en personas de la tercera edad, evidenciando tanto en medidas de memoria como de fluidez verbal. Estos hallazgos subrayan la interrelación significativa directa entre la soledad y la salud mental. En paralelo, Stephens y Breheny (2019) destacan que el aislamiento social es un predictor clave de la depresión, una condición que se agrava por la ausencia de interacciones sociales significativas.

Estos hallazgos subrayan la importancia de promover un entorno social dinámico y participativo como medida preventiva contra la depresión y otros problemas de salud en la población adulta mayor. Asimismo, es necesario considerar que existe un efecto considerable en otros aspectos de la vida de este grupo demográfico como en el deterioro en la calidad de las relaciones interpersonales y el sentido de pertenencia a la comunidad. La falta de interacción social puede conducir a la pérdida de conexiones significativas, la disminución del apoyo emocional y la sensación de exclusión total (Chaparro et al., 2019). Este problema también presenta efectos en el dinamismo de la actividad económica. Específicamente, la cantidad de adultos mayores mantiene una senda creciente, llegando a ser aproximadamente

el 25% del total de la población peruana para el 2050, según proyecciones por tipo de población del Banco Central de Reserva del Perú (BCRP, 2015). Este contexto podría resultar en un incremento de costos de salud asociados a enfermedades vinculadas con la soledad, como depresión y demencia. Asimismo, la disminución de la participación de este segmento podría afectar de manera negativa al dinamismo financiero y productivo. En concordancia a ello, es relevante atender esta problemática para prevenir no solo el deterioro de la salud mental y física de este sector de la población, sino también para mitigar el deterioro económico y social a largo plazo. La implementación de políticas públicas y programas que promuevan la inclusión y activación social de los adultos mayores, como centros comunitarios, programas de voluntariado, y actividades intergeneracionales, son alternativas clave a considerar.

Diversas intervenciones han demostrado su eficacia para reducir los costos asociados con la soledad en los sistemas de salud. Las iniciativas de "prescripción social", implementadas en el Reino Unido, consisten en recomendar actividades comunitarias a los pacientes, como clubes de caminata o programas de voluntariado. Estas estrategias han reducido las visitas médicas, y, mejorando al mismo tiempo la calidad de vida de los participantes. Asimismo, durante la pandemia de COVID-19, el uso de herramientas digitales como videollamadas ayudó a mitigar la soledad, aunque el acceso desigual a la tecnología representa un desafío importante para su adopción a gran escala. En este sentido, es crucial explorar otras alternativas que favorezcan la conexión social. Por ello, las comunidades diseñadas para ser "amigables con la edad", con mejoras en transporte público y accesibilidad en espacios urbanos, han demostrado ser efectivas para fomentar la interacción social y reducir barreras, contribuyendo significativamente al bienestar de los adultos mayores. (OMS, 2021).

Un ejemplo relevante lo proporciona Chile, donde el Ministerio de Salud (2023) ha destacado la importancia de fomentar la interacción social entre los adultos mayores como una medida para mejorar su calidad de vida y reducir los costos del sistema de salud. En su informe, se identifican estrategias como programas de apoyo social, actividades grupales en centros comunitarios, la participación intergeneracional y el cuidado integral domiciliario, como métodos clave para combatir el aislamiento y fortalecer el bienestar de los mayores. Estos enfoques buscan reducir la dependencia y la institucionalización y, además, promueven un envejecimiento activo, lo cual es crucial para el desarrollo de una infraestructura inclusiva que permita la plena participación de los adultos mayores en la sociedad. Este modelo no solo tiene un impacto directo en la salud de los individuos, sino que también favorece la sostenibilidad social y económica, creando una sociedad más resiliente y equitativa. Por tanto, se sostiene que, al invertir en el bienestar y la calidad de vida de los adultos mayores, pueden generarse beneficios significativos en múltiples aspectos de la sociedad. Es decir, al promover la inclusión y el soporte emocional, se contribuye a un modelo de desarrollo sostenible que reconoce la importancia de cuidar a todos los miembros de la sociedad, asegurando que los adultos mayores sigan siendo participantes activos y valorados. Desde este enfoque, mitigando la soledad y el aislamiento, se generaría una reducción de costos relacionados a la atención médica, mejorando la salud general de la población; y, de ese modo, se fomentaría una sociedad más sostenible y resiliente.

A su vez, al mantenerlos conectados y comprometidos en sus comunidades, se podría preservar y aprovechar la riqueza de conocimientos, experiencias y habilidades que pueden ser valiosas para las generaciones más jóvenes y para la sociedad en su conjunto. Así, los adultos mayores que gozan de una buena salud y bienestar pueden seguir contribuyendo activamente a la economía a través del empleo, el consumo y la inversión. En suma, promover la participación activa y la integración de los adultos mayores en la sociedad

contribuye a una cultura de inclusión y respeto fortaleciendo los lazos intergeneracionales y promoviendo una sociedad más equitativa, justa y solidaria.

Tabla 1

Datos Estadísticos sobre la Población en edad avanzada

Datos	Estadística
Proporción de personas de 60 años o más en el 2030	1 de cada 6
Población mayor de 60 años en Perú (2023)	4,598,000
Adultos mayores con trastornos mentales en Perú (2023)	900,000
Adultos mayores con trastornos mentales en Perú	2 de cada 100
Prevalencia del aislamiento social y la soledad	1 de cada 4
Atenciones en 2022 por Instituto Nacional de Salud Mental	4,001
Muertes por suicidio en personas de 60 años o más	27.2% del total mundial
Factores de riesgo clave para afecciones de salud mental	Soledad, aislamiento social, maltrato
Afecciones de salud mental más frecuentes	Depresión, ansiedad
Porcentaje de adultos mayores afectados por la soledad y el aislamiento	Cerca de una cuarta parte

En Perú, dos de cada diez adultos mayores sufren trastornos mentales, aunque la cifra real podría ser mayor debido a la falta de diagnósticos adecuados. Asimismo, alrededor del 20% de los adultos mayores presenta algún tipo de trastorno mental, con distintos niveles de gravedad. La soledad y el aislamiento social que afectan a una cuarta parte de los adultos mayores, son factores de riesgo significativos. En 2022, el Instituto Nacional de Salud Mental atendió a 4,001 adultos mayores por depresión, esquizofrenia, demencia y ansiedad (Instituto Nacional de Salud Mental, 2022). Según las proyecciones de población al cierre del año 2023,

en Perú residían más de 4 millones 598 mil personas mayores de 60 años, de las cuales al menos 900 mil padecían algún tipo de trastorno mental. Estas cifras evidencian la gravedad del desafío y destacan la importancia de atender los factores que impactan la salud mental en esta población, además de optimizar las estrategias de tratamiento y soporte destinadas a este sector etario (INEI, 2023).



Capítulo II. Análisis del Mercado

La creciente población de personas mayores en Perú representa un desafío social importante, ya que su envejecimiento conlleva demandas específicas en términos de atención, cuidado y compañía, que a menudo no son cubiertas de manera adecuada. Este fenómeno destaca la necesidad urgente de desarrollar soluciones innovadoras y efectivas que respondan a estas carencias, mejorando la calidad de vida de este grupo. En este contexto, el presente capítulo tiene como objetivo proporcionar un panorama integral del mercado en el que operará el proyecto, analizando tanto las oportunidades como los desafíos que implica su implementación, con un enfoque estratégico orientado a la diferenciación y al impacto positivo en este sector.

En el análisis del mercado, se exploran las tendencias demográficas, las necesidades clave, la segmentación y las oportunidades de crecimiento, lo que permite entender las dinámicas que impulsan la demanda y detectar áreas de desarrollo. A continuación, se lleva a cabo un análisis competitivo, donde se identifican los actores principales del mercado y se evalúan sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. Este diagnóstico proporciona una comprensión profunda del entorno, con el propósito de diseñar estrategias que posicionen al proyecto como una solución única, capaz de satisfacer las expectativas tanto de los adultos en edad avanzada como de sus familias, de manera personalizada y consistente.

2.1. Descripción del Mercado

El mercado de servicios para adultos mayores presenta oportunidades para la innovación y el desarrollo de soluciones efectivas. Es importante considerar las tendencias demográficas que están impulsando la demanda en este mercado. El envejecimiento de la población es una realidad en muchos países. Con una creciente proporción de personas mayores de 60 años, cuya tendencia se atribuye a factores como el aumento de la esperanza de vida mundial, estimándose a llegar a 77.3 años para el 2050 (Statista, 2023) y la

disminución de las tasas de natalidad llegando al nivel más bajo de 2.27 en 2021 (Statista, 2024). En consecuencia, el mercado peruano a su vez se ve influenciado por la misma tendencia, registrando un incremento en la población de 60 años a más pasando de 6.4% en 1940 a 13% en el año 2021 (INEI, 2021).

El mercado al que se dirige este proyecto está conformado por diversos actores, incluyendo no solo a los adultos mayores sino además a sus familiares, preocupados por el bienestar de sus seres queridos, buscando una alternativa óptima de compañía red de apoyo emocional y, actividades enriquecedoras que contribuyan a mejorar su calidad de vida. En el contexto peruano, la dinámica familiar está marcada por una creciente movilidad geográfica, lo cual, sumado a las demandas laborales cotidianas, a menudo dificulta a las familias la posibilidad de brindar atención y compañía constantes. Este escenario crea una necesidad latente de soluciones externas que aseguren cuidado de calidad, abriendo así una oportunidad única para servicios especializados como el propuesto, que combina acompañamiento personalizado con actividades diseñadas para estimular el bienestar integral.

Por ello, resulta crucial comprender las necesidades del usuario para luego diseñar un portafolio de actividades adecuado. No todos los adultos mayores tienen las mismas necesidades, intereses o recursos, por lo que es necesario definir perfiles específicos de usuario. Algunos pueden requerir atención más intensiva debido a limitaciones de salud o movilidad, mientras que otros podrían estar más interesados en actividades sociales y recreativas que les permitan mantenerse activos y fortalecer sus lazos comunitarios.

Con base en esta comprensión, a continuación, se analiza el Mercado Total Disponible (TAM, Total Addressable Market), el Mercado Accesible (SAM, Serviceable Addressable Market) y el Mercado Accesible Obtenible (SOM, Serviceable Obtainable Market). Estas tres métricas permiten dimensionar el potencial alcanzable para el proyecto, proporcionando una base sólida para establecer objetivos realistas y tomar decisiones estratégicas. Para lograrlo,

se evalúa primero el tamaño total del segmento en el mercado peruano, seguido de una estimación de la porción que se prevé alcanzar con la propuesta.

a) TAM: Representa el tamaño total del mercado objetivo, sin restricciones geográficas o de otro tipo. Para el presente proyecto:

- Tamaño del mercado objetivo: la población de 60 años a más en Perú ha experimentado un crecimiento continuo, representando el 13.9% de la población en 2024 (INEI, 2024).
- Con base en la población total de Perú en 2024, proyectada a que alcance los 34 millones 39 mil habitantes en 2024, se considera:

$$TAM = Población Total * Porcentaje de Adultos Mayores$$

$$TAM = 34,039,000 * 13.9\%$$

$$TAM \approx 4,747,803 \text{ adultos mayores de 60 años a más en Perú}$$

b) SAM: Representa la porción del mercado objetivo a la que puede llegarse con el servicio propuesto.

- Proporción de adultos mayores en Lima Metropolitana: 31.05% (Observatorio Ceplan, 2024).
- Proporción de adultos mayores de rango etario de nivel socioeconómico A y B en el Perú (Asociación Peruana de Empresas de Inteligencia de Mercado [APEIM], 2024): 23.8%

$$SAM = TAM * Porcentaje de Adultos Mayores en Lima Metropolitana$$

$$* Porcentaje de Adultos Mayores de nivel socioeconómico A y B$$

$$SAM = 4,747,803 * 31.05\% * 23.8\%$$

$$SAM \approx 350,808 \text{ adultos mayores de nivel socioeconómico A y B en Lima}$$

c) SOM: Representa la porción del mercado objetivo que puede capturarse a través de la correcta implementación de la estrategia de marketing y la capacidad operativa.

- Considerando que se cuenta con una capacidad operativa para la captación de usuarios de 5% del mercado objetivo, el SOM se estima en:

$$SOM = SAM * Capacidad Operativa$$

$$SOM = 350,808 * 5\%$$

$SOM \approx 17,540$ adultos mayores de nivel socioeconómico A y B en Lima Metropolitana que pueden ser captados

En suma, el TAM del proyecto es de 4,747,803 adultos mayores de 60 años a más en el Perú. El SAM se estima en 350,808 adultos mayores de nivel socioeconómico A y B en Lima Metropolitana; mientras que, el SOM se estima en 17,540 adultos mayores de nivel socioeconómico A y B en Lima Metropolitana que podrían ser captados por esta propuesta. Estas estimaciones proporcionan una visión del mercado potencial y la porción que el proyecto podría lograr.

2.2. Análisis del Entorno

El análisis PESTEL es una herramienta estratégica clave que permite evaluar el entorno en el que opera un proyecto o negocio. Este análisis examina los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales que pueden influir en el éxito del mismo. Al comprender estos factores, se pueden identificar oportunidades y amenazas potenciales, permitiendo una mejor adaptación y planificación estratégica en un mercado tan dinámico y específico como el del acompañamiento para adultos mayores en Lima Metropolitana.

Político: Según el índice de gobernanza del Banco Mundial (2023), Perú enfrenta desafíos en términos de estabilidad política, con eventos recientes que han afectado la confianza en las instituciones. Esto podría traducirse en fluctuaciones en el apoyo gubernamental a programas de bienestar y en cambios en la regulación que podrían

influir en el financiamiento y en la implementación del proyecto. Por otro lado, las políticas gubernamentales actuales que promueven el envejecimiento activo y el bienestar de los adultos mayores son favorables para iniciativas como esta. El Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social (MIDIS) ha desarrollado programas y estrategias para mejorar la calidad de vida de los adultos mayores, como el Programa Nacional de Asistencia Solidaria. En ese sentido, el proyecto se encuentra alineado con las políticas de bienestar implementadas para los adultos de tercera edad.

Económico: La situación económica en Perú influye de manera significativa en la viabilidad y el crecimiento del proyecto. Según el Informe de Perspectivas de la Economía Mundial del FMI (2024), la economía peruana ha mostrado señales de recuperación después de la pandemia, con un crecimiento proyectado del 3.2% para el próximo año. Este contexto económico positivo puede favorecer la disposición de las familias a invertir en servicios de calidad para sus seres queridos mayores. Sin embargo, la inflación y las fluctuaciones en el tipo de cambio también representan riesgos económicos que podrían afectar los costos operativos y los precios de suscripción del servicio. Además, el mercado de servicios para adultos mayores está en expansión, con una creciente demanda debido al envejecimiento de la población. El Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) reporta que el 12% de la población peruana está compuesta por adultos mayores, una cifra que se espera aumente en las próximas décadas. Este crecimiento en la población objetivo ofrece oportunidades para captar una mayor cuota de mercado y adaptar los servicios a las necesidades emergentes, pero también impone la necesidad de una planificación financiera robusta para enfrentar posibles desafíos económicos.

Socio-Cultural: El contexto socio-cultural en Perú es crucial para la implementación del servicio de acompañamiento para adultos mayores. La estructura familiar

tradicional en Perú ha cambiado, con una tendencia hacia hogares nucleares y un menor involucramiento en el cuidado de los mayores. Según el último Censo Nacional del INEI (2023), el 50% de las personas mayores viven solas o con cónyuges, y un 20% se encuentra en situación de soledad severa. Esta situación subraya la necesidad de servicios que ofrecen apoyo emocional y social a los adultos mayores que enfrentan aislamiento. El interés creciente por mejorar la calidad de vida de los adultos mayores refleja una evolución en las actitudes sociales hacia el envejecimiento. Los estudios sobre la percepción del envejecimiento en Perú, como el informe de la Organización Panamericana de la Salud (2023), indican una mayor conciencia sobre la importancia de la salud mental y emocional en la vejez. Esta tendencia cultural favorable hacia el envejecimiento activo y el bienestar puede facilitar la aceptación y demanda de servicios como el propuesto, al resonar con los valores y expectativas actuales de la sociedad.

Tecnológico: El avance tecnológico en Perú está acelerando la digitalización de servicios, lo que puede ser beneficioso para el proyecto. Según el Informe de Tecnologías de la Información del Ministerio de Transportes y Comunicaciones (2023), la penetración de internet en Perú ha alcanzado el 75%, y el uso de smartphones sigue en aumento. Esta conectividad facilita el desarrollo y la implementación de plataformas digitales para servicios de acompañamiento, permitiendo la creación de interfaces amigables y accesibles para los adultos mayores, aunque esta población experimenta una brecha digital. En específico, un estudio de la Universidad de Lima (2023) revela que el 40% de los adultos en edad avanzada tienen dificultades para usar tecnologías digitales. Por lo tanto, no solo será fundamental diseñar una plataforma que sea intuitiva y accesible, sino también ofrecer capacitación adicional para garantizar que los usuarios mayores puedan beneficiarse plenamente

del servicio. Además, la integración de tecnologías emergentes, como aplicaciones móviles y soporte en línea, será crucial para la eficiencia operativa y la experiencia del usuario.

Ecológico: La sostenibilidad medioambiental es un aspecto cada vez más relevante para los consumidores y las empresas. En Perú, la preocupación por el impacto ambiental de las actividades empresariales está en aumento, con iniciativas gubernamentales que promueven prácticas sostenibles. El Ministerio del Ambiente (2023) ha lanzado varias campañas para reducir la huella de carbono y promover la gestión de residuos lo cual también se alinea con el proyecto que busca la creación de conciencia cívica respecto a prácticas sostenibles como el reciclaje y al uso de elementos biodegradables o respetuosos con el medio ambiente.

Legal: El entorno legal en Perú establece las normas que regulan la prestación de servicios y el cuidado de los adultos mayores. La Ley N.º 30490, Ley de la Persona Adulta Mayor (2016), establece directrices para garantizar el respeto y la protección de los derechos de los adultos mayores, y promueve la calidad en los servicios dirigidos a esta población. Cumplir con estas regulaciones será esencial para asegurar la legalidad del proyecto y proteger tanto a los usuarios como a la empresa. Por otro lado, la implementación de la Ley de Protección de Datos Personales (Ley N.º 29733) requerirá que el proyecto garantice la seguridad y privacidad de la información personal de los usuarios. Según la Autoridad Nacional de Protección de Datos Personales (2023), las empresas deben adoptar medidas adecuadas para proteger los datos y garantizar la transparencia en su uso. Asegurar el cumplimiento de estas leyes no solo evitará sanciones legales, sino que también construirá confianza entre los usuarios y sus familias, fortaleciendo la reputación de la marca.

2.3. Análisis Competitivo Detallado

Con relación al mercado peruano de servicios para adultos mayores, el análisis competitivo realizado, reveló la presencia de diversos actores que ofrecen una amplia gama de soluciones y servicios. Es así que, en el ámbito del cuidado y acompañamiento para adultos mayores en Lima Metropolitana, existen también empresas y organizaciones que ofrecen servicios similares, pero con características y enfoques distintos. Entre ellos se encuentran organizaciones no gubernamentales (ONGs) y empresas de servicios de atención domiciliaria que se especializan en el bienestar y ciertas actividades recreativas para personas mayores. Estas organizaciones suelen ofrecer servicios que varían en términos de personalización, calidad de atención y precios. Sin embargo, el segmento específico del acompañamiento recreativo y emocional, con un enfoque personalizado como el propuesto, aún tiene un espacio significativo para su desarrollo.

Respecto a las ONGs, como la Asociación Peruana de Alzheimer y otras instituciones dedicadas a la salud mental, si bien proporcionan servicios de apoyo y acompañamiento para adultos mayores, su enfoque está más orientado hacia la asistencia en casos de enfermedades específicas y menos hacia actividades recreativas y de socialización. Aunque estas ONGs tienen el beneficio de contar con experiencia en el trato con adultos mayores, pueden tener limitaciones en términos de flexibilidad y personalización de los servicios, así como de alcance geográfico y recursos disponibles. El enfoque del presente proyecto centrado en proporcionar actividades recreativas personalizadas y acompañamiento emocional podría representar una ventaja competitiva significativa al abordar el aspecto de la socialización y el bienestar general.

Por otro lado, los servicios de atención domiciliaria suelen ofrecer acompañamiento y asistencia en las actividades diarias, con un enfoque en el cuidado físico y médico de los

adultos mayores. Empresas en este sector, se centran en proporcionar cuidados médicos y asistenciales en el hogar. Aunque estos servicios son esenciales para la salud física, pueden no abordar de manera tan profunda el aspecto social y recreativo que busca este proyecto. La propuesta de ofrecer actividades recreativas y apoyo emocional a través de acompañantes dedicados puede llenar un vacío en el mercado al proporcionar un enfoque más holístico y menos centrado en la asistencia médica. Finalmente, tomando en cuenta la oportunidad de ofrecer un servicio de acompañamiento que se enfoque sobre todo en el bienestar emocional de los adultos mayores; así como, las soluciones tecnológicas que existen en la actualidad, este plan puede diferenciarse al combinar la tecnología con un enfoque personalizado y humano, ofreciendo una experiencia que integra lo mejor de ambos mundos: la tecnología para la gestión de actividades y el toque humano para la interacción diaria.

Al profundizar en el mercado, se encontraron empresas de atención médica domiciliaria, centros de atención a largo plazo (casas de retiro), servicios de transporte para adultos mayores, programas de recreación y centros comunitarios. Cada uno de ellos tiene sus propias fortalezas y debilidades. Por ejemplo, las empresas de atención médica domiciliaria pueden ofrecer servicios de atención médica especializada en el hogar, pero carecen de programas de recreación y conexión social. En paralelo, los centros de atención a largo plazo ofrecen una amplia gama de servicios integrales, pero pueden resultar costosos y poco accesibles para algunas personas mayores. Además de los proveedores de servicios tradicionales antes mencionados, existen empresas con soporte en nuevas tecnologías y también organizaciones sin fines de lucro que han ingresado al mercado con enfoques innovadores y soluciones creativas y de soporte social. Entre ellas, algunas empresas aprovechan la tecnología para ofrecer servicios virtuales, como plataformas de conexión social en línea o aplicaciones de monitoreo de la salud. En términos de estrategias

competitivas, los actores del mercado de servicios para adultos mayores compiten en áreas como la calidad del servicio, accesibilidad, personalización e innovación.

Aquellos que pueden ofrecer soluciones integrales que aborden múltiples aspectos de la vida del adulto mayor, incluida la salud física, emocional y social, están en una posición de ventaja en el mercado. Es en este contexto, que resulta fundamental realizar un análisis competitivo detallado para comprender las fortalezas, debilidades y ventajas estratégicas y, a su vez, identificar cómo se posiciona esta propuesta frente a sus competidores directos e indirectos. Asimismo, es relevante destacar las características distintivas y las principales fortalezas y debilidades de estos competidores, con un enfoque especial en identificar oportunidades en el mercado (Tabla 2).

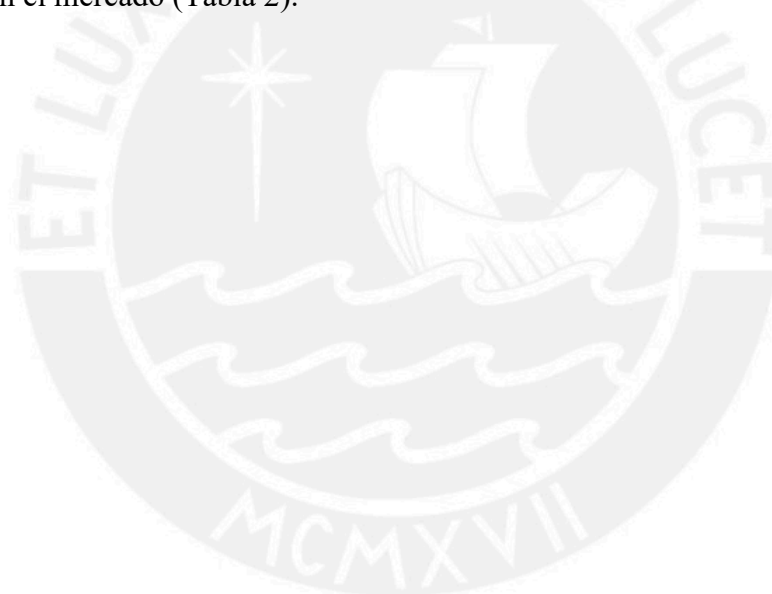


Tabla 2*Comparación de Competidores Directos e Indirectos en Lima Metropolitana*

Competidores directos				
e indirectos	Enfermeras de atención y	Adulto mayor – Essalud	Casa de Reposo “El	Centro Recreacional
Características	cuidado a domicilio	Centro Integral de Salud	Señor es mi Pastor”	Ryoichi Jinnai
distintivas				
Cliente objetivo	Familiares con adultos mayores/ Adultos mayores que contratan por cuenta propia.	Familiares con adultos mayores/ Adultos mayores que contratan por cuenta propia.	Familiares con adultos mayores/ Adultos mayores que contratan por cuenta propia.	Familiares con adultos mayores/ Adultos mayores que contratan por cuenta propia.
Personalidad de marca	Cercano, confiable	Confiable, afectuoso	Comprensivo	Alegre, cariñoso
Producto	Cuidado familiar	Actividades recreativas	Cuidado del adulto mayor	Actividades recreativas

Fortalezas	Enfoque en cuidados que incluyen asistencia física y médica adaptados a las necesidades de los adultos mayores.	Enfoque especializado para las actividades recreativas que realizan los asegurados de manera gratuita.	Experiencia única con el adulto mayor en el cuidado.	Proporcionan actividades recreativas pagando una mensualidad.
Debilidades	Pueden carecer de enfoque específico en la compañía y apoyo emocional que son aspectos clave para combatir la soledad.	Falta de personalización en las necesidades individuales.	Poca presencia de actividades recreativas.	Oferta de actividades no siempre se ajusta a los intereses y necesidades de los adultos mayores.

El mercado internacional de atención a adultos mayores ha mostrado un crecimiento significativo en los últimos años, impulsado por tendencias demográficas, avances tecnológicos y cambios en las expectativas de las personas mayores. Analizando competidores en países desarrollados, se destacan iniciativas que combinan tecnología e interacción humana para proporcionar servicios integrales. Estos competidores representan ejemplos de buenas prácticas que pueden ser aplicadas y adaptadas al contexto peruano, al mismo tiempo que permiten resaltar las ventajas competitivas de esta propuesta. En el ámbito internacional, empresas como Papa Inc. (Estados Unidos) han redefinido la atención para personas mayores, ofreciendo "compañeros familiares" que ayudan con tareas diarias, socialización y transporte. Su modelo combina tecnología avanzada, como aplicaciones de gestión de servicios, con un enfoque humano, personalizado y flexible. Sin embargo, su enfoque principal es el apoyo funcional y la reducción de la carga para las familias, dejando espacio para propuestas que profundicen en el bienestar emocional y recreativo.

Otra referencia internacional es Homage (Singapur), que ofrece atención médica domiciliaria personalizada a través de plataformas digitales. Aunque su modelo es más clínico, su uso eficiente de tecnología para conectar a profesionales con usuarios ha establecido un estándar en accesibilidad. Sin embargo, Homage no aborda la recreación ni el acompañamiento emocional como pilares centrales, lo que resalta una oportunidad para que este proyecto se posicione como un servicio complementario y único. Estas iniciativas internacionales subrayan cómo la integración tecnológica es crucial para la escalabilidad y la gestión eficiente. En suma, dentro de las tendencias globales en el mercado de atención a adultos mayores se presentan:

- a) Enfoque en el Bienestar Holístico: A nivel global, hay una creciente tendencia a ofrecer soluciones que integren aspectos físicos, emocionales y sociales en el cuidado de los adultos mayores. Según el informe de Global Aging Reports 2023, los

consumidores valoran cada vez más los servicios que priorizan la calidad de vida en lugar de limitarse al cuidado médico. Esta tendencia respalda el modelo aquí presentado, dado que busca fomentar un envejecimiento activo y satisfactorio a través de actividades recreativas y personalizadas.

- b) **Uso de Tecnologías para el Envejecimiento Activo:** La tecnología juega un papel clave en la transformación del sector. Herramientas como aplicaciones móviles, plataformas en línea y dispositivos portátiles están siendo utilizadas para monitorear la salud, coordinar actividades y conectar a adultos mayores con sus redes sociales. Por ejemplo, empresas como CarePredict utilizan wearables para monitorear patrones de actividad y detectar posibles problemas de salud. Aunque estas tecnologías son efectivas, a menudo carecen del componente humano y emocional que ofrece esta propuesta, lo que crea un nicho para servicios que combinan tecnología y acompañamiento personalizado.
- c) **Preferencia por Modelos Personalizados y Flexibles:** Los adultos mayores y sus familias demandan cada vez más servicios que se adapten a sus necesidades individuales, horarios y preferencias. Según un estudio de The Journal of Aging Services, el 72% de los encuestados prefiere servicios que combinen asistencia personalizada con actividades recreativas específicas. Este dato valida nuestra estrategia de proporcionar acompañamiento recreativo, emocional y formativo con un enfoque flexible y personalizado.

En conclusión, el análisis de competidores internacionales y las tendencias globales destacan oportunidades claras para posicionar este modelo de negocio como una solución innovadora y única en el mercado peruano. La combinación de actividades recreativas personalizadas, soporte emocional y uso estratégico de tecnología coloca al proyecto en una

posición ventajosa frente a competidores que tienden a enfocarse exclusivamente en aspectos médicos o funcionales.

2.4. Análisis de las Fuerzas de Porter

Según Porter (2008), la lucha por obtener beneficios no se limita únicamente a los competidores establecidos en una industria, sino que también involucra otras fuerzas en el mercado. Por lo tanto, es esencial considerar a los clientes, proveedores, posibles nuevos entrantes y productos alternativos. A continuación, a través del análisis de Las Fuerzas de Porter se profundiza en la dinámica competitiva en el sector de acompañamiento para personas en etapa de vejez. Al evaluar estas cinco fuerzas clave, se brinda una visión integral de los desafíos y oportunidades de esta propuesta de negocio, con el propósito de enmarcar a toma de decisiones y así fortalecer su posición en el mercado.

Competencia en el sector. El mercado del cuidado para adultos mayores es diverso y competitivo, con numerosos proveedores que ofrecen distintos niveles de atención y servicios (FasterCapital, 2024). Asimismo, se prevé que el mercado de servicios de atención a personas mayores crecerá enormemente debido a factores que incluyen el creciente envejecimiento de la población, junto con enfermedades asociadas relacionadas con la edad, y la creciente demanda de instalaciones de atención residencial, entre otros (UnivDatos Market Insights, 2022). Identificar y analizar a estos competidores es esencial para evaluar la posición del proyecto en el mercado.

- **Residencias Geriátricas:** Conocidas como “Casas de retiro”. Estas instituciones ofrecen atención a largo plazo en un entorno residencial especializado. Generalmente, cuentan con infraestructura adecuada, personal capacitado y disponible las 24 horas y servicios médicos integrados. Sus fortalezas incluyen la capacidad de proporcionar cuidado continuo y

especializado, así como un entorno que simula un hogar, lo que a menudo es muy valorado por los familiares de los adultos mayores.

- **Servicios de Cuidado a Domicilio:** Estos servicios permiten a los adultos mayores recibir atención en la comodidad de su hogar. Son altamente valorados por su capacidad para mantener la continuidad del entorno familiar y ofrecer una atención más personalizada. Sin embargo, enfrentan desafíos en términos de disponibilidad de personal preparado y la capacidad de manejar emergencias médicas de manera rápida y efectiva.
- **Centros de Recreación:** Estos centros ofrecen cuidado diurno y una variedad de actividades sociales, recreativas y terapéuticas diseñadas para mejorar la calidad de vida de los adultos mayores. Sus fortalezas incluyen la interacción social y la estimulación mental que proporcionan, aunque pueden ser vistos como una opción menos intensiva en atención médica en comparación con las residencias geriátricas.

Poder de Negociación de los Proveedores. Se puede definir al poder de negociación de los proveedores como la capacidad que tienen estos agentes económicos para vender insumos, materias primas, bienes o servicios a empresas (BMF Business School, 2022). Según Hammond, M. (2023) el vínculo y la calidad del servicio dependen en gran medida de la disponibilidad y la calidad del equipo humano capacitado, que se encuentre dedicado al cuidado y acompañamiento de los adultos mayores.

- **Personal de Cuidado Especializado:** Este grupo incluye cuidadores, asistentes sociales y otros profesionales que mantienen un contacto directo y continuo con los adultos mayores. Su capacitación y dedicación son fundamentales para establecer relaciones significativas, brindar un apoyo efectivo en las actividades diarias y fomentar amistad e interacción social.

- Recursos Comunitarios y de Apoyo: Estos recursos abarcan programas de voluntariado, actividades recreativas y culturales, así como servicios de transporte y acceso a instalaciones comunitarias. La colaboración con proveedores de estos recursos puede enriquecer la experiencia de las personas de la tercera edad, facilitando su participación en la comunidad y fortaleciendo sus lazos sociales.
- Tecnología y Herramientas de Apoyo: Las tecnologías, como las plataformas de comunicación y monitoreo, pueden facilitar la conexión entre los cuidadores y los adultos mayores, mejorando la comunicación y la coordinación del cuidado, aunque no sean de naturaleza médica.

Poder de Negociación de los Clientes. Según FasterCapital (2024), comprender a profundidad las necesidades de los clientes es esencial para diseñar un servicio que supere sus expectativas en términos de calidad y atención personalizada.

- Necesidades de los Clientes: los adultos mayores y sus familiares valoran aspectos como la seguridad, la atención personalizada, el confort, las actividades recreativas y sociales, así como la integración familiar y comunitaria. Según Herrera, A. & Guzman, A. (2012) la seguridad y el bienestar son preocupaciones primordiales, seguidas de cerca por la calidad de vida y la estimulación emocional y mental.
- Valor Diferenciado: Para satisfacer estas necesidades, los proveedores deben ofrecer programas personalizados de atención que aborden las necesidades físicas y emocionales. Esto incluye desde cuidados médicos específicos hasta programas de bienestar integral que promuevan la actividad física, la interacción social y el bienestar mental.

Amenaza de Nuevos Competidores. Si las barreras de entrada a una industria no son muy accesibles, entonces, no es atractiva. La amenaza está en que pueden llegar otras empresas con los mismos productos y nuevos recursos que se adueñen de esa parte del mercado (ThePower Business School, 2019).

Según FasterCapital (2024), el mercado del cuidado para adultos mayores presenta significativas barreras regulatorias y financieras que pueden afectar la calidad y accesibilidad del servicio de compañía y apoyo.

- **Barreras de Entrada:** Estas incluyen requisitos regulatorios estrictos para la operación de instalaciones de cuidado, como licencias de salud y seguridad, así como cumplimiento con normativas específicas para la atención a adultos mayores. Los altos costos iniciales y continuos de infraestructura, junto con la necesidad de establecer una reputación sólida en la comunidad, actúan como filtros significativos para nuevos participantes en el mercado.
- **Reputación y Confianza Comunitaria:** Establecer una reputación sólida basada en la confianza y la calidad del servicio es fundamental.

Para mitigar estas barreras, los proveedores deben enfocarse en inversiones estratégicas en infraestructura que cumplan con los estándares de seguridad y confort requeridos. Además, ofrecer capacitación continua y desarrollo profesional al personal es crucial para asegurar que puedan ofrecer una atención de alta calidad y adaptada a las necesidades emocionales y sociales de los adultos mayores.

Amenaza de Productos Sustitutos. Según Alonso, M. (2023) los productos o servicios sustitutos, también llamados de reemplazo son aquellos productos o servicios que pueden satisfacer necesidades muy similares a las de nuestro producto. Identificar y diferenciar el

servicio de las alternativas disponibles es crucial para mantener una posición competitiva sólida en el mercado del cuidado para adultos mayores (Santos, 2022).

- Alternativas: Aquí puede mencionarse servicios de cuidado a domicilio, donde se prioriza la comodidad y la continuidad en el entorno familiar; cuidado familiar asistido, que implica el cuidado directo por parte de familiares con apoyo profesional. También podría incluirse en este grupo las unidades geriátricas en hospitales, que ofrecen atención médica intensiva para condiciones complejas. Estas alternativas ofrecen diferentes niveles de atención y comodidad, y pueden ser elegidas en base a las necesidades específicas del adulto mayor y su familia.
- Beneficios únicos: Para diferenciar el servicio, los proveedores deben enfocarse en ofrecer un valor único, como atención personalizada las 24 horas del día, programas integrales que aborden tanto la salud física como emocional, y una comunidad de apoyo que promueva la calidad de vida y el bienestar emocional de los adultos mayores. Esto puede incluir desde la implementación de tecnología avanzada para mejorar el monitoreo de salud hasta la organización de actividades recreativas diseñadas específicamente para fomentar la interacción social y el bienestar general.

Capítulo III. Investigación del Usuario

El éxito de una propuesta orientada a la mejora de la calidad de vida de los adultos mayores depende en gran medida de una comprensión profunda de sus necesidades, deseos y dificultades. Es así que, a través de un proceso de investigación centrado en el usuario, se busca obtener una visión clara y precisa de las características y expectativas de este segmento. Este enfoque permite diseñar soluciones efectivas que se alineen con sus realidades y mejoren su bienestar, asegurando que el servicio ofrecido sea verdaderamente relevante y transformador.

3.1. Análisis del Perfil de Usuario

El perfil de usuario de este proyecto está enfocado en personas de 60 años a más, de niveles socioeconómicos A y B, que residen en Lima Metropolitana y no presentan condiciones de salud críticas. Según el análisis realizado en el Lienzo Meta Usuario (ver Apéndice A), se identificó que el adulto mayor de este segmento tiene disposición para participar en actividades recreativas, como ir al cine, al parque, reunirse con amigos, aprender algo nuevo o practicar sus hobbies. Sin embargo, a menudo no puede llevar a cabo estas actividades debido a la falta de tiempo de su familia o amigos para acompañarlo en su día a día. Es importante señalar que el usuario tiene cubiertas sus necesidades básicas, ya sea por sus propios recursos o por el apoyo de su familia. Para comprender mejor los problemas y necesidades de estos usuarios potenciales, se diseñó un cuestionario con preguntas estructuradas en formato conversacional. El objetivo de esta herramienta es captar los aspectos más relevantes relacionados con sus necesidades. La recopilación de información se realizó a través de 12 entrevistas presenciales, en las que se dio especial énfasis a la escucha activa, garantizando un ambiente de confianza y empatía durante todo el proceso. A continuación, se presenta el detalle de las preguntas desarrolladas para esta dinámica.

Tabla 3*Guía de Preguntas para Entrevistas a Adultos Mayores*

Grupo	Preguntas	Sustento
A. Datos Personales	¿Cuál es su nombre y apellido? ¿En qué distrito vive? ¿Qué edad tiene?	Conocer las características del entrevistado a fin de contar con información de residencia y edad.
B. Información General	¿A qué se dedica ahora/dedicaba? ¿Por cuántos años trabajó en ese rubro? Actualmente, ¿qué actividades realiza en su día a día? ¿Con qué frecuencia realiza ejercicios?	Conocer su rutina y actividades diarias; así como, el trabajo que realiza o realizaba pues brinda una referencia de sus gustos e intereses.
C. Recuerdos	¿Podría compartírnos algunos recuerdos significativos de su vida? ¿Qué actividades disfrutaba hacer en el pasado y le gustaría seguir haciendo ahora? ¿Cuáles eran sus hobbies?	Identificar las actividades pasadas que el usuario disfrutaba nos permite ofrecer experiencias que se alineen con sus intereses y promuevan su bienestar emocional.

Grupo	Preguntas	Sustento
D. ¿Qué necesita/desea hacer?	<p>¿Cuáles son las principales dificultades o desafíos que enfrenta en su día a día?</p> <p>¿Hay alguna actividad o hobby que le gustaría comenzar o retomar?</p>	<p>Comprender los desafíos diarios del usuario nos permite identificar áreas en las que nuestro servicio puede proporcionar apoyo y mejorar su calidad de vida, creando así una propuesta de valor más relevante.</p>
E. ¿Qué ve?	<p>¿Le interesaría participar en actividades recreativas o culturales en su comunidad?</p> <p>Describa un día típico en su entorno actual. ¿Qué es lo que más disfruta hacer en el día a día?</p> <p>¿Siente que su estado de ánimo cambia cuando se encuentra con amigos y/o familia respecto a cuando se encuentra solo?</p>	<p>Conocer su percepción de la soledad y el aislamiento y cómo afecta las actividades de su día a día.</p>
F. ¿Qué dice?	<p>¿Cómo describe su situación actual a sus amigos o familiares?</p> <p>Cuando habla con otros, ¿qué temas son los más recurrentes en sus conversaciones?</p>	<p>Conocer qué es lo que comunica respecto a sus relaciones interpersonales y sus intereses a abordar con las personas más cercanas de su círculo frecuente.</p>
G. ¿Qué hace?	<p>¿Cuáles son las actividades que realiza en un día normal?</p>	<p>Conocer cómo vive su día a día, sus recursos, sus intereses y sus limitaciones.</p>

- ¿Ha dejado de hacer algo que antes disfrutaba? ¿Por qué?
- ¿Considera que usted puede realizar sus actividades de manera autónoma?
- H. ¿Qué oye? ¿Cómo es su relación con sus familiares más cercanos?
- ¿Tiene amigos de la tercera edad que realizan sus actividades de manera independiente o requieren ayuda?
- I. ¿Qué piensa? ¿Qué cree que podría mejorar su calidad de vida en este momento?
- J. ¿Qué siente? ¿Cómo se siente sobre el tiempo que pasa solo?
- Conocer cuál es la información que escucha de su entorno y la opinión que se forma respecto a la autonomía de los adultos mayores.
- Conocer qué inquietudes tiene respecto a su situación actual y observar su apreciación respecto a cómo puede mejorar su calidad de vida.
- Conocer sus emociones y evaluar el bienestar de la persona.
-

De las entrevistas realizadas, se registró la siguiente información en base a las características de los individuos y las palabras o frases que más se repitieron:

Tabla 4

Distribución por distrito

Distrito	Frecuencia	Porcentaje (%)
Miraflores	3	25%
San Isidro	3	25%
La Molina	2	17%
Surco	2	17%
San Borja	1	8%
Barranco	1	8%
Total	12	100%

Tabla 5

Distribución por sexo

Sexo	Frecuencia	Porcentaje (%)
Masculino	6	50%
Femenino	6	50%
Total	12	100%

Tabla 6*Distribución por edad*

Edad (años)	Frecuencia	Porcentaje (%)
66-70	5	42%
60-65	4	33%
71-75	2	17%
76+	1	8%
Total	12	100%

Tabla 7*Distribución por estado civil*

Estado Civil	Frecuencia	Porcentaje (%)
Viudo	5	42%
Divorciado	5	42%
Soltero	1	8%
Casado	1	8%
Total	12	100%

Tabla 8*Distribución por palabras/frases más utilizadas*

Frases más repetidas	Frecuencia	% del Total
Necesidad de compañía	12	100%
Necesidad de interacción social	12	100%
Interés por participar en actividades grupales	10	83%
Promover su independencia y autonomía	9	75%
Interés por retomar hobbies	9	75%
Dispuesto a aprender nuevas habilidades	9	75%

Asimismo, se identificaron los siguientes puntos que fueron destacados por los entrevistados:

- a) La necesidad de compañía e interacción social emerge como un tema recurrente. La mayoría de participantes expresaron el deseo de tener compañía más constante. La participación en actividades grupales fue frecuentemente mencionada como una vía para mejorar la interacción social. Además, existe una clara demanda de conversaciones más profundas y significativas, lo que hace presumir la necesidad de relaciones más ricas y emocionalmente satisfactorias.
- b) Las actividades recreativas y hobbies son fundamentales para mantener un estilo de vida activo y enriquecedor. Los entrevistados mostraron interés en retomar hobbies que habían abandonado, como artes o ejercicio físico. Además, mostraron interés en aprender nuevas habilidades que podrían mejorar su autonomía y disfrute diario, como algún programa de informática o fotografía. La inclusión de una rutina de ejercicios adecuada a su edad y

capacidad física también se destacó como una necesidad para mejorar su bienestar físico y mental.

- c) El acceso a servicios de salud y soporte adecuado fue una preocupación prominente. Los participantes señalaron dificultades con la accesibilidad y calidad de los servicios de salud, especialmente aquellos que enfrentan condiciones crónicas. La necesidad de apoyo en las tareas diarias y el deseo de servicios de soporte psicológico para manejar problemas como soledad, depresión o ansiedad también fueron aspectos destacados. Esto subraya la importancia de integrar servicios de salud y soporte psicológico en las soluciones propuestas para este segmento de la población.
- d) La independencia y autonomía aparecen como valores fundamentales para los adultos mayores. Aunque muchos valoran la independencia en la realización de sus actividades diarias, también reconocen la necesidad de asistencia ocasional. Esto refleja la complejidad de sus necesidades, donde la autonomía debe equilibrarse con un acceso adecuado a ayuda cuando sea necesario.

Finalmente, para comprender de manera integral las necesidades del perfil de usuario en este proyecto, se emplea la Matriz de necesidades, una herramienta que clasifica y organiza las distintas dimensiones de las necesidades humanas. Esta metodología, desarrollada por diversos investigadores, como Løkken (2011), permite estructurar las necesidades en categorías clave como Ser, Tener, Hacer y Estar, lo que facilita la identificación de prioridades y la creación de soluciones efectivas. Al aplicar esta matriz, se busca profundizar en los aspectos emocionales, sociales y materiales de los adultos mayores, asegurando que el proyecto responda de manera adecuada a sus necesidades y expectativas.

Tabla 9*Matriz de Necesidades*

Categoría	Necesidades	Descripción	Satisfactores	Ejemplo
Ser	Necesidad de identidad y autoestima	El adulto mayor necesita sentirse reconocido y valorado en su comunidad, manteniendo un sentido de pertenencia y valor personal.	Programas de inclusión y apoyo emocional	Actividades o programas que promuevan la autoestima y la identidad del adulto mayor, como grupos de apoyo o talleres de integración.
	Necesidad de autonomía y control sobre su vida	Desea tomar decisiones sobre su vida, sentir que tiene poder de elección y que su opinión cuenta.	Promoción de la autonomía	Herramientas y servicios que fomenten la independencia del adulto mayor, como tecnología accesible o servicios de transporte adaptados.
	Necesidad de dignidad y respeto	El adulto mayor necesita ser tratado con dignidad, respeto y consideración por los demás.	Reconocimiento social y cultural	Actividades que reconozcan la sabiduría y experiencia de los adultos mayores, como premios, charlas o espacios de liderazgo.
Tener	Necesidad de recursos económicos y materiales adecuados	Necesita tener acceso a recursos suficientes, ya sea a través de pensiones, apoyos familiares o servicios de salud accesibles.	Acceso a servicios de salud accesibles y de calidad	Clínicas, centros de salud y servicios médicos que estén a su alcance económico y geográficamente.
	Necesidad de acceso a servicios médicos y cuidados necesarios	Tener acceso a atención médica de calidad y a servicios de salud preventivos y curativos.	Ingreso económico suficiente	Pensiones adecuadas, subsidios o apoyos gubernamentales que aseguren una calidad de vida básica.
	Necesidad de un hogar accesible y adaptado a sus necesidades físicas	Tener un entorno seguro, cómodo y adecuado que le permita moverse libremente y sin riesgos.	Viviendas adaptadas y accesibles	Hogares o residencias con infraestructura adaptada a las necesidades del adulto mayor, como rampas, ascensores, etc.

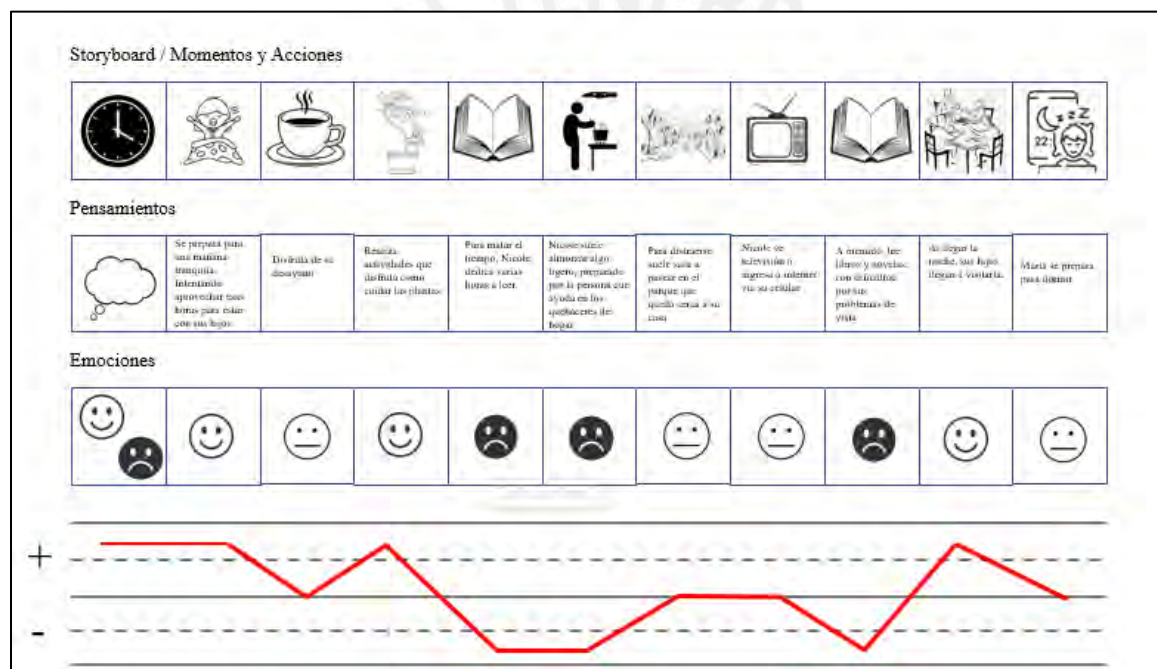
Categoría	Necesidades	Descripción	Satisfactores	Ejemplo
Hacer	Necesidad de realizar actividades sociales y recreativas	Necesita poder participar en actividades que fomenten la interacción social, como ir al cine, salir a caminar, o participar en eventos culturales.	Actividades recreativas y sociales organizadas	Oportunidades para realizar actividades recreativas, como viajes, clases de arte, grupos de ejercicio o deportes.
	Necesidad de mantener un estilo de vida activo	Realizar ejercicios físicos adaptados a su edad y salud, como caminatas, yoga o natación, para mantener su bienestar físico.	Programas de ejercicio físico y estimulación cognitiva	Actividades adaptadas que permitan mantener su bienestar físico y mental, como gimnasia, yoga, o juegos de memoria.
	Necesidad de aprender y explorar nuevas actividades o habilidades	Participar en actividades que favorezcan su aprendizaje y estimulación mental, como clases de arte, música o tecnología.	Ofrecer oportunidades de aprendizaje continuo	Talleres, clases o recursos que les permitan seguir aprendiendo nuevas habilidades y fomenten su crecimiento intelectual.
Estar	Necesidad de estar conectado emocionalmente	Necesita mantener relaciones sociales cercanas, recibir apoyo emocional de familiares, amigos y la comunidad.	Redes de apoyo emocional y social	Grupos de apoyo, redes familiares y sociales que favorezcan el contacto humano y el acompañamiento emocional.
	Necesidad de seguridad y estabilidad emocional	Estar en un entorno que le brinde confianza, seguridad y donde pueda expresar sus emociones sin miedo al rechazo.	Entorno seguro y adaptado emocionalmente	Espacios de convivencia que fomenten la seguridad emocional, como centros de día, grupos de apoyo, o actividades de integración social.
	Necesidad de sentirse integrado en su comunidad	Estar activo y participar en la comunidad, manteniendo un sentido de pertenencia y contribución.	Sensación de integración y participación en la comunidad	Programas que los mantengan activos en la comunidad, como voluntariado, participación en eventos o actividades intergeneracionales.

3.2. Mapa de Experiencia de Usuario

Para comprender la experiencia del usuario es fundamental crear soluciones efectivas centradas en las necesidades. Por ello, se investigó la experiencia de los adultos mayores y sus familiares a lo largo de sus actividades diarias. En la Figura 1, se muestra el lienzo experiencia del usuario con Nicole, una señora de 72 años, viuda que vive sola en un departamento en Miraflores, detallando su rutina en un día habitual.

Figura 1

Mapa de Experiencia del Usuario



- Nicole inicia temprano su día, despertándose a las 6 a.m., toma un desayuno saludable, preparado por la persona que da soporte en las actividades de casa.
- Luego de desayunar, Nicole dedica sus primeras horas de la mañana a leer o cuidar sus plantas, ya que son actividades que le permiten empezar el día con energía. Algunos días sale a pasear y conversa vía telefónica con sus amigos y familiares más cercanos. En algunos casos, los más jóvenes le responden vía WhatsApp.

- c. Hacia el mediodía, Nicole almuerza algo ligero, como una ensalada o una sopa y un fondo bajo en carbohidratos. Después de ello, sale a dar un paseo, disfruta del aire fresco y continúa con sus actividades. Algunos días, revisa información de su interés en línea, relacionada a viajes, noticias de actualidad, productos de alta tecnología o comentarios sobre un nuevo restaurante al que le gustaría ir con sus amigas.
- d. Después de ello, Nicole pasa tiempo leyendo un libro. La lectura es una de sus grandes pasiones y, a menudo se sumerge en novelas históricas, disfrutando del contenido y los aprendizajes que estas le ofrecen. No obstante, menciona que esto no lo hace con tanta frecuencia, dado que no puede forzar mucho la vista y no tiene con quien compartir lo que lee.
- e. Cuando sus hijos llegan a visitarla luego del trabajo alrededor de las 7 p.m., Nicole los recibe con gran entusiasmo. Este es un momento muy importante del día para ella, ya que puede interactuar con ellos y compartir cómo ha sido su día, aunque a veces nota que ellos están cansados y menos receptivos en la conversación. Después de la cena, Nicole usualmente lee un poco más en su *tablet* y se prepara para dormir.

Con la información extraída de Nicole, se puede evidenciar momentos positivos y negativos durante su día. En lo que respecta a los momentos positivos, realiza algunas actividades que le gustan, como cuidar sus plantas o leer. Al final del día, se alegra nuevamente dado que sus hijos van a visitarla. Sobre los momentos negativos, se identifican actividades que realiza Nicole y que no disfruta totalmente debido a algunos limitantes. Por ejemplo, indica que, si bien la lectura es una de las actividades que disfruta mucho, presenta problemas en la vista y falta de compañía, por lo que se convierten en actividades que no disfruta al máximo. El análisis de estos momentos positivos y negativos, revela una dinámica emocional más compleja entre el contexto de soledad y de compañía. Los momentos positivos destacan la importancia de la conexión emocional y la comunicación afectuosa

entre ella y sus familiares. La sensación de alegría al reunirse nuevamente muestra el vínculo emocional fuerte y la satisfacción por la compañía. Por otro lado, los momentos negativos revelan la tristeza y la preocupación que experimenta Nicole al despedirse de sus hijos. La sensación de soledad, especialmente durante la tarde y noche, genera un sentimiento de vacío y anhelo de acompañamiento.

3.3. Identificación de la Necesidad a Resolver para el Usuario

En línea con esta evaluación, en la Tabla 9 se han agrupado las declaraciones que destacan de las entrevistas, las cuales sirven para identificar las principales necesidades que presentan los adultos mayores en torno a la problemática de la soledad. Entre las respuestas que más se repiten se evidencia la necesidad de compañía. Además, algunos expresaron un fuerte deseo de reanudar actividades que previamente disfrutaban, como caminar, participar en grupos de lectura o aprender nuevas habilidades, pero carecen de la motivación o compañía necesaria para hacerlo.

Esta situación subraya la importancia de proporcionar no solo compañía, sino también soporte para la participación en actividades recreativas que puedan enriquecer su vida diaria y fomentar su disfrute e independencia. Asimismo, es recurrente el deseo de construir y mantener nuevas amistades, ya que la pérdida de amigos y compañeros a lo largo del tiempo, especialmente en esta etapa de su vida, ha disminuido sus círculos sociales, aumentando gradualmente los sentimientos de soledad y aislamiento. Por último, se observa que muchos adultos mayores se sienten inseguros acerca de su salud en casa, por lo que existe una necesidad de tener asistencia, inclusive en tareas prácticas de la vida cotidiana. Con esta información, se han identificado las necesidades primarias, secundarias y latentes.

Tabla 10*Necesidades primarias, secundarias y latentes*

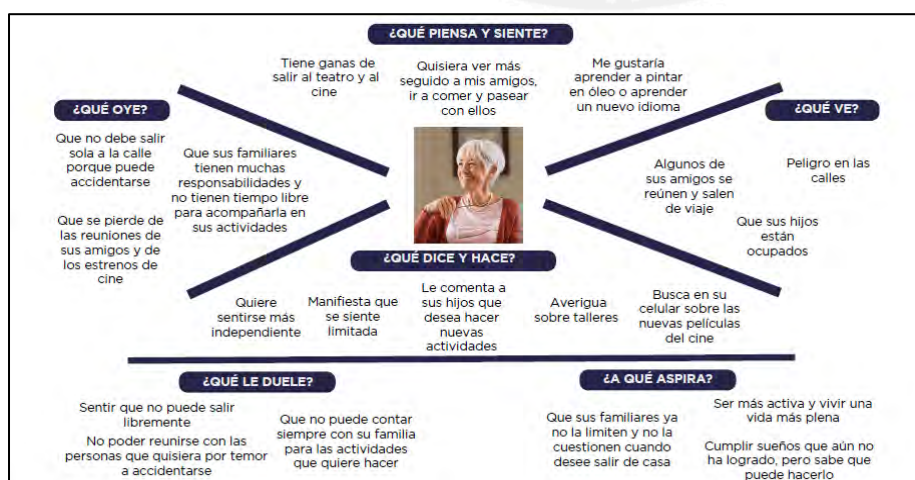
Categoría de Necesidad	Descripción	Ejemplos
Primarias	Necesidades fundamentales y urgentes para el bienestar de los adultos mayores.	Compañía regular para combatir la soledad Asistencia médica regular para atender consultas Soporte en tareas prácticas diarias, como compras y manejo del hogar
Secundarias	Necesidades que mejoran la calidad de vida y promueven el bienestar emocional.	Participación en actividades recreativas como caminatas y grupos de lectura Motivación y compañía para aprender nuevas habilidades Facilitar la creación y mantenimiento de nuevas amistades
Latentes	Necesidades que no se expresan claramente pero que subyacen a otras necesidades.	Estímulo para mantener la independencia en la vida diaria Acceso a actividades que enriquezcan su vida y fomenten la interacción social

3.4 Perfil del Cliente

A partir de la información recabada en las secciones anteriores, se ha identificado que los clientes directos del servicio serán los adultos mayores, quienes, especialmente en los sectores A y B, pueden ser económicamente independientes y buscar complementar sus actividades diarias de manera exploratoria. En algunos casos, los familiares o tutores también serán quienes paguen por el servicio, especialmente cuando identifican la falta de compañía y la necesidad de apoyo para sus padres, abuelos u otros familiares mayores. Con el fin de comprender mejor el perfil de estos clientes, se desarrollaron mapas de empatía tanto del adulto mayor como de sus familiares, permitiendo visualizar cómo el servicio puede mejorar la calidad de vida de los adultos mayores y, al mismo tiempo, aliviar la presión que sienten los familiares por no poder dedicarles el tiempo de calidad que requieren debido a sus responsabilidades diarias. Por tal motivo se realizó el Mapa de Empatía del Cliente para el Cliente Adulto Mayor que refleja detalladamente las emociones, pensamientos, experiencias, así como los desafíos y beneficios percibidos por los adultos de la tercera edad, dado que el mismo usuario podría contratar directamente el servicio.

Figura 2 Mapa de Empatía del Cliente (Adulto Mayor)

Mapa de Empatía del Cliente (Adulto Mayor)



El mapa evidencia que Nicole es una mujer de tercera edad, que busca ser más activa, que tiene ganas de salir con amigos, vivir experiencias nuevas e incluso cumplir sueños pendientes. Sin embargo, se siente limitada de hacer todo ello por su cuenta porque su familia se encuentra preocupada de que salga sin compañía a la calle pues tienen la percepción de que podría accidentarse o podrían robarle dado el alto peligro en las calles. En ese contexto, ella se siente angustiada dado que sus amigos más cercanos se encuentran en situaciones similares. A pesar de ello, no pierde las esperanzas de probar nuevas cosas como aprender otro idioma y pintar; por lo que, busca en internet sobre la oferta de estos servicios, esperando que eventualmente pueda asistir con compañía y dejar de limitarse. En paralelo, se ha elaborado el Mapa de Empatía para los Familiares del Adulto Mayor (Figura 3), considerando que la familia busque y contrate el servicio a fin de proveer a su familiar un estilo de vida más interactivo y, por ende, una vejez activa y plena.

Figura 3 Mapa de Empatía del Cliente (Familia del Adulto Mayor)

Mapa de Empatía del Cliente (Familia del Adulto Mayor)



A partir de este mapa, se evidencia que los familiares (hijos o tutores) suelen sentir una carga emocional significativa; se sienten juzgados por otros y por ellos mismos debido a la dificultad de equilibrar el tiempo entre sus obligaciones personales y el cuidado de sus

padres. A medida que las responsabilidades laborales y personales se intensifican, se vuelve cada vez más desafiante para los familiares proporcionar el cuidado y la interacción que los adultos mayores requieren para su bienestar emocional y físico. Adicionalmente, se observa temor en permitir que los adultos mayores lleven a cabo sus actividades diarias sin una supervisión adecuada, lo que podría resultar en posibles accidentes. Dado ello, la preocupación principal de los familiares sería que la falta de tiempo no solo afecta la cantidad de interacciones con los adultos mayores, sino también la calidad de estas, lo que puede llevar a un aumento en los sentimientos de soledad y aislamiento entre ellos.



Capítulo IV. Diseño del Servicio

En un contexto donde la calidad de vida de los adultos mayores se ve comprometida por la falta de atención y la soledad, surge el proyecto "Un Amigo para un Abuelito", una propuesta innovadora que busca transformar positivamente la experiencia de los adultos mayores. La misión es ofrecer mucho más que un servicio de acompañamiento. Es el compromiso de ser verdaderos compañeros, brindando atención personalizada y constante, en el momento y lugar que se necesite y acompañar en la realización de actividades de entretenimiento adaptadas a la necesidad individual de cada adulto mayor.

4.1. Concepción del Servicio

Se propone un servicio de acompañamiento personalizado con atención a domicilio a fin de que el adulto mayor pueda realizar diversas actividades recreativas junto con el acompañante o "amigo", solicitadas previamente en un registro de intereses. Junto a esta persona, el adulto mayor podrá hacer desde manualidades, pintar, dibujar hasta salir al cine, reunirse con amigos e ir de viaje. El servicio será brindado por horas y el "amigo" elegido será una persona que tenga afinidad con los intereses del adulto mayor, a fin de facilitar la conexión que desarrollarán en el transcurso del tiempo que se tome el servicio.

En específico, la contratación del servicio se dará mediante una plataforma de suscripción semanal, mensual o con membresías de mayor período, para mantener el vínculo con el mismo amigo, pues esa es la esencia de este proyecto. En paralelo, se gestionará una planilla de acompañantes, con adecuada y permanente capacitación dado el público objetivo con necesidades específicas. Asimismo, se desplegará un plan de comunicación digital en redes sociales para generar *awareness* e interacción. En adición, se plantean alianzas con instituciones para desarrollar otras actividades complementarias como clases de baile o

talleres de yoga; así como, los recursos informáticos necesarios para la suscripción y seguimiento.

Cabe mencionar que, la innovación del servicio presentado se sustenta en que no existe un servicio de acompañamiento que se preocupe por el tiempo de calidad y afecto que se le brinde al adulto mayor, pues la mayoría de servicios que ofrece el mercado actualmente son casas de reposo, centros de terapia, enfermeras, terapeutas, entre otras opciones en las que se prioriza mantener estable físicamente a un adulto de tercera edad pero no necesariamente velar por su estado emocional. A su vez, este proyecto tiene como objetivo brindar atención a un sector vulnerable de la población, y, además, generar empleo para aquellas personas que cuentan con las aptitudes necesarias para ser los acompañantes. En específico, deben ser personas que cuenten con estudios superiores finalizados o en proceso, universitarios o técnicos, con alguna certificación afín, y con predisposición a escuchar, entender y acompañar a los adultos mayores, promoviendo la conexión intergeneracional. En una etapa posterior, se propone desarrollar un programa en el que adultos mayores “jóvenes”; es decir, personas de tercera edad que aún sean independientes en la realización de sus actividades y tengan el deseo de continuar laborando, puedan desempeñar el rol de “amigos” para otros adultos mayores. De este modo, se podría generar empleo también para un sector de la población al que le resulta de alta dificultad encontrar un trabajo digno y de su agrado.

4.1.1 Perfil del Acompañante

El perfil del acompañante para el servicio propuesto está diseñado para garantizar un apoyo integral y personalizado a los adultos mayores, promoviendo su bienestar físico, emocional y social. Esta posición debe contar con una combinación de habilidades interpersonales excepcionales, experiencia en el cuidado de personas mayores y un profundo compromiso con la calidad de vida de los adultos mayores. Además, debe ser capaz de

adaptarse a las diversas necesidades de cada individuo, ofreciendo un acompañamiento que fomente la autonomía, la estimulación cognitiva y la conexión social, siempre desde una perspectiva de respeto, empatía y responsabilidad. En ese sentido, el perfil del acompañante debe considerar las siguientes capacidades:

- a) Empatía y habilidades interpersonales: La escucha activa, paciencia y empatía son habilidades esenciales para la buena relación y conexión entre el usuario y su acompañante.
- b) Experiencia en el cuidado de adultos mayores: Es altamente deseable que el acompañante cuente con experiencia previa o estudios en áreas como gerontología, psicología, trabajo social, o atención domiciliaria. Asimismo, se requiere que esté familiarizado con las necesidades físicas y emocionales típicas de las personas mayores como por ejemplo prevención de caídas. Finalmente, es necesario que cuente con nociones sobre los efectos del aislamiento, demencia, depresión y otros trastornos comunes en adultos mayores, y cómo abordarlos.
- c) Habilidades cognitivas y de resolución de problemas: El acompañante debe ser flexible y ajustar su enfoque dependiendo de las circunstancias o el estado emocional de la persona mayor. A su vez, debe ser capaz de tomar decisiones adecuadas ante situaciones inesperadas o de emergencia, sabiendo cuándo y cómo involucrar a otros profesionales de la salud si es necesario.
- d) Orientación a la actividad y estimulación: Se necesita que el acompañante tenga una personalidad activa pues debe estar dispuesto a incentivar actividades que estimulen tanto el cuerpo como la mente, promoviendo la autonomía y el bienestar de la persona mayor. Además, debe ofrecer actividades variadas, algunas serán las

actividades regulares que se brindarán (talleres de costura, pintura, manualidades y juegos de mesa) y otras serán actividades espontáneas que pueda realizar dentro del hogar o en los alrededores como paseos al parque, lectura, entre otras.

e) **Habilidades tecnológicas:** Si bien no se requiere contar con una formación profesional, se necesita que el acompañante posea habilidades tecnológicas a fin de enseñar a los usuarios a utilizar dispositivos electrónicos, como teléfonos, tabletas o computadoras, para fomentar la conexión social a través de plataformas digitales.

f) **Actitud profesional y ética:** Otro aspecto fundamental a tomar en cuenta es que deben estar comprometidos con el bienestar de los adultos mayores y la confianza que los mismos depositan en el servicio, manteniendo la privacidad y el respeto hacia la vida personal del usuario y su familia. Además, se requiere que presenten un interés genuino en mejorar la calidad de vida de la población de tercera edad y ser consciente del impacto social que tiene este tipo de trabajo.

4.2. Desarrollo de la Narrativa

Para el desarrollo de este punto, se ha considerado relevante revisar casos de éxito en otras regiones, con el propósito de observar impactos similares a la solución propuesta.

- a) **Novavida:** es una empresa creada en Ecuador, cuyo objetivo se centra en ofrecer asistencia integral a los adultos mayores. Este programa proporciona una gama de servicios que incluye atención médica en casa, terapia física y recreativa, y acompañamiento diario, buscando mejorar la calidad de vida de los adultos mayores que viven solos o que no pueden cuidarse por sí mismos de manera adecuada. El impacto de Novavida en la comunidad se evidencia en su capacidad para mantener al adulto mayor activo y socialmente conectado, reduciendo el aislamiento y mejorando

su salud general. Esto no solo beneficia a los adultos mayores sino también a sus familias y se refleja en la comunidad, al reducir la carga sobre los servicios de salud públicos.

- b) **Cuideo:** es una plataforma española que facilita la conexión entre familias y cuidadores profesionales para adultos mayores. Ofrecen servicios de atención domiciliar de cuidado permanente, incluyendo cuidadores nocturnos y asistencia en actividades diarias. Cuideo ha mostrado un impacto significativo en la comunidad al proporcionar servicios personalizados que mejoran la calidad de vida de los adultos mayores. Además, han contribuido a mejorar el sector de servicios que está involucrado al cuidado en casa, estableciendo estándares más altos para la atención del adulto mayor.

A nivel global, la digitalización en el sector de servicios para adultos mayores ha avanzado significativamente, con un creciente número de plataformas y aplicaciones diseñadas para mejorar la calidad de vida de este segmento. Estas innovaciones incluyen desde servicios de acompañamiento virtual hasta herramientas de bienestar emocional y social, lo que refleja una tendencia creciente en el uso de la tecnología para abordar la soledad y el aislamiento en los adultos mayores. Si bien en la región aún no existen competidores directos que ofrezcan un servicio de acompañamiento emocional y recreativo personalizado como el propuesto, los negocios digitales relacionados con la salud mental, el entretenimiento y la conectividad social están ganando terreno, marcando una evolución que va más allá del modelo tradicional de cuidado geriátrico.

- c) **Plataformas de actividades y eventos para adultos mayores:** Aplicaciones o sitios web que promueven eventos sociales, talleres o clases específicas para este segmento, como *Meetup* con grupos enfocados en la tercera edad.

- d) **Aplicaciones de bienestar y cuidado:** Herramientas como *Care.com* que, aunque se enfocan en conectar cuidadores con personas mayores, podrían captar parte del interés de familiares que buscan servicios similares, aunque con un enfoque más funcional que emocional.
- e) **Plataformas de videollamadas y redes sociales:** Herramientas como *Zoom*, *WhatsApp* o incluso redes como *Facebook* que permiten a los adultos mayores mantenerse en contacto con sus familias y redes de apoyo, aunque no proporcionen el mismo nivel de interacción presencial o personalizada.
- f) **Servicios específicos para salud mental y emocional:** Aplicaciones como *BetterHelp* o *Talkspace* enfocadas en terapias emocionales podrían ser percibidas como una alternativa para atender la dimensión emocional, aunque no están diseñadas para el tipo de acompañamiento recreativo y personalizado que ofrece “Un Amigo para un Abuelito”.

No obstante, estas herramientas no reemplazan la experiencia integral y humana que este proyecto propone, pero sí abordan de forma parcial algunas de las necesidades del mercado objetivo.

4.3. Carácter Innovador del Servicio

Se considera en este punto qué convierte el presente proyecto en único e innovador. Para ello, se detalla a continuación, los aspectos relevantes de la propuesta de valor y de generación de diferenciación.

- Enfoque en compañía y apoyo emocional: Ofrecer compañía y conversación personalizada, así como apoyo emocional, es fundamental para mejorar la calidad de vida de los adultos mayores.

- Personalización de servicios: Las actividades están adaptadas a los intereses y necesidades de cada adulto mayor, creando una experiencia única y satisfactoria.
- Presencia física y cercanía: Facilita una conexión más profunda y una atención individualizada que va más allá de la interacción digital.
- Informes y comunicación constante: Proporcionar informes regulares sobre las actividades y el bienestar del adulto de la tercera edad brinda tranquilidad y confianza a los familiares.

Sin embargo, este proyecto enfrenta también desafíos importantes en el mercado. La competencia de proveedores establecidos en el sector de servicios de cuidado y atención a adultos mayores puede dificultar la penetración y el crecimiento del proyecto. Finalmente, construir una sólida reputación y ganarse la confianza de los clientes en un mercado donde la lealtad a los proveedores existentes es alta puede ser un desafío prolongado, dada la naturaleza del servicio.

4.4. Propuesta de Valor

La propuesta de valor del presente proyecto se centra en ofrecer una atención personalizada, núcleo fundamental para construir una relación de confianza sólida entre el adulto mayor y su acompañante. A medida que se escala el servicio, se mantendrá este enfoque personalizado mediante un sistema estructurado que garantiza que cada usuario reciba el acompañamiento adecuado según sus necesidades y preferencias. Este sistema se basa en la asignación cuidadosa de acompañantes que compartan intereses y valores similares con los adultos mayores, lo que facilita una conexión emocional genuina. Para asegurar que la atención se mantenga personalizada incluso con el crecimiento del servicio, se implementarán las siguientes estrategias:

a) Actividades personalizadas: Se ofrecerán talleres y actividades que respondan a los intereses específicos de cada usuario (cine, música, arte, cocina, etc.), lo que permitirá que, aunque se amplíe el número de usuarios, cada adulto mayor participe en actividades que realmente los motiven y fomenten su desarrollo personal.

b) Sistema de asignación de acompañantes: Se utilizará un algoritmo basado en los intereses, valores y perfil de cada usuario para asignar acompañantes que mejor se adapten a ellos. Esto asegura que cada usuario se sienta comprendido y acompañado por una persona con quien pueda compartir actividades y aficiones comunes, incluso cuando el servicio crezca en tamaño.

c) Red de apoyo social: Se fomentarán actividades grupales con otros adultos mayores, como reuniones recreativas y espacios de socialización, que permitan a los usuarios compartir experiencias y generar lazos de amistad. Esto no solo apoya su bienestar emocional, sino que también promueve la creación de una comunidad, haciendo más eficiente la gestión del servicio sin perder la personalización.

d) Autonomía progresiva: El programa de acompañamiento estimulará a los usuarios a desarrollar actividades que puedan realizar de manera independiente, como jardinería, pintura o lectura, lo que les permite mantener un nivel de autonomía dentro de un acompañamiento personalizado. A través de esta propuesta, se busca equilibrar la atención personalizada con la independencia del usuario, ayudando a que el acompañante actúe como guía y apoyo, y no solo como un asistente.

En suma, para escalar el servicio sin sacrificar la atención personalizada, se implementará un enfoque integral que combine tecnología, personalización en la asignación

de acompañantes y la creación de una red de apoyo social, todo ello bajo una estructura flexible que se adapte a las necesidades cambiantes de cada usuario.

Para lograrlo, existen varios sistemas y metodologías que permiten mantener la personalización mientras se escala un negocio. Según Christensen, Raynor y McDonald (2015), las empresas pueden escalar sus operaciones sin perder el enfoque en la personalización mediante la implementación de estrategias de innovación centradas en el cliente. Estas estrategias combinan tecnología, gestión eficiente y un enfoque centrado en el cliente, lo que permite proporcionar un servicio altamente personalizado sin sacrificar la calidad, incluso cuando el negocio crece. Algunos de los más relevantes y que se vienen explorando, incluyen:

- a) Segmentación y Uso de Datos (CRM): Utilizar un Sistema de Gestión de Relación con el Cliente (CRM) avanzado es clave para escalar la personalización. Estos sistemas almacenan información detallada sobre los usuarios (en este caso, los adultos mayores), como sus preferencias, historial de interacciones, intereses, e incluso su estado de salud y bienestar. Con esta información, se puede crear perfiles altamente personalizados y asignar acompañantes o servicios que se adapten mejor a las necesidades. A medida que el negocio crece, la base de datos CRM permite hacer recomendaciones automatizadas, segmentar usuarios en grupos más específicos y asignar recursos de forma más eficiente.

Aplicación sugerida: Un CRM puede ayudar a asignar acompañantes que coincidan con las pasiones o intereses del adulto mayor, basándose en información obtenida durante el proceso de registro o a través de interacciones previas.

- b) **Automatización y Algoritmos de Asignación Inteligente:** El uso de algoritmos de asignación inteligente permite que el proceso de asignación de acompañantes se escale sin perder la personalización. Estos algoritmos se basan en los intereses, la personalidad y las preferencias de los usuarios, ayudando a asignar de manera eficiente los acompañantes adecuados a cada adulto mayor. Estos algoritmos también pueden ser ajustados para considerar factores como la disponibilidad, la localización y el tipo de actividad que el usuario prefiera.

Aplicación sugerida: Un sistema de asignación inteligente podría sugerir automáticamente un acompañante con conocimientos en jardinería si ese es el interés principal de un adulto mayor. A medida que el número de usuarios crece, el algoritmo puede ser ajustado para mejorar las recomendaciones basadas en datos recopilados sobre las preferencias de cada usuario.

- c) **Tecnología de Escalabilidad Modular:** Un sistema modular permite agregar nuevas funcionalidades y características conforme se expande el servicio sin comprometer la calidad del servicio personalizado. Se podría iniciar con un servicio muy básico de acompañamiento y, a medida que crece, agregar módulos como la posibilidad de ofrecer talleres virtuales, más opciones de actividades, o integrar nuevas tecnologías para el seguimiento y la comunicación en tiempo real entre el usuario y el acompañante.

Aplicación sugerida: Un sistema de gestión modular podría incorporar nuevos módulos de interacción (como videollamadas o chats en tiempo real) para facilitar la comunicación entre el adulto mayor y su acompañante, sin afectar el nivel de personalización del servicio.

- d) **Modelos de Atención Basados en Equipos (Team-Based Care):** En lugar de depender de un solo acompañante, se puede utilizar un modelo basado en equipos

multidisciplinarios, donde un grupo de profesionales o acompañantes colaboran para brindar atención personalizada. En este modelo, diferentes personas del equipo se encargan de diferentes aspectos del bienestar del adulto mayor, como la salud física, la salud mental y las actividades recreativas. Esto permite que el servicio se escale sin perder el enfoque en el bienestar integral del usuario.

Aplicación sugerida: Si el número de usuarios aumenta, el equipo de acompañantes podría ser organizado en función de sus áreas de especialización, pero cada adulto mayor seguiría teniendo una conexión cercana con uno o más miembros del equipo, lo que mantiene la personalización.

- e) **Uso de Plataformas Digitales y de Comunicación:** El uso de plataformas digitales (por ejemplo, aplicaciones móviles o plataformas web) puede permitir una mayor personalización a medida que se escala el negocio. Estas plataformas permiten que los adultos mayores elijan, sigan y ajusten sus actividades o sesiones con los acompañantes de manera autónoma, lo que mantiene la atención personalizada, incluso cuando el número de usuarios aumenta.

Aplicación sugerida: Una plataforma digital donde los adultos mayores puedan indicar sus intereses, ver sugerencias de actividades o incluso calificar sus interacciones con los acompañantes, lo que facilita la personalización de futuras experiencias.

- f) **Estrategia de Personalización de Alto Contacto (High-Touch):** Aunque se puede automatizar mucho de la gestión, mantener un contacto directo y humano con los clientes sigue siendo esencial para la personalización. La clave está en encontrar un equilibrio entre la automatización y el contacto personal. A medida que el negocio crece, se pueden asignar a ciertos clientes gerentes de cuenta o

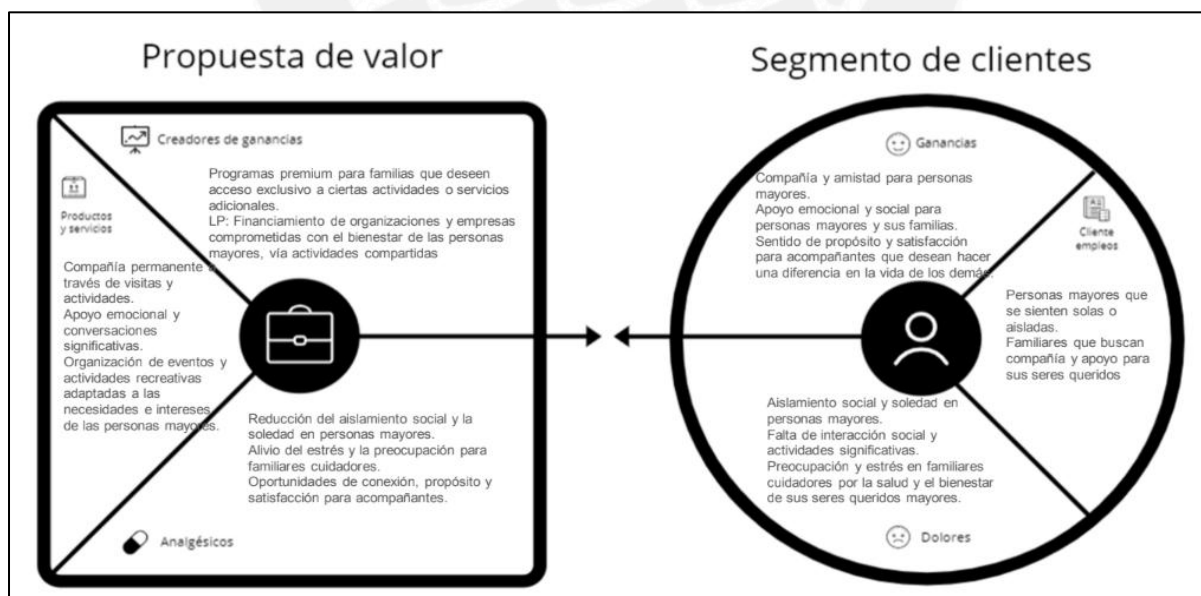
coordinadores de bienestar que se encarguen de asegurar que los servicios sigan siendo personalizados y de alta calidad.

Aplicación sugerida: Cada adulto mayor podría tener un punto de contacto directo, como un coordinador, que se encargue de monitorear su experiencia y asegurar que continúe teniendo la atención personalizada, mientras se gestionan múltiples usuarios simultáneamente.

En suma, la clave para escalar un servicio manteniendo la personalización radica en la integración de tecnología avanzada (como CRM, algoritmos inteligentes y plataformas digitales) combinada con modelos de atención centrados en el ser humano. Estos métodos permiten que el servicio se adapte al crecimiento del negocio sin perder la esencia de la atención individualizada, garantizando una experiencia de alta calidad para cada adulto mayor.

Figura 4 Propuesta de Valor

Lienzo Propuesta de Valor



En paralelo a lo mencionado, se realizó el Lienzo de la Propuesta de Valor. Para este propósito, se alinearon los dolores y sus analgésicos, el problema y las necesidades, el

segmento y la promesa, concluyendo en que la propuesta de valor es mejorar la calidad de vida de los adultos mayores, brindándoles compañía, apoyo emocional y actividades recreativas personalizadas vía conexiones significativas con un acompañante. La propuesta de valor se basa en ofrecer un servicio integral de compañía y cuidado personalizado para adultos mayores, abordando la soledad y las necesidades de atención e interacción diaria. De esta manera, a través de la empatía y el compromiso, se brindará acompañamiento social, asistencia domiciliaria y actividades recreativas adaptadas, mejorando así la calidad de vida de los usuarios mediante la generación de vínculos significativos, para promover un envejecimiento activo y digno.

4.5. Producto Mínimo Viable (PMV)

En el desarrollo del proyecto, el Producto Mínimo Viable (PMV) se ha concebido como una solución inicial que permite validar las hipótesis clave sobre la necesidad y aceptación del servicio entre los adultos mayores y sus familias y que se analizarán a detalle en el Capítulo 6. Este PMV se enfoca en ofrecer un servicio de acompañamiento personalizado, centrado en la creación de vínculos significativos y en la mejora de la calidad de vida del adulto mayor a través de actividades recreativas y de interés personal. Al implementarlo, se busca obtener retroalimentación temprana, identificar áreas de mejora y establecer una base sólida sobre la cual expandir y perfeccionar el servicio, asegurando que cumpla con las expectativas y necesidades de su público objetivo. Para ello se han desarrollado dos etapas:

4.5.1. Ciclo de Vida del Servicio

El ciclo de vida del servicio propuesto sigue una secuencia, la misma que inicia con la identificación de las necesidades específicas de cada cliente y la personalización de los

servicios según sus requerimientos. A continuación, se procede con la asignación de un acompañante afín a esas necesidades y preferencia de actividades, para asegurar una experiencia personalizada. Luego de ello, se realiza el proceso de compra a través de una plataforma en línea, por teléfono, o durante una reunión virtual con un agente de la empresa. El pago puede efectuarse mediante diversos métodos, como tarjeta de crédito, débito, transferencia bancaria, o incluso a través de sistemas de pago en línea, pudiendo ser una tarifa semanal, mensual o semestral dependiendo del paquete elegido, con opción de renovación.

Posteriormente, en la etapa de implementación, se proporciona el acompañamiento social donde se define las actividades que el adulto mayor desea y necesita realizar; y, se prosigue con la fase de seguimiento y ajuste, donde se monitorea continuamente el progreso del cliente y se realizan modificaciones según sea necesario para satisfacer sus necesidades cambiantes. Las interacciones generadas serán correctamente monitoreadas y ajustadas según las necesidades y preferencias del adulto mayor para maximizar el beneficio y la satisfacción; por lo que, en la etapa inicial de selección del acompañante es necesaria la revisión de sus intereses y habilidades para que la afinidad con el adulto mayor sea real y duradera. Finalmente, se concluye con la fase de retroalimentación, donde se recopilan comentarios y sugerencias del cliente para mejorar aún más la calidad del servicio. Este ciclo se repite de manera continua para garantizar una atención integral y personalizada en todas las etapas de la relación con el cliente.

Cabe considerar que el usuario comienza este *journey* investigando diversas soluciones que atiendan su problemática de soledad y aislamiento. Esto implica, por ejemplo, buscar en internet, pedir recomendaciones a amigos o consultar con profesionales de la salud. En este proceso, descubre "Un Amigo para un Abuelito" a través de las redes sociales, y de recomendaciones de otros usuarios. Dependiendo de la experiencia y la satisfacción con el

servicio, el usuario decide renovar el servicio. El proceso de renovación puede ser automático o requerir una confirmación para continuar, dependiendo de cómo se estructuró inicialmente el acuerdo de servicio. Finalmente, en el caso de que el usuario esté satisfecho con el servicio y observa una mejora significativa en la calidad de vida del adulto mayor, es probable que recomiende "Un Amigo para un Abuelito" a amigos, familiares o a través de redes sociales. Estas referencias son vitales para la expansión del negocio y a menudo pueden venir acompañadas de incentivos como descuentos o sesiones gratuitas por cada nueva referencia exitosa.

Figura 5

Flujo del ciclo de vida del producto



4.5.2. Prototipado y Testeo

El enfoque se centra en probar actividades específicas como pintar, pasear o enseñar nuevas tecnologías a los adultos mayores, seleccionadas en base a los insights obtenidos en la fase previa de investigación del Capítulo 3. Inicialmente, se realizó un prototipo del servicio en el que se ofrecía acompañar a los adultos mayores en actividades como pintar al aire libre, ir al teatro o cine y reunirse con amigos en un café, actividades que los adultos mayores escogerían considerando sus intereses y necesidades.

Tabla 11

Actividades Propuestas para el Prototipo Inicial

Actividades	Dirigido a
Pintura al aire libre	Adultos mayores con conocimientos y materiales de pintura y que buscan una experiencia diferente y relajante.
Asistencia al teatro o al cine	Adultos mayores aficionados a las obras de teatro o a las películas, que desean ver tanto las obras clásicas como las contemporáneas.
Reunión con amigos en un café	Adultos mayores que quieren reunirse con sus amigos a comer y conversar

Sin embargo, de manera transversal a estas actividades recreativas, se ofreció una capacitación en herramientas digitales de comunicación (WhatsApp, Facetime, correo electrónico) a aquellos adultos mayores que lo deseen, a fin de mejorar sus habilidades tecnológicas generando que puedan comunicarse con sus familiares y amigos de manera más sencilla.

Tabla 12*Detalle de Capacitación en Herramientas Digitales*

Capacitación en herramientas digitales	
Dirigido a	Todos los adultos mayores que tengan la predisposición de aprender a utilizar herramientas digitales para mejorar sus habilidades tecnológicas
Plataformas de Comunicación	WhatsApp, FaceTime, correo electrónico en el teléfono móvil como en la computadora

En base al prototipo aplicado, se identificaron hallazgos relevantes. Los adultos mayores que decidieron hacer las actividades manifestaron que disfrutaron mucho, su día fue más productivo y activo; y, que les gustaría repetir la experiencia. Además, se realizó una capacitación introductoria de una de las herramientas digitales de comunicación más populares como WhastApp, en específico, se explicó su uso y funcionalidad como las llamadas y videollamadas, el envío de archivo multimedia (fotos, videos y audios) y de documentos. Con esta información, los adultos mayores se vieron emocionados de reforzar sus conocimientos en el uso de esta App, y también de aprender nuevos usos que no conocían. Más aún, muchos de ellos manifestaron que también tenían complicaciones con el uso de las plataformas de *streaming* pues no manejaban los catálogos de películas, desconocían cómo realizar búsquedas por género o nombre o actor, así como, la manera en la que se regresaba a una película/serie que estaban viendo anteriormente. Dado ello, se evidenció una oportunidad de mejora en la capacitación de herramientas digitales, pues se debía incluir también a las plataformas de entretenimiento y de otros servicios complementarios de *delivery* de comida y traslados, a fin de proveer a los adultos mayores de más herramientas que faciliten sus actividades y les brinden bienestar.

Tabla 13*Detalle de Capacitación en Herramientas Digitales Actualizado*

Capacitación en herramientas digitales	
Dirigido a	Todos los adultos mayores que tengan la predisposición de aprender a utilizar herramientas digitales para mejorar sus habilidades tecnológicas
Plataformas de Comunicación	WhatsApp, FaceTime, correo electrónico en el teléfono móvil como en la computadora
Plataformas de Entretenimiento (streaming)	Netflix, Amazon Prime, Disney, Max
Otras Plataformas de Servicios Complementarios	Apps de pedidos de comida: Rappi, PedidosYa, UberEats Apps de servicios de movilidad: Taxi Satelital

Figura 6 *Asistir al teatro**Asistir al teatro*

Fuente: Imagen generada por ChatGPT de OpenAI, usando DALL-E

Figura 7

Asistir al cine



Fuente: Imagen generada por ChatGPT de OpenAI, usando DALL-

Figura 8

Pintura al aire libre



Fuente: Imagen generada por ChatGPT de OpenAI, usando DALL-E

Figura 9*Actividades de Capacitación en Herramientas Digitales*

Fuente: Imagen generada por ChatGPT de OpenAI, usando DALL-E

4.6. Análisis FODA

El análisis FODA del proyecto permite identificar de manera integral las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que pueden influir en su éxito en el mercado. Este análisis es crucial para comprender tanto los aspectos internos que se pueden potenciar como aquellos externos que deben ser vigilados y gestionados estratégicamente. A través de esta evaluación, se pueden trazar acciones efectivas para fortalecer la propuesta de valor y mitigar posibles riesgos. Es un paso esencial para asegurar que el proyecto esté bien posicionado para enfrentar los desafíos y aprovechar las oportunidades del entorno competitivo.

Fortalezas:

- **Enfoque Personalizado:** El proyecto se diferencia al ofrecer un servicio de acompañamiento emocional y recreativo personalizado para adultos mayores, lo que responde a sus necesidades individuales y promueve un envejecimiento activo y saludable.
- **Integración Humano-Tecnológica:** Combina el uso de una plataforma digital con el toque humano en la interacción diaria, facilitando la gestión de actividades y mejorando la experiencia de los usuarios, mientras asegura un servicio cálido y empático.
- **Impacto Social Positivo:** Contribuye a reducir la soledad y el aislamiento social, factores clave en la salud mental y emocional de los adultos mayores, alineándose con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y generando un valor social significativo.
- **Modelo de Negocio Innovador:** Ofrece un servicio único en el mercado peruano que se enfoca en la socialización y el bienestar emocional - área no explorada por la competencia - lo que abre oportunidades para establecer una posición de liderazgo.

Oportunidades:

- **Crecimiento Demográfico de Adultos Mayores:** El envejecimiento de la población en Lima Metropolitana y otras regiones de Perú genera una demanda creciente por servicios que promuevan el bienestar de los adultos mayores.

- **Expansión Regional:** Existe la posibilidad de replicar el modelo en otras ciudades de Perú, aprovechando el crecimiento de la población mayor y la falta de servicios similares en muchas regiones.
- **Alianzas Estratégicas:** Formar alianzas con instituciones de salud, ONGs, y otras organizaciones que trabajen con adultos mayores puede ampliar la visibilidad y el alcance del proyecto, además de fortalecer la oferta de servicios.
- **Subvenciones y Financiamiento:** El posible acceso a subvenciones gubernamentales o financiamiento de organizaciones interesadas en proyectos de impacto social puede proporcionar los recursos necesarios para escalar y mejorar el servicio.

Debilidades:

- **Dependencia de Recursos Humanos Calificados:** El éxito del proyecto depende en gran medida de la calidad y la formación del personal de acompañamiento, lo que puede representar un desafío en términos de selección, capacitación y retención.
- **Limitaciones Tecnológicas:** Aunque la integración tecnológica es una fortaleza, también representa un reto en términos de accesibilidad y usabilidad para los adultos mayores, quienes pueden tener dificultades para adaptarse a las nuevas tecnologías.
- **Alcance Geográfico Inicial Limitado:** La operación inicial está centrada en Lima Metropolitana, lo que restringe el impacto a una sola área geográfica y podría limitar el crecimiento y la diversificación del servicio.

- Sostenibilidad Financiera: El proyecto requiere una inversión continua en tecnología y personal para mantener la calidad del servicio, lo que podría ser un reto en las etapas iniciales sin un flujo de ingresos estable y suficiente.

Amenazas:

- Competencia Creciente: La aparición de nuevas empresas o la expansión de las actuales en el sector de servicios para adultos mayores puede intensificar la competencia, obligando al proyecto a diferenciarse constantemente para mantener su posición en el mercado.
- Factores Económicos: Una crisis económica podría afectar la capacidad de los clientes para pagar por servicios de acompañamiento, lo que podría reducir la demanda y afectar los ingresos del proyecto.
- Regulaciones Gubernamentales: Cambios en las políticas o regulaciones relacionadas con el cuidado de adultos mayores o servicios a domicilio pueden imponer nuevas obligaciones que podrían aumentar los costos operativos.
- Desafíos de Adopción: La resistencia al cambio o la desconfianza en los nuevos modelos de servicios por parte de los adultos mayores o sus familias podría dificultar la adopción inicial del servicio.

Capítulo V: Modelo de Negocio

5.1 Lienzos del Modelo de Negocio

El modelo de negocio del proyecto o *Business Model Canvas* (BMC) se encuentra detallado en la Figura 10, el cual incorpora aspectos clave para ofrecer un servicio integral y sostenible. Este lienzo permite una visualización clara y estructurada de los elementos importantes que conforman el proyecto. Para objeto de este punto, el enfoque estará en la Propuesta de valor, aspecto que integra las variables del BMC. Posteriormente, se detallan los demás aspectos, incluidos en la Deseabilidad (Segmento y Relación con Clientes y, Canales) Factibilidad (Actividades, Recursos y Socios Clave) y Rentabilidad (Estructura de Costos e Ingresos).

Considerando ello, la propuesta de valor del proyecto está centrada en brindar un servicio que pueda generar un impacto positivo en la calidad de vida de los adultos mayores, otorgando compañía, apoyo emocional y actividades recreativas personalizadas. Todo ello, estableciendo conexiones significativas a través de la relación que se construya con el acompañante. Para conseguirlo, es importante considerar que el personal de este proyecto debe estar debidamente capacitado en habilidades de escucha activa, empatía y entendimiento de las necesidades emocionales y físicas de los adultos mayores. Asimismo, para facilitar la construcción del vínculo, se deben desarrollar programas con las actividades personalizadas según los intereses y capacidades de cada adulto mayor.

Figura 10*Business Model Canvas*

Socios Clave	Actividades Clave	Propuesta de Valor	Relación con Clientes	Segmentos de Clientes
<ul style="list-style-type: none"> - Personas interesadas en trabajar pasando tiempo con adultos mayores - Red de profesionales de la salud para referencias y recursos adicionales - Colaboración con organizaciones locales para obtener apoyo financiero - Asociación con instituciones culturales que puedan brindar talleres a los adultos mayores (pintura, tejido, yoga, tai chi, entre otros) 	<ul style="list-style-type: none"> - Valor: selección y capacitación de potenciales acompañantes - Relación: organización de actividades y eventos para adultos mayores - Distribución: gestión de la plataforma en línea y la comunicación con los usuarios 	<p>En el proyecto "Un amigo para un abuelito" nos dedicamos a mejorar la calidad de vida de los adultos mayores, brindando compañía, apoyo emocional y actividades recreativas personalizadas, estableciendo conexiones significativas a través de la relación con el acompañante</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Tipo: relaciones personalizadas y empáticas con los adultos mayores y los familiares - Herramientas: comunicación abierta y transparente con los acompañantes. Retroalimentación continua para mejorar la experiencia de todas las partes involucradas 	<p>Clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cliente primario: adultos mayores que se sienten solos/aislados - Cliente secundario: familiares que buscan compañía y apoyo para los adultos mayores <p>Mercado</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mercado primario: segmento de mercado conformado por personas de 60 años a más con NSE AB y pertenecientes a Lima Metropolitana - Mercado secundario: segmento de mercado conformado por personas de
	Recursos Clave		Canales	
	<ul style="list-style-type: none"> - Valor: red de acompañantes comprometidos y capacitados adecuadamente -Relación: personal dedicado para coordinar y supervisar las interacciones entre 		<ul style="list-style-type: none"> - <i>Go to market</i>: plataforma en línea para conectar acompañantes y adultos mayores - Comunicación: campañas de concientización y marketing en redes sociales 	

<p>- Asociación con instituciones de cuidado de adultos mayores, clínicas de geriatría y organizaciones sin fines de lucro</p>	<p>acompañantes y adultos mayores</p> <p>- Distribución: plataforma tecnológica para la gestión de emparejamientos y asignación de actividades</p>			<p>35-45 años con NSE AB y pertenecientes a Lima Metropolitana</p>
Estructura de Costos			Fuente de Ingresos	
<ul style="list-style-type: none"> - Planilla de acompañantes, sueldo y capacitaciones permanentes - Costos de desarrollo y mantenimiento de la plataforma en línea - Gastos de marketing (comunicación en redes y venta del servicio) <ul style="list-style-type: none"> - Gastos operativos generales - Gastos de personal para coordinación y administración 			<ul style="list-style-type: none"> - Programas de membresía (por suscripción) - Servicios <i>premium</i> opcionales para familias que deseen acceso exclusivo a ciertas actividades o beneficios adicionales 	

El presente proyecto se diferencia en su enfoque integral y personalizado, que aborda la soledad y, además, fomenta un envejecimiento activo y saludable. Este enfoque holístico busca atraer a los usuarios y a sus familias, preocupadas por encontrar un apoyo idóneo y cálido para sus seres queridos.

5.2. Viabilidad del Modelo de Negocio

La viabilidad de un proyecto depende tanto de su deseabilidad, entendida desde lo que el cliente o usuario busca y necesita, como de su viabilidad a largo plazo, enfocada en el éxito sostenido del proyecto. Es decir, no solo se centra en la capacidad de implementación, sino también en el potencial de ser sostenible y rentable. Con ello, la propuesta de este proyecto busca abordar una necesidad social crítica mediante la creación de un modelo de negocio enfocado en mitigar la soledad y el aislamiento de los adultos mayores, como un problema social cada vez más relevante, ofreciendo una solución que conecta a acompañantes con adultos de la tercera edad, brindándoles apoyo emocional y oportunidades de participación social.

En función de los objetivos planteados, se ha evaluado una propuesta integral desde diversas perspectivas clave: demanda del mercado, sostenibilidad financiera e impacto social. Este análisis se fundamenta en el crecimiento significativo de la población adulta mayor y la consecuente creciente demanda de servicios de acompañamiento personalizados. Desde el punto de vista financiero, el proyecto contempla la implementación de una tarifa base diseñada para garantizar la sostenibilidad económica, a la vez que asegura el acceso de nuestro público objetivo. Además, el modelo financiero es escalable, lo que permite ajustar la oferta de servicios en función de la demanda sin comprometer la calidad. Esto es posible gracias a una estructura de costos que incluye un número adecuado de acompañantes, lo que

asegura la personalización y satisfacción del servicio ofrecido. Asimismo, el diseño de diversas actividades y la identificación de segmentos de mercado específicos se presentan como estrategias clave para maximizar los ingresos y garantizar la rentabilidad del proyecto a largo plazo. En el Capítulo 6, se desarrolla en detalle la estructura de ingresos y gastos del proyecto, acompañada de un análisis de sensibilidad del Valor Presente Neto (VPN) para evaluar la rentabilidad bajo diferentes escenarios. No obstante, a continuación, se presenta una breve introducción a los aspectos más relevantes que se abordarán posteriormente.

- Estructura de Costos y Fuente de Ingresos: en relación a los costos del proyecto, se contempla la planilla de acompañantes, el desarrollo y mantenimiento de la plataforma, los gastos asociados a la estrategia de marketing y el personal administrativo necesario para garantizar su correcto funcionamiento. En cuanto a los ingresos, estos se generarán principalmente a través de suscripciones que se ajustan a las necesidades del usuario. Se ofrecen tres tipos de planes: un plan de prueba de 4 horas, un plan semanal de 20 horas que incluye un descuento del 10% sobre la tarifa por hora base, y un plan mensual de 80 horas con un descuento del 25% sobre la tarifa por hora base. Adicionalmente, se propone la gestión de servicios complementarios, como acceso a eventos y actividades especiales, entre ellos talleres de yoga y costura, que estarán disponibles mediante el pago de una tarifa adicional. Este enfoque permite diversificar las fuentes de ingresos mientras se enriquece la experiencia del usuario y se asegura la sostenibilidad financiera del proyecto.

Para sustentar la deseabilidad, a continuación, se detallan los aspectos relacionados del BMC:

- Segmentos de cliente: El proyecto identifica dos segmentos clave de clientes. El target primario, está compuesto por adultos mayores, principales usuarios y beneficiarios del servicio, con edades de 60 a más años, pertenecientes al NSE AB en Lima Metropolitana. El cliente secundario, incluye a familiares de estos adultos mayores, quienes adquieren los servicios para ellos. Este segmento abarca personas de 35 a 45 años, también del NSE AB.
- Relación con el cliente: Se ha identificado la necesidad de integración, es decir, la búsqueda de amistad y afecto, y la seguridad moral y familiar. El proyecto se centra en cubrir estas necesidades mediante la creación de vínculos y la garantía de ofrecer un entorno seguro y confiable para los usuarios. Para conseguirlo, se plantea una estrategia de comunicación abierta y transparente, en donde los clientes puedan interactuar siempre con las personas responsables del servicio a brindar vía aplicativo y, de requerirse, se realizará una reunión presencial. También, se incluye en la puesta en marcha del proyecto la realización de encuestas periódicas para obtener feedback constante, así como un sistema de retroalimentación en tiempo real para mejorar constantemente los servicios y la experiencia del cliente.
- Canales: como se ha mencionado, la propuesta incluye una plataforma en línea para la selección de un acompañante, lo que incluye una interfaz de usuario fácil de usar para facilitar la navegación y el acceso a los servicios. Además, considerando este punto como canal de comunicación, se realizarán campañas de marketing para concientización y promoción del servicio en redes sociales con el propósito de alcanzar a los segmentos de clientes objetivo, con lo cual se diseñará y ejecutará un plan de anuncios segmentados en redes sociales, para alcanzar los perfiles objetivo. Este punto será revisado a detalle en el Plan de Marketing, del acápite 6.2.3 del Capítulo 6 Solución Deseable, Factible y Viable.

5.3 Escalabilidad/Exponencialidad del Modelo de Negocio

De acuerdo con lo analizado en el Capítulo 2 Análisis de Mercado, el envejecimiento de la población es una realidad cuya tendencia se atribuye a factores como el aumento de la esperanza de vida mundial (Statista, 2024). Al respecto, el mercado peruano no es ajeno a dicha evolución demográfica, registrando un incremento en la población de 60 años a más de 6.4% en 1940 a 13% en el año 2021 (INEI, 2021). De acuerdo con las estadísticas observadas, “en nuestro país existen 4 millones 598 mil personas de 60 y más años de edad, las cuales representan el 13,6% de la población total del país” (INEI, 2023).

Con los datos mencionados, y la evaluación TAM SAM SOM también revisada a detalle en el Capítulo 2 Análisis de Mercado, se evidencia la relevancia y potencial de escalabilidad de esta propuesta. Por ello, en este punto, el enfoque está directamente relacionado a la significancia del tamaño de mercado que se estima capturar con una ejecución que permita una óptima capacidad de expansión. Adicionalmente, la implementación de un sistema de gestión estandarizado da soporte para mantener la calidad del servicio mientras se amplía la red de acompañantes y beneficiarios. Asimismo, la capacitación continua y el apoyo profesional permanente a los acompañantes, asegura que el servicio se pueda adaptar a las necesidades específicas de los clientes. Esta capacidad de adaptación es crucial para el crecimiento sostenible del proyecto.

Otro factor clave para la escalabilidad del modelo es la integración de tecnologías digitales que optimizan la coordinación y comunicación entre los acompañantes y los adultos mayores. A través de una plataforma en línea y aplicaciones móviles de fácil acceso, se realizará la gestión de citas, monitoreo del bienestar de los usuarios y recojo de la retroalimentación en tiempo real. Estas herramientas no solo optimizan la eficiencia operativa, sino que también facilitan una rápida expansión a nuevas áreas sin necesidad de

una inversión considerable en infraestructura física, elevando a su vez la experiencia del usuario. De este modo, la tecnología actúa como un habilitador esencial para el crecimiento exponencial del negocio. En adición, la capacidad de formar alianzas estratégicas y colaborar con diversas organizaciones amplía aún más el potencial de crecimiento del modelo. La asociación con instituciones locales, gobiernos y otras entidades del sector social y de salud, permitirán que el proyecto pueda acceder a nuevos recursos y oportunidades de expansión. Estas colaboraciones facilitan la entrada a nuevos mercados y la diversificación de servicios, lo que a su vez impulsa el crecimiento exponencial.

5.4 Sostenibilidad del Modelo de Negocio

El modelo de negocio está diseñado no sólo para ser económicamente viable a largo plazo, sino también para lograr un impacto significativo en el logro del Objetivo Desarrollo Sostenible (ODS) 3: Salud y Bienestar. El propósito central es proporcionar servicios de acompañamiento con impacto directo en la salud mental - emocional de los usuarios, lo cual mejora sustancialmente la calidad de vida de este segmento de la población. Para ello, se implementarán prácticas sostenibles en las acciones diarias, asegurando que cada acción respalde tanto el bienestar de los adultos mayores como el cuidado del medio ambiente. Con el propósito de optimizar la gestión eficiente de los recursos y la reducción de residuos, se busca implementar actividades que puedan generar un impacto positivo en la comunidad. Además, en términos de inclusión social y accesibilidad, el proyecto pretende eliminar las barreras sociales que impiden su participación plena en la sociedad. Por ello, se considera de alto impacto la creación de un entorno inclusivo donde cada adulto mayor se sienta valorado y respetado. De este modo, cada relación construida con los usuarios es fundamental para promover una sensación de pertenencia y apoyo mutuo. En línea con ello, el proyecto persigue el éxito económico y, además, se posiciona como un agente de cambio positivo

asegurando que todos los adultos mayores tengan la oportunidad de vivir una vida plena y digna. A continuación, los aspectos del BMC relacionados a la Sostenibilidad:

- **Actividades clave:** Se ha incluido la selección y capacitación de acompañantes, la organización de actividades y eventos para los usuarios, y la gestión de la plataforma en línea. Para ello, se ha considerado una etapa de reclutamiento que será ejecutada por una empresa tercera, especialista en filtrar y seleccionar personal. El perfil del acompañante en cuanto a habilidades blandas requiere que sean empáticos, responsables y tengan afinidad para colaborar con adultos mayores. De forma adicional, se ha previsto realizar una planificación de actividades relacionadas a la ideación, coordinación y ejecución del servicio, con la implementación de pilotos a fin de recolectar feedback para el posterior ajuste, según las preferencias y sugerencias de los participantes.
- **Recursos Clave:** En cuanto a los recursos necesarios para el funcionamiento del proyecto, se incluyen una red de acompañantes comprometidos y capacitados, la plataforma tecnológica para la gestión de emparejamientos y actividades, y personal dedicado a coordinar y supervisar las interacciones entre acompañantes y adultos mayores. Se considera la planificación y ejecución de programas de formación continua para mantener al personal actualizado en las mejores prácticas. Asimismo, el proyecto contará con un equipo de profesionales encargados de coordinar las actividades diarias y supervisar la calidad del servicio brindado, cuyo grupo será conformado por líderes que brindan apoyo constante a los acompañantes y gestionen los inconvenientes que se puedan presentar en el día a día. Para ello, se diseñará una plataforma de gestión del proyecto, que tendrá como objetivo recoger los

perfiles de los usuarios y generar un sistema de emparejamiento con la programación de actividades según el perfil de cada cliente. Aquí, se incluirá un equipo de soporte técnico para la solución de inconvenientes que se presenten con la aplicación, así como la implementación de mejoras y nuevas funcionalidades.

- Socios Clave: Las alianzas de este proyecto están conformadas por aquellas personas interesadas en trabajar e interactuar con adultos mayores. Se considera tener una red de profesionales relacionados a la salud, así como la integración con organización e instituciones que puedan brindar apoyo financiero, técnico y recreativo para nuestros clientes. Se plantea definir programas de formación continua el personal en temas relacionados a cuidados geriátricos, habilidades de comunicación, manejo de emergencias y técnicas de entretenimiento. Para lograrlo, se conformarán alianzas estratégicas con especialistas e instituciones afines con el objetivo de diseñar cursos y talleres para realizar con los adultos mayores y los acompañantes.

Capítulo VI: Solución Deseable, Factible y Viable

6.1 Validación de la Deseabilidad de la Solución

La deseabilidad del servicio se fundamenta en una comprensión profunda de las necesidades y expectativas tanto de los adultos mayores como de sus familias. Por un lado, desde la perspectiva del usuario final, los adultos mayores buscan no solo compañía, sino también interacción valiosa, una relación que enriquezca su calidad de vida. Este servicio está diseñado para satisfacer las expectativas de los clientes al ofrecer acompañamiento personalizado que responde a los intereses y preferencias individuales de cada usuario. Ello incluye actividades recreativas adaptadas, conversaciones significativas, y la posibilidad de participación en eventos y talleres que fomentan un envejecimiento activo. Por otro lado, desde la perspectiva de las familias, existe una creciente preocupación por el bienestar de sus seres queridos. Las familias valoran un servicio que garantice compañía, y además les ofrezca la tranquilidad de saber que sus padres están recibiendo atención y apoyo emocional. La personalización del servicio y el enfoque en el bienestar integral de los usuarios son aspectos clave que atraerá a las familias y las motivará a confiar en el servicio que se brinda como una solución idónea para sus seres queridos.

A continuación, se evidencia la deseabilidad, factibilidad y viabilidad de la solución. La deseabilidad se evalúa mediante la metodología de Bland; la factibilidad se mediante los planes de marketing y operaciones; y la viabilidad a través de los indicadores y estados financieros proyectados.

6.1.1 Hipótesis para Validar la Deseabilidad de la Solución

Para determinar la deseabilidad de la solución propuesta, se han formulado una serie de hipótesis que abordarán aspectos clave del impacto emocional y social del servicio, tanto en

los adultos mayores como en los jóvenes participantes o acompañantes. Estas hipótesis se centran en evaluar cómo las interacciones intergeneracionales y la satisfacción de los usuarios. A continuación, se detallan las hipótesis que guiarán los experimentos y validaciones en esta fase.

- Hipótesis 1: Creemos que la interacción intergeneracional entre jóvenes y adultos mayores a través del servicio mejorará significativamente el bienestar emocional del adulto mayor, reduciendo su sentimiento de soledad y, aumentando su satisfacción general con la vida.
 - Sustento: La relación intergeneracional tiene un impacto significativo en la salud mental de los adultos mayores, especialmente al abordar problemas como la depresión. Según estudios realizados por Sharifi, S. et al (2024), promover relaciones positivas entre generaciones y fortalecer los sistemas de apoyo puede mejorar considerablemente el bienestar emocional de esta población. La interacción con generaciones más jóvenes no solo fomenta un sentido de conexión y pertenencia, sino además reduce los sentimientos de aislamiento y soledad, factores comúnmente asociados con la depresión. Este enfoque, además, podría ser esencial para diseñar políticas e intervenciones que mejoren la calidad de vida y el bienestar mental de los adultos mayores, incluso más allá de contextos culturales específicos
- Hipótesis 4: Creemos que la personalización y calidad del servicio atraerán a un nicho de mercado dispuesto a pagar un precio premium, ya que además de las actividades recreativas, se realizará capacitación en herramientas digitales, lo cual les devolverá su sentido de independencia y autonomía.

- Sustento: De acuerdo con Sixsmith y Gutman (2013), los autores resaltan la relevancia de la tecnología en el envejecimiento activo pues puede tener un gran impacto en la salud, el bienestar y la independencia de los adultos mayores, facilitando sus actividades diarias y mejorando su calidad de vida.

6.1.2 Experimentos Empleados para Validar la Hipótesis

Para asegurar la viabilidad y el éxito del proyecto "Un Amigo para un Abuelito", es crucial validar las hipótesis mediante experimentos bien diseñados. Estos experimentos permitirán obtener datos concretos y retroalimentación directa de la población objetivo, asegurando que las decisiones estén basadas en evidencia. A continuación, se describen los experimentos específicos que se llevarán a cabo para validar las hipótesis relacionadas con el conocimiento del mercado, el producto mínimo viable, el consumidor, el modelo de negocio y el impacto social, alineadas a la deseabilidad del proyecto.

- **Hipótesis 1:** Creemos que la interacción intergeneracional entre jóvenes y adultos mayores mejorará significativamente el bienestar emocional del adulto mayor, reduciendo su sentimiento de soledad y aumentando su satisfacción general con la vida. Los métodos probatorios son:
 - Uso de métricas psicológicas realizadas por un profesional del área, como la Escala de Soledad de UCLA, la cual evalúa el grado de soledad que experimenta una persona; y, la Escala de Satisfacción con la Vida (SWLS), el cual es un instrumento que mide los juicios cognitivos globales de satisfacción de los individuos con respecto a su vida.
 - Entrevistas que brinden feedback para recoger testimonios cualitativos de los adultos mayores sobre su experiencia.

- Uso de cuestionarios estandarizados para medir el bienestar emocional antes y después de la intervención.
 - Guía de Entrevista:
 - Preguntas:
 - ¿Cómo describiría su nivel de soledad antes y después de participar en el programa?
 - ¿Cómo ha cambiado su satisfacción general con la vida desde que comenzó el programa?
 - ¿Qué aspectos de la interacción con los jóvenes han sido más beneficiosos para usted?
- **Hipótesis 4:** Creemos que la personalización y calidad del servicio atraerán a un nicho de mercado dispuesto a pagar un precio premium, ya que además de las actividades recreativas, se realizará capacitación en herramientas digitales, lo cual les devolverá su sentido de independencia y autonomía. Los métodos probatorios son:
 - Medición de la efectividad de la capacitación en herramientas digitales y su impacto en la autonomía de los usuarios.
 - Realización de encuestas y *focus groups* para entender la disposición a pagar por servicios premium, a fin de medir la percepción del valor del servicio y la disposición a pagar precios superiores.
 - Guía de Entrevista:
 - Preguntas:
 - ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de alta calidad y personalizado?
 - ¿Qué aspectos del servicio considera que justifican un precio premium?

- ¿Qué factores influyen en su decisión de pagar más por este tipo de servicio?

6.2 Validación de la Factibilidad de la Solución

6.2.1 Hipótesis para Validar la Factibilidad de la Solución

Para determinar la factibilidad de la solución propuesta, se han formulado una serie de hipótesis que abordarán aspectos clave del impacto emocional y social del servicio. Estas hipótesis se centran en evaluar la personalización del servicio y el uso de herramientas digitales pueden mejorar el bienestar. A continuación, se detallan las hipótesis que guiarán los experimentos y validaciones en esta fase.

- **Hipótesis 2:** Creemos que una herramienta digital eficiente para la asignación de parejas entre adultos mayores y voluntarios jóvenes mejorará significativamente la satisfacción de los usuarios y la eficacia del proyecto. "
- **Hipótesis 3:** Consideramos que el servicio de acompañamiento que incluye actividades cotidianas y otras experiencias nuevas para los usuarios, como caminatas en el parque, visitas a teatros, lectura y comentario de libros, y juegos de mesa mejorará significativamente el bienestar y la felicidad de los adultos mayores participantes.
 - o Sustento: En la publicación de los autores Adams, Leibbrandt y Moon (2011), se realiza una revisión de estudios recientes diversos países donde se evidencia que las actividades sociales, de ocio y productivas tienen asociaciones y relaciones predictivas significativas con aspectos del bienestar de los adultos mayores.

6.2.2 Experimentos Empleados para Validar la Hipótesis

A continuación, se describen los experimentos específicos que se llevarán a cabo para validar las hipótesis relacionadas con el conocimiento del mercado, el producto mínimo viable, el consumidor, el modelo de negocio y el impacto social, alineadas a la factibilidad del proyecto.

- **Hipótesis 2:** Creemos que una herramienta digital eficiente para la asignación de parejas entre adultos mayores y voluntarios jóvenes mejorará significativamente la satisfacción de los usuarios y la eficacia del proyecto "Un Amigo para un Abuelito".

Los métodos probatorios son:

- Medición de la eficacia en términos de número de parejas asignadas (cuántos usuarios decidieron elegir la opción recomendada por el App) y tiempo de las relaciones.
- Documentación de casos exitosos (acompañantes más populares y relaciones más duraderas) y análisis de factores que contribuyen a la satisfacción.
- Evaluación de la usabilidad y satisfacción, en forma digital, a través de encuestas y feedback de usuarios.

- Guía de Entrevista:

- Preguntas:

- ¿Cómo calificaría la herramienta digital en términos de facilidad de uso y funcionalidad?
- ¿Cómo ha impactado la herramienta en su experiencia con el servicio?
- ¿Qué mejoras sugeriría para la herramienta digital?

- **Hipótesis 3:** Creemos que el servicio de acompañamiento que incluye caminatas en el parque, visitas a teatros, lectura y comentario de libros, y juegos de mesa mejorará significativamente el bienestar y la felicidad de los adultos mayores participantes. Los métodos probatorios son:
 - Realización de observaciones y registro de cambios en el comportamiento y estado de ánimo de los participantes, para lo cual los acompañantes llevarán un registro de su percepción respecto al nivel de satisfacción del usuario.
 - Medición del estado de ánimo antes y después de participar en las actividades con preguntas sencillas y de satisfacción de la actividad realizada.
 - Guía de Entrevista:
 - Preguntas:
 - ¿Cómo ha afectado cada tipo de actividad a su bienestar y felicidad?
 - ¿Qué actividades ha disfrutado más y por qué? ¿Qué sugerencias tiene para mejorar las actividades ofrecidas?

6.2.3 Plan de Marketing

El proyecto "Un Amigo para un Abuelito" surge como una respuesta innovadora a la creciente necesidad de apoyo emocional y social en la población de adultos mayores en Lima Metropolitana. A medida que las dinámicas familiares cambian y el envejecimiento de la población se acelera, cada vez es más común que las personas mayores enfrenten soledad y aislamiento. En respuesta, este servicio ofrece una solución integral que da soporte para afrontar la soledad y, promover un envejecimiento activo y saludable a través de actividades recreativas con un acompañamiento personalizado. Así, se ubica como una propuesta de

valor única en el mercado, dirigida a mejorar la calidad de vida de los adultos mayores mientras se alivia la carga emocional llevada por sus familias.

El presente plan de marketing tiene como objetivo consolidar la marca "Un Amigo para un Abuelito" en el mercado limeño, enfocándose en estrategias de branding y performance que maximicen su impacto y alcance. A través de un análisis exhaustivo del entorno y la competencia, junto con una profunda comprensión de las necesidades y comportamientos del consumidor, se definen las estrategias de comunicación y tácticas más efectivas para posicionar la marca y alcanzar los objetivos comerciales propuestos. El enfoque se centra en garantizar que cada aspecto del marketing mix esté alineado con la visión del proyecto, permitiendo no solo atraer y retener clientes, sino también crear un vínculo emocional duradero entre la marca y su audiencia.

Tabla 14

Objetivos de Marketing

Objetivos Principales	
Introducir el Servicio en el Mercado	Construir Reputación y
Objetivo:	Reconocimiento de Marca:
<p>Lograr que al menos el 2.5% del mercado obtenible (SOM) en Lima Metropolitana utilice el servicio en su primer año, satisfaciendo las necesidades emocionales y recreativas de los adultos mayores.</p>	<p>Posicionar a "Un Amigo para un Abuelito" como el servicio líder en acompañamiento emocional y recreativo para adultos mayores en Lima Metropolitana, consolidando su relevancia y prestigio en un plazo de dos años.</p>

Indicadores Clave	<ul style="list-style-type: none"> □ Tasa de Penetración del Mercado Obtenible (SOM): Porcentaje del SOM que utiliza el servicio en el primer año (meta: 2.5%). 	<ul style="list-style-type: none"> □ Posicionamiento de Marca: Resultados de encuestas o estudios de mercado que midan el reconocimiento de "Un Amigo para un Abuelito" como el principal servicio en su categoría (meta: liderar con $\geq 40\%$ de menciones espontáneas).
	<ul style="list-style-type: none"> □ Número de Nuevos Clientes: Cantidad de adultos mayores suscritos al servicio en el primer año. 	<ul style="list-style-type: none"> □ Engagement en Redes Sociales: Número de interacciones (comentarios, likes, compartidos) en plataformas digitales (meta: crecimiento trimestral del 10%).
<ul style="list-style-type: none"> □ Nivel de Satisfacción del Cliente: Promedio de calificación en encuestas de satisfacción realizadas tras los primeros meses de uso (meta: 80% satisfacción o más). 	<ul style="list-style-type: none"> □ Alcance en Campañas Publicitarias: Número de personas impactadas por las campañas de marketing (meta: alcanzar $\geq 70\%$ del mercado objetivo). 	
<ul style="list-style-type: none"> □ Tasa de Retención de Clientes: Porcentaje de usuarios que renuevan el servicio después de un periodo inicial (meta: $\geq 50\%$ al primer año). 	<ul style="list-style-type: none"> □ Reputación Online: Valoración promedio en reseñas digitales (meta: ≥ 4.5 estrellas en plataformas como Google, redes sociales, etc.). 	

El objetivo principal de la estrategia de marketing es posicionar 'Un Amigo para un Abuelito' como un servicio pionero y confiable en Lima Metropolitana, ofreciendo

acompañamiento emocional y recreativo que mejora la calidad de vida de los adultos mayores, y estableciendo una base sólida para su crecimiento y sostenibilidad en el mercado. Este objetivo refleja el propósito general del proyecto: ser un servicio innovador, generar valor emocional y social para los usuarios y la sociedad, y sentar las bases para su expansión a futuro. Más aún, los objetivos secundarios son introducir el servicio en el Mercado Objetivo, estableciendo una base inicial de clientes al captar el 2.5% del mercado obtenible (SOM) en el primer año de operación a fin de lograr la satisfacción y fidelización de los usuarios a través de un servicio personalizado y de alta calidad. Este objetivo se enfoca en la captación y retención de usuarios, asegurando una entrada efectiva en el mercado, con el fin de impactar en performance. Asimismo, otro objetivo secundario recae en la construcción de la reputación y reconocimiento de marca mediante el fortalecimiento del posicionamiento de ‘Un Amigo para un Abuelito’ como el referente principal en servicios de acompañamiento para adultos mayores, logrando un alto reconocimiento de marca y una reputación positiva en el mercado objetivo dentro de los primeros dos años. Este objetivo se concentra en el aspecto intangible de la marca: la confianza, la recordación y la percepción pública, con el fin de impactar en branding.

Respecto a la competencia, existen competidores directos de “Un Amigo para un Abuelito” que incluyen casas de reposo, terapeutas a domicilio y centros geriátricos que ofrecen servicios de cuidado integral para adultos mayores. Estos actores están posicionados en el mercado como opciones tradicionales para el cuidado físico y médico de la tercera edad. Sin embargo, su enfoque principal radica en satisfacer necesidades básicas y de salud, dejando de lado el acompañamiento emocional y recreativo que fomenta la inclusión y el bienestar integral. Aunque compiten por el mismo segmento de mercado, su propuesta de valor no aborda la dimensión emocional de manera estructurada, lo que representa una oportunidad diferenciadora para el servicio propuesto en este proyecto. De otro lado, se

presenta la competencia indirecta, representada por las ONGs y proyectos sociales que trabajan con adultos mayores, generalmente con un enfoque altruista o comunitario. También podemos incluir actividades recreativas específicas ofrecidas por clubes sociales, asociaciones culturales y programas de voluntariado. Aunque no están diseñados específicamente para ofrecer un servicio constante y personalizado, estos actores podrían captar la atención del mercado objetivo al proporcionar oportunidades de interacción social y entretenimiento, aunque sin la estructura profesional ni la personalización que caracteriza a *Un Amigo para un Abuelito*. Además, servicios digitales y aplicaciones para la conexión entre personas podrían ser considerados competidores indirectos al cubrir parcialmente la necesidad de compañía.

Además, se incluye aquí los servicios digitales y aplicaciones que podrían considerarse competidores indirectos como diversas plataformas diseñadas para conectar a personas mayores con actividades, servicios o incluso redes sociales especializadas, en base a lo revisado en el Capítulo 2 Análisis del Mercado. Bajo lo mencionado, "Un amigo para un abuelito" puede diferenciarse al ofrecer un acompañamiento emocional que combina tecnología con un toque humano, abordando integralmente las necesidades sociales y emocionales de esta población. En suma, el análisis competitivo revela que, aunque existen varios actores en el mercado del cuidado y bienestar de los adultos mayores, este proyecto tiene una oportunidad única para diferenciarse mediante su enfoque en el acompañamiento emocional y recreativo personalizado. El éxito dependerá de la capacidad de ofrecer servicios que aborden las necesidades sociales y emocionales de los adultos mayores, complementando los servicios ya disponibles y llenando un espacio significativo en el cuidado integral de esta población.

Estrategia de Marketing y Marketing Operativo

Estrategia de Marketing: STP

Segmentación

Geográfica: Lima Metropolitana, distritos de NSE A y B.

Demográfica: Adultos mayores de 60 años a más y sus familias.

Psicográficas: Preocupados por el bienestar emocional y físico de ellos mismos y de sus seres queridos. Alta valoración de la seguridad y calidad en los servicios de cuidado.

Comportamiento: Búsqueda activa de servicios que promuevan la independencia y el bienestar de los adultos mayores. Alta predisposición a recomendaciones y testimonios.

Targeting

Familias de NSE A y B en Lima que buscan servicios de acompañamiento para adultos mayores.

Posicionamiento

"Un Amigo para un Abuelito" es un servicio de acompañamiento para adultos mayores en Lima Metropolitana, enfocado en brindar experiencias significativas y personalizadas que promueven la conexión emocional, el bienestar integral y la alegría de vivir. A través de actividades recreativas y culturales, junto con un acompañamiento cercano y empático, se transforma la rutina diaria en una oportunidad para explorar, aprender y disfrutar de una vida plena y activa.

Manifiesto

“Consideramos que cada etapa de la vida merece ser vivida con plenitud, alegría y propósito. Por ello, en ‘Un amigo para un abuelito’ valoramos la conexión humana, la empatía y la personalización, y buscamos que cada encuentro sea una oportunidad para compartir, aprender, explorar y disfrutar. Nuestra misión es brindar a nuestros usuarios un amigo con quien puedan contar, un compañero de aventuras y un

facilitador de sueños. Este es tu mundo, un mundo donde los adultos mayores son valorados, respetados y amados. Nosotros somos el puente que conecta tu corazón con nuevas posibilidades y experiencias inolvidables.”

Marketing Operativo: Mix de 4Ps

Producto

Definición del Servicio: “Un Amigo para un Abuelito” se define como un servicio de acompañamiento personalizado y significativo para adultos en edad avanzada, diseñado para mejorar su calidad de vida y bienestar emocional, físico y mental. Este servicio es una experiencia enriquecedora que incluye actividades recreativas, sociales y de aprendizaje, adaptadas a las necesidades y preferencias individuales de cada usuario.

Principales atributos:

- **Personalización:** Cada persona mayor (“Abuelito”) recibe un plan de acompañamiento personalizado, que incluye actividades como caminatas, juegos de mesa, talleres de arte, y más, basadas en sus intereses y capacidades.
- **Capacitación Continua:** Los acompañantes (“Amigos”) son capacitados de forma periódica en áreas como comunicación efectiva, entretenimiento para adultos de edad avanzada, primeros auxilios, y técnicas de manejo de estrés, asegurando un servicio de alta calidad.

Atributos extendidos:

- **Interacción Social:** El servicio fomenta la socialización no solo entre el adulto mayor y el acompañante, sino también con otros usuarios del servicio, creando una comunidad intergeneracional y un entorno de apoyo.

- **Monitoreo y Feedback:** Se establece un sistema de retroalimentación constante, tanto por parte del usuario y de sus familiares, lo que permite ajustar y mejorar el servicio en tiempo real.

Propuesta de Valor

Transformar la vida de las personas de tercera edad, proporcionándoles compañía, entretenimiento y cuidado en un entorno seguro y personalizado, aliviando la carga emocional y física de las familias, asegurando que sus seres queridos reciban la atención que necesitan. Este enfoque integral y cercano diferencia a este servicio de otras opciones disponibles en el mercado.

Servicios Ofrecidos: Acompañamiento personalizado, talleres de cine, música, arte, cocina, salidas recreativas, viajes, entre otros, con personal capacitado y afín a los intereses del usuario para una mejor conexión emocional.

Modalidad: Suscripción semanal o mensual.

Definición de nombre de marca: Se partió de la premisa de que la soledad y el aislamiento social son problemas críticos que afectan la calidad de vida de los adultos mayores. A través de entrevistas y análisis de mercado, se identificó que estas personas buscan más que atención básica: desean conexiones significativas y experiencias enriquecedoras. Bajo la inspiración de este *insight*, se diseñó un servicio con una visión de conexión. Esta es una marca que no solo ofrece acompañamiento, sino que además promueve la actividad y el bienestar emocional. En esta línea, la identidad de marca se centra en la empatía, el respeto y la innovación, buscando redefinir el envejecimiento como una etapa vibrante y llena de oportunidades.

Concepto Visual y Logo

Colores: Paleta cálida y acogedora, con tonos de azul y naranja para transmitir tranquilidad y bienestar.

Tipografía: Moderna, legible y amigable.

Logotipo: Isotipo que combina la imagen de un corazón y dos manos entrelazadas, representando la unión y el apoyo. El nombre "Un Amigo para un Abuelito" en una tipografía suave y accesible.

Figura 11

Logo de la empresa



Precio

Estrategia de Precios

La estrategia de precios está diseñada para ser competitiva y accesible para los adultos mayores de los niveles socioeconómicos A y B en Lima Metropolitana, sin comprometer la calidad del servicio. Se ofrecen dos modalidades de suscripción:

Suscripción Semanal: S/ 900 por 20 horas de acompañamiento semanal. Las horas no utilizadas dentro de este período no podrán ser acumuladas para ser usadas en fechas posteriores ni serán reembolsadas. Esta opción está dirigida a aquellos usuarios

que requieren un acompañamiento más flexible y menos intensivo. Representa el 80% de la población objetivo.

Suscripción Mensual: S/ 3,000 por 80 horas de acompañamiento mensual. Las horas no utilizadas dentro de este período no podrán ser acumuladas para ser usadas en fechas posteriores ni serán reembolsadas. Esta opción está destinada a usuarios que necesitan un apoyo constante y continuo, y representa el 20% de la población objetivo.

Ajuste de Precios:

Los precios se ajustarán anualmente en función de la inflación dentro del rango meta del Banco Central del Perú para Lima Metropolitana, asegurando que el servicio se mantenga accesible sin perder rentabilidad. Además, se evaluará la posibilidad de ofrecer descuentos o promociones en fechas especiales o a través de alianzas con instituciones que busquen promover el bienestar de los usuarios.

Justificación:

El precio está alineado con la propuesta de valor del servicio propuesto, considerando los costos operativos, el nivel de personalización y la calidad del acompañamiento ofrecido. La estructura de precios también considera la capacidad de pago de la población objetivo, buscando maximizar la accesibilidad sin comprometer la sostenibilidad financiera del proyecto.

Plaza

Canales de Distribución: El servicio "Un Amigo para un Abuelito" se distribuye en dos momentos. Primero, a través de una plataforma digital, accesible tanto en versión web como en una aplicación móvil. Esta plataforma permite a los usuarios y sus familias registrarse, seleccionar el tipo de suscripción, y personalizar el servicio según

las necesidades del adulto mayor. El segundo momento es la ejecución del servicio, con contacto presencial personalizado, previamente definido en el aplicativo.

Cobertura Geográfica: Inicialmente, el servicio se ofrecerá en Lima Metropolitana, con planes de expansión a otras regiones en función de la demanda. Las áreas urbanas con una alta concentración de adultos mayores de NSE A y B serán priorizadas, asegurando una distribución eficiente y un acceso fácil al servicio.

Estrategia de Expansión: Para ampliar el alcance del servicio, se buscará una vinculación con asociaciones de adultos mayores, y organizaciones de salud que puedan recomendar y promocionar el servicio a sus miembros. Además, se considerará la posibilidad de colaborar con instituciones educativas técnicas o superiores que deseen involucrar a sus estudiantes en programas de voluntariado o prácticas preprofesionales como acompañantes.

Promoción

Estrategia de Comunicación:

La promoción de "Un Amigo para un Abuelito" se centrará en resaltar los beneficios únicos del servicio, utilizando un enfoque emocional que conecte con el deseo de las familias de ofrecer lo mejor a sus seres queridos. La comunicación se realizará a través de diversas acciones.

Marketing Digital: Campañas en redes sociales como Facebook, Instagram, y LinkedIn, enfocadas en contenido visual y testimonios que muestren la transformación en la vida de los adultos mayores gracias al servicio.

- **Redes Sociales:** Campañas de *awareness* en redes sociales (Facebook, Instagram, YouTube), anuncios en Google Ads.
- **Content Marketing:** Blog con contenido relevante para adultos mayores y sus familias, testimonios y casos de éxito, que educan sobre la importancia del acompañamiento en la tercera edad.

- **Email Marketing:** Boletines informativos y promociones exclusivas, para clientes actuales y potenciales con consejos sobre el bienestar de adultos mayores.
- **SEO/SEM:** Optimización del sitio web con *key words* relacionadas con el cuidado de adultos mayores y campañas de búsqueda pagada.

Métricas:

- CTR (Click-Through Rate) en campañas SEM y Social Media.
- Tasa de conversión en *landing pages*.
- Engagement rate en redes sociales.
- Tasa de apertura y clics en campañas de email marketing.
- CAC (Customer Acquisition Cost) y LTV (Lifetime Value).

Eventos y Actividades: Organización de talleres, charlas y eventos en clínicas, centros para adultos mayores y clubes sociales, donde se presentará el servicio y se ofrecerán demostraciones en vivo del aplicativo y actividades que pueden realizarse ingresando al programa.

Relaciones Públicas: Colaboración con *influencers* y embajadores de marca que tengan credibilidad en temas relacionados con el cuidado y bienestar de los adultos mayores, para aumentar la visibilidad y confianza en el servicio.

No se activará publicidad en medios tradicionales, como anuncios en radio, diario o televisión local, debido a los altos presupuestos que deben ser invertidos. Además, estos medios son de alcance masivo. El producto que se ofrece aquí está especialmente dirigido a un nivel socioeconómico A y B que ya no es parte importante de esas audiencias.

Medición y Optimización:

Se implementarán herramientas de análisis de marketing digital para medir la efectividad de las campañas promocionales en tiempo real, permitiendo ajustes rápidos para maximizar el

retorno de inversión. Se monitorearán métricas como: Costo por adquisición (CPA), Retorno de inversión en publicidad (ROAS), y Tasa de conversión, para asegurar que las campañas están alineadas con los objetivos de crecimiento del servicio.

Inversión

- Campañas Digitales, SEO/SEM, desarrollo de contenidos: S/ 144,000 para el primer año.
- Activación en pauta: S/ 12,500 para el primer año.

Esta estrategia integral permitirá alcanzar tanto a los adultos mayores como a sus familias, proporcionando la visibilidad y *engagement* necesarios para posicionar a la marca como el líder en servicios de acompañamiento para adultos mayores en Lima Metropolitana.

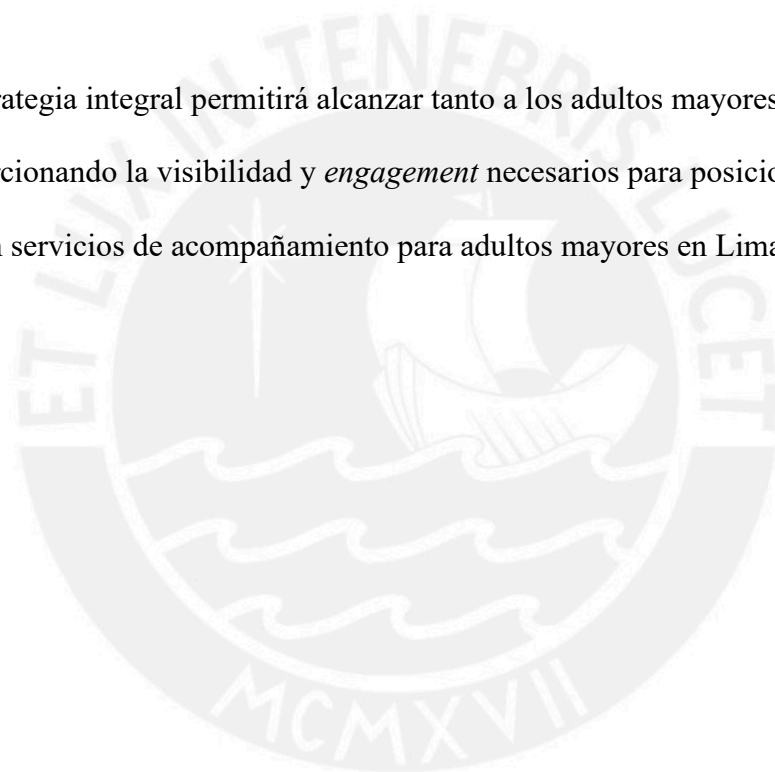


Tabla 15*Estrategia de Medios Digitales*

Estrategia	Despliegue	Monto
	Publicidad en Redes Sociales	
Awareness	Objetivo: Aumentar la visibilidad y reconocimiento de marca.	3,000
	Google Ads (Display)	2,000
	Objetivo: Generar tráfico a la página web y plataforma de suscripción.	
Performance	Google Ads (Search): S/3,300	3,300
	Objetivo: Capturar la intención de búsqueda de usuarios interesados en servicios para adultos mayores.	
	Remarketing	1,500
	Objetivo: Convertir a los visitantes del sitio web en suscriptores.	
Always On	Content Marketing y SEO: S/. 2,400	1,800
	Objetivo: Mejorar el posicionamiento orgánico y proporcionar contenido de valor.	
	Email Marketing: S/900	900
	Objetivo: Mantener el engagement y fomentar la lealtad de los suscriptores.	
Presupuesto Total Mensual		12,500

6.2.4 Plan de Operaciones

Objetivos de Operación

Para el servicio "Un Amigo para un Abuelito", se han definido los siguientes objetivos operacionales que buscan cumplir con la propuesta de valor del proyecto:

Tabla 16

Objetivos de Operación

Objetivo	Indicador
Garantizar la disponibilidad de acompañantes calificados al 99.99 %.	Tiempo sin falta de acompañantes / Tiempo total disponible.
Reducir el tiempo de respuesta para asignar un acompañante.	Tiempo desde la solicitud hasta la asignación de un acompañante.
Aumentar la satisfacción de los adultos mayores con el servicio.	Puntuación promedio de encuestas de satisfacción de los usuarios.
Optimizar la capacitación continua de los acompañantes.	Número de horas de capacitación completadas / Número total de horas planificadas.

Requerimientos funcionales

El servicio "Un Amigo para un Abuelito" se centra en proporcionar acompañamiento personalizado y atención a domicilio a adultos mayores, a través de una plataforma digital que facilita la conexión entre los usuarios y sus acompañantes o "amigos". Para garantizar el éxito y la efectividad de este servicio, es crucial definir claramente los requerimientos funcionales y no funcionales de la aplicación y del servicio en general. Estos requerimientos aseguran que la plataforma sea eficiente, accesible, segura y capaz de proporcionar una experiencia de alta calidad tanto para los usuarios como para los acompañantes. A

continuación, se detallan los requerimientos funcionales y no funcionales esenciales para la implementación y operación del servicio.

Tabla 17

Requerimientos Funcionales del Sistema

Requerimientos Funcionales
RF01: El sistema debe permitir el registro de usuarios (adultos mayores) con información básica, intereses y preferencias.
RF02: El sistema debe permitir el registro de acompañantes ("amigos") con información sobre sus habilidades, afinidades y disponibilidad.
RF03: El sistema debe realizar un emparejamiento automático entre usuarios y acompañantes basado en afinidades, preferencias y disponibilidad.
RF04: El sistema debe proporcionar una interfaz de calendario para programar y gestionar actividades recreativas.
RF05: El sistema debe permitir a los usuarios y acompañantes comunicarse a través de un chat integrado y seguro.
RF06: El sistema debe enviar recordatorios de actividades programadas tanto a los usuarios como a los acompañantes.
RF07: El sistema debe registrar y almacenar el historial de actividades realizadas por cada usuario, incluyendo comentarios y calificaciones.
RF08: El sistema debe permitir a los usuarios y sus familiares proporcionar retroalimentación y calificaciones para los acompañantes.
RF09: El sistema debe incluir una funcionalidad de soporte en línea para asistencia técnica y consultas.
RF10: El sistema debe permitir la suscripción mensual y la gestión de membresías de mayor período.

RF11: El sistema debe enviar notificaciones y actualizaciones importantes a los usuarios y acompañantes.

RF12: El sistema debe permitir la integración de servicios adicionales como clases de baile, talleres de yoga y otras actividades recreativas.

RF13: El sistema debe permitir el seguimiento del progreso y la satisfacción del usuario con las actividades realizadas.

Tabla 18

Requerimientos Funcionales del Aplicativo

Requerimientos Funcionales
RNF01: El aplicativo debe estar disponible en las plataformas Android y iOS.
RNF02: El aplicativo debe garantizar una disponibilidad del 99.99%.
RNF03: El aplicativo debe ser seguro y proteger la privacidad de la información de los usuarios y acompañantes.
RNF04: El aplicativo debe manejar métodos de autenticación para el acceso a perfiles y datos sensibles.
RNF05: El aplicativo debe tener una interfaz de usuario intuitiva y accesible, especialmente diseñada para adultos mayores.
RNF06: El aplicativo debe ser escalable para manejar un creciente número de usuarios y acompañantes.
RNF07: El aplicativo debe tener un tiempo de respuesta rápido para asegurar una experiencia fluida al usuario.

RNF08: El aplicativo debe permitir la integración con redes sociales y otras plataformas para facilitar la promoción y el awareness.

RNF09: El aplicativo debe estar alojado en servidores seguros que cumplan con las normativas de protección de datos.

RNF10: El aplicativo debe proporcionar informes y estadísticas sobre la utilización del servicio y la satisfacción del usuario.

RNF11: El aplicativo debe permitir la actualización y mejora continua de las funcionalidades basadas en el feedback de los usuarios.

RNF12: El aplicativo debe contar con mecanismos de respaldo y recuperación de datos para evitar la pérdida de información.

RNF13: El aplicativo debe tener soporte multilingüe para usuarios de diferentes regiones.

Descripción del producto

El servicio "Un Amigo para un Abuelito" combina una innovadora plataforma digital con servicios recreativos personalizados, orientados a mejorar la calidad de vida y el bienestar emocional de los adultos mayores. A continuación, se describe cómo se integran estos componentes para ofrecer una experiencia holística y enriquecedora:

Plataforma Digital: La aplicación móvil, diseñada para ser intuitiva y accesible, permite a los usuarios y sus familias gestionar las interacciones con los acompañantes. Las funcionalidades principales incluyen:

- **Registro y Perfil de Usuario:** Los adultos mayores o sus familiares pueden crear un perfil, proporcionando información básica y registrando intereses y actividades preferidas.

- **Asignación de Acompañantes:** Basándose en los intereses y preferencias registradas, la plataforma asigna un acompañante compatible. La selección se realiza considerando la afinidad en intereses y actividades recreativas.
- **Programación de Actividades:** La aplicación permite programar actividades, enviar recordatorios y gestionar el calendario de eventos. Los usuarios pueden seleccionar actividades como pintar, tejer, salir al cine, o aprender a usar nuevas tecnologías.
- **Soporte y Atención al Cliente:** A través de la plataforma, los usuarios pueden acceder a soporte técnico y resolver incidencias con los consultores especializados, asegurando una experiencia fluida y sin inconvenientes.
- **Evaluaciones y Retroalimentación:** Después de cada sesión, los usuarios pueden proporcionar retroalimentación sobre la actividad y el acompañante, lo que permite mejorar continuamente el servicio.
- **Servicios Recreativos Personalizados:** El *core* del servicio reside en la atención personalizada y la conexión emocional que se fomenta entre el adulto mayor y su "amigo". Los acompañantes están capacitados para ofrecer diversas actividades recreativas y de desarrollo personal, adaptadas a las necesidades y deseos de los usuarios:
 - **Manualidades y Pintura:** Los acompañantes guían a los adultos mayores en actividades de pintura y manualidades, utilizando materiales y métodos adaptados para facilitar el proceso creativo.
 - **Tecnología y Conectividad:** Clases de uso de *tablets* y smartphones, enfocadas en mejorar la conectividad de los adultos mayores con sus familiares y amigos a través de videollamadas y redes sociales.

- **Actividades al Aire Libre:** Salidas al parque, visitas al cine o reuniones con amigos organizadas para promover la socialización y el disfrute del aire libre.
- **Clases y Talleres:** Clases y talleres de baile, yoga y otras actividades para promover la salud física y mental, en colaboración con instituciones aliadas.

Integración de Componentes. La integración entre la plataforma digital y los servicios recreativos se logra mediante un flujo de trabajo coordinado y eficiente:

- **Registro y Configuración Inicial:** El adulto mayor o su familia registran el perfil del usuario en la plataforma, indicando intereses y preferencias.
- **Asignación y Programación:** La plataforma asigna un acompañante adecuado y se programan las primeras actividades recreativas.
- **Ejecución de Actividades:** El acompañante realiza las actividades (previamente programadas y definidas) con el adulto mayor, asegurando que se cumplan las expectativas y necesidades del usuario.
- **Evaluación Continua:** La plataforma recoge retroalimentación y ajusta las actividades y la asignación del acompañante según sea necesario, garantizando una experiencia personalizada y satisfactoria.

Prototipo

El prototipo del servicio "Un Amigo para un Abuelito" incluye tanto la plataforma digital como las actividades recreativas personalizadas. A continuación, se describe el proceso de prototipado:

Plataforma Digital:

- Interfaz de Usuario (UI): Diseño de una interfaz intuitiva y fácil de usar, accesible tanto en dispositivos Android como iOS. Incluye pantallas de registro, perfil de usuario y olvido de contraseña.
- Funcionalidades Principales:
 - Registro y configuración de perfil: Proceso de registro que captura información básica, intereses y preferencias del usuario.
 - Asignación de acompañantes: Algoritmo para emparejar a los adultos mayores con acompañantes basándose en afinidades y disponibilidad.
 - Programación y gestión de actividades: Herramienta de calendario para programar y gestionar actividades recreativas.
 - Soporte y feedback: Canal de comunicación para soporte técnico y recolección de feedback de los usuarios.
- Pruebas de Usabilidad: Evaluación de la experiencia del usuario con pruebas de usabilidad para identificar áreas de mejora y asegurar que la interfaz sea amigable para los adultos mayores.

Actividades Recreativas:

- Manualidades y Pintura: Desarrollo de sesiones prototipo para actividades como pintura y manualidades, utilizando materiales adaptados para facilitar la participación.
- Tecnología y Conectividad: Clases básicas de uso de tablets y smartphones, enfocadas en mejorar la conectividad de los adultos mayores.
- Actividades al Aire Libre: Organización de salidas al parque, visitas al cine y reuniones con amigos para fomentar la socialización y el disfrute del aire libre.

- Evaluación y Ajustes: Observación y ajuste de las actividades basándose en la retroalimentación de los participantes, mejorando continuamente la experiencia. A continuación, se describe el prototipo de uso de la plataforma, desde el registro inicial hasta la gestión de actividades. El proceso comienza con la creación de la cuenta del usuario, seguido por la selección de actividades recreativas según sus intereses y preferencias. Una vez registrado, el usuario puede elegir un amigo acompañante que comparta sus intereses y, finalmente, agendar una actividad específica, como una clase de pintura. Todo el flujo, desde la autenticación inicial hasta el agendamiento, está diseñado para ser intuitivo y centrado en la experiencia del usuario (ver figuras).

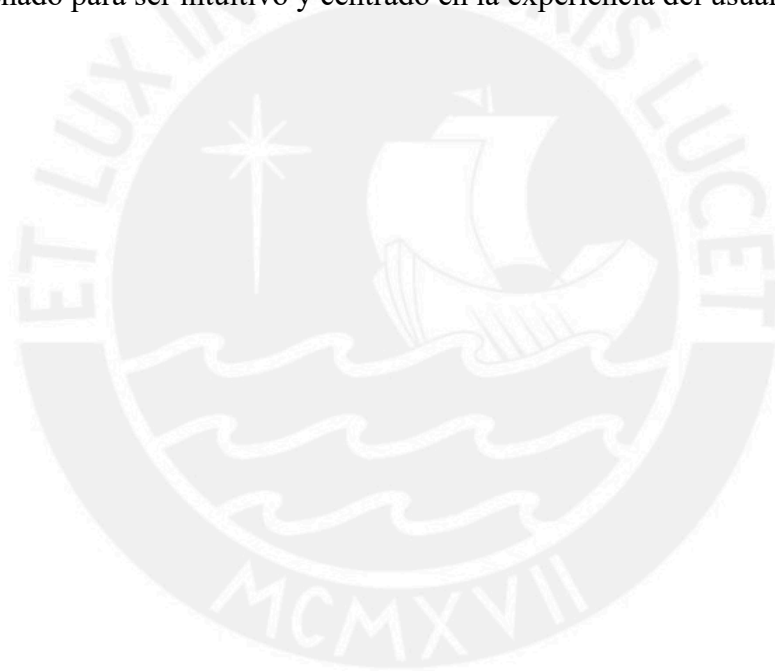


Figura 12

Pantalla de celular App amigo



Figura 13

Ingreso App Amigo



Figura 14

Registro de Usuario



Figura 15

Información sobre suscripciones

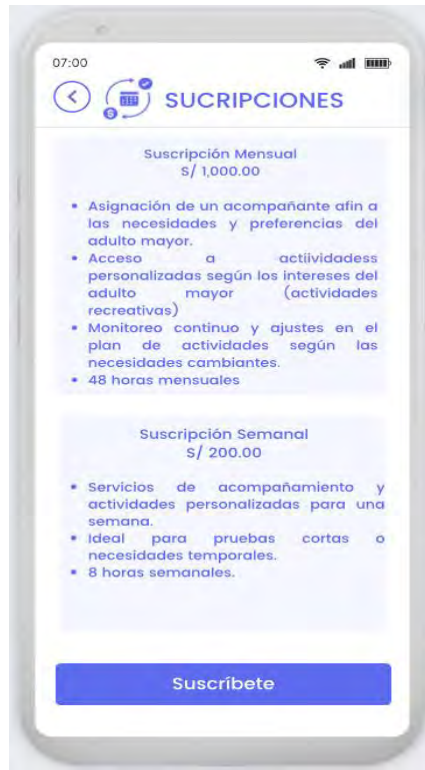


Figura 16

Pantalla de perfil del usuario

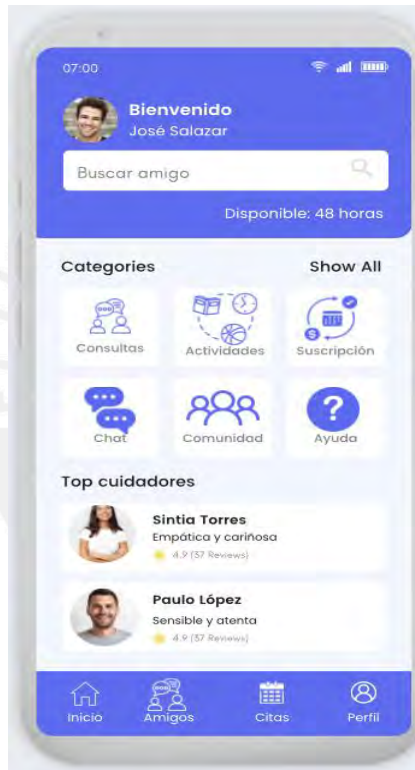


Figura 17

Selección de amigo por suscripción

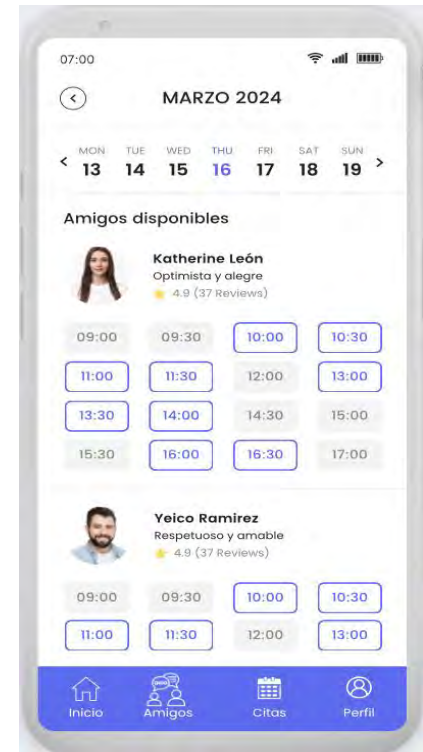


Figura 18

Pantalla de perfil del usuario

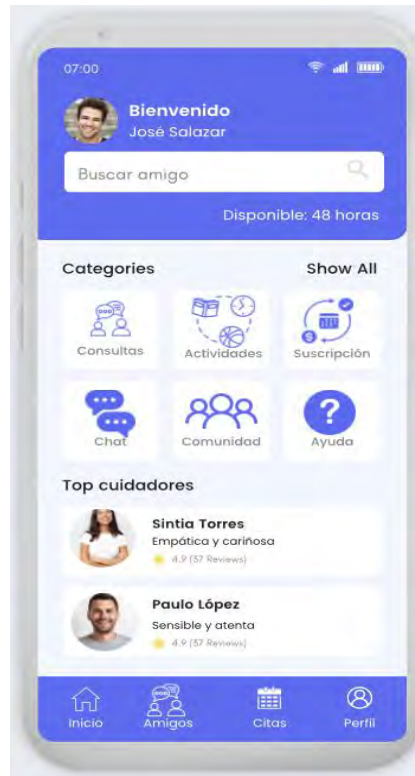


Figura 19

Selección de amigo por suscripción

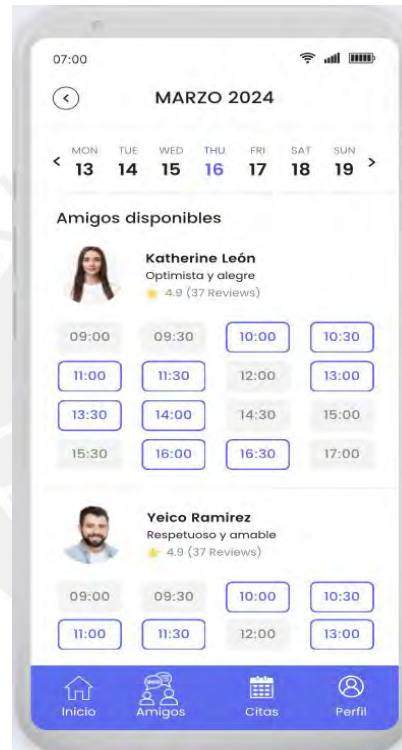


Figura 20

Perfil del amigo seleccionado



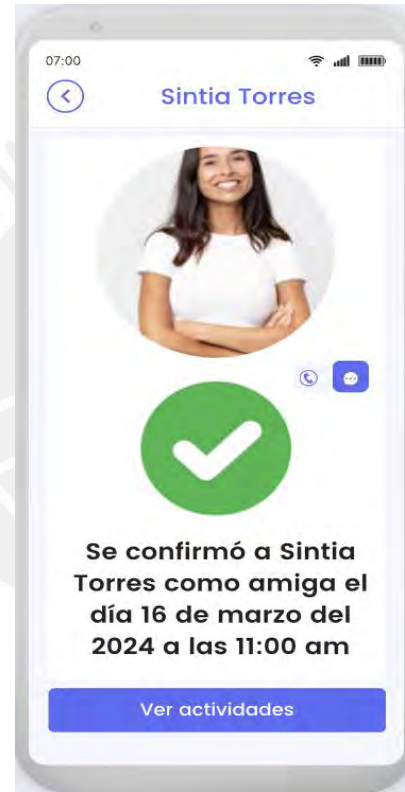
Figura 21*Agenda del amigo seleccionado***Figura 22***Confirmación del amigo seleccionado***Figura 23***Actividades recreativas*

Figura 24*Selección de actividad recreativa***Figura 25***Agenda de actividad recreativa***Figura 26***Confirmación de la actividad recreativa*

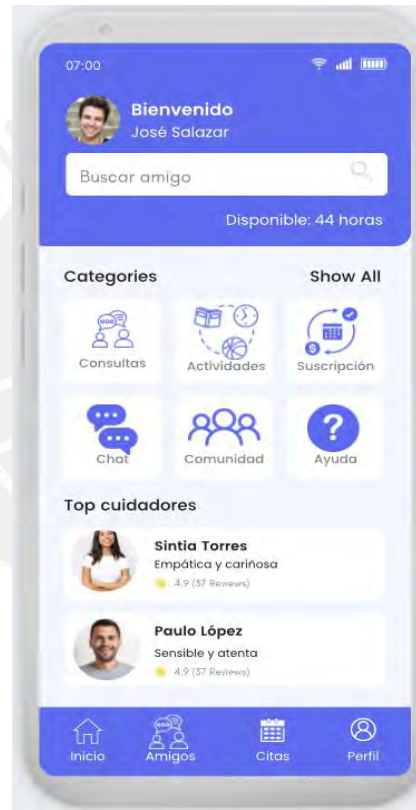
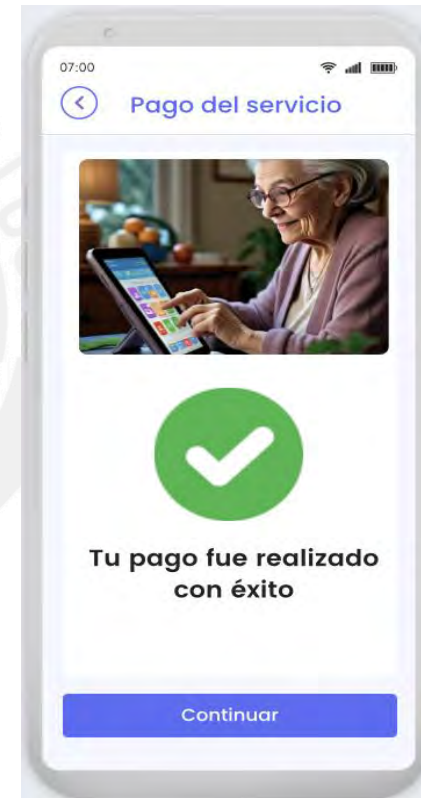
Figura 27*Finalización del servicio***Figura 28***Perfil de usuario con el descuento de horas***Figura 29***Medios de pago de la suscripción*

Figura 30

Pago de la suscripción

**Figura 31**

Confirmación de pago



6.2.5 Simulaciones Empleadas para Validar la Hipótesis

Con el objetivo de demostrar cómo esta propuesta contribuye a mejorar la calidad de vida de las personas mayores, se llevaron a cabo diversas simulaciones cualitativas centradas en distintos aspectos del servicio.

Simulación de Actividades Recreativas:

- **Objetivo:** Evaluar el impacto potencial de las actividades propuestas en el bienestar emocional y físico de las personas mayores.
- **Metodología:** Se realizaron sesiones piloto donde los Acompañantes ("Amigos") lideraron actividades como pintura, ejercicios ligeros y juegos de memoria. Aunque no se realizó un monitoreo detallado en esta etapa, se documentaron observaciones cualitativas sobre la participación y receptividad de los usuarios.
- **A futuro:** Para fortalecer la evaluación del impacto, se desarrollarán herramientas de monitoreo que permitan medir indicadores como estado de ánimo, nivel de actividad física e interacción social. Esto podría incluir encuestas de satisfacción, seguimiento de actividad física a través de wearables, y análisis de interacción social en las sesiones.

Simulación de Soporte Técnico:

- **Objetivo:** Evaluar la efectividad del soporte técnico brindado por los Consultores Especializados ante posibles problemas técnicos.
- **Metodología:** Se llevaron a cabo ejercicios piloto que replicaron situaciones comunes, como dificultades para acceder a la plataforma o inconvenientes en la configuración de actividades. Aunque no se implementó un sistema de medición

formal, se documentaron observaciones cualitativas sobre la rapidez y eficacia de las soluciones propuestas por los Consultores.

A futuro: Para mejorar el soporte técnico, se implementarán herramientas de monitoreo que permitan medir tiempos de respuesta, niveles de satisfacción del usuario y la tasa de resolución de problemas. Esto podría incluir encuestas post-servicio, análisis de datos de interacción con el soporte técnico, y simulaciones periódicas para optimizar los protocolos de atención.

Simulación de Capacitación de Acompañantes:

- **Objetivo:** Garantizar que los Acompañantes ("Amigos") cuenten con las habilidades necesarias para interactuar eficazmente con los adultos mayores.
- **Metodología:** Se organizaron sesiones piloto de formación en temas clave como técnicas de comunicación, empatía y resolución de conflictos. Aunque aún no se estableció un sistema formal de evaluación, se realizaron observaciones cualitativas sobre la participación y aprendizaje de los asistentes, complementadas con ejercicios prácticos para medir la comprensión de los conceptos impartidos.
- **A futuro:** Se desarrollará un sistema estructurado para medir el impacto de la capacitación, incluyendo evaluaciones antes y después de las sesiones, encuestas de satisfacción, y simulaciones periódicas que permitan reforzar y actualizar las habilidades de los Acompañantes. Esto garantizará una mejora continua en la calidad de su interacción con los beneficiarios del servicio.

Simulación de Coordinación de Actividades:

- **Objetivo:** Evaluar la capacidad para organizar y gestionar actividades recreativas y talleres de manera eficiente.
- **Metodología:** Los Coordinadores de Actividades realizaron pruebas piloto organizando eventos simulados, incluyendo la planificación logística, convocatoria de

participantes y ejecución de las actividades. Aunque no se llevaron a cabo alianzas reales, se simuló la gestión de recursos como espacio, materiales y personal. La participación y retroalimentación de los adultos mayores fueron observadas de forma cualitativa para medir el nivel de interés y satisfacción.

- **A futuro:** Se implementará un sistema formal de evaluación para futuras simulaciones o pruebas reales, incluyendo indicadores como el cumplimiento de tiempos, optimización de recursos, y encuestas de satisfacción de los asistentes. Asimismo, sería valioso explorar colaboraciones con instituciones para enriquecer la experiencia y diversificar las actividades ofrecidas.

Si bien el simulador de Montecarlo es una herramienta muy útil para modelar y gestionar riesgos en escenarios complejos, particularmente cuando los factores involucrados son altamente inciertos y las variables están distribuidas de manera aleatoria. Sin embargo, en el contexto del presente análisis, se ha optado por un enfoque cualitativo debido a la naturaleza del proyecto, la disponibilidad de datos, el enfoque en la experiencia del cliente, la flexibilidad y adaptabilidad del servicio. En suma, este enfoque cualitativo permite centrarse en aspectos importantes del servicio, que, si bien no pueden ser modelados con simulaciones estadísticas, son cruciales para el éxito y la escalabilidad del proyecto.

6.3 Validación de la Viabilidad de la Solución

6.3.1 Hipótesis para Validar la Viabilidad de la Solución

Para determinar la viabilidad de la solución propuesta, se han formulado una serie de hipótesis que abordarán aspectos clave del impacto emocional y social del servicio. Estas hipótesis se centran en evaluar la satisfacción de los usuarios. A continuación, se detallan las hipótesis que guiarán los experimentos y validaciones en esta fase.

- Hipótesis 4: Creemos que la personalización y calidad del servicio atraerán a un nicho de mercado dispuesto a pagar un precio premium, ya que además de las actividades recreativas, se realizará capacitación en herramientas digitales, lo cual les devolverá su sentido de independencia y autonomía.
 - Sustento: De acuerdo con Sixsmith y Gutman (2013), los autores resaltan la relevancia de la tecnología en el envejecimiento activo pues puede tener un gran impacto en la salud, el bienestar y la independencia de los adultos mayores, facilitando sus actividades diarias y mejorando su calidad de vida.

6.3.2 Experimentos Empleados para Validar la Hipótesis

Para asegurar la viabilidad y el éxito del proyecto "Un Amigo para un Abuelito", es crucial validar las hipótesis mediante experimentos bien diseñados. A continuación, se describen los experimentos específicos que se llevarán a cabo para validar las hipótesis relacionadas con el conocimiento del mercado, el producto mínimo viable, el consumidor, el modelo de negocio y el impacto social, alineadas a la deseabilidad del proyecto.

- **Hipótesis 4:** Creemos que la personalización y calidad del servicio atraerán a un nicho de mercado dispuesto a pagar un precio premium, ya que además de las actividades recreativas, se realizará capacitación en herramientas digitales, lo cual les devolverá su sentido de independencia y autonomía. Los métodos probatorios son:
 - Medición de la efectividad de la capacitación en herramientas digitales y su impacto en la autonomía de los usuarios.
 - Realización de encuestas y *focus groups* para entender la disposición a pagar por servicios premium, a fin de medir la percepción del valor del servicio y la disposición a pagar precios superiores.

- Guía de Entrevista:
 - Preguntas:
 - ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de alta calidad y personalizado?
 - ¿Qué aspectos del servicio considera que justifican un precio premium?
 - ¿Qué factores influyen en su decisión de pagar más por este tipo de servicio?

6.3.3 Presupuesto de Inversión

En este apartado se detalla el presupuesto de inversión inicial necesario para implementar el proyecto, el cual incluye recursos humanos, el desarrollo de una plataforma para las inscripciones a los planes ofrecidos, el presupuesto de marketing, los activos fijos y las capacitaciones a los acompañantes. De este modo, se ha calculado que la inversión inicial sería de S/ 1,724,462.

Tabla 19 Inversión Inicial

Resumen Inversión Inicial

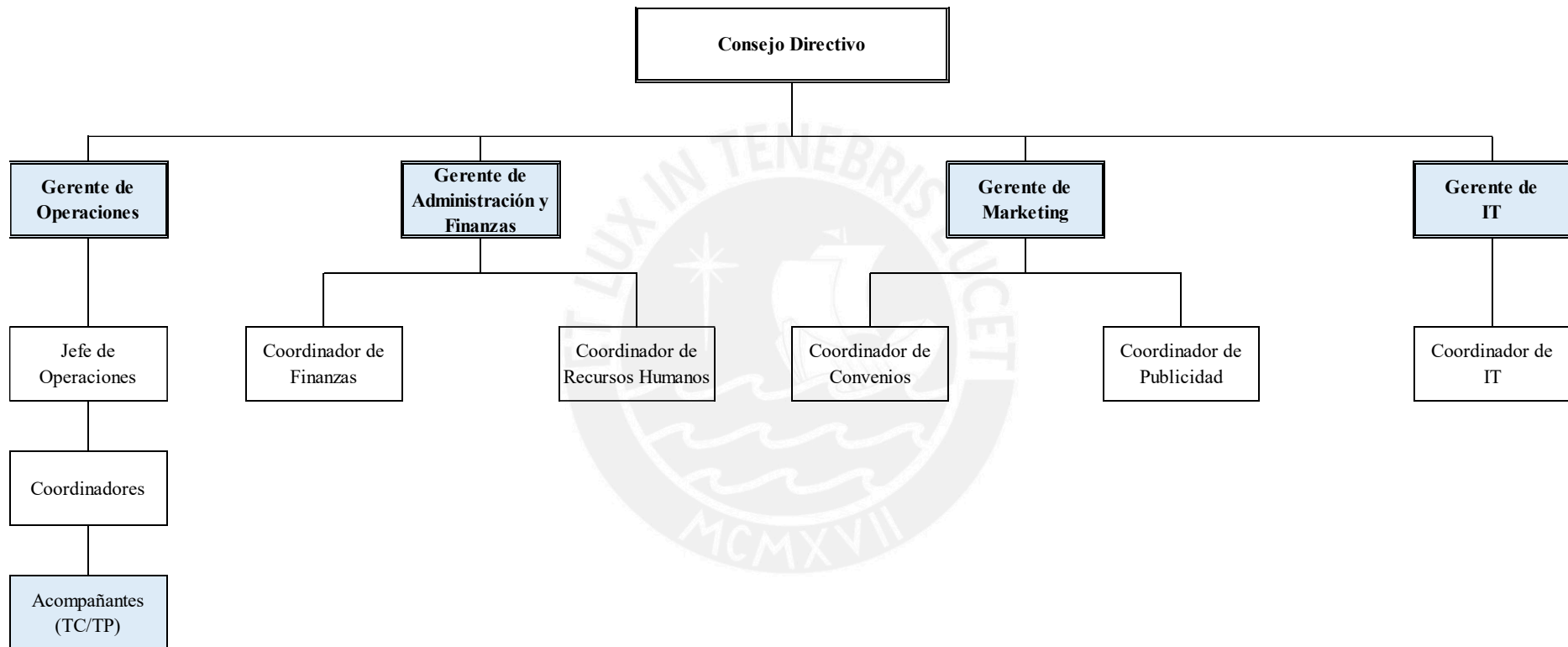
Inversión Inicial	
Concepto	Monto (S/)
Activos Fijos	67,500
Gastos Pre-Operativos	
<i>Capital de Trabajo Marketing</i>	156,500
<i>Recursos Humanos</i>	1,001,438
<i>Capacitaciones</i>	43,200
Desarrollo de la Plataforma	455,000
Otros gastos preoperativos	825
Total Inversión Inicial	1,724,462

De acuerdo al organigrama de la figura 29, se ha determinado una estructura de personal que contempla 4 gerentes, un jefe de operaciones, 10 coordinadores; y, 136 acompañantes a tiempo completo (40) y parcial (96). En el caso de las gerencias de administración y finanzas y de marketing, tendrán a su cargo a dos coordinadores cada uno; mientras que, la gerencia de tecnologías de la información contará solo con uno. Respecto al área de Operaciones, se ha planteado un jefe de operaciones que, a su vez, tenga bajo su dirección a 5 coordinadores quienes serán los encargados de gestionar las visitas de los acompañantes de tiempo completo y parcial en los distritos de Miraflores, San Isidro, Barranco, La Molina y Surco. Finalmente, también se contratará un *service* externo para el reclutamiento de los acompañantes.

En específico, para el año 0 se ha estimado una inversión de S/ 1,001,438 en el rubro de personal, el cual representa el 58% del total de la inversión para el pago en el último trimestre de los 4 gerentes, de los 40 y 96 acompañantes a tiempo completo y parcial respectivamente; así como, del *service* de reclutamiento. Se considera que la capacitación que se les brindaría en ese trimestre a los acompañantes es esencial para el éxito del proyecto. Asimismo, es relevante resaltar que los gerentes recibirán el 50% de su sueldo tanto en este último trimestre del año 0 como durante todo el primer año.

Tabla 20*Inversión en Recursos Humanos*

Recursos Humanos		
Concepto	Cantidad	Monto (S/)
Gerente de Operaciones	1	27,000
Gerente de Administración y Finanzas	1	27,000
Gerente de Marketing	1	27,000
Gerente de IT	1	27,000
Acompañantes TC	40	405,000
Acompañantes TP	96	480,938
Service para reclutar acompañantes	1	7,500
Total Recursos Humanos		1,001,438

Figura 32*Organigrama del Personal*

El segundo rubro más importante corresponde al desarrollo de la plataforma, el cual representa el 26% de la inversión inicial. Este ítem es esencial para el éxito el proyecto, pues el software con el cual funcionará la plataforma, deberá asegurar una interfaz sencilla y funcional para los usuarios. Para los siguientes periodos, el presupuesto del área de IT contempla gastos para la mejora continua y soporte técnico para confirmar la estabilidad y eficiencia del aplicativo.

Tabla 21

Desarrollo de Plataforma

Desarrollo de Plataforma	
Concepto	Monto (S/)
Desarrollo del Software	400,000
Diseño de la UI/UX	50,000
Creación de Pagina Web	5,000
Total Inversión Plataforma	455,000

El presupuesto de marketing representa el 9% de la inversión inicial y se basa en una campaña de Intriga con RRSS (desarrollo de piezas + pauta); así como, una pequeña activación en las 3 clínicas más destacadas para el nivel socioeconómico de interés (en ese caso las clínicas Delgado, Good Hope y la Angloamericana) e inicio de revisión de convenios.

Tabla 22*Inversión en Marketing*

Inversión en Marketing	
Concepto	Monto (S/)
Comunicación en Redes Sociales	144,000
Activación en Eventos	12,500
Total Inversión Marketing	156,500

Finalmente, en relación con los activos fijos, el presupuesto de S/ 67,500 contempla la adquisición de 15 computadoras, para los 4 gerentes, el jefe y los 10 coordinadores a fin de brindarles el mobiliario correspondiente para la realización de sus labores. Además, se contempla el costo en capacitaciones para los acompañantes por S/ 43,200 en diversos temas pertinentes a la labor que estarán realizando como primeros auxilios, talleres de costura, talleres en pintura, sesiones de mentoría, entre otros.

6.3.4 Proyección de Ventas

De acuerdo al SOM obtenido en el capítulo 2 que ascendía a 17,540 adultos mayores de nivel socioeconómico A y B de Lima Metropolitana, se ha considerado como supuesto que el 30% de esa población se interesará en el servicio de acompañamiento. Sin embargo, dada la importancia de la seguridad de los adultos mayores, el principal requisito para ser usuario es contar con un seguro privado de salud. Por ello, durante las entrevistas realizadas se consultó a potenciales usuarios si contaban o no con un seguro privado, resultando en que 1 de cada 3 entrevistados sí tenía contratado un seguro. En ese sentido, se ha determinado que el 30% de la población objetivo interesada contaría con seguro. De este nuevo universo, se ha

asumido como un supuesto que sólo el 25% finalmente se suscribirán al servicio, lo que se traduce en 400 adultos mayores el primer año.

Tabla 23

Proyección de Ingresos

Año	1	2	3	4	5
Ingresos Totales	S/. 5,936,200	S/. 6,808,964	S/. 7,837,806	S/. 9,031,293	S/. 10,347,454
Usuarios Totales	400	440	483	530	582
Ingresos Suscripción	S/. 5,875,200	S/. 6,745,464	S/. 7,771,788	S/. 8,962,538	S/. 10,275,745
Ingresos Plan Semanal	S/. 2,419,200	S/. 2,632,824	S/. 2,865,262	S/. 3,117,405	S/. 3,378,487
Ingresos Plan Mensual	S/. 3,456,000	S/. 4,112,640	S/. 4,906,526	S/. 5,845,134	S/. 6,897,258
Actividades Especiales	S/. 45,000	S/. 45,900	S/. 46,818	S/. 47,754	S/. 48,709
Otros Ingresos	S/. 16,000	S/. 17,600	S/. 19,200	S/. 21,000	S/. 23,000
Programa de Prueba	S/. 16,000	S/. 17,600	S/. 19,200	S/. 21,000	S/. 23,000

Asimismo, para la proyección de los ingresos se han considerado 11 supuestos, los cuales se detallan a continuación.

Tabla 24*Supuestos para la Proyección de Ingresos*

Supuestos para la Proyección de Ingresos
1) El proyecto asume percibir ingresos a partir del siguiente año en que se realiza la inversión.
2) La tarifa por hora de S/ 50,00 ha sido calculada en base a las expectativas de los usuarios entrevistados respecto al servicio a brindar.
3) El Programa de Prueba ofrece la oportunidad de que nuestros usuarios reciban el servicio por 04 horas como un primer contacto con el proyecto, ofreciendo una tarifa estándar de S/ 50,00 la hora.
4) El Plan Semanal incluye 20 horas de servicio a usar durante una semana. Se ha calculado este precio considerando S/ 50,00 la hora y aplicándole un descuento de 10% a la tarifa por hora.
5) El Plan Mensual incluye 80 horas de servicio a usar durante un mes. Se ha calculado este precio considerando S/ 50,00 la hora y aplicándole un descuento de 25% a la tarifa por hora.
6) El Precio por Suscripción sufre un incremento anual de 2% en línea con el crecimiento de la inflación de Lima Metropolitana. (https://estadisticas.bcrp.gob.pe/estadisticas/series/mensuales/resultados/PN38705PM/html)
7) En este escenario base, se asume que el 80% de la población total se inscribirá en un plan semanal o mensual, mientras que el 20% restante lo hará en el programa de prueba.
8) Respecto a la población inscrita en el plan semanal o mensual, se asume que el 70% se inscribirá en el plan semanal y el 30% en el plan mensual. Adicionalmente, conforme el proyecto vaya madurando, el porcentaje de usuarios del plan mensual se incrementará en 2% anualmente.

9) En este escenario base, se asume que la cantidad de usuarios se incrementa anualmente en 10%.

10) Se asumen 02 Actividades Especiales mensualmente con una capacidad máxima de 50 personas. En este escenario se considera que se consigue un 75% de asistencia a un precio de S/ 50.

De este modo, las principales fuentes de ingreso son las suscripciones correspondientes a los planes semanales (70% de los usuarios) y mensuales (30% de los usuarios), los cuales contemplan 20 horas y 80 horas respectivamente. Asimismo, cada sesión durará 4 horas; es decir, habrá opciones de turno mañana y tarde. Cada usuario podrá decidir, dependiendo las horas de stock de su plan, cuantas sesiones tener a la semana (de lunes a sábado). Adicionalmente a estos ingresos, se han considerado la realización de actividades especiales que se realizarán dos veces por mes, en las cuales se propondrá un tema y los usuarios interesados podrán asistir pagando un importe adicional de S/ 50. El objetivo principal de estas sesiones especiales es que los usuarios puedan interactuar entre ellos, no sólo con sus acompañantes, sino que también con personas de su misma edad. Estas sesiones especiales pueden ser talleres de costura dictados por una profesora especializada, o talleres de nutrición, o *masterclass* de yoga, entre otros. Asimismo, este tipo de sesiones permitirán al proyecto tener mayor visibilidad y generar *awareness*. Finalmente, hay una menor proporción de los ingresos que son generados por las clases de prueba de usuarios que no se suscribieron al servicio.

6.3.5 Proyección de Costos

Con el propósito de determinar los costos del proyecto, se plantearon los siguientes supuestos respecto a los costos de capacitación, marketing, activos fijos y desarrollo de software. Asimismo, de manera similar al supuesto de inflación de los ingresos, se asume un incremento anual del 2% de la inflación de Lima Metropolitana.

Tabla 25

Supuestos para la Proyección de Egresos

Supuestos
1) El Costo del desarrollo de la capacitación se estima en S/ 300,00 la hora. Se asume brindar 02 capacitaciones mensuales, cada una de 04 horas. Asimismo, considera un incremento anual en línea con el crecimiento de la inflación de Lima Metropolitana.
2) Los costos asociados a la Estrategia de Marketing consideran un incremento anual de 2%, en línea con el crecimiento de la inflación de Lima Metropolitana.
3) El alquiler de espacios considera 12 capacitaciones presenciales, las cuales se desarrollarán en el Edificio NOS, ubicado en San Isidro. Se ha cotizado el precio de alquiler de un auditorio para una capacidad máxima de 100 personas en S/ 150,00 la hora.
4) El equipamiento incluye la adquisición de 15 laptops para uso del personal administrativos (Directorio, reuniones de equipo, entre otros) y para uso de 12 capacitaciones virtuales anuales. Se estima una vida útil de 4 años.
5) Se asume un gasto de <i>coffee break</i> de S/ 600 soles por capacitación presencial. Ello incluye una bebida caliente y bocaditos.
6) El Desarrollo de Software incluye la creación de la app con las funcionalidades correspondientes. El costo por licencia se estima en S/ 20,00 por usuario. El contrato con el

proveedor incluye un costo adicional por soporte y mantenimiento, independiente al personal de IT del proyecto.

7) Se asume que todos los costos sufren un incremento anual de 2% en línea con el crecimiento de la inflación de Lima Metropolitana.

(<https://estadisticas.bcrp.gob.pe/estadisticas/series/mensuales/resultados/PN38705PM/html>)

El detalle de los costos del proyecto para todo el periodo se encuentra explicados en la Tabla 25. Respecto al personal, cabe resaltar que, a partir del año 2, se ha considerado que los gerentes reciban el 100% de su sueldo. Asimismo, a partir del año 1 en adelante ya se contará con la plaza del jefe de operaciones y las 10 plazas de coordinadores: 5 coordinadores de operaciones, 2 coordinadores de administración y finanzas (coordinador de finanzas y coordinador de recursos humanos), 2 coordinadores de marketing (coordinador de convenios y coordinador de publicidad) y un coordinador de tecnologías de la información. En el caso de las capacitaciones, se ha programado 2 sesiones mensuales, una presencial y una virtual para los acompañantes. En esa línea, los costos incluyen el pago de los capacitadores; así como, el costo del alquiler de las salas y el coffee break para las sesiones presenciales. Otro rubro relevante corresponde al costo de las actividades regulares que se ofrecerán como parte del servicio, entre las cuales se tienen talleres de costura, pintura, manualidades y actividades con juegos de mesa. A fin de obtener el costo por cada una de ellas, en la tabla 25 se han detallado los costos de cada taller. Cabe precisar que los materiales estarán centralizados con los coordinadores de operaciones presentes en cada distrito, quienes brindarán a los acompañantes de manera pertinente lo que requieran para que puedan ejecutar el servicio de manera eficiente, de acuerdo a las solicitudes del usuario. Asimismo, se realizarán actividades especiales dos veces al mes, las cuales tendrán un costo adicional para el usuario. Entre ellas, se encuentran un masterclass de costura y un taller de yoga con pintado de

mandalas en bolsas de tocuyo. Los costos básicamente se distribuyen en el pago del profesor y materiales para ambos talleres, pero adicionalmente, se considera el costo del alquiler del espacio para el taller de costura, dado que el taller de yoga será dictado al aire libre.



Tabla 26*Proyección de Egresos*

Año	0	1	2	3	4	5
Egresos	S/. 1,724,462	S/. 5,695,479	S/. 5,918,839	S/. 6,163,694	S/. 6,509,553	S/. 6,706,459
Personal	S/. 1,001,438	S/. 4,977,750	S/. 5,185,795	S/. 5,414,964	S/. 5,677,227	S/. 5,925,095
Gerente de Operaciones	S/. 27,000	S/. 108,000	S/. 216,000	S/. 220,320	S/. 224,726	S/. 229,221
Gerente de Administración y Finanzas	S/. 27,000	S/. 108,000	S/. 216,000	S/. 220,320	S/. 224,726	S/. 229,221
Gerente de Marketing	S/. 27,000	S/. 108,000	S/. 216,000	S/. 220,320	S/. 224,726	S/. 229,221
Gerente de IT	S/. 27,000	S/. 108,000	S/. 216,000	S/. 220,320	S/. 224,726	S/. 229,221
Jefe	S/. 0	S/. 72,000	S/. 73,440	S/. 74,909	S/. 76,407	S/. 77,935
Coordinadores Operaciones	S/. 0	S/. 450,000	S/. 459,000	S/. 468,180	S/. 477,544	S/. 487,094
Coordinadores	S/. 0	S/. 450,000	S/. 459,000	S/. 468,180	S/. 477,544	S/. 487,094
Acompañantes	S/. 405,000	S/. 1,620,000	S/. 1,652,400	S/. 1,685,448	S/. 1,719,157	S/. 1,753,540
Acompañantes	S/. 480,938	S/. 1,923,750	S/. 1,647,355	S/. 1,805,755	S/. 1,995,834	S/. 2,170,074
Service para reclutar acompañantes	S/. 7,500	S/. 30,000	S/. 30,600	S/. 31,212	S/. 31,836	S/. 32,473
Capacitaciones	S/. 43,200	S/. 43,488	S/. 44,358	S/. 45,245	S/. 46,150	S/. 47,073
<i>Número de Capacitaciones</i>	24	24	24	24	24	24
<i>Costo Personal de Capacitación</i>	S/. 1,200	S/. 1,200	S/. 1,224	S/. 1,248	S/. 1,273	S/. 1,299
Total Capacitaciones Acompañantes	S/. 28,800	S/. 28,800	S/. 29,376	S/. 29,964	S/. 30,563	S/. 31,174
Alquiler de espacios	S/. 7,200	S/. 7,344	S/. 7,491	S/. 7,641	S/. 7,794	S/. 7,949
Coffe break	S/. 7,200	S/. 7,344	S/. 7,491	S/. 7,641	S/. 7,794	S/. 7,949
Estrategia de Marketing	S/. 156,500	S/. 159,630	S/. 162,823	S/. 166,079	S/. 169,401	S/. 172,789
Comunicación en Redes Sociales	S/. 144,000	S/. 146,880	S/. 149,818	S/. 152,814	S/. 155,870	S/. 158,988
Gestión de Pauta	S/. 144,000	S/. 146,880	S/. 149,818	S/. 152,814	S/. 155,870	S/. 158,988
Activación	S/. 12,500	S/. 12,750	S/. 13,005	S/. 13,265	S/. 13,530	S/. 13,801
Eventos	S/. 12,500	S/. 12,750	S/. 13,005	S/. 13,265	S/. 13,530	S/. 13,801

Año	0	1	2	3	4	5
Otros Gastos relacionados	S/. 68,325	S/. 505,611	S/. 516,043	S/. 526,706	S/. 605,114	S/. 548,780
Equipamiento	S/. 67,500	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 67,500	S/. 0
Licencia Zoom (Plan Business)	S/. 825	S/. 841	S/. 858	S/. 875	S/. 893	S/. 910
Gastos de Movilidad	S/. 0	S/. 10,000	S/. 10,200	S/. 10,404	S/. 10,612	S/. 10,824
Gastos de Actividades Regulares	S/. 0	S/. 398,850	S/. 407,147	S/. 415,632	S/. 424,318	S/. 433,218
Taller de Costura	S/. 0	S/. 192,000	S/. 195,840	S/. 199,757	S/. 203,752	S/. 207,827
Materiales de Costura	S/. 0	S/. 192,000	S/. 195,840	S/. 199,757	S/. 203,752	S/. 207,827
Taller de Pintura	S/. 0	S/. 201,600	S/. 205,632	S/. 209,745	S/. 213,940	S/. 218,218
Materiales de Pintura + Lienzos	S/. 0	S/. 201,600	S/. 205,632	S/. 209,745	S/. 213,940	S/. 218,218
Juegos de Mesa	S/. 0	S/. 1,250	S/. 1,275	S/. 1,301	S/. 1,327	S/. 1,353
Rompecabezas	S/. 0	S/. 200	S/. 204	S/. 208	S/. 212	S/. 216
Monopolio	S/. 0	S/. 500	S/. 510	S/. 520	S/. 531	S/. 541
Cartas	S/. 0	S/. 50	S/. 51	S/. 52	S/. 53	S/. 54
Yenga	S/. 0	S/. 500	S/. 510	S/. 520	S/. 531	S/. 541
Taller de Manualidades	S/. 0	S/. 4,000	S/. 4,400	S/. 4,830	S/. 5,300	S/. 5,820
Gastos de Actividades Especiales	S/. 0	S/. 95,920	S/. 97,838	S/. 99,795	S/. 101,791	S/. 103,827
Sesión de Costura	S/. 0	S/. 17,920	S/. 18,278	S/. 18,644	S/. 19,017	S/. 19,397
Alquiler de espacios	S/. 0	S/. 1,920	S/. 1,958	S/. 1,998	S/. 2,038	S/. 2,078
Costo Profesor	S/. 0	S/. 12,000	S/. 12,240	S/. 12,485	S/. 12,734	S/. 12,989
Materiales	S/. 0	S/. 4,000	S/. 4,080	S/. 4,162	S/. 4,245	S/. 4,330
Sesión de Yoga y Pintado de Mandalas	S/. 0	S/. 78,000	S/. 79,560	S/. 81,151	S/. 82,774	S/. 84,430
Costo Profesor	S/. 0	S/. 6,000	S/. 6,120	S/. 6,242	S/. 6,367	S/. 6,495
Mandalas	S/. 0	S/. 72,000	S/. 73,440	S/. 74,909	S/. 76,407	S/. 77,935
Desarrollo de Plataforma	S/. 455,000	S/. 9,000	S/. 9,820	S/. 10,700	S/. 11,661	S/. 12,722
Desarrollo de Software + Licencias	S/. 400,000	S/. 8,000	S/. 8,800	S/. 9,660	S/. 10,600	S/. 11,640
Desarrollo de Software	S/. 400,000	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Licencias	S/. 0	S/. 8,000	S/. 8,800	S/. 9,660	S/. 10,600	S/. 11,640
Diseño UI/UX	S/. 50,000	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Soporte y Mantenimiento	S/. 0	S/. 5,000	S/. 5,100	S/. 5,202	S/. 5,306	S/. 5,412
Creación de Página Web	S/. 5,000	S/. 1,000	S/. 1,020	S/. 1,040	S/. 1,061	S/. 1,082

6.3.6 Estructura de Capital

La estructura de capital del presente proyecto se compone en base a la combinación de deuda (20%) y patrimonio propio (80%). Por lo tanto, siendo la inversión inicial el monto de S/ 1,724,462, se solicitará financiamiento por S/ 344,892. Cabe resaltar que el periodo del préstamo será de cinco años, al igual que el plazo de la evaluación del proyecto.

Tabla 27

Deuda del Proyecto

Deuda	
Principal	344,892
TEA	18.00%
TEM	1.39%
Plazo	60
Cuota mensual (mensual)	8,748

Tabla 28

Ratio Deuda Capital

Ratio Deuda/Capital	
Ratio D/P	0.25
Patrimonio	1,379,570
Deuda	344,892

Dado que el proyecto se va a financiar con capital propio y deuda solicitada a una entidad financiera, la tasa de descuento que se considerará para el flujo financiero será el

costo del accionista (R_e), el cual está determinado con el modelo *Capital Asset Pricing Model* (CAPM):

$$R_e = R_f + \beta_L * (R_m - R_f)$$

Teniendo en cuenta que:

$$R_f = \text{Tasa libre de riesgo}$$

$\beta_L = \text{Cantidad de riesgo respecto al portafolio del mercado a considerar}$

$$R_m = \text{Rendimiento del mercado}$$

Tabla 29

Cálculo de Beta y CAPM

Beta	
Unlevered Beta	0.86
Target Deuda / Capital	0.25
Tax Rate	29.5%
Levered Beta	1.01
Cost of Equity	
Risk-Free Rate Return (Rf)	3.11%
Target Levered Beta	1.01
Market Return (Rm)	11.9%
Cost of Equity (CAPM)	12.0%

De esta manera, el rendimiento esperado del accionista es de 12.0%, el cual se va a considerar para el posterior cálculo del Valor Actual Neto (VAN) del proyecto.

6.3.7 Análisis Financiero

De acuerdo con la información expuesta anteriormente, en este apartado se realiza la proyección de flujo de caja económico y financiero, según el horizonte de tiempo que se ha propuesto para el análisis del proyecto. De esta manera, se obtiene el siguiente flujo presentado en la Tabla 28. En el modelo se asume que el año 0 es considerado el año de la inversión del proyecto, en donde se desembolsa principalmente la estrategia de marketing, la implementación de la plataforma y la contratación del personal requerido para la operatividad del servicio. Para el caso de los años posteriores, se asume que tanto los ingresos como los costos se incrementarán considerando la inflación de Lima Metropolitana, la cual asciende a 2%. Asimismo, como resultado del análisis realizado, se obtiene un VAN financiero de S/2,377,348, lo que significa que la empresa está creando valor a una tasa de 12.0%. Asimismo, la TIR resulta ser 46%, lo cual indica que el proyecto es altamente rentable, dado que la TIR es mayor al costo de oportunidad del accionista.

Tabla 30

Flujo Económico y Financiero

Año	0	1	2	3	4	5
Ingreso por Ventas		S/. 5,936,200	S/. 6,808,964	S/. 7,837,806	S/. 9,031,293	S/. 10,347,454
Costo de Ventas		S/. - 4,082,008	S/. - 3,849,098	S/. -4,051,875	S/. -4,287,250	S/. -4,507,732
Utilidad Bruta		S/. 1,854,192	S/. 2,959,866	S/. 3,785,931	S/. 4,744,042	S/. 5,839,722
Gastos de Personal		S/. - 1,434,000	S/. - 1,886,040	S/. -1,923,761	S/. -1,962,236	S/. -2,001,481
Gastos Administrativos		S/. -19,841	S/. -20,878	S/. -21,979	S/. -90,666	S/. -24,457
Gastos de Marketing		S/. -159,630	S/. -162,823	S/. -166,079	S/. -169,401	S/. -172,789
Depreciación		S/. -6,750	S/. -6,750	S/. -6,750	S/. -6,750	S/. -6,750
Utilidad Operativa (EBIT)		S/. 233,971	S/. 883,375	S/. 1,667,362	S/. 2,514,990	S/. 3,634,246
- Impuesto a la renta		S/. 69,021	S/. 260,596	S/. 491,872	S/. 741,922	S/. 1,072,103
NOPAT		S/. 164,949	S/. 622,779	S/. 1,175,490	S/. 1,773,068	S/. 2,562,143
+ amortización y depreciación		S/. 6,750	S/. 6,750	S/. 6,750	S/. 6,750	S/. 6,750
Flujo de Caja Operativo		S/. 171,699	S/. 629,529	S/. 1,182,240	S/. 1,779,818	S/. 2,568,893
- Activo Fijo		S/. -67,500	S/. 0	S/. 0	S/. -67,500	S/. 0
- Gastos Preoperativos		S/. -1,656,962	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
- Variación en el Capital de Trabajo		S/. -15,879	S/. -18,718	S/. -21,714	S/. -23,946	S/. 188,256
FLUJO DE CAJA LIBRE DISPONIBILIDAD	S/. -1,724,462	S/. 155,821	S/. 610,811	S/. 1,160,526	S/. 1,688,372	S/. 2,757,149
+ Préstamos obtenido		S/. 344,728				
-Amortización de la deuda		S/. 46,782	S/. 55,905	S/. 66,806	S/. 79,833	S/. 95,401
- Interés de la deuda		S/. 58,145	S/. 49,023	S/. 38,121	S/. 25,094	S/. 9,527
+ Escudo fiscal de los intereses (EFI)		S/. 17,153	S/. 14,462	S/. 11,246	S/. 7,403	S/. 2,810
FLUJO DE CAJA NETO DEL INVERSIONISTA	S/. -1,379,735	S/. 68,046	S/. 520,345	S/. 1,066,845	S/. 1,590,848	S/. 2,655,032

Tabla 31*Cálculo del VAN Financiero y TIR*

Tasa de Descuento (CAPM) =	12.0%
Valor Presente (VP) =	3,757,083
Valor Presente Neto (VPN) =	2,377,348
TIR =	46%

Adicionalmente al cálculo del escenario base, se ha optado incluir el planteamiento de escenarios de sensibilidad a partir de la variación del precio por hora del servicio y el porcentaje de crecimiento anual de la población de usuarios. Con ello, se ha construido la Tabla 30 (montos en soles) y la Tabla 31 (montos en dólares) a fin de plantear diversos escenarios, de los cuales se han considerado principalmente 3: escenario optimista, base y pesimista. En el caso del escenario optimista, se estima un VAN de S/ 3,754,170, considerando un precio por hora de S/ 52 y un porcentaje de crecimiento de la población de usuarios del 12%; mientras que, el escenario pesimista contempla un VAN de S/ 1,031,237 considerando un precio por hora de S/ 48 y un porcentaje de crecimiento del 8%.

Tabla 32*Variación en el precio por hora (en soles)*

Variación el crecimiento (Base 10%)	Variación en el precio x hora (Base S/50)				
	48	49	50	51	52
8%	1,031	1,407	1,783	2,159	2,534
9%	1,308	1,692	2,075	2,458	2,841
10%	1,595	1,986	2,377	2,768	3,159
11%	1,866	2,265	2,663	3,061	3,460
12%	2,132	2,538	2,944	3,349	3,754

Tabla 33*Variación en el precio por hora (en dólares)*

Variación el crecimiento (Base 10%)	Variación en el precio x hora (Base \$ 13)				
	48	49	50	51	52
8%	268	366	463	561	658
9%	340	439	539	638	738
10%	414	516	617	719	821
11%	485	588	692	795	899
12%	554	659	765	870	975

A continuación, se muestra una recopilación de la información obtenida en las pruebas propuestas y realizadas para la validación de cada hipótesis.

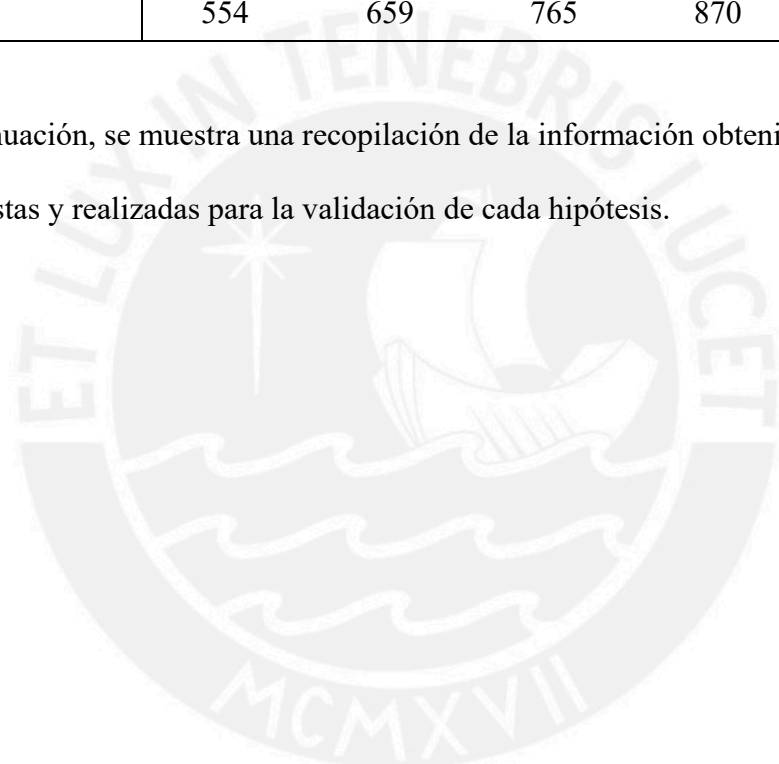


Tabla 34

Resumen de Hipótesis, Pruebas, Resultados y Estatus

Hipótesis	Pruebas realizadas	Resultados obtenidos	Estatus
<p>Hipótesis 1: La interacción intergeneracional entre jóvenes y adultos mayores mejorará significativamente el bienestar emocional del adulto mayor, reduciendo su sentimiento de soledad y aumentando su satisfacción general con la vida.</p>	Encuestas pre participación sobre bienestar emocional y percepción de soledad; sesiones de observación durante actividades conjuntas entre jóvenes y adultos mayores.	La evaluación formal de los resultados con los participantes se realizará luego de 3 meses de iniciado las operaciones.	Por realizar
<p>Hipótesis 2: Una herramienta digital eficiente para la asignación de parejas entre adultos mayores y voluntarios jóvenes mejorará significativamente la satisfacción de los usuarios y la eficacia del proyecto "Un Amigo para un Abuelito".</p>	Encuestas de satisfacción de usuarios; análisis de métricas de asignación de parejas (tiempo de asignación, número de ajustes requeridos) antes y después de implementar la herramienta digital.	La evaluación formal de los resultados con los participantes se realizará luego de 3 meses de iniciado las operaciones.	Por realizar
<p>Hipótesis 3: El servicio de acompañamiento que incluye caminatas en el parque, visitas a teatros, lectura y comentario de libros, y juegos de mesa mejorará significativamente el bienestar y la felicidad de los adultos mayores participantes.</p>	Medición del bienestar y felicidad mediante cuestionarios estandarizados (escala Likert) antes y después de 3 meses de participación en las actividades propuestas.	La evaluación formal de los resultados con los participantes se realizará luego de 3 meses de iniciado las operaciones.	Por realizar
<p>Hipótesis 4: La personalización y calidad del servicio atraerán a un nicho de mercado dispuesto a pagar un precio premium, ya que además de las actividades recreativas, se realizará capacitación en herramientas digitales, lo cual les devolverá su sentido de independencia y autonomía.</p>	Entrevistas y <i>focus group</i> a usuarios potenciales, análisis de disposición al pago por diferentes segmentos.	Los resultados obtenidos indican que los usuarios potenciales del nivel socioeconómico A y B sí están dispuestos a pagar por hora de acompañamiento de S/ 45 a S/ 60.	Realizado

Capítulo VII: Solución Sostenible

7.1 Relevancia Social de la Solución

La presente propuesta aborda de manera directa y efectiva el creciente desafío del aislamiento social y la falta de atención de calidad hacia los adultos mayores, un grupo demográfico en aumento debido al envejecimiento global. En un contexto donde muchas familias encuentran difícil dedicar tiempo significativo a sus seres queridos de edad avanzada, esta iniciativa ofrece un acompañamiento enriquecedor y actividades recreativas diseñadas para transformar positivamente su experiencia de vida. De esta forma, el proyecto no solo busca atender estas problemáticas sociales, sino también alinearse con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) establecidos por las Naciones Unidas. Estos objetivos tienen como propósito promover el bienestar integral, la inclusión social y la mejora de la calidad de vida, siendo particularmente relevantes en el caso de la población adulta mayor.

Los ODS forman parte de la Agenda 2030, un compromiso global adoptado en septiembre de 2015 por todos los países miembros de la ONU. Este marco incluye 17 objetivos para erradicar la pobreza, proteger el planeta y asegurar la prosperidad para todos, abordando los desafíos más urgentes del mundo en términos de desarrollo económico, social y ambiental. Los ODS, con sus metas específicas e indicadores, guían la implementación de propuestas como la de este proyecto. En particular, "Un Amigo para un Abuelito" se alinea con los ODS 3, que promueve la salud y el bienestar, el ODS 8, relacionado a la generación de empleo digno y, el ODS 10, enfocado en la reducción de desigualdades. Estos objetivos, y sus respectivas metas, orientan la acción para mejorar el acceso a servicios de salud, bienestar y recursos para los grupos más vulnerables, como los adultos mayores, buscando reducir las brechas de exclusión social y fomentar la igualdad de oportunidades. Así, el proyecto

contribuye de manera concreta al cumplimiento de los ODS y, por ende, al desarrollo sostenible. (Naciones Unidas, 2015).

ODS 3: Salud y Bienestar

El ODS 3 busca garantizar una vida saludable y promover el bienestar de todas las personas en todas las edades. En ese sentido, este proyecto contribuye a este objetivo al ofrecer un enfoque integral de salud que abarca tanto el bienestar físico como el emocional de las personas mayores. A través del acompañamiento personalizado y la oferta de actividades recreativas, el proyecto combate el aislamiento social, que es uno de los principales factores de riesgo para la salud mental de los mayores. La interacción social y las actividades como juegos de mesa, caminatas o arte no solo mejoran el estado de ánimo, sino que también favorecen la estimulación cognitiva, contribuyendo a prevenir el deterioro mental asociado con la edad.

ODS 3: Acceso a Servicios de Salud y Cuidados

El proyecto también se alinea con el ODS 3 al mejorar el acceso a servicios de salud y cuidados para personas mayores. Muchas veces, este grupo poblacional enfrenta barreras para acceder a servicios de calidad, debido a limitaciones económicas, sociales o geográficas. Al ofrecer acompañamiento en el hogar y actividades adaptadas a sus necesidades, se proporciona una alternativa accesible a los centros geriátricos o casas de reposo, que no siempre están disponibles para todos. Además, el proyecto permite a los mayores recibir atención continua, contribuyendo a la detección temprana de problemas de salud y mejorando su calidad de vida mediante un seguimiento cercano. Dentro de este objetivo, el proyecto aborda diversas metas clave que contribuyen directamente a la mejora de la calidad de vida de los adultos mayores.

Meta 3.4: Reducir las muertes prematuras por enfermedades no transmisibles mediante la prevención y el tratamiento.

- **Contribución del Proyecto:** El acompañamiento emocional y las actividades recreativas que ofrece esta propuesta ayudan a reducir el estrés y la soledad, factores que contribuyen a enfermedades cardiovasculares y otros trastornos de salud en adultos mayores. Además, el fomento de la actividad física ligera, como caminatas y ejercicios, también tiene efectos directos en la mejora de la salud física y mental de los participantes.

Meta 3.7: Asegurar el acceso universal a servicios de salud sexual y reproductiva, así como servicios de salud mental.

- **Contribución del Proyecto:** Aunque el proyecto no se centra exclusivamente en la salud física, el apoyo emocional que brindan los acompañantes contribuye al bienestar mental de los adultos mayores. Al reducir el aislamiento social y mejorar la comunicación, se genera un entorno más saludable para abordar la salud mental, un aspecto clave en la vejez.

Meta 3.8: Lograr la cobertura sanitaria universal.

- **Contribución del Proyecto:** El acceso a servicios como el acompañamiento constante y personalizado complementa el sistema de salud tradicional, proporcionando apoyo en áreas que suelen ser desatendidas por los servicios de salud pública o privada de forma regular. El enfoque holístico del proyecto puede aliviar la presión sobre los servicios de salud formales al abordar necesidades no médicas de los adultos mayores.

Objetivo de Desarrollo Sostenible 8: Trabajo Decente y Crecimiento Económico

El ODS 8 se centra en garantizar que el crecimiento económico sea inclusivo, provechoso y beneficie a todos los segmentos de la población. En el contexto del proyecto, la contribución a este objetivo se puede abordar desde varias perspectivas, tanto para los adultos mayores como para la estructura que sustenta la iniciativa.

ODS 8: Promoción de Empleo Digno para los Acompañantes

Además de su impacto directo en las personas mayores, el proyecto también aborda una de las metas clave del ODS 8 relacionada con la promoción de empleo digno. Los Acompañantes, quienes son un pilar fundamental en el servicio ofrecido, reciben formación especializada y tienen la oportunidad de acceder a un empleo digno en un sector en expansión como el del cuidado y acompañamiento. Esto no solo mejora la calidad de vida de los Acompañantes, sino que también impacta positivamente en la comunidad laboral, al ofrecer oportunidades de empleo que brindan estabilidad económica y contribuyen a la disminución de las desigualdades sociales. De esta forma, el proyecto contribuye al desarrollo de una fuerza laboral más inclusiva, donde, tanto los adultos mayores como los profesionales encargados de su acompañamiento, se benefician de un entorno social y económico más justo y equitativo.

Meta 8.3: Promover políticas que apoyen la creación de empleo, el emprendimiento, la creatividad y la innovación.

- **Contribución del Proyecto:** "Un Amigo para un Abuelito" fomenta la creación de empleo en áreas específicas como el acompañamiento, la coordinación de actividades recreativas y el soporte técnico. La capacitación constante de los acompañantes no solo les proporciona habilidades para interactuar con los adultos mayores, sino que también les permite acceder a un empleo que responde a una necesidad creciente. Además, el proyecto también podría crear oportunidades de emprendimiento, promoviendo nuevos modelos de negocio y servicios dedicados a este sector vulnerable, estimulando así la creatividad y la innovación en el ámbito social.

Meta 8.5: Lograr el pleno empleo y la igualdad de salario para hombres y mujeres, así como el trabajo decente para todos.

- **Contribución del Proyecto:** El proyecto tiene el potencial de ofrecer oportunidades laborales dignas y accesibles, no solo a nivel de acompañantes, sino también a otros actores del ecosistema como psicólogos, terapeutas, coordinadores y personal administrativo. Además, promueve un entorno inclusivo, donde no se discrimina por género ni por edad, permitiendo a diversas personas acceder a empleos decentes que mejoran sus condiciones económicas y sociales. Este enfoque también apoya la integración del sector laboral de los adultos mayores, dándoles oportunidades de empleo significativo en áreas como mentoría, voluntariado o participación en actividades recreativas.

Meta 8.6: Reducir la proporción de jóvenes que no están empleados ni reciben educación ni formación.

- **Contribución del Proyecto:** A medida que el proyecto crece, puede generar un espacio donde se desarrollen programas de capacitación y formación, no solo para los acompañantes, sino también para los jóvenes que buscan desarrollarse profesionalmente en el sector social. Ofrecer estos programas educativos y de desarrollo profesional puede ayudar a crear un puente entre los jóvenes y el mercado laboral, asegurando que tengan oportunidades para acceder a trabajos decentes dentro de este sector.

Meta 8.10: Fortalecer la capacidad de las instituciones financieras para fomentar el acceso a servicios bancarios, financieros y de seguros para todos.

- **Contribución del Proyecto:** A través del impacto social de esta propuesta, se podría promover la colaboración con entidades financieras o de seguros para ofrecer servicios adaptados a los adultos mayores, como planes de pensión, seguros de salud o productos financieros diseñados para este segmento. Esto no solo mejora la seguridad económica de los adultos mayores, sino que también contribuye al

crecimiento económico inclusivo, en el cual las instituciones financieras juegan un papel clave.

Relación con el ODS 8 y el Crecimiento Económico Sostenible

A medida que el proyecto se expande, no solo contribuye al bienestar de los adultos mayores, sino además fomenta la creación de empleo y promueve el trabajo decente. Esto impacta directamente en el crecimiento económico al ofrecer nuevas oportunidades laborales y, a su vez, impulsar sectores relacionados como la capacitación profesional y los servicios de acompañamiento. A largo plazo, puede contribuir al desarrollo de un modelo económico inclusivo que integre a todos los grupos de población, incluyendo los adultos mayores.

ODS 10: Reducción de las Desigualdades

El proyecto también aborda el ODS 10, cuyo objetivo es reducir las desigualdades dentro y entre los países. Las personas mayores, especialmente aquellas en situación de vulnerabilidad, suelen enfrentar mayores dificultades para acceder a servicios que promuevan su bienestar. Este proyecto proporciona una solución inclusiva para este segmento específico. Al ofrecer actividades recreativas y acompañamiento de manera accesible, el proyecto garantiza que las personas mayores, independientemente de su contexto, puedan acceder a una mejor calidad de vida y participar activamente en su comunidad.

ODS 10: Igualdad de Oportunidades y Acceso

Dentro del ODS 10, el proyecto también responde a la necesidad de garantizar igualdad de oportunidades, no solo para los beneficiarios, sino también para los profesionales que forman parte del equipo. Los Acompañantes, reciben formación especializada y tienen la oportunidad de acceder a un empleo digno en un sector en crecimiento. Esto contribuye a la reducción de las desigualdades económicas y sociales al proporcionarles habilidades valiosas que pueden mejorar su empleabilidad. Así, el proyecto no solo impacta a las personas

mayores, sino también a la comunidad laboral en general, fomentando la inclusión social a través de la creación de oportunidades económicas.

Objetivo de Desarrollo Sostenible 10: Reducción de las Desigualdades

El ODS 10 tiene como objetivo reducir las desigualdades dentro y entre los países. El proyecto enfrenta varias de las metas clave de este ODS al abordar de manera específica las necesidades de los adultos mayores, que son un grupo vulnerable y a menudo marginado en la sociedad.

Meta 10.2: Promover la inclusión social, económica y política de todas las personas, sin importar su edad, sexo, discapacidad, raza, etnia, origen, religión o estatus económico u otro.

- **Contribución del Proyecto:** El proyecto busca empoderar a los adultos mayores a través del acompañamiento social y la participación activa en actividades recreativas. Al ofrecerles oportunidades para interactuar, mejorar su estado físico y emocional, y fortalecer su autonomía, el proyecto contribuye a la inclusión social de este grupo etario, ayudando a disminuir las barreras que enfrentan para participar activamente en la sociedad.

Meta 10.3: Adoptar políticas, especialmente fiscales, salariales y de protección social, y promover la igualdad de oportunidades.

- **Contribución del Proyecto:** La iniciativa aborda la desigualdad de oportunidades al garantizar que los adultos mayores puedan acceder a actividades que favorezcan su salud mental, emocional y física, lo cual reduce la brecha entre los segmentos etáreos que gozan de estas dinámicas y quienes no.

Meta 10.4: Adoptar políticas y estrategias que promuevan el bienestar de todos y, en particular, los más desfavorecidos.

- **Contribución del Proyecto:** El proyecto ofrece un servicio inclusivo, especialmente dirigido a los adultos mayores que a menudo carecen de acceso a este tipo de apoyo.

Además, al incluir actividades recreativas y de acompañamiento emocional, se promueve la equidad en el acceso al bienestar y la calidad de vida para este segmento de la población, reduciendo las desigualdades sociales.

Posibilidad de obtener financiamiento por impacto social

En los años recientes, este punto ha adquirido alta relevancia, dado que tanto inversionistas como organizaciones y gobiernos buscan proyectos que generen un cambio positivo y sostenible en la sociedad. Los inversionistas de impacto están especialmente interesados en iniciativas que no solo ofrezcan rendimientos financieros, sino que también contribuyan a resolver problemas sociales y ambientales. En este contexto, el proyecto "Un Amigo para un Abuelito" se posiciona como una oportunidad atractiva para obtener financiamiento debido a su enfoque en mejorar la calidad de vida de las personas mayores y reducir el aislamiento social, dos desafíos urgentes que afectan a este grupo demográfico en crecimiento. Al alinearse con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), específicamente con el ODS 3 (Salud y Bienestar), ODS 08 (Empleo digno) y el ODS 10 (Reducción de Desigualdades), el proyecto demuestra un compromiso claro con el desarrollo sostenible, lo que lo hace viable para ser respaldado por fondos de inversión de impacto social.

Además, los inversores están cada vez más enfocados en medir los resultados tangibles del impacto social de los proyectos que apoyan. El seguimiento y la evaluación de los resultados del proyecto, como la mejora en el bienestar emocional y físico de las personas mayores y la reducción de la soledad, son factores clave que pueden asegurar el éxito de la búsqueda de financiamiento. La transparencia en la medición de estos resultados, junto con la capacidad de generar cambios duraderos en la comunidad, puede abrir puertas a diversas fuentes de financiación, incluyendo fondos filantrópicos, donaciones corporativas y subsidios

gubernamentales. Por lo tanto, el proyecto tiene el potencial de convertirse en un referente de cómo las iniciativas sociales pueden ser financiadas y sostenidas a largo plazo, promoviendo tanto el bienestar individual como el colectivo.

Finalmente, el financiamiento por impacto social también se asocia con la creación de alianzas estratégicas que permiten amplificar los resultados del proyecto. Colaboraciones con ONGs, entidades gubernamentales y empresas privadas comprometidas con la responsabilidad social empresarial (RSE) pueden proporcionar recursos financieros, y, además, una red de apoyo que potencie la visibilidad y el alcance del proyecto. Las políticas públicas y las iniciativas de apoyo a la inclusión social, especialmente en el ámbito del envejecimiento, están cada vez más orientadas hacia la promoción de proyectos que contribuyan a mejorar las condiciones de vida de los adultos mayores. De esta manera, "Un Amigo para un Abuelito" se encuentra en una posición favorable para acceder a distintas fuentes de financiamiento, tanto a nivel nacional como internacional, para ampliar su impacto social y garantizar la sostenibilidad a largo plazo.

7.2 Rentabilidad Social de la Solución

La rentabilidad social de la solución propuesta es multidimensional, beneficiando tanto a los adultos mayores como a sus familias, y generando un impacto positivo en la comunidad en general. Este programa crea oportunidades de empleo digno y significativo para personas que enfrentan barreras en el mercado laboral, como aquellos con estudios inconclusos, en proceso, o universitarios que buscan financiar sus estudios. Este aspecto de la iniciativa se alinea con el ODS 8: Trabajo Decente y Crecimiento Económico, que promueve el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos. Al emplear a individuos como acompañantes, el programa no solo les proporciona una fuente de ingresos, sino que también les permite adquirir habilidades valiosas, tales como empatía, comunicación efectiva, y

capacidad de resolución de problemas. Estas habilidades son transferibles y aumentan su empleabilidad en el futuro, contribuyendo a su desarrollo profesional y personal.

Además, al incluir capacitaciones regulares para los acompañantes, se mejora continuamente la calidad del servicio proporcionado y se asegura que los acompañantes estén bien equipados para manejar diversas situaciones con los adultos mayores. Estas capacitaciones pueden cubrir temas como primeros auxilios, manejo del estrés, y técnicas de comunicación con personas mayores, entre otros. Desde una perspectiva económica, la implementación de este programa puede reducir los costos asociados con el cuidado de la salud a largo plazo, al mejorar la salud y el bienestar de los adultos mayores y, prevenir enfermedades relacionadas con el aislamiento social y la falta de actividad física. Al mismo tiempo, el programa puede atraer inversiones y subvenciones de entidades gubernamentales y organizaciones sin fines de lucro interesadas en el bienestar de los adultos mayores y la creación de empleos.

7.3 Cálculo del VAN Social

Para el cálculo del VAN social del proyecto, se identificó que el beneficio social es la mejora de la salud mental de los adultos mayores participantes del servicio dada la disminución del aislamiento medido mediante la reducción de gastos en citas médicas. Para su cálculo, se asume que los adultos mayores al menos tendrían una cita médica psicológica al mes con un costo promedio de S/ 150 por cita. Respecto a los costos sociales, se considera la emisión de CO₂ de los vehículos en los que se trasladarían los acompañantes hasta las viviendas de los adultos de la tercera edad. De acuerdo con la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2024), se estima que el costo de emisiones de CO₂ para Perú es de 20 dólares por tonelada. Asimismo, según INEI (2014), las emisiones por kilo por habitante en el Perú para el año 2012 ascendieron a 1,037.2. De este modo, se ha calculado

que el costo social sería de S/ 10,579 para el primer año. Finalmente, como indica el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF, 2019), la tasa social de descuento se calcula en 8%, y considerando la población objetivo, se obtiene un VAN Social (VANS) estimado en S/ 3,672,418.

Tabla 35

VAN Social

	1	2	3	4	5
Beneficio Social	720,000	820,692	934,487	1,065,877	1,215,788
Cantidad de citas médicas	12	12	12	12	12
Costo de citas médicas (soles)	150	153	156	159	162
Población objetivo	400	447	499	558	624
Costo Social	10,579	11,591	12,758	14,002	15,325
Emisiones CO2 por vehículo en toneladas	1.04	1.04	1.04	1.04	1.04
Valor de emisiones de CO2 por tonelada (soles)	75	75	75	75	75
Población acompañantes	136	149	164	180	197
Flujo	709,421	809,101	921,730	1,051,875	1,200,463
Tasa de descuento	8%				
VAN Social	S/ 3,672,418				

Capítulo VIII: Decisión e Implementación

8.1 Plan de Implementación y Equipo de Trabajo

Para garantizar el éxito del servicio de acompañamiento para adultos mayores, se han definido roles clave que son esenciales para la operación efectiva del servicio.

8.1.1. Requerimiento de Personal

Los roles incluyen al acompañante, consultor especializado, capacitadores y coordinador de actividades. Cada puesto tiene funciones específicas y requisitos para asegurar el servicio se gestione de manera eficiente, brindando un apoyo integral a los usuarios. A continuación, se presenta los detalles del requerimiento de personal y el flujo de trabajo asociado.

Tabla 36 Requerimiento de personal y flujo de trabajo

Puesto	Funciones	Requisitos
Acompañante ("Amigo")	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar visitas programadas según el cronograma establecido. • Proporcionar atención personalizada a los usuarios asignados. • Reportar avances y necesidades detectadas durante las visitas. • Realizar actividades recreativas con el adulto mayor. • Fomentar la socialización y el bienestar emocional del adulto mayor. • Ofrecer apoyo en las actividades diarias y promover la independencia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Disposición para escuchar y entender. • Experiencia previa en el trato con personas mayores es un plus. • No es necesario tener estudios superiores, pero sí habilidades interpersonales. • Educación secundaria completa (mínimo).
Gerente de Administración y Finanzas	<ul style="list-style-type: none"> • Supervisar y controlar las áreas administrativas y financieras. • Elaborar presupuestos anuales y control de costos. • Gestionar contratos y acuerdos financieros. • Asegurar el cumplimiento de normativas laborales y tributarias. 	<ul style="list-style-type: none"> • Título profesional en Administración, Contabilidad o afines. • Experiencia mínima de 5 años en gestión financiera y administrativa. • Manejo avanzado de herramientas contables y software financiero.

Gerente de Tecnología de la Información	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar y supervisar proyectos tecnológicos. • Asegurar el correcto funcionamiento de la infraestructura tecnológica. • Implementar soluciones innovadoras para mejorar procesos internos. • Garantizar la seguridad de datos y sistemas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Título profesional en Ingeniería de Sistemas, Tecnologías de la Información o afines. • Experiencia mínima de 5 años en gestión de equipos tecnológicos. • Certificaciones en metodologías ágiles (deseable).
Gerente de Marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar estrategias de marketing y comunicación. • Supervisar campañas digitales y tradicionales. • Analizar tendencias del mercado y la competencia. • Coordinar con proveedores de marketing y publicidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Título profesional en Marketing, Comunicación o afines. • Experiencia mínima de 5 años en marketing estratégico. • Conocimientos avanzados en herramientas de análisis de mercado.
Gerente de Operaciones	<ul style="list-style-type: none"> • Planificar y supervisar las operaciones relacionadas con el acompañamiento de adultos mayores. • Coordinar con los acompañantes y el jefe de operaciones para asegurar la correcta atención a los adultos mayores. • Supervisar la programación y el cumplimiento de las actividades asignadas en los distritos. • Monitorear indicadores de calidad en el servicio, asegurando la satisfacción de los usuarios y sus familias. • Planificar y supervisar las operaciones diarias. • Gestionar al equipo de coordinadores de campo. • Asegurar el cumplimiento de las visitas programadas por los acompañantes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Título profesional en Administración, Logística, Trabajo Social o carreras afines. • Experiencia mínima de 5 años en gestión de operaciones, preferiblemente en servicios para adultos mayores. • Conocimientos en planificación de servicios a domicilio y manejo de equipos. • Habilidades de liderazgo, comunicación efectiva y resolución de problemas.
Jefe de Operaciones	<ul style="list-style-type: none"> • Optimizar la logística de visitas en los distritos asignados. • Monitorear indicadores de calidad en el servicio, asegurando la satisfacción de los usuarios y sus familias. 	<ul style="list-style-type: none"> • Título profesional en Ingeniería Industrial, Administración o afines. • Experiencia mínima de 3 años en coordinación de operaciones. • Habilidades de liderazgo y manejo de equipos.
Coordinador de Finanzas	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyar en la elaboración de presupuestos y proyecciones financieras de la organización. 	<ul style="list-style-type: none"> • Título profesional o técnico en Contabilidad, Administración o Finanzas.

	<ul style="list-style-type: none"> • Supervisar los ingresos, egresos y asegurar la correcta conciliación bancaria. • Analizar y presentar informes financieros periódicos para la toma de decisiones. • Garantizar el cumplimiento de las obligaciones tributarias y contables. • Colaborar con el Gerente de Administración y Finanzas en la implementación de estrategias de control financiero. 	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia mínima de 2 años en funciones similares. • Conocimiento avanzado en manejo de software contable y Excel. • Habilidades analíticas y atención al detalle. • Conocimiento actualizado de normativas tributarias y laborales.
<hr/> <p>Coordinador de Recursos Humanos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Planificar y coordinar los procesos de reclutamiento, selección y contratación de personal. • Gestionar la inducción y capacitación de nuevos colaboradores. • Supervisar la elaboración de contratos, renovaciones y gestión documental del personal. • Monitorear el cumplimiento de normativas laborales y políticas internas. • Apoyar en la evaluación del desempeño y proponer estrategias de mejora. • Resolver conflictos laborales y fomentar un ambiente de trabajo positivo. • Administrar la nómina, beneficios y otros aspectos relacionados con el bienestar de los empleados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Título profesional en Psicología, Administración, Recursos Humanos o carreras afines. • Experiencia mínima de 2 años en gestión de recursos humanos. • Conocimientos en legislación laboral y manejo de software de gestión de RRHH. • Habilidades de comunicación, liderazgo y organización. • Capacidad para trabajar bajo presión y resolver problemas de manera efectiva.
<hr/> <p>Coordinador de Convenios</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar, negociar y formalizar convenios con instituciones, empresas y organizaciones aliadas. • Mantener y fortalecer relaciones con socios estratégicos. • Supervisar el cumplimiento de los términos y condiciones de los convenios establecidos. • Evaluar el impacto de los convenios y proponer mejoras o nuevas oportunidades. • Gestionar la documentación y renovaciones de los acuerdos existentes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Título profesional en Administración, Negocios Internacionales, Relaciones Públicas o carreras afines. • Experiencia mínima de 2 años en gestión de alianzas o convenios. • Habilidades de negociación, comunicación efectiva y manejo de relaciones interpersonales. • Conocimientos en elaboración de propuestas y redacción de documentos formales. • Manejo de herramientas de gestión y análisis.

<hr/>	<ul style="list-style-type: none"> • Coordinar con las áreas internas para asegurar la correcta implementación de los convenios. 	
<hr/>	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar y ejecutar estrategias publicitarias para promover los servicios de la organización. • Supervisar la creación de contenido para medios tradicionales y digitales. • Gestionar campañas publicitarias en plataformas como redes sociales y otros canales. • Analizar métricas de campañas y elaborar reportes de impacto publicitario. • Coordinar con agencias externas, proveedores y equipos internos para la implementación de campañas. • Asegurar el cumplimiento de los lineamientos de marca en todas las acciones publicitarias. 	<ul style="list-style-type: none"> • Título profesional en Marketing, Comunicación, Publicidad o carreras afines. • Experiencia mínima de 2 años en gestión de campañas publicitarias. • Conocimientos en herramientas de diseño y análisis de métricas (ej. Canva, Adobe, Google Analytics). • Creatividad, proactividad y capacidad para trabajar en equipo. • Dominio de estrategias publicitarias tanto en medios digitales como tradicionales.
<hr/>		

8.2.1. Fase 1: Preparación y Planificación Inicial (Duración: 1 mes)

El primer paso en la implementación es establecer el equipo de trabajo y desarrollar la infraestructura tecnológica necesaria para el servicio.

- **Formación del equipo:** Reclutar y entrenar a personal clave que formará parte del servicio, garantizando que cada miembro esté completamente preparado para cumplir con sus responsabilidades y ofrecer el mejor servicio posible.

- **Definición de perfiles de los puestos:**
 - Elaborar descripciones detalladas de los puestos requeridos, con las habilidades, competencias y experiencia necesarias.
 - Definir los requisitos específicos para cada puesto (acompañantes, gerentes, coordinadores, etc.).
 - Establecer las expectativas de desempeño y los KPI (Indicadores Clave de Desempeño) para cada puesto.

- **Proceso de selección y reclutamiento:**
 - **Acompañantes:** Buscar personal con experiencia en el cuidado de adultos mayores, con habilidades interpersonales y vocación de servicio.
 - **Coordinadores de Actividades:** Seleccionar personas con experiencia en gestión de eventos y actividades recreativas para adultos mayores.

- **Contratación e inducción:**
 - Realizar las entrevistas, pruebas de aptitud y seleccionar a los candidatos más adecuados.
 - Programar y llevar a cabo el proceso de inducción del personal, con orientación sobre la misión, visión, valores de la empresa y la naturaleza del proyecto.

- **Capacitación inicial del personal:**
 - Realizar sesiones introductorias sobre la atención a adultos mayores y el enfoque del servicio.

- Proveer de capacitación inicial sobre el uso de la plataforma y las expectativas sobre el servicio a los acompañantes, capacitadores, y coordinadores de actividades.
- **Desarrollo de la plataforma:** Crear y configurar una plataforma robusta que sea fácil de usar, accesible para los adultos mayores, y eficiente en la asignación de acompañantes, actividades y retroalimentación.
 - **Diseño de la plataforma:**
 - Trabajar con diseñadores de experiencia de usuario (UX) y desarrolladores de software para crear una plataforma accesible y amigable para los adultos mayores.
 - Incluir opciones de personalización (preferencias de actividades, horarios, etc.) y configuraciones de accesibilidad (texto grande, colores contrastados, voz en off, etc.).
 - **Desarrollo de funcionalidades:**
 - Crear un sistema de registro para los usuarios y sus familias, donde puedan completar sus datos personales y preferencias.
 - Establecer una base de datos para almacenar información de los usuarios (nombre, preferencias, historial de actividades, etc.).
 - Desarrollar un algoritmo de emparejamiento entre usuarios y acompañantes basado en las preferencias e intereses registrados por los usuarios.

- **Pruebas iniciales de la plataforma:**
 - Realizar pruebas internas (usabilidad, carga de datos, asignación de acompañantes, etc.) para asegurar que la plataforma esté libre de errores y sea fácil de navegar.
 - Configurar un canal de soporte técnico para solucionar problemas durante las pruebas.

- **Configuración de perfiles de usuarios y acompañantes:**
 - Configurar los perfiles de los usuarios y los acompañantes dentro de la plataforma, asegurando que toda la información necesaria esté cargada correctamente.
 - Probar la asignación de acompañantes según los criterios establecidos (afinidad, necesidades, disponibilidad).

- **Elaboración de contenido:** Desarrollar contenido adecuado y atractivo para los adultos mayores, diseñado para mejorar su bienestar físico, emocional y social a través de actividades recreativas y talleres.
 - **Diseño de actividades recreativas:**
 - Crear una variedad de actividades adaptadas a las diferentes capacidades físicas y cognitivas de los adultos mayores (por ejemplo, juegos de memoria, talleres de arte y manualidades, etc.).
 - Asegurar que las actividades sean inclusivas y accesibles para adultos mayores con discapacidades físicas o cognitivas.

- Incluir actividades que promuevan la interacción social y el bienestar emocional (charlas, actividades grupales).

- **Desarrollo de talleres iniciales:**

- Crear los primeros módulos de talleres educativos, que podrían incluir temas como "Estrategias para la estimulación cognitiva", "Técnicas para manejar el estrés y la ansiedad", o "Cómo fomentar la interacción social en tiempos de aislamiento".
- Diseñar materiales y guías fáciles de entender (videos, presentaciones, folletos).

- **Revisión y aprobación del contenido:**

- Realizar una revisión interna del contenido creado, garantizar que las actividades sean apropiadas y seguras.
- Asegurar que los acompañantes sean capacitados en cómo facilitar las actividades y usar el contenido de manera efectiva con los usuarios.

- **Programación de actividades iniciales:**

- Establecer el calendario de actividades para las primeras semanas de funcionamiento, considerando las preferencias de los usuarios y la disponibilidad de los acompañantes.
- Asegurar que las actividades estén equilibradas, tanto en términos de esfuerzo físico como de impacto emocional y cognitivo.

Tabla 37*Cronograma de la Fase 1: Preparación y Planificación Inicial*

Hito clave	Responsable	Fecha de Entrega
Formación del equipo	Recursos Humanos	Semana 1
Desarrollo de la plataforma	Gerente de IT	Semana 3
Programación de actividades iniciales	Coordinador de Actividades	Semana 4

Tabla 38*KPI - Indicadores Clave de Desempeño para la Fase 1: Preparación y Planificación Inicial*

Hito	KPI	Porcentaje ideal
Formación del equipo	Tasa de contratación de personal clave: % de personal contratado vs. planificado.	90% – 100 %
	Tasa de retención inicial del personal: % de personal que permanece después del mes.	85% – 90%
Desarrollo de la plataforma	Tiempo de desarrollo de la plataforma: Tiempo promedio desde el inicio hasta el lanzamiento.	100% a tiempo (3 semanas)
	Tasa de incidencias técnicas durante el desarrollo	Menos del 5 % de incidencias

Programación de actividades iniciales	Tasa de errores o fallas técnicas en la plataforma: % de incidencias técnicas detectadas durante la fase de desarrollo.	100% (todas las actividades iniciales)
	Nivel de preparación de los acompañantes: % de acompañantes capacitados para ejecutar actividades.	100% (capacitación inicial completada)

8.2.2. Fase 2: Capacitación y Pruebas Piloto (Duración: 2 meses)

Durante esta fase, se capacita al personal y se realizan pruebas piloto con un grupo reducido de usuarios.

- **Capacitación del personal:** El personal es entrenado en habilidades interpersonales y técnicas relacionadas con la atención de adultos mayores y el uso de la plataforma. El objetivo principal es asegurar que el personal esté bien preparado tanto en habilidades interpersonales como en el uso adecuado de la plataforma y la atención de adultos mayores. Se llevarán a cabo sesiones de capacitación que aborden:
 - Técnicas de comunicación efectiva con personas mayores.
 - Uso de la plataforma para facilitar la asignación de acompañantes, programación de actividades y resolución de problemas técnicos.
 - Estrategias para la gestión emocional y el apoyo psicológico a los adultos mayores.
- **Pruebas piloto:** Un grupo pequeño de usuarios realiza pruebas del servicio para identificar posibles mejoras. El objetivo principal es evaluar el servicio en

condiciones reales con un grupo reducido de usuarios para identificar posibles áreas de mejora antes del lanzamiento completo. Se llevarán a cabo con los siguientes detalles:

- Selección de un grupo representativo de usuarios (adultos mayores y sus familiares) para probar la plataforma y los servicios.
 - Realización de actividades recreativas y otros servicios del programa.
 - Recopilación de feedback detallado de los usuarios sobre la experiencia, la facilidad de uso de la plataforma y la calidad de la atención.
- **Ajustes y mejoras post-piloto:** Se implementan cambios en la plataforma y en las actividades según los comentarios y retroalimentación de los usuarios y el personal. El objetivo principal es incorporar los aprendizajes obtenidos durante las pruebas piloto para mejorar la plataforma y las actividades antes del lanzamiento oficial. Los detalles para esta fase son los siguientes:
 - Después de las pruebas piloto, se recopila retroalimentación tanto de los usuarios como del personal involucrado. Se pueden usar encuestas de satisfacción, entrevistas o incluso registros de incidencias.
 - Identificación de problemas recurrentes, tanto técnicos (plataforma) como operacionales (actividades o interacción con el personal).
 - Realización de ajustes necesarios en la interfaz de la plataforma, optimización de la asignación de acompañantes o solución de problemas técnicos reportados.
 - Rediseño de actividades recreativas y talleres, si fuera necesario, para mejorar la participación y satisfacción de los adultos mayores.

- Si se identifican áreas de oportunidad, se diseñan nuevas sesiones de formación o se ajustan las existentes para mejorar la preparación del personal.
- Los ajustes realizados se implementan de manera inmediata y se verifica su efectividad a través de un seguimiento.

Tabla 39

Cronograma de la Fase 2: Capacitación y Pruebas Piloto

Hito clave	Responsable	Fecha de Entrega
Capacitación del personal	Capacitador	Semana 5-6
Pruebas piloto con usuarios	Coordinador de Actividades	Semana 7-8
Ajustes y mejoras post-piloto	Consultor Especializado	Semana 8

Tabla 40

KPI - Indicadores Clave de Desempeño para la Fase 2: Capacitación y Pruebas Piloto

Hito clave	KPI	Porcentaje ideal
Capacitación del personal	Tasa de finalización de la capacitación.	90-100%
	Índice de satisfacción de los acompañantes con la capacitación.	80-90% de satisfacción
Pruebas piloto con usuario	Tasa de participación en las pruebas piloto.	80-90% de usuarios registrados
	Índice de satisfacción de los usuarios en pruebas piloto.	80-85% de satisfacción

	Número de problemas detectados durante las pruebas piloto.	Menos del 10% de problemas mayores
Ajustes post-piloto	% de ajustes implementados post-piloto.	85-100% de ajustes relevantes
	Tiempo de respuesta y resolución de incidencias.	Menos de 48 horas por incidencia

8.2.3. Fase 3: Implementación Completa (Duración: 3 meses)

Se realiza el despliegue completo del servicio, conectando a los usuarios con los acompañantes y comenzando la ejecución de las actividades recreativas.

- **Lanzamiento del servicio:** Registro de usuarios y asignación de acompañantes. El objetivo principal es realizar la implementación inicial del servicio a gran escala, comenzando a conectar a los usuarios con sus acompañantes y proporcionando todas las herramientas necesarias para su interacción.

○ **Registro de usuarios:**

- El equipo de marketing y los coordinadores de actividades se encargan de captar usuarios para el servicio mediante campañas de sensibilización y contacto directo con familias.
- Los usuarios o sus familias crean perfiles en la plataforma, donde se registran detalles como sus preferencias de actividades, intereses, horarios y necesidades de apoyo específicas.
- El proceso incluye la recopilación de datos como condiciones médicas básicas (si aplica) y seguros de vida para garantizar una mejor asignación de los acompañantes.

○ **Asignación de acompañantes:**

- Usando los datos proporcionados, el sistema de la plataforma asigna a cada usuario un acompañante basado en la afinidad de intereses, habilidades y la disponibilidad.
- Los coordinadores de actividades revisan y validan las asignaciones, asegurando que el acompañante seleccionado cumpla con los requerimientos específicos del adulto mayor, como experiencia en manejo de enfermedades o apoyo emocional.
- Se establece una comunicación inicial entre el usuario y el acompañante para coordinar detalles previos a la primera actividad.

- **Comunicación inicial y bienvenida:**
 - El equipo de soporte y los coordinadores de actividades proporcionan una sesión introductoria para explicar cómo funcionará el servicio, las expectativas y los procedimientos para las interacciones entre el acompañante y el usuario.
 - A través de un correo electrónico, se envían los detalles del acompañante asignado.

- **Ejecución de actividades:** Los acompañantes llevan a cabo las actividades programadas con los adultos mayores. El objetivo principal es iniciar y dar continuidad a la ejecución de actividades programadas para promover el bienestar físico y emocional de los adultos mayores. Las actividades deben adaptarse a las necesidades y capacidades de cada usuario.
 - Los acompañantes comienzan a realizar las actividades según lo programado (recreativas, cognitivas, terapéuticas, etc.). Las actividades pueden incluir juegos de memoria, talleres de arte, caminatas, actividades al aire libre, dependiendo de los intereses y la movilidad del usuario.
 - Los acompañantes se aseguran de que cada actividad se lleve a cabo con una supervisión adecuada, promoviendo la participación activa del adulto mayor.
 - Se realiza un seguimiento del cumplimiento de los objetivos de cada actividad (físicos, emocionales, sociales).

- **Monitoreo de la participación:**
 - Los coordinadores de actividades hacen un seguimiento regular del progreso de las actividades, realizando llamadas de seguimiento a los usuarios y familiares para asegurarse de que el adulto mayor está disfrutando de las actividades y se encuentra motivado.
 - Los acompañantes completan informes semanales sobre las actividades realizadas y cualquier ajuste necesario.

- **Adaptación de actividades:**
 - Basado en la retroalimentación de los acompañantes y los usuarios, se ajustan las actividades para que sean más atractivas y adecuadas. Si un adulto mayor muestra un desinterés o dificultad para participar en una actividad, el acompañante modificará la actividad para ajustarla a sus preferencias o capacidades.
 - Los coordinadores de actividades revisan y sugieren nuevas dinámicas si es necesario para mantener el interés de los participantes.

- **Soporte técnico:** Los consultores especializados brindan soporte en caso de incidencias técnicas. El objetivo principal es asegurar que todos los aspectos técnicos del servicio funcionen de manera continua y sin interrupciones, proporcionando asistencia en caso de incidencias relacionadas con la plataforma.
 - **Asistencia técnica continua:**
 - El equipo de DTI estará disponible para resolver cualquier incidencia técnica relacionada con el uso de la plataforma (errores en el sistema,

problemas de acceso, problemas de programación de actividades, etc.).

- Se establecerá un canal de soporte directo con la gerencia de IT para usuarios, acompañantes y coordinadores, que podrán reportar problemas técnicos a través de una línea telefónica dedicada.
- Se realizarán revisiones periódicas de la plataforma para identificar posibles problemas técnicos y hacer ajustes preventivos.

○ **Resolución de problemas y ajustes:**

- Si un usuario o acompañante reporta fallas en el sistema, los especialistas harán una revisión exhaustiva para identificar la causa y corregirla. Esto incluye la actualización de la plataforma o la reparación de cualquier componente técnico que esté afectando la experiencia del usuario.
- Los problemas más comunes, como dificultades de acceso o dificultades con la programación de actividades, serán gestionados de manera inmediata para evitar que interfieran con la continuidad del servicio.

○ **Actualización de la plataforma:**

- Los datos recopilados durante la ejecución de las actividades (retroalimentación de usuarios, desempeño de los acompañantes, comentarios sobre la plataforma) permitirán realizar mejoras continuas en la plataforma.

- Se implementarán actualizaciones periódicas basadas en la retroalimentación y los reportes de incidencias técnicas.

Tabla 41*Cronograma de la Fase 3: Implementación Completa*

Hito clave	Responsable	Fecha de Entrega
Registro de usuarios y asignación	Coordinador de Actividades	Semana 9-10
Ejecución de actividades recreativas	Acompañante	Semana 10-12
Soporte técnico y resolución de problemas	Consultor Especializado	Semana 10-12

Tabla 42*KPI - Indicadores Clave de Desempeño para la Fase 3: Implementación Completa*

Hito clave	KPI	Porcentaje ideal
Registro de usuarios y asignación	Tasa de registro de usuarios.	80-100% de usuarios objetivos
	Tasa de asignación correcta de acompañantes.	90-100% de asignaciones correctas
	Tasa de cumplimiento de actividades programadas.	90-100% de actividades ejecutadas

Ejecución de actividades recreativas	Índice de participación de los usuarios.	80-85% de satisfacción
	Índice de satisfacción de los usuarios.	80 – 85% de satisfacción
Soporte técnico y resolución de problemas	Tasa de resolución de incidencias técnicas.	95-100% de ajustes relevantes
	Tiempo promedio de respuesta a problemas técnicos.	Menos de 24 - 48 horas por incidencia

8.2.4. Fase 4: Evaluación y Ajustes Continuos (Duración: Indefinida)

El monitoreo continuo y los ajustes basados en la retroalimentación son esenciales para el éxito del programa.

Evaluación mensual: Desarrollar contenido adecuado y atractivo para los adultos mayores, diseñado para mejorar su bienestar físico, emocional y social a través de actividades recreativas y talleres.

- **Diseño de actividades recreativas:**
 - Crear una variedad de actividades adaptadas a las diferentes capacidades físicas y cognitivas de los adultos mayores (por

ejemplo, ejercicios físicos leves, juegos de memoria, talleres de arte y manualidades, etc.).

- Asegurar que las actividades sean inclusivas y accesibles para adultos mayores con discapacidades físicas o cognitivas.
- Incluir actividades que promuevan la interacción social y el bienestar emocional (charlas, juegos colaborativos, actividades grupales).

○ **Desarrollo de talleres iniciales:**

- Crear los primeros módulos de talleres educativos, que podrían incluir temas como "Estrategias para la estimulación cognitiva" o "Cómo fomentar la interacción social en tiempos de aislamiento".
- Diseñar materiales y guías fáciles de entender (videos, presentaciones, folletos).

○ **Revisión y aprobación del contenido:**

- Realizar una revisión interna del contenido creado.
- Asegurar que los acompañantes sean capacitados en cómo facilitar las actividades y usar el contenido de manera efectiva con los usuarios.

- **Programación de actividades iniciales:**
 - Establecer el calendario de actividades para las primeras semanas de funcionamiento, considerando las preferencias de los usuarios y la disponibilidad de los acompañantes.
 - Asegurar que las actividades estén equilibradas, tanto en términos de esfuerzo físico como de impacto emocional y cognitivo.
- **Ajustes en la plataforma:** Realizar mejoras técnicas y funcionales en la plataforma con base en los comentarios y sugerencias de los usuarios, asegurando que el servicio sea cada vez más eficiente y adaptado a las necesidades de los usuarios.
 - **Monitoreo de incidencias y retroalimentación:**
 - Recopilar comentarios específicos sobre la experiencia en la plataforma, tales como problemas técnicos (errores de carga, problemas de navegación) o sugerencias para nuevas funcionalidades (por ejemplo, mejorar la accesibilidad o la personalización de las actividades).
 - Incluir en los informes mensuales un desglose de los problemas técnicos más comunes reportados por los usuarios.
 - **Priorización de ajustes y mejoras:**
 - Con base en los comentarios recibidos, priorizar las mejoras que deben realizarse.
 - Establecer un calendario de ajustes y mejoras mensuales.

- **Planificación de nuevas funcionalidades:**
 - Definir nuevas funcionalidades que podrían mejorar la experiencia de los usuarios, añadir más actividades personalizadas o integrar notificaciones automáticas.

- **Actualización de la plataforma:**
 - Trabajar con el equipo de desarrollo para implementar las mejoras necesarias en la plataforma, ya sea en términos de diseño, funcionalidad o estabilidad.
 - Realizar pruebas internas de las nuevas características antes de su lanzamiento para asegurar que no se presenten nuevos problemas.

- **Testing de nuevas funcionalidades:**
 - Realizar pruebas de usabilidad para verificar que las nuevas funciones o mejoras sean efectivas y fáciles de usar para los usuarios.
 - Solicitar a un grupo de usuarios de prueba (que puede incluir tanto adultos mayores como familiares) que interactúen con las nuevas funcionalidades y proporcionen retroalimentación.

- **Capacitación continua:** Mantener actualizado y bien preparado al equipo para brindar el mejor servicio posible, tanto en términos técnicos como de atención a los usuarios.
 - **Revisión de desempeño del equipo:**
 - Evaluar el desempeño mensual del personal (accesibilidad, habilidades de acompañamiento, manejo de la plataforma). Esto se puede hacer

mediante encuestas internas o entrevistas periódicas con los miembros del equipo.

○ **Retroalimentación de usuarios y familiares:**

- Analizar las encuestas de satisfacción de los usuarios y familiares para identificar áreas en las que el personal puede necesitar más capacitación (por ejemplo, habilidades de comunicación, manejo de situaciones difíciles, etc.).

○ **Actualización de contenidos y programas de formación:**

- Desarrollar módulos de formación continua adaptados a las necesidades de los acompañantes, capacitadores y coordinadores. Esto puede incluir la actualización sobre nuevas técnicas de acompañamiento, nuevas herramientas tecnológicas, y mejores prácticas.
- Incluir temas como bienestar emocional, manejo de enfermedades comunes en adultos mayores (por ejemplo, demencia, Alzheimer), y habilidades en la plataforma.

○ **Programación de capacitaciones periódicas:**

- Organizar y llevar a cabo talleres trimestrales para mantener al equipo actualizado y fortalecer las habilidades interpersonales y técnicas.
- Incluir sesiones de retroalimentación para que el personal pueda expresar sus dudas y sugerencias.

- **Evaluación de efectividad de las capacitaciones:**
 - Realizar encuestas o evaluaciones para medir el impacto de las capacitaciones. Analizar si las nuevas formaciones mejoraron la calidad del servicio y si se corrigieron los problemas previamente identificados.

Tabla 43

Cronograma de la Fase 4: Evaluación y ajustes continuos

Hito clave	Responsable	Fecha de Entrega
Evaluación continua y ajustes del servicio	Coordinador de Actividades	Mensual
Revisión y actualización de la plataforma	Consultor Especializado	Mensual
Formación continua del personal	Capacitador	Trimestral

Tabla 44*KPI - Indicadores Clave de Desempeño para la Fase 4: Evaluación y ajustes continuos*

Hito clave	KPI	Porcentaje ideal
Evaluación continua y ajustes del servicio	Índice de satisfacción del usuario.	80-90% de satisfacción promedio
	Tasa de mejora continua en el servicio.	85-100% de mejoras implementadas
Revisión y actualización de la plataforma	Tasa de actualización de la plataforma.	100% actualizaciones según lo programado
	Tasa de efectividad de las actualizaciones.	90-100% de reducción de incidencias tras actualización.
Formación continua del personal	Tasa de participación en la formación continua.	90-100% de acompañantes participando.

8.2 Conclusiones

El proyecto "Un Amigo para Un Abuelito" aborda la creciente necesidad de apoyo emocional y compañía para los adultos mayores, un segmento de la población que enfrenta aislamiento y soledad. La iniciativa busca mejorar significativamente la calidad de vida de estos individuos al fomentar la inclusión y promover un envejecimiento activo y saludable. Los estudios citados en este trabajo demuestran que la soledad y el aislamiento social son predictores clave de problemas de salud mental como la depresión y la ansiedad en los adultos mayores. Esto subraya la necesidad de intervenciones que fomenten interacciones sociales significativas para prevenir el deterioro mental y emocional.

El programa propuesto no solo tiene un impacto positivo en el bienestar emocional y físico de los adultos mayores, sino que también se presenta como una solución rentable en el contexto del crecimiento demográfico de esta población. La investigación subraya la importancia crítica de abordar el problema de soledad y aislamiento entre los adultos mayores, destacando no solo las consecuencias emocionales y psicológicas, sino también los impactos físicos, como un mayor riesgo de enfermedades cardiovasculares y, por ende, hospitalizaciones. Es importante resaltar la necesidad de soluciones innovadoras que se adapten a las necesidades individuales de los adultos mayores; por ello, el proyecto incluye actividades interactivas y servicios personalizados, que además de mitigar la soledad, también promueven la autonomía y la dignidad de los ancianos. Finalmente, se considera que proyectos como el de "Un Amigo para un Abuelito" están aptos para lograr beneficios inmediatos en términos de salud y bienestar, y, además, ofrecer beneficios económicos y sociales a largo plazo, reduciendo potencialmente los gastos incurridos en salud y aumentando la participación activa de los adultos mayores en la sociedad.

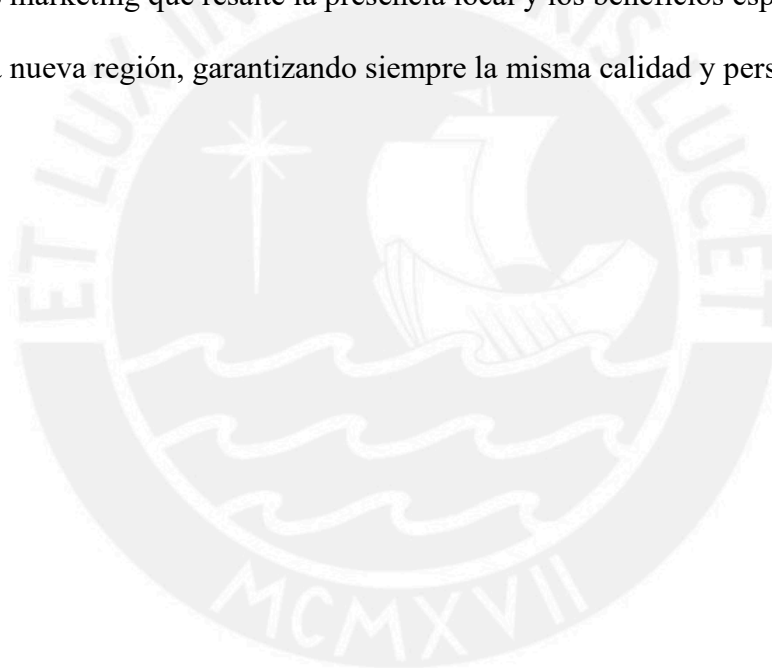
8.3 Recomendaciones

La implementación de este proyecto puede beneficiarse significativamente al considerar iniciativas que busquen ampliar el alcance del proyecto y, además, garantizar la excelencia en el servicio y la satisfacción tanto de los usuarios como de sus familiares: La mejora continua del personal es esencial para mantener la calidad del servicio. La empresa puede implementar un programa estructurado de desarrollo profesional que incluya evaluaciones regulares del desempeño, talleres de actualización y programas de mentoría. Además, fomentar la participación en seminarios y conferencias sobre geriatría y bienestar emocional de adultos mayores permitirá al equipo mantenerse al día con las mejores prácticas y tendencias del sector. Incentivar la formación y el desarrollo personal no solo mejorará la calidad del servicio, sino que también aumentará la satisfacción y retención del personal. Para ofrecer un servicio más integral y enriquecedor, el proyecto podría formar un equipo multidisciplinario e intergeneracional que combine diversas perspectivas y habilidades. Este equipo puede incluir profesionales de la salud, psicólogos, trabajadores sociales, y jóvenes voluntarios, entre otros. La diversidad en el equipo permitirá abordar las necesidades de los adultos mayores de manera holística, combinando el conocimiento técnico con la energía y creatividad de las generaciones más jóvenes. Esta integración promoverá un intercambio de experiencias valioso y fomentará un ambiente de aprendizaje mutuo y respeto intergeneracional.

Para fortalecer los lazos familiares y asegurar una experiencia más enriquecedora para los adultos mayores, el servicio podría implementar actividades periódicas que involucren a los familiares. Esto puede incluir eventos sociales, talleres de manualidades, actividades recreativas al aire libre y sesiones de convivencia. La participación activa de las familias no solo proporcionará un apoyo emocional adicional a los usuarios, sino que también ayudará a los familiares a comprender y valorar el conjunto de actividades realizadas, creando una

comunidad de apoyo y confianza. Además, la retroalimentación de las familias en estas actividades puede proporcionar valiosos insights para mejorar y adaptar continuamente la plataforma y sus servicios.

"Un Amigo para un Abuelito" podría considerar la expansión gradual a otros distritos de Lima y a otras ciudades del país. Para lograrlo, es fundamental realizar un análisis de mercado exhaustivo para identificar áreas con alta demanda potencial. Una vez identificadas, se puede establecer una red de centros de operaciones regionales que permitan una gestión eficiente y adaptada a las particularidades de cada zona. La expansión debe ir acompañada de una campaña de marketing que resalte la presencia local y los beneficios específicos del servicio en cada nueva región, garantizando siempre la misma calidad y personalización del servicio.



Referencias

- Adams, K. B., Leibbrandt, S., & Moon, H. A. (2011). A critical review of the literature on social and leisure activity and wellbeing in later life. *Ageing and Society*, 31(4), 683–712. <https://doi.org/10.1017/S0144686X10001091>
- Alonso, M. (2023). Las 5 fuerzas de Porter: Cómo analizar a la competencia. *Asana*. <https://asana.com/es/resources/porters-five-forces>
- Asociación Peruana de Empresas de Inteligencia de Mercado [APEIM]. (2024, enero). *Niveles socioeconómicos 2023–2024*. Asociación Peruana de Empresas de Inteligencia de Mercado. <https://apeim.com.pe/wp-content/uploads/2024/01/APEIM-Informe-de-Niveles-Socioeconomicos-2023-2024-Version-WEB.pdf>
- Banco Central de Reserva del Perú. (2015). *Reporte de inflación: Panorama actual y proyecciones macroeconómicas 2015-2017*. <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Inflacion/2015/diciembre/reporte-de-inflacion-diciembre-2015.pdf>
- BMF School. (2022). *Poder de negociación de proveedores*. BMF School. <https://bmfschool.com/2022/03/28/poder-negociacion-proveedores/>
- Centro Nacional de Epidemiología, Prevención y Control de Enfermedades (CDC). (2020). *Carga de enfermedad en Lima*, 2018. <https://www.dge.gob.pe/portal/docs/tools/CargaEnfermedad/2020/LIMA.pdf>
- Centro para el Control y la Prevención de Enfermedades. (2021). *Soledad y aislamiento social vinculados a afecciones graves*. <https://www.cdc.gov/aging/spanish/features/lonely-older-adults.html>

Christensen, C. M., Raynor, M. E., & McDonald, R. (2015). *Competing Against Luck: The Story of Innovation and Customer Choice*. HarperBusiness.

<https://www.harpercollins.com/>

Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL]. (2024). *Estimación del precio social del carbono para la evaluación de la inversión pública en países de América Latina y el Caribe: Informe Final: Cálculo del Precio Social del Carbono para el Perú*. Naciones

Unidas. https://www.mef.gob.pe/contenidos/inv_publica/docs/parametros_evaluacion_social/Precio_Social_Carbono.pdf

Clemente, S., & Chumpitaz, T. (2019). *Trabajo de investigación* (Tesis de

Bachiller). https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/3101/Susy%20Clemente_Takemy%20Chumpitaz_Trabajo%20de%20Investigacion_Bachiller_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Crecenegocios. (2023). *Fuerzas de Porter*.

Crecenegocios. https://www.crecenegocios.com/fuerzas-de-porter/#google_vignette

Díaz-Morales, J. F., & Sorroche, M. G. (2020). Relación entre soledad y satisfacción con la vida en la vejez: El rol de la resiliencia y la autenticidad. *Revista de Psicología*, 36(2), e2695. <https://doi.org/10.24836/25187034.2695>

Díaz, J. G. (2021). Gestión de las 5 fuerzas de Porter en el reposicionamiento de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Trujillo a Cooperativa de Servicios Múltiples, año 2020. *Universidad Privada Antenor*

Orrego. https://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12759/7628/REP_DUGLANGELA.DIAZ_JUAN.GONZALES_GESTI%D3N.DE.LAS.5.FUERZAS.pdf;jsessionid=118CFACBCCE08DDE48E16C2B0A9A7CB1?sequence=1

EAE Business School. (2023). Cómo controlar la amenaza de productos sustitutos. *EAE Business School*. <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/como-controlar-la-amenaza-de-productos-sustitutos/>

El Comercio. (2023). Salud mental de los adultos mayores: La soledad y el aislamiento social como factores de riesgo. *El Comercio*. <https://elcomercio.pe/lima/salud-mental-de-los-adultos-mayores-la-soledad-y-el-aislamiento-social-como-factores-de-riesgo-cuidado-ancianos-tratamiento-trastornos-mentales-poblacion-de-riesgo-atencion-noticia/?ref=ecr>

Faiteh, A., & Aasri, M. R. (2022). Accounting beta as an indicator of risk measurement: The case of the Casablanca Stock Exchange. *Risks*, 10(8). <https://doi.org/10.3390/risks10080149>

FasterCapital. (2024). Investigación de mercado de cuidado de personas mayores: Navegando por el panorama competitivo del mercado de cuidado de personas mayores: Un análisis de investigación. <https://fastercapital.com/es/contenido/Investigacion-de-mercado-de-cuidado-de-personas-mayores--Navegando-por-el-panorama-competitivo-del-mercado-de-cuidado-de-personas-mayores--un-analisis-de-investigacion.html>

FasterCapital. (2024). Investigación de mercado de atención a personas mayores que abre oportunidades empresariales en el mercado de atención a personas mayores. <https://fastercapital.com/es/contenido/Investigacion-de-mercado-de-atencion-a-personas-mayores-que-abre-oportunidades-empresariales-en-el-mercado-de-atencion-a-personas-mayores.html>

- FasterCapital. (2024). Comprender las expectativas y necesidades del cliente. <https://fastercapital.com/es/tema/comprender-las-expectativas-y-necesidades-del-cliente.html>
- George, D. R., & Singer, M. E. (2011). Intergenerational volunteering and quality of life for persons with mild to moderate dementia: Results from a 5-month intervention study in the United States. *The American Journal of Geriatric Psychiatry*, 19(4), 392-396. <https://doi.org/10.1016/j.jagp.2010.08.008>
- Gómez Restrepo, C. A., & García Molina, M. (n.d.). Supuestos implícitos en la utilización del Capital Assets Pricing Model – CAPM - para el cálculo del costo del capital propio – equity-. *Documento Doctorado FCE-CID No 1*, Universidad Nacional de Colombia. <https://fce.unal.edu.co/centroeditorial/documentos/documentosDoctorado/documentos-doctorado-1.pdf>
- Gutiérrez-Rodríguez, O., & Puente-Martínez, A. (2021). Personalidad y empatía en alumnos de medicina. *Educación Médica*, 22(1), 66-72. <https://doi.org/10.1016/j.edumed.2020.05.013>
- Harris, M. A., & Molloy, G. J. (2019). Exploring the bidirectional associations between loneliness and cognitive functioning over 10 years: The English Longitudinal Study of Ageing. *Social Science & Medicine*, 241, 112540. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2019.112540>
- Hernández Morales, J., & De la Cruz Anco, L. F. (2018). Cuestionamiento del uso del modelo CAPM para valorización de instrumentos financieros. *Revista Lidera, Pontificia Universidad Católica del Perú*. <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/revistalidera/article/download/23620/22590/>

- Herrera, A., & Guzmán, A. (2012). Reflexiones sobre calidad de vida, dignidad y envejecimiento. *Revista Médica de Chile*, 140(10), 1266-1274. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0716864012702754>
- Hogan, B., Linden, W., & Najarian, B. (2017). Social support interventions: Do they work? *PLOS ONE*, 12(1), e0181442. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0181442>
- HubSpot. (2023, mayo 12). Calidad del servicio: Qué es, cómo se mide y cómo mejorarla. *HubSpot*. <https://blog.hubspot.es/service/calidad-del-servicio>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI]. (2024). *Situación de la población adulta mayor*. https://m.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin_adulto_mayor_1t24.pdf
- Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI]. (2023). *Nota de prensa N°129*. <https://m.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/noticias/nota-de-prensa-no-129-2023-inei.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI]. (2022). *Nota de prensa N°111*. <https://m.inei.gob.pe/prensa/noticias/el-725-de-la-poblacion-de-6-y-mas-anos-de-edad-del-pais-accedio-a-internet-en-el-primer-trimestre-de-2022-13767/>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI]. (2022). *Nota de prensa N°105*. <https://m.inei.gob.pe/prensa/noticias/poblacion-peruana-alcanzo-los-33-millones-de-habitantes-en-el-ano-del-bicentenario12969/#:~:text=Asimismo%2C%20la%20población%20de%2060,5%25%20en%20el%20año%202021.>

Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI]. (2021). *Situación de la Población Adulta*

Mayor. https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin_adulto_mayor_1.pdf

Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI]. (2018). *Adultos mayores de 70 y más años de edad que viven*

solos. https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1577/Libro01.pdf

Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI]. (2014). *Anuario de estadísticas ambientales*

2014. https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1197/cap04.pdf

Instituto Nacional de Salud Mental. (2022). *La soledad agudiza el desarrollo de la demencia y depresión en los adultos mayores*. Recuperado

de <https://www.gob.pe/institucion/minsa/noticias/824611-la-soledad-agudiza-el-desarrollo-de-la-demencia-y-depresion-en-los-adultos-mayores>

Jagannathan, R., & Wang, Z. (1996). The conditional CAPM and the cross-section of expected returns. *The Journal of Finance*, 51(1), 3-

53. <https://doi.org/10.2307/2329301>

Jiménez, R., & Tamata, J. (2015). *Manejo de poder en el proceso de negociación. Caso de estudio: Southern Textil Network y Cotexur, alianza estratégica entre empresa y proveedor*. Universidad Peruana de Ciencias

- Aplicadas. <https://upc.aws.openrepository.com/bitstream/handle/10757/621487/Tema38-Jimenez-Rigacci-Tamata.pdf?sequence=5&isAllowed=y>
- Ley de las Personas Adultas Mayores (2006). *Normas legales, N°28803, Diario Oficial El Peruano*. <https://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/28803.pdf>
- Løkken, L. A. (2011). *Designing social interventions: Needs, solutions, and consequences*. Scandinavian Journal of Design.
- López, J., & García, M. (2018). Una aplicación del marco de las cinco fuerzas de Porter al grupo BMW. *3 Ciencias Tecnología*. https://3ciencias.com/wp-content/uploads/2018/06/Articulo_1.pdf
- MF Formación. (s.f.). *Michael Porter y las cinco fuerzas*. <https://blogs.imf-formacion.com/blog/mba/michael-porter-cinco-fuerzas/>
- Ministerio de Economía y Finanzas [MEF]. (2019). *ANEXO N° 11: PARÁMETROS DE EVALUACIÓN SOCIAL*. https://www.mef.gob.pe/contenidos/inv_publica/anexos/anexo11_directiva001_2019EF6301.pdf
- Ministerio de Salud de Chile. (2023). *Guía del Envejecimiento y Salud Mental en Personas Mayores*. <https://midap.org>
- Ministerio de Salud del Perú. (2021). ¿Por qué es importante cuidar la salud mental de los adultos mayores? Recuperado de <https://www.gob.pe/institucion/minsa/noticias/14843-por-que-es-importante-cuidar-la-salud-mental-de-los-adultos-mayores>
- Ministerio de Salud del Perú. (2023). La soledad agudiza el desarrollo de la demencia y depresión en los adultos mayores. Recuperado

de <https://www.gob.pe/institucion/minsa/noticias/824611-la-soledad-agudiza-el-desarrollo-de-la-demencia-y-depresion-en-los-adultos-mayores>

Molina A., H., & Del Carpio G., J. (n.d.). La tasa de descuento en la evaluación de proyectos y negocios empresariales. *Revista de Investigación de la UNMSM*, 7(1), 42-54. Recuperado de <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/idata/article/download/6106/5298>

Naciones Unidas (2024). *Transformar nuestro mundo: La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible*. <https://sdgs.un.org/2030agenda>

National Academies of Sciences, Engineering, and Medicine. (2020). *Social isolation and loneliness in older adults: Opportunities for the health care system*. The National Academies Press. <https://doi.org/10.17226/25663>

Observatorio Ceplan. (2024, noviembre). *Cambios en la estructura etaria de la población*. <https://observatorio.ceplan.gob.pe/ficha/t4> Organización Mundial de la Salud. [OMS]. (2021). *Social isolation and loneliness among older people: Advocacy brief*. <https://iris.who.int/bitstream/handle/10665/343206/9789240030749-eng.pdf?sequence=1>

Organización Mundial de la Salud. [OMS]. (2023). *Salud mental de los adultos mayores*. <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/mental-health-of-older-adults> Organización de Naciones Unidas [ONU]. (2022). *Envejecimiento. Desafíos globales*. <https://www.un.org/es/globalissues/ageing#:~:text=%C3%9Altimas%20tendencias%20en%20el%20envejecimiento%20de%20la%20poblaci%C3%B3n>

[&text=La%20proporci%C3%B3n%20de%20personas%20de,%20al%2016%25%20en%202050](#)

Organización Mundial de la Salud. [OMS]. (2023). *Salud mental de los adultos*

mayores. <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/mental-health-of-older-adults> Organización de Naciones Unidas [ONU]. (2022). *Envejecimiento.*

Desafíos

globales. <https://www.un.org/es/globalissues/ageing#:~:text=%C3%9Altimas%20tendencias%20en%20el%20envejecimiento%20de%20la%20poblaci%C3%B3n&text=La%20proporci%C3%B3n%20de%20personas%20de,%20al%2016%25%20en%202050>

Porter, M. E. (2008). *Ser competitivo*. Harvard Business

School. https://pladlibroscl0.cdnstatics.com/libros_contenido_extra/35/34984_Ser_competitivo.pdf

Porter, M. E. (2014). *Las 5 fuerzas competitivas*. [https://utecno.wordpress.com/wp-](https://utecno.wordpress.com/wp-content/uploads/2014/05/las_5_fuerzas_competitivas-michael_porter-libre.pdf)

[content/uploads/2014/05/las_5_fuerzas_competitivas-michael_porter-libre.pdf](https://utecno.wordpress.com/wp-content/uploads/2014/05/las_5_fuerzas_competitivas-michael_porter-libre.pdf)

Repositorios Latinoamericanos. (2021). *Análisis de los vínculos de amistad y cambios de la red de apoyo social en la*

vejez. <https://repositorioslatinoamericanos.uchile.cl/handle/2250/4415998>

Reyes-Clavijo, M. A., Pinos-Luzuriaga, L. G., Orellana-Osorio, I. F., & Tonon-Ordóñez,

L. B. (2023). Modelo de valoración de activos financieros (CAPM) aplicado al sector empresarial de Ecuador. *RETOS: Revista de Ciencias de Administración y Negocios*, 25, 113-126. <https://doi.org/10.17163/ret.n25.2023.08>

- Santander Openbank. (2022). 5 fuerzas de Porter. *Santander Openbank*. <https://www.santanderopenacademy.com/es/blog/5-fuerzas-de-porter.html>
- Santos, D. (2022). Estrategias genéricas de Porter: ¿Qué son y cómo aplicarlas a tu negocio? *HubSpot*. <https://blog.hubspot.es/marketing/estrategias-genericas-de-porter>
- Sharifi, S., Babaei Khorzoughi, K., & Rahmati, M. (2024, abril). The association between intergenerational relationships and depression among older adults: A comprehensive systematic literature review. *Archives of Gerontology and Geriatrics*, 119, 104103. <https://doi.org/10.1016/j.archger.2023.104103>
- Sixsmith, A., & Gutman, G. (Eds.). (2013). *Technologies for active aging* (Vol. 9, pp. 7-27). Springer. <https://doi.org/10.1007/978-1-4419-8348-0>
- Statista Search Department. (2024). Tasa de fertilidad mundial 2004-2021. Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/657184/tasa-de-fertilidad-a-nivel-mundial/>
- Statista Search Department. (2023). Aumenta la esperanza de vida en el mundo. Statista. <https://es.statista.com/grafico/29351/esperanza-de-vida-al-nacer-estimada-por-region>
- ThePower Business School. (2019). Las 5 fuerzas de Porter: Qué son y cómo aplicarlas en tu estrategia de negocio. ThePower Business School. <https://thepower.education/blog/las-5-fuerzas-de-porter>

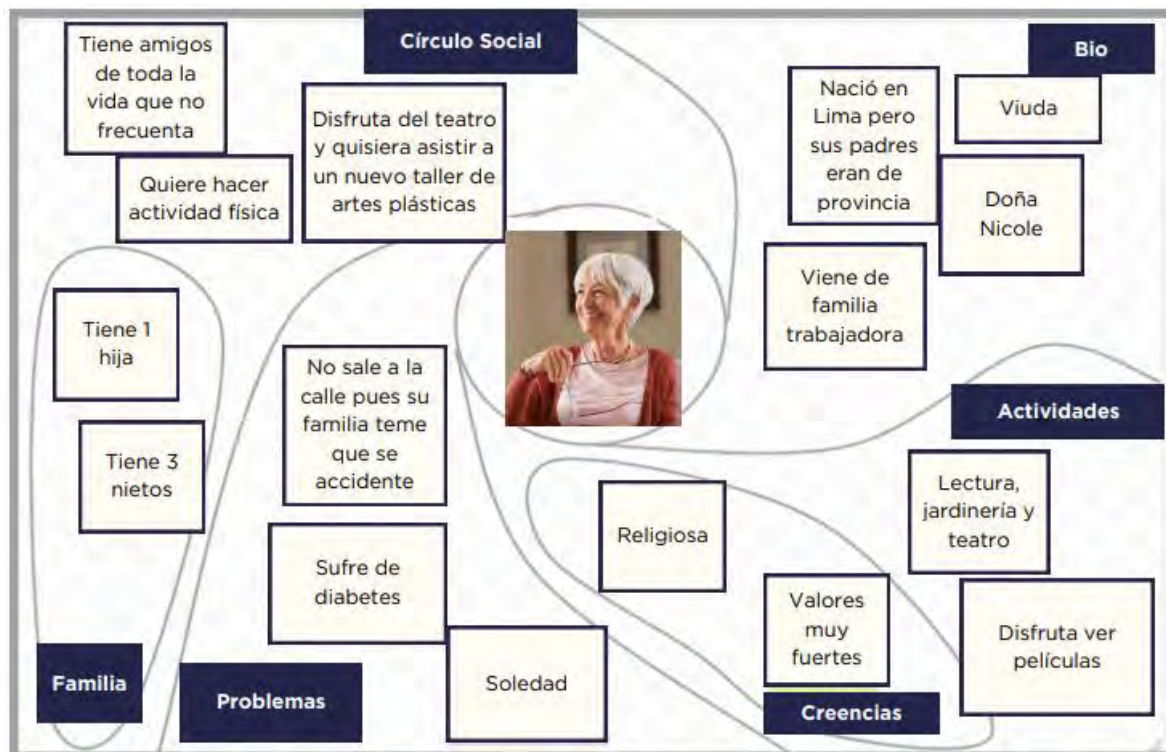
UnivDatos Market Insights. (2022). Mercado de servicios de cuidado de ancianos.

UnivDatos Market Insights. <https://univdatos.com/es/report/elderly-care-service-market/>





Apéndice

Apéndice A: Lienzo Meta Usuario



Apéndice B: Lienzo 6x6

 <p>OBJETIVO</p> <p>Reducir la soledad y el aislamiento social en adultos mayores, para contribuir a mejorar su bienestar emocional, promover la inclusión social y mejorar su calidad de vida.</p>	 <p>NECESIDADES</p> <p>Los adultos mayores necesitan una compañía confiable y permanente, sentirse valorados y queridos por su familia, realizar actividades que les brinden alegría, así como, sentirse capaces de desenvolverse día a día, aunque tengan algunas limitaciones.</p>
---	--

<p>¿Qué actividades pueden reducir la soledad y el aislamiento en adultos mayores?</p>	<p>¿Cómo se puede mejorar el bienestar emocional de los adultos mayores, así como mejorar su calidad de vida?</p>	<p>¿Cómo podemos facilitar la conexión de una relación de confianza y afinidad entre el adulto mayor y su acompañante?</p>	<p>¿Cómo podemos asegurar que el acompañante proporcione una compañía constante y reconfortante para los adultos mayores?</p>	<p>¿Qué actividades recreativas serían atractivas para los adultos mayores?</p>	<p>¿Qué acciones se pueden implementar para brindarles la sensación de autonomía a los adultos mayores, a pesar de sus limitaciones?</p>
<p>Realizar talleres de cine, música, arte, cocina, o cualquier actividad que promueva el desarrollo y aprendizaje en áreas de interés.</p>	<p>Mantener conversaciones frecuentes y significativas, mostrando interés en sus experiencias y opiniones.</p>	<p>Lo ideal es que el acompañante tenga algo en común con el adulto mayor a fin de que se potencie la relación de amistad del día a día.</p>	<p>Generalmente, el acompañante es un familiar o un conocido allegado a la familia, por lo que, el adulto mayor siente cercanía y afecto.</p>	<p>Acompañar en salidas recreativas, como visitas al parque o eventos locales. Ello puede mejorar el estado de ánimo y la salud en general.</p>	<p>Animarlos a retomar o descubrir nuevos hobbies que puedan realizar de manera independiente, como la jardinería, la pintura, o la lectura.</p>
<p>Organizar visitas a museos, teatros, conciertos o cine, promoviendo la estimulación cultural y el entretenimiento.</p>	<p>Impulsarlos a que hagan lo que los motive sea la pasión por el arte, un emprendimiento o otro interés a fin de que se sientan valiosos para sus familias y la sociedad.</p>	<p>El acompañante debe ser sensible y ser asertivo a fin de que el adulto mayor se sienta cómodo para compartir sus experiencias.</p>	<p>El acompañante debe tratar con respeto al adulto mayor en todo momento, así como, buscar que sienta cierta independencia en el desarrollo de sus actividades.</p>	<p>Tener reuniones de recreación con otros adultos mayores para que compartan sus experiencias, pues quién mejor que ellos para entenderlas.</p>	<p>Involucrarlos en las decisiones del día a día, por ejemplo la elección de las cosas que se tienen que comprar para la semana u ordenar espacios dentro de su hogar.</p>
<p>Ideas seleccionadas</p>					
<p>Realizar talleres de cine, música, arte, cocina, o cualquier actividad que promueva el desarrollo y aprendizaje en áreas de interés.</p>	<p>Impulsarlos a que hagan lo que los motive sea la pasión por el arte, un emprendimiento o otro interés a fin de que se sientan valiosos para sus familias y la sociedad.</p>	<p>Lo ideal es que el acompañante tenga algo en común con el adulto mayor a fin de que se potencie la relación de amistad del día a día.</p>	<p>El acompañante debería contar con alguna experiencia básica en el cuidado de personas, así como habilidades interpersonales que ayuden en la comunicación y la escucha activa.</p>	<p>Tener reuniones de recreación con otros adultos mayores para que compartan sus experiencias, pues quién mejor que ellos para entenderlas.</p>	<p>Animarlos a retomar o descubrir nuevos hobbies que puedan realizar de manera independiente, como la jardinería, la pintura, o la lectura.</p>

