



**UNIVERSIDAD CASA GRANDE
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS**

**MODELO DE NEGOCIO
“Grandes Edades”
GERENCIA DE ESTUDIO TÉCNICO**

Elaborado por:

MARÍA GABRIELA MATAMOROS MARTILLO

Tutoría por: **María Rosa Segarra Garcia**

GRADO

Trabajo previo a la obtención del Título de:

Licenciado en Gestión y Negocios Internacionales

Guayaquil, Ecuador

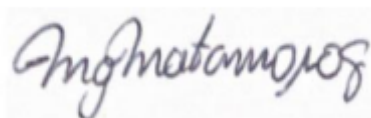
Diciembre, 2022

Cláusula de Autorización para la Publicación de Trabajos de Titulación

Yo, **Matamoros Martillo María Gabriela** declaro libre y voluntariamente lo siguiente:

1. Que soy e la autora del trabajo de titulación: “**Modelo de Negocios Grandes Edades: Gerencia Técnica**”, el cual forma parte del proyecto Modelo de Negocio “**Grande Edades**”.
2. Que el trabajo de titulación contenido en el documento de titulación es una creación de mi autoría por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas.
3. Que el trabajo de titulación fue realizado bajo modalidad de aprendizaje colaborativo junto con los estudiantes: López Barba Thalia del Carmen, Troya Recalde José Marco, Vergara Viera Maria Paula, Asanza Cevallos Leslie Desiree, Aragundi Velez José Emilio.

En virtud de lo antes declarado, asumo de forma exclusiva la responsabilidad por los contenidos del trabajo de titulación, su originalidad y pertinencia y exonero a la Universidad Casa Grande de toda responsabilidad civil, penal o de cualquier otro carácter por los contenidos desarrollados en dicho trabajo.



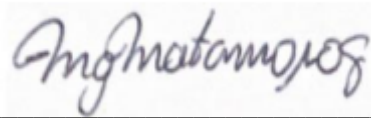
Matamoros Martillo María Gabriela

0923687115

Declaro que

Yo, Matamoros Martillo María Gabriela en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación “**Modelo de Negocios Grandes Edades: Gerencia Técnica**” de la modalidad Modelos de Negocio, autorizo a la Universidad Casa Grande para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en su Repositorio Virtual, con fines estrictamente académicos, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Asimismo, autorizo a la Universidad Casa Grande a reproducir, distribuir, comunicar y poner a disposición del público mi documento de trabajo de titulación en formato físico o digital y en cualquier medio sin modificar su contenido, sin perjuicio del reconocimiento que deba hacer la Universidad sobre la autoría de dichos trabajos.



Matamoros Martillo María Gabriela

0923687115

Resumen Ejecutivo

Utilizando la metodología Design Thinking se observó y analizó los diferentes segmentos de edades atractivos para un modelo de negocios hasta decidir elegir uno en particular, los adultos mayores. Este grupo de individuos cuenta con gran potencial debido a su constante crecimiento y poca atención prestada.

Luego de aquel hallazgo, se profundizó sobre sus necesidades y carencias. Se pudo identificar que durante la pandemia del COVID-19 los adultos mayores fueron la población más vulnerable, ya que se estima que “más del 80% pertenece a personas adultas mayores de 65 años” (INREDH, 2020), sus condiciones de vida en general se han visto limitadas, provocando un fuerte declive en la salud física y mental. Como el segmento del adulto mayor activo, consta de una curva de crecimiento atractiva, da oportunidades para ofrecerles servicios que complementen/ayuden en su cotidianidad. Gracias al contexto en mención nace “Grandes edades”, un proyecto enfocado en el Adulto mayor activo con óptima salud física y mental de entre 65 a 79 años de la ciudad de Guayaquil. Idealmente el público objetivo está enfocado en la clase A, B y C+.

La población mayor cuenta con una oferta escasa de lugares de recreación y entretenimiento, por ello la idea de negocio ha sido complementada con estrategias de marketing que generen posicionamiento a través actividades de ocio y entretenimiento exclusivo para el adulto mayor en ambientes mixtos, seguros y cómodos. Pensado en crear una comunidad que sea: libre de estereotipos, se fortalezcan las formas de interactuar con sus pares, se potencialicen y desarrollen habilidades del interés del adulto mayor, con la finalidad de contribuir de forma positiva a la salud física y mental.

Para mejorar la operatividad del negocio, en el área técnica se han desarrollado procesos internos el área técnica, dando la apertura de observar los procesos internos de selección de proveedores o alianzas estratégicas, procesos administrativos y de

operaciones de marketing hasta la venta y postventa del servicio. Esta última es de suma importancia, ayudando al equipo a poder mejorar o replantear procesos que mejoren la experiencia del adulto mayor.

El estudio financiero ha permitido determinar que es necesaria una inversión de \$14.421,61, dividida por dos formas de financiamiento se puede identificar la cantidad necesaria de inversión mínima para que el proyecto logre comenzar sus operaciones. La cual se encuentra dividida en dos fuentes de financiamiento, 41.60% de préstamo bancario, que representa un total de \$ 6.000 y un aporte de los accionistas, equivalente al 58.40%, que representa \$ 8.421,61 dólares. Este proyecto presenta una tasa interna de retorno del 25,26% y un valor actual neto de \$6.438,68.

Para cumplir con los objetivos propuestos se ha definido una misión, visión y valores alineados al propósito de valor de la empresa, además los indicadores claves de la gestión ayudarán a medir la satisfacción de los clientes, la rentabilidad y la retención de los usuarios. Es importante señalar que Grandes Edades es socialmente responsable y para ellos tiene dos programas relacionados con sus stakeholders más importantes que son los clientes, accionistas y colaboradores.

Este documento es el resultado del trabajo colaborativo de: Leslie Desiree Asanza Cevallos, María Gabriela Matamoros Martillo, Thalía Del Carmen López Barba, María Paula Vergara Viera, José Marco Troya Recalde, José Emilio Aragundi Vélez. En el mismo se explica el plan de negocios del proyecto denominado “Grandes Edades”; debido a lo mencionado, los contenidos están relacionados con los demás documentos que complementan el trabajo general, existiendo la posibilidad que ciertos datos se repitan, sin que esto implique el plagio por dicho contenido.

Palabras Clave

Adulto Mayor, Entretenimiento, Vida Activa, Procesos, Alianzas *estratégicas*

Consideraciones Éticas

La propuesta del Modelo de Negocios “Grande Edades”, un club de entretenimiento para adultos mayores, ha sido elaborada con base a las consideraciones éticas que respetan la propiedad intelectual de las ideas reflejadas en el proyecto, asumiendo acciones y comportamientos éticos en relación a las personas involucradas en el desarrollo de las mismas. Se han considerado las estructuras de las fuentes bibliográficas, de acuerdo a las normas APA como también la confidencialidad del uso de información obtenida por entrevistas y grupos focales.

No se expondrá información que pueda afectar de alguna manera a los participantes del estudio y la información obtenida será utilizada exclusivamente para los fines del modelo de negocio “Grande Edades”. Las personas involucradas fueron informadas del propósito de cada actividad y se obtuvo su consentimiento directo para las mismas.

Índice De Contenido

| | |
|--|-----|
| Cláusula de Autorización para la Publicación de Trabajos de Titulación | ii |
| Resumen Ejecutivo | iv |
| Palabras Clave | v |
| Consideraciones Éticas | vi |
| Índice De Contenido | vii |
| Índice de Tablas | ix |
| Índice de Figuras | x |
| 1. Antecedentes y Justificación | 11 |
| 2. Objetivo General y Específicos del Proyecto | 14 |
| 2.1. Objetivo General | 14 |
| 2.2. Objetivos Específicos | 14 |
| 3. Breve Descripción del Modelo de Negocio..... | 14 |
| 4. Descripción del Modelo De Negocio | 18 |
| 4.1. Gerencia: Estudio Técnico | 18 |
| 4.1.1. Descripción del producto/servicio | 18 |
| 4.1.1.1. Catálogo de entretenimiento..... | 19 |
| 4.1.2. Presentación / Descripción del prototipo..... | 20 |
| 4.1.3. Proceso de producción/ prestación del servicio..... | 22 |
| 4.1.4. Determinación de la capacidad productiva..... | 29 |
| 4.1.5. Ubicación del Proyecto..... | 31 |

| | | |
|----------|---|----|
| 4.1.6. | Diseño Arquitectónico..... | 31 |
| 4.1.7. | Costos | 31 |
| 4.1.7.1. | Terreno y Obras Civiles | 31 |
| 4.1.7.2. | Equipos y Maquinarias..... | 32 |
| 4.1.7.3. | Muebles y Enseres..... | 32 |
| 4.1.8. | Vida Útil del Proyecto | 32 |
| 4.1.9. | Estudio Legal..... | 33 |
| 4.1.9.1. | Mapeo de elementos que componen los aspectos claves del negocio..... | 33 |
| 4.1.9.2. | Propiedad intelectual | 34 |
| 4.1.9.3. | Aspectos legales relacionados a comercio electrónico en el modelo de negocio: promoción, venta o distribución | 35 |
| 4.1.9.4. | Permisos | 36 |
| 5. | Conclusiones y Recomendaciones | 37 |
| 6. | Referencias Bibliográficas..... | 40 |
| 7. | Anexos..... | 43 |
| | Anexo 1: MVP Bailoterapia | 43 |
| | Anexo 2: MVP Meditación | 43 |
| | Anexo 3: MVP Pintura de Mándalas | 44 |
| | Anexo 4: MVP Integración | 44 |
| | Anexo 5: Ejemplo de Contrato de Proveedores..... | 45 |

Índice de Tablas

| | |
|---------------|----|
| Tabla 1 | 20 |
| Tabla 2 | 22 |
| Tabla 3 | 30 |
| Tabla 4 | 30 |
| Tabla 5 | 32 |
| Tabla 6 | 32 |
| Tabla 7 | 33 |

Índice de Figuras

| | |
|---------------|----|
| Figura 1..... | 23 |
| Figura 2..... | 25 |
| Figura 3..... | 26 |
| Figura 4..... | 28 |
| Figura 5..... | 29 |

1. Antecedentes y Justificación

Se estima que en Ecuador existe un millón de personas mayores desde 65 años, esto representan un 6,5% de la población total ecuatoriana (MIES, s.f.), según las proyecciones poblacionales del INEC para el año 2020, Guayaquil tendría 260,785 personas dentro del rango de edad 65 - 79 años (INEC, 2022). En la Ley Orgánica de las personas Adultas Mayores del Ecuador, cuyo objetivo es promover y garantizar los derechos de los adultos mayores de nacionalidad nacional y extranjera, específicamente se menciona que se debe;

Art.9, c) “Garantizar la existencia de servicios especializados dirigidos a la población adulto mayor que brinden atención con calidad y calidez en todas las etapas del envejecimiento”; Art. 10, e) “Cumplir con los estándares de calidad y accesibilidad para la prestación de los servicios de salud, educación y cultura para las personas adultas mayores”; y, Art. 11, e) “Proporcionar al adulto mayor espacios de recreación, cultura y deporte” (Asamblea Nacional del Ecuador, 2019).

A raíz de la pandemia por el Covid 19, esta parte de la población se vio más afectada aún, ya que cambió considerablemente su estilo de vida, provocando el deterioro de su salud física y mental. Por ende, organizaciones mundiales y profesionales en la salud como la OPS, han determinado como fundamental desarrollar acciones que beneficien el envejecimiento saludable (OPS, 2017). Tal es el caso de promover su actividad física, acordar actividades con responsabilidades, reconocer sus logros y atender su autoestima, escuchar y respetar sus decisiones, permitir que en lo posible interactúen con pares, conceder valor a su experiencia, ejercitar la memoria, escuchar su música y hablar de los personajes de su tiempo, reconocer su capacidad de amar, y sobre todo permitir que cumpla con su propósito de vida.

Para el 2065 en el Ecuador se estima que el grupo de adultos mayores desde los 65 años será el grupo con mayor población en el país (Brito, 2022). Los adultos mayores de ahora son diferentes a los de años pasados, antes se quedaban en casa realizando actividades del hogar, viendo televisión, siendo sedentarios; generando graves consecuencias en la salud como obesidad, enfermedades cardiovasculares, diabetes, entre otras enfermedades (OMS, 2020). Puesto que a partir de los 65 años los adultos mayores tienden a necesitar mayor atención médica y cuidados en su salud mental, teniendo en cuenta que al perder familiares, amigos o conocidos se sienten más solitarios (Brito, 2022). Actualmente los adultos mayores activos quieren disfrutar plenamente y tener otra perspectiva de su vida, son más dinámicos, cuidan de su salud, son independientes y socialmente activos.

No obstante, en el Ecuador existen centros de atención y cuidado hacia el adulto mayor que no logran cubrir las demandas de este segmento poblacional, muchos de ellos están direccionados a la atención de aquellos que se encuentran en edades más avanzadas dentro del ciclo de envejecimiento, enfocados en terapia físicas o actividades relacionadas a la salud. La oferta de un club de entretenimiento para el adulto mayor activo es mínima, por lo tanto, resulta fundamental aumentar la oferta de este tipo de servicios, en las que el adulto mayor se sienta a gusto con las actividades recreativas apropiadas para su edad en un ambiente seguro y confiable.

Con estas consideraciones surge Grandes Edades, como un club de entretenimiento con una variedad de actividades enfocadas en la salud física y mental para el adulto mayor activo desde los 65 a 79 años, en ambientes seguros y libres que generen confianza, siendo el corazón de una comunidad libre de estereotipos, permitiendo la socialización entre sus pares haciéndolos vivir nuevas experiencias de vida. Grandes Edades contará con actividades lúdicas, deportivas y artísticas; como

yoga, meditación, pintura, juegos de mesa y otras más. Con respecto a la parte social, se desarrollarán actividades enfocadas en la salud mental, buena alimentación, educación tecnológica y el envejecimiento. Además, contará con servicio de transporte para los clientes, aumentando su seguridad, comodidad y flexibilidad en los horarios determinados.

Para validar la propuesta, se realizó el testeo con un grupo de doce adultos mayores que forman parte del segmento del mercado, en Parque Lago, en donde practicaron diversas actividades como pintura, bailoterapia y meditación, incluyendo un refrigerio. Al finalizar, se pudo observar que las horas en las que ellos se sienten más cómodos realizando las actividades son por la mañana, ya que las actividades que desarrollaron los ayudaron a sentirse activos, relajados, viviendo nuevas experiencias.

Es importante mencionar que el servicio de transporte les pareció esencial, siendo un factor clave en la propuesta de valor del modelo de negocio, ya que con este servicio se sintieron más cómodos y seguros; el servicio será puerta a puerta, desde su domicilio hasta el lugar de las actividades y viceversa. Combinando este servicio junto a las actividades antes mencionadas, tendremos adultos mayores activos y seguros, manteniendo un buen estado físico, emocional y viviendo experiencias que logran generar bienestar y satisfacción en su vida.

Grandes Edades busca ofrecer al Adulto Mayor una experiencia diferente que lo ayude a mejorar su salud física y mental, integrando actividades que ayuden tanto mental como físicamente. Podrán salir de su rutina, prevenir enfermedades, intercambiar comunicación con personas de su misma edad, formar una comunidad y ampliar su círculo social.

2. Objetivo General y Específicos del Proyecto

2.1. Objetivo General

Evaluar la viabilidad de un modelo de negocio acerca de la creación de un club de entretenimiento enfocado en el adulto mayor activo que busca nuevas experiencias que mejoren su calidad de vida en la ciudad de Guayaquil.

2.2. Objetivos Específicos

- Definir al consumidor final mediante la identificación de patrones y tendencias de consumo del adulto mayor.
- Desarrollar un estudio de mercado que sirva para conocer la demanda potencial del segmento y validar la propuesta del servicio.
- Establecer estrategias de marketing para poder posicionar y comercializar los servicios del Club Grandes Edades.
- Identificar actividades, colaboradores claves y aliados estratégicos para el funcionamiento del modelo de negocio.
- Formular un flujo de procesos que permita el óptimo funcionamiento de las actividades y servicios que brinda el Club Grandes Edades.
- Elaborar un plan financiero capaz de evaluar la viabilidad del negocio de manera sostenible y rentable a largo plazo.

3. Breve Descripción del Modelo de Negocio

El Modelo de Negocios Grandes Edades ha surgido gracias al desarrollo de seis gerencias, las mismas que han permitido crear, elaborar, operativizar y rentabilizar una idea, comenzando por el proceso de Design Thinking, este estudio fue esencial para empatizar con el cliente objetivo, conociendo a profundidad por medio de entrevistas, observaciones, grupos focales, encuestas, conversaciones con expertos, y más. Con ello, fue posible conocer que piensan, que sienten y que hacen los adultos mayores en su día

a día; como es su rutina, que actividades prefieren hacer, en que horarios, con quien, etc. El proceso de Design Thinking fue exitoso al cumplir su objetivo de ser un espacio donde buscar soluciones a problemas de forma creativa e innovadora, diseñar y desarrollar productos o servicios, conocer e incrementar el nivel de satisfacción del cliente, realizar prueba y error de las ideas iniciales, proponer innovaciones, etc.

Continuando con el proceso, se efectuó un estudio de mercado, enfocado en el adulto mayor con buena salud física y mental entre 65 y 79 años en la ciudad de Guayaquil. Dentro de los objetivos específicos de la investigación, esta identificar patrones de tendencias de consumo, identificar las actividades de entretenimiento que requieren, mapear aliados estratégicos para el segmento. Después de aplicar la segmentación de mercado, se obtiene una población final de 44.214 adultos mayores. Para obtener resultados correctos en la investigación, se utilizó la fórmula finita en la población total. Con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 7% dio como resultado 196 personas a encuestar. El diseño de la investigación fue mixto, cuantitativo y cualitativo. Las herramientas que ayudaron a recopilar información fueron las entrevistas a expertos, encuestas y grupos focales (6 a 8 personas). A continuación, se desarrolló un MVP (Producto Mínimo Viable), que consistió en llevar a la práctica el modelo de negocio, obteniendo resultados muy alentadores sobre el desarrollo del servicio, destacando un factor clave como fue el servicio de transporte, además las actividades se desarrollaron al aire libre, esto causó un gran impacto dentro de los usuarios.

En cuanto al Estudio Técnico, se pudo elaborar y analizar una descripción de los servicios de entretenimiento desde el punto de vista operativo, en base a un programa mensual de actividades. Es decir, desde el proceso interno, el proceso administrativo y las actividades de marketing, selección de proveedores o alianzas estratégicas, hasta los

servicios de venta y postventa, que se han podido describir paso a paso. Este último es fundamental porque puede ayudar al equipo a mejorar o replantear procesos para ser más satisfactoria la experiencia de los miembros de Grandes Edades. Adicional, se detallan los planes disponibles y sus respectivos costos. También se incluye un estudio legal que hace referencia al contenido relacionado con los derechos de propiedad intelectual y permisos.

Referente al Estudio de Marketing, se han creado estrategias adecuadas que serán de gran utilidad al momento de aumentar las ganancias, la rentabilidad y aumentar su visibilidad en el mercado. Es de gran relevancia destacar que, dentro de esta gerencia se especifica la importancia de la comunicación clara y sencilla para los segmentos de mercado a quienes se pretende llegar: el consumidor directo o usuario de Grandes Edades y los relacionados a estos usuarios que pueden ser familiares, amigos y su entorno cercano. Adicional, se han diseñado estrategias para generar reconocimiento de marca, posicionamiento y otros.

Dentro de la Gerencia Administrativa, se refleja la creación de misión, visión y objetivos para el buen desempeño y funcionamiento de Grandes Edades. Además, se destaca la estructura organizacional dividida en tres áreas: administrativa, operativa y marketing. Así mismo, cada área posee sus indicadores para mantener un rastreo de su rendimiento como el ROE, ROA, margen de utilidad, tasa de retención de clientes, tasa de engagement y satisfacción de los clientes, utilizando encuestas posteriores al servicio.

El programa de responsabilidad social empresarial, está dirigida a los stakeholder de Grandes Edades. Se proponen proyectos enfocados en la salud mental, alimentación, estereotipos mediante redes sociales, entre otros para los clientes e iniciativas dirigidas para el personal sujeto a nómina que giran entorno a la salud mental

y el cuidado de la alimentación con actividades deportivas y artísticas en lugares al aire libre

En cuanto al Estudio Financiero, dentro del plan de inversiones de Grandes Edades se contemplan un total de activos fijos de \$ 2.160. En activos diferidos se va un total de \$7.490,90, este valor corresponde a gastos de constitución, registro de marca, marketing, patentes, licencias y gastos financiero preoperativos. El capital de trabajo operativo conlleva los gastos administrativos, ventas e imprevistos, dando un total de \$4.770.71. El plan de inversión de \$14.421.61 en sus fuentes de financiación se encuentra el aporte de capital de los accionistas equivalente al 58.40% del capital y un préstamo bancario que corresponde 41.60%.

En el estado de resultados se contempla la proyección de 5 años, en el cual desde el año 1 se obtiene una utilidad neta de \$ 3.984.03 dólares. Esta continúa en aumento y para el último año de la proyección se prevé en \$ 6.834.46 dólares. Por otra parte, la viabilidad financiera del negocio presenta un VAN de \$ 6.438,68 y un TIR de 25.26% la cual supera la tasa mínima aceptable de retorno con la que se compara, siendo de 11.13%. Concluyendo que el proyecto es totalmente rentable y sustentable.

“Grandes Edades” es un servicio que mediante un programa de actividades busca potencializar y dinamizar habilidades que aportan de forma positiva a la salud física y mental creando un espacio de reunión y socialización exclusivo para adultos mayores activos. Se han considerado alianzas estratégicas con proveedores de servicios y beneficios complementarios como la transportación. Esto incluye la movilización de los participantes a los lugares en donde se realicen las actividades con el acompañamiento de un guía.

4. Descripción del Modelo De Negocio

4.1. Gerencia: Estudio Técnico

4.1.1. Descripción del producto/servicio

“Grandes Edades” es un servicio que busca potencializar y dinamizar habilidades que aportan de forma positiva a la salud física y mental creando un espacio de reunión y socialización exclusivo para adultos mayores mediante la implementación de un programa de actividades. La variedad de servicios de entretenimiento ayudará al adulto mayor a poder aprovechar su tiempo libre de manera sana y divertida evitando ser una persona sedentaria; esto daría paso al desarrollo de enfermedades propias del sedentarismo además de las que se provocan por el paso de los años.

El servicio se dará mediante la creación de un programa de actividades que han sido definidas como resultado de la investigación a este segmento de mercado. Se consideró el uso de alianzas estratégicas con proveedores de servicios que forman parte de un cronograma de actividades mensual. Además, se ofrecen beneficios complementarios como bebidas entre actividades y servicio de transporte puerta a puerta. Este último incluye la movilización de los participantes a los lugares en donde se realicen las actividades, estos pueden ser lugares al aire libre como parques y cafeterías o el lugar específico del proveedor. Siempre con el acompañamiento de un guía con conocimientos médicos y sus respectivos implementos para primeros auxilios. Grandes Edades ofrece un Kit como regalo que incluye implementos útiles para algunas actividades del programa como un bolso, toalla, bolígrafo y un termo para bebidas.

Al mismo tiempo, “Grandes Edades” brinda actividades para que el cliente pueda relajarse y compartir el momento con sus pares, amigos o hacer nuevas amistades. Es un servicio que permite la socialización y contribuye positivamente en la salud física y mental del adulto mayor enfocándose en tres ejes centrales:

- Potencializar habilidades: yoga, danza, actividad física entre otras.
- Seguridad: personal capacitado en sus áreas, transporte con rastreo GPS, ambientes con estructuras apropiadamente equipadas para la seguridad y bienestar del cliente.
- Comodidad: adecuación de áreas enfocadas y especializadas en el adulto mayor.

4.1.1.1. Catálogo de entretenimiento

- Yoga y meditación
- Pintura
- Baile Especializado: salsa/jazz/flamenco (de acuerdo al interés del cliente)
- Juegos de mesa
- Natación
- Actividades sociales: reuniones entre amigos en cafeterías, teatros, museos, entre otros.
- Actividades de Integración: Integración de posibles nuevos miembros del Club y miembros activos

Dependiendo de las actividades, estas serán dictadas en los establecimientos de los proveedores de servicios o en lugares previamente pensados y coordinados por el equipo de trabajo. El servicio comienza con la movilización de los adultos mayores por parte de Grandes Edades, su servicio de transporte pasará por el domicilio de los inscritos a las actividades y los llevará hasta el lugar de su primera clase, donde un guía encargado del grupo los direccionará y se quedará con el grupo hasta el final de su jornada, al terminar los dirigirá al transporte en donde podrán descansar, beber y se dirigirán al siguiente punto. Periódicamente el personal se encargará de realizar una evaluación (encuesta) para conocer el grado de satisfacción, gustos y preferencias de los miembros y asegurar la calidad del servicio brindado por los proveedores. De acuerdo a

su suscripción y actividad se podría manejar una modalidad virtual, en el caso de no poder asistir presencial a sus actividades, para esto el proveedor se encargará de proveer la plataforma por la cual se pueda realizar la videoconferencia (Zoom o Google Meets) al Guía, quien posteriormente se lo hará llegar al adulto mayor.

El modelo de negocio de Grandes Edades se manejará por medio de suscripciones mensuales, es decir, tendrán planes por el número de días que el cliente decida ir (Ver tabla 1). Los ingresos se justifican bajo el pago de suscripciones. Grandes Edades busca que el Adulto Mayor se motive a realizar más actividades al estar rodeado de amigos/compañeros pertenecientes a esta comunidad.

Tabla 1

Suscripciones: Planes

| Plan | Forma de Pago | Precio | Ofrece | Detalles |
|-------------|----------------------|---------------|--|---|
| Estándar | Membresía mensual | \$ 310.00 | Actividades: 2 días a la semana Transporte puerta a puerta Bebidas | Ofrece al usuario poder asistir dos días a la semana a realizar las actividades del club. Tiene acceso al servicio de transporte puerta a puerta, Kit Grandes Edades y bebidas. |
| VIP | Membresía mensual | \$ 366.00 | Actividades: 3 días a la semana a la elección del cliente Transporte puerta a puerta Bebidas Acceso a modalidad virtual | Ofrece al usuario poder asistir tres días a la semana a realizar las actividades del club. Tiene acceso al servicio de transporte puerta a puerta, Kit Grandes Edades y bebidas. Puede optar por realizar sus actividades de manera virtual, previo aviso, a excepción de Natación. |

Fuente: Elaborado por los autores

4.1.2. Presentación / Descripción del prototipo

Para poder desarrollar el prototipo se empieza con la elaboración del cronograma de actividades (Ver tabla 2), las cuales incluyeron yoga, meditación, pintura con mándalas y un momento de integración. Las actividades se desarrollaron de

10:30 am a 13:30 pm. Luego se procede a seleccionar un lugar para realizar las actividades, en este caso fue Parque Lago en el Km. 23 Vía la Costa, después se elabora el inventario con los implementos necesarios y su respectivo presupuesto.

Al tener esta información lista se procede a contactarse con las personas dispuestas a participar en las actividades, se les informa sobre el horario, actividades y transporte. Al obtener la confirmación de los adultos mayores se realiza la lista de implementos para la compra de los materiales necesarios. A continuación, se realiza una visita al lugar (Parque Lago) seleccionado con el fin de inspeccionar que la actividad se pueda realizar con normalidad y tomar las precauciones necesarias.

Después, se elabora la ruta de recorridos para trasladar a los usuarios de la manera más eficiente y cumplir con los horarios establecidos al iniciar y terminar las actividades. Para la validación del servicio o MVP (Producto mínimo viable) se contó con la presencia de 8 sujetos de estudio, el recorrido comenzó desde las 9:00 AM y a las 10:00 AM comenzaron a llegar al lugar de destino. El equipo de Grandes Edades los dirigió al punto de las actividades en donde se comenzó a acomodar el espacio para dar inicio a las 10:30 con la respectiva introducción del equipo y los participantes, acto seguido se dio inicio a la primera actividad siendo esta “Bailoterapia” con una duración de 20 minutos (Ver anexo 1).

Al terminar se les ofreció bebidas y un pequeño descanso para pasar a la segunda actividad que fue “Meditación”, la cual tuvo una duración de 10 min (Ver anexo 2). La tercera actividad fue “Pintura de Mándalas, se los dirigió al lugar y se les entregaron los materiales necesarios para empezar, esta empezó a las 11:30 y terminó a las 13:00 PM (Ver anexo 3). Para culminar el programa, se realizó una pequeña integración en la cual se repartieron refrigerios y bebidas mientras los adultos mayores tenían la oportunidad de compartir sus ideas y opiniones sobre Grandes Edades (Ver

anexo 4), pudiendo así expresar sus comentarios sobre la experiencia vivida al mismo tiempo fue una forma de comenzar a conocerse entre ellos (gustos, preferencias y puntos de vista).

Al terminar la jornada, el equipo de Grandes Edades llevo a los adultos mayores hacia sus respectivos transportes y empezó a empacar los implementos utilizados. Los vehículos llevaron a los participantes hacia sus hogares dentro del horario planteado.

Tabla 2

Cronograma de actividades: MVP

| MVP | | | | | |
|------------------|------------------------------|---------------------|-----------------------------|--------------------|---------------------|
| Fecha | Información Adicional | Lugar | Implementos | Actividades | Horas |
| 02/11/2022 | Acceso Libre | Parque Lago | Parlante | Bailoterapia | 10:30 AM - 11:00 AM |
| | | | Bebidas | | |
| | | | Pista (música/ coreografía) | Meditación | 11:20 AM - 11:30 AM |
| | | | Parlante | | |
| Sillas | Pintura: Mándalas | 11:30 AM - 13:00 PM | | | |
| Mesa | | | | | |
| Servilletas | Integración | 13:00 PM - 13:30 pm | | | |
| Vasos | | | | | |
| Mándalas | | | | | |
| Comida y Bebidas | | | | | |

Fuente: Elaborado por los autores

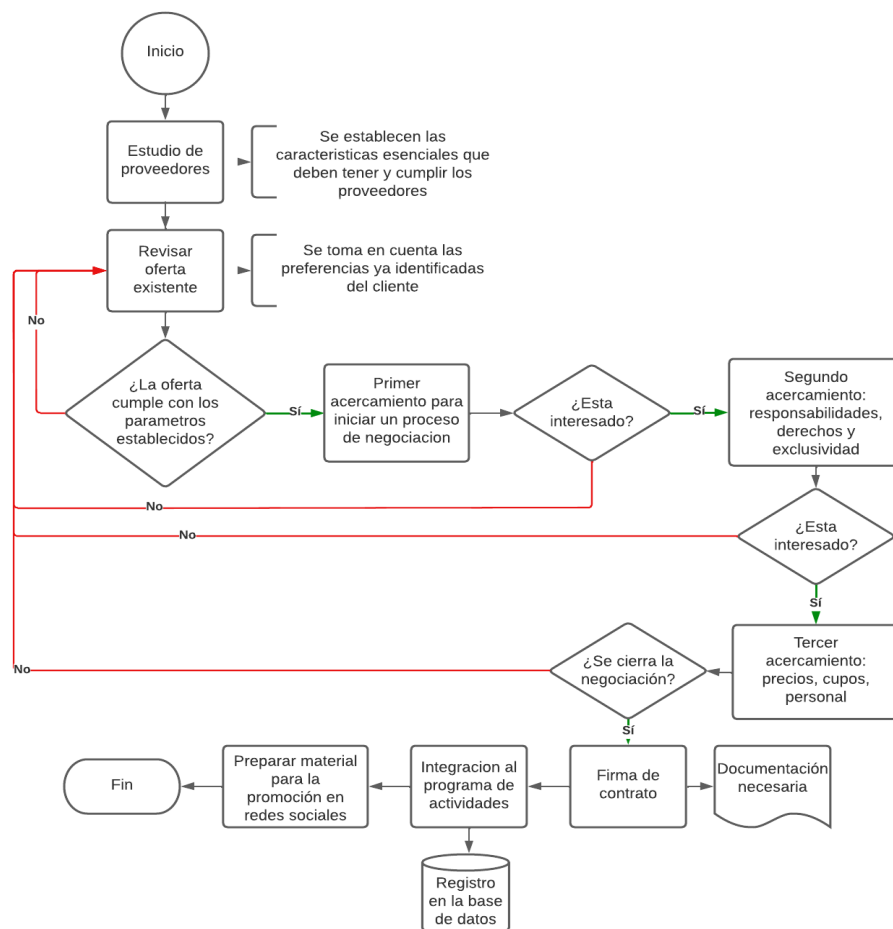
4.1.3. Proceso de producción/ prestación del servicio

Para poder ofrecer su programa de entretenimiento, Grandes Edades tiene que realizar un estudio de proveedores como primer paso (Ver figura 1). El análisis comienza por investigar los servicios disponibles de acuerdo a las preferencias ya identificadas del cliente. Después se tiene que valorar aspectos como los métodos de enseñanza, experiencia con adultos mayores, modalidades de trabajo, público objetivo, e instalaciones.

Al obtener toda esta información se realiza un primer acercamiento al proveedor para poder iniciar un proceso de negociación. En el segundo acercamiento se tocan temas relacionados a las responsabilidades y derechos de cada parte, se especifican las cláusulas de exclusividad de Grandes Edades de acuerdo a su base de clientes. Por último, se negocian precios, cupos, horarios y personal asignado, al ser positivo este encuentro se procede a la firma de acuerdos con la documentación necesaria. El proveedor queda registrado en la base de datos por lo que Grandes Edades puede integrarlo en su cronograma de actividades. Por último, se comienza a preparar la promoción necesaria para redes sociales como publicidad.

Figura 1

Proceso de compra/relación con proveedor.

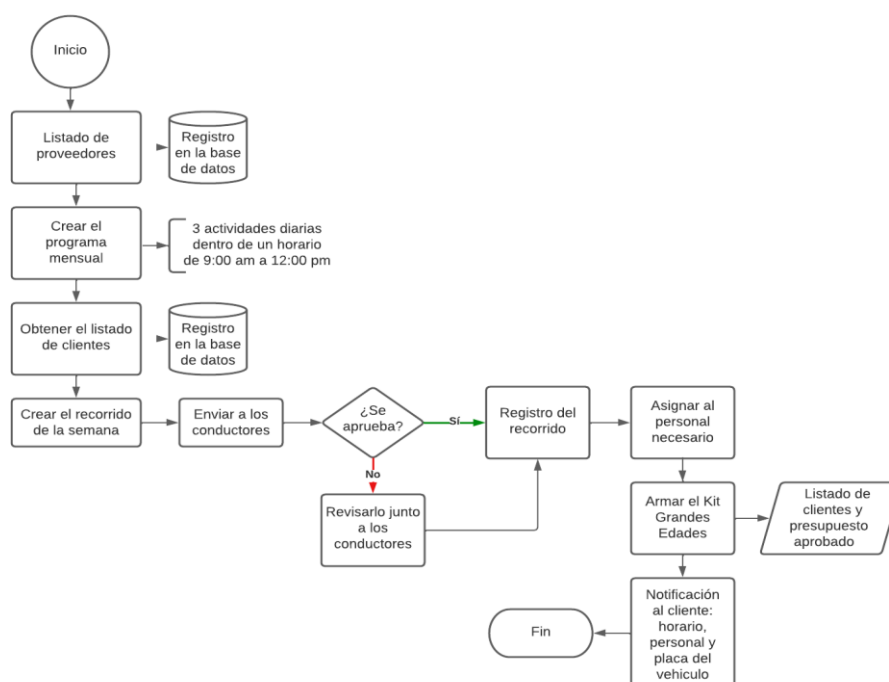


Fuente: Elaborado por los autores

Al tener listo a los proveedores de servicios de entretenimiento, se comienza a trabajar en crear el cronograma mensual de Grandes Edades que consta con 3 actividades diarias que abarcan la parte física, mental y artística (Ver figura 2). Se toman en cuenta horarios en la mañana, es decir, de 9:00 am a 12:00 am con base a los resultados obtenidos de dentro de la investigación de mercado.

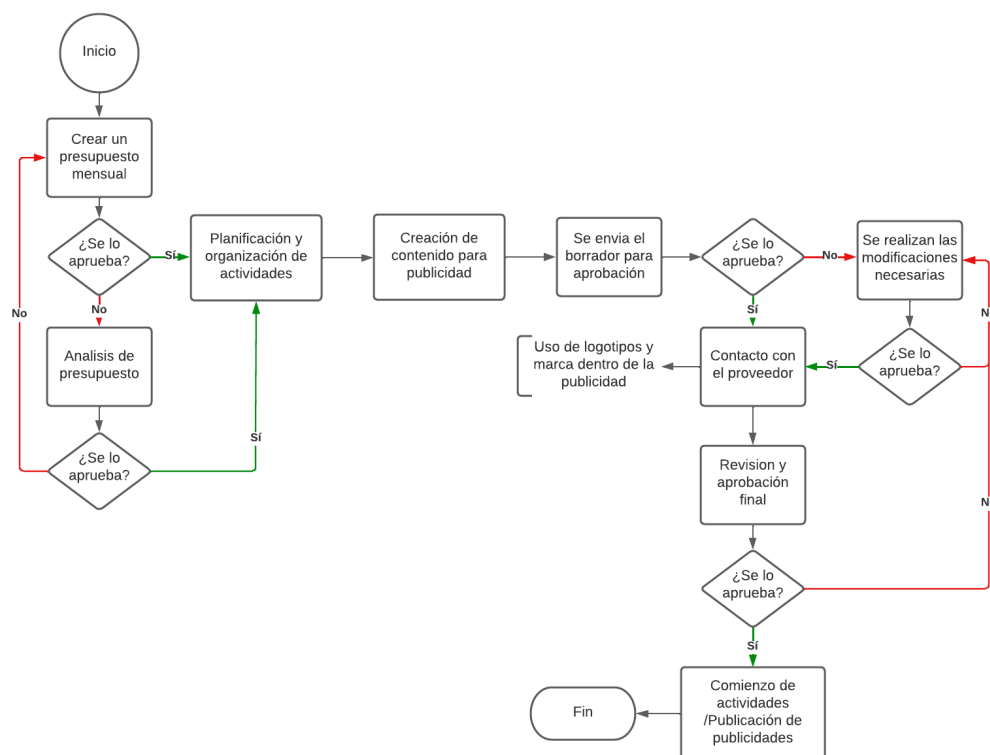
Grandes Edades ofrece un servicio de transporte puerta a puerta por lo que dentro de sus tareas administrativas está crear un recorrido, este incluye pasar por el cliente, dirigirlo a sus actividades y dejarlo en su hogar. Al tener este recorrido, se lo hará llegar a los conductores, quienes podrán revisarlo y en el caso de tener opiniones o sugerencias a cambios dentro del recorrido se tomarán en cuenta y se aplicará el caso más conveniente. Como último se asignará el personal que acompañará a los clientes durante sus actividades.

Al tener el listado de clientes inscritos, se preparará un listado de implementos necesarios para el Kit Grandes Edades (bolso, toalla, bolígrafo y un termo para bebidas), este se dará a los clientes únicamente al entrar al club por primera vez. Como último paso se realizarán las compras de suministros, se verificará el inventario y se procederá a preparar los Kits necesarios.

Figura 2*Operaciones Internas*

Fuente: Elaborado por los autores

El área de Marketing se encargará de estudiar al cliente para poder diseñar estrategias que logren llamar su atención mediante los canales más indicados. El departamento debe elaborar un presupuesto mensual para las actividades de promoción que tendrá que ser aprobado por el Gerente (Ver figura 3). Posterior a su aprobación, se comenzará con la planificación y organización de actividades, después se pasará a la creación de contenido y publicidad para redes sociales. Se enviará el primer borrador a Gerencia y tras su aprobación se contactará con el proveedor de servicios en caso de necesitar usar logos o cualquier material perteneciente a ellos. Al tener listo el material final, tendrá su última revisión y se podrá publicar o proceder con el comienzo de actividades promocionales si es ese el caso.

Figura 3*Operaciones Marketing*

Fuente: Elaborado por los autores

Ahora bien, el proceso de venta de servicios comienza cuando el segmento de mercado objetivo descubre Grandes Edades por medio de redes sociales/personas conocidas u otros medios (Ver figura 4). Luego, el adulto mayor en su deseo de adquirir más información, se contacta por redes sociales o llama; se le otorgará toda la información necesaria sobre los servicios disponibles, planes y beneficios. A continuación, se le piden los datos necesarios para registrarlo en la base de datos, y se le envía un Media Kit (documento de presentación que utiliza recursos visuales e información breve y concisa que atraiga la atención del cliente) con la información; también se le ofrece la opción de tener una llamada por Google Meets con un asesor que le mostrara a más detalle los servicios de entretenimiento (fotos, videos, redes sociales,

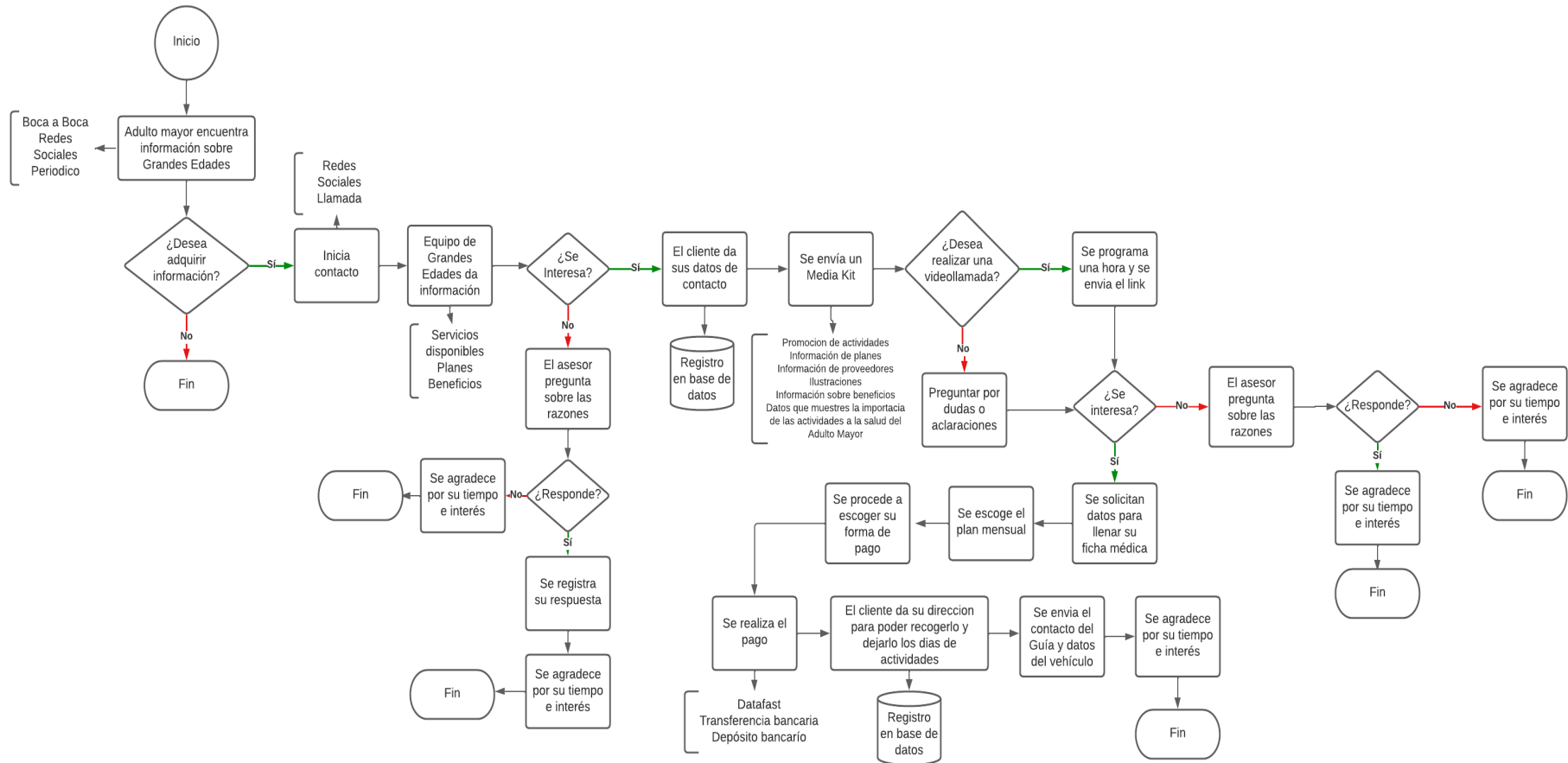
etc.), beneficios, proveedores y horarios con el fin de que el cliente se sienta seguro y despierte su interés.

En caso de que la respuesta sea positiva el asesor comercial de Grandes Edades continúa con el proceso de inscripción, en donde se le solicitará al cliente sus datos para activar su membresía y poder armar su ficha médica. El cliente tendrá a su disposición 2 tipos de membresías: VIP o Estándar, las cuales tienen días de accesos y costos diferentes; pero manteniendo la posibilidad de que el cliente pueda elegir y organizar su horario con las actividades de su interés.

Al escoger su membresía, el cliente es transferido al asistente administrativo con quien realizar el proceso de pago con la opción que más le sea cómoda (Datafast, Transferencia bancaria o Depósito Bancario), y ya estaría listo para gozar de su membresía. Se registra la dirección en la cual le gustaría ser recogido al iniciar su día y su punto de llegada al terminar la jornada. Se le hace llegar por medio de WhatsApp el contacto del Guía y los datos del vehículo asignado. Por último, Grandes Edades hace llegar la información necesaria a los proveedores para la inscripción del cliente a las actividades.

Figura 4

Proceso de Venta

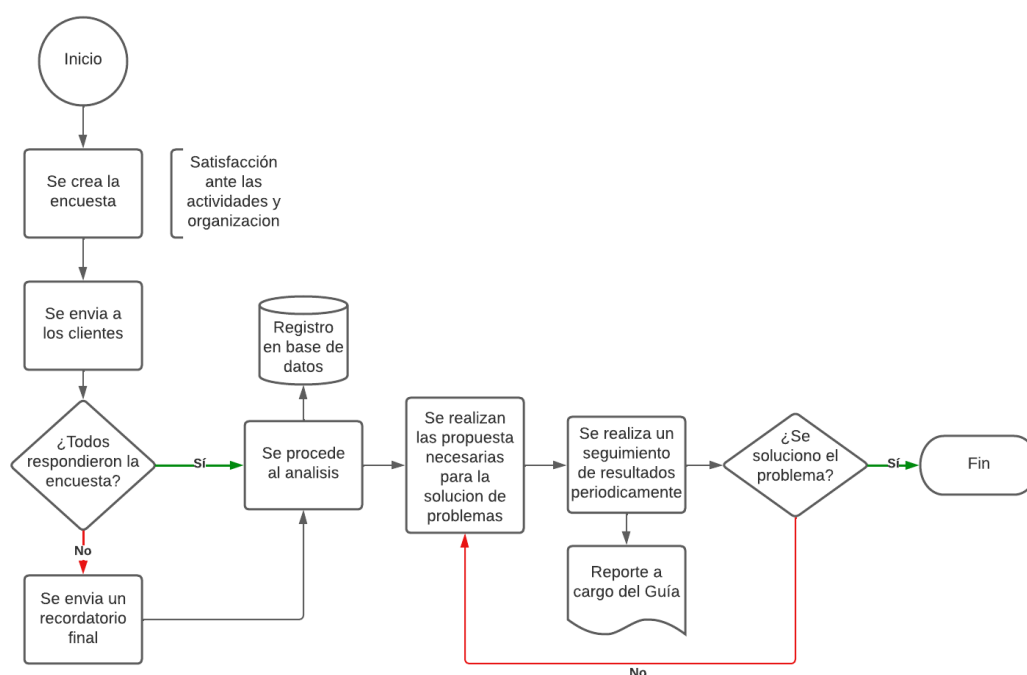


Fuente: Elaborado por los autores

Para Grandes Edades la retroalimentación es fundamental para que la experiencia con los adultos mayores sea de calidad. Para poder obtener sus opiniones se decide diseñar un sistema de calificación de actividades y organización de Grandes Edades, cada 3 meses por medio de una encuesta de satisfacción online (Ver figura 5). Al mismo tiempo el Guía juega un papel fundamental entre la información de los clientes y Grandes Edades, por lo cual este se encargará de entregar un reporte mensual sobre el flujo de las actividades, actitudes de los clientes, comentarios de los proveedores, entre otros.

Figura 5

Proceso de Post-Venta



Fuente: Elaborado por los autores

4.1.4. Determinación de la capacidad productiva

Para poder calcular la capacidad productiva del modelo de negocios Grandes Edades se toma como referencia la demanda potencial de 11.405 personas interesadas en el servicio y que entran dentro de los parámetros del segmento de mercado del

negocio, es decir, Adultos mayores de 65-79 años que vivan en Guayaquil con un nivel socio económico entre A, B y +C, estos fueron los resultados obtenidos en la investigación de mercado (Ver tabla 3). De las cuales, al tomar en cuenta a la competencia directa (8), nos queda un total de 1.426 clientes.

Tabla 3

Datos sobre capacidad productiva

| Concepto | Datos |
|---------------------------|-------------------------------|
| Demanda | 11.405 personas |
| Competencia | 8 competidores directos |
| Participación Mercado | 1.426 personas |
| Penetración Año 1 | 15% |
| Crecimiento Ventas | 3,60% crecimiento poblacional |
| Penetración Durante Año 1 | 25% por trimestre |

Fuente: Elaborado por los autores

Grandes Edades se traza alcanzar una penetración del 15% de este mercado logrando tener una capacidad productiva de 214 personas (Ver tabla 4) en un año con grupos diarios de un promedio de 43 personas para lo que se necesitaría contar guías (1 por grupo) y conductores (3 vehículos) y 246 personas para el quinto año con 49 -50 personas por día, con 17 personas por grupo (3 grupos) y 4 vehículos para una mayor comodidad. El crecimiento de ventas está basado en el crecimiento poblacional promedio de adultos mayor, que es de 3.60% anual según los datos expuestos por el MIES (2020, p.6).

Tabla 4

Capacidad Productiva

| Concepto | Capacidad máxima | Capacidad por grupos |
|------------------------|-------------------------|-----------------------------|
| Transporte | 18 personas | 3 grupos |
| Capacidad de proveedor | 20 personas | 3 grupos |
| Proyección 1er año | 214 personas | 43 personas diarias |
| Proyección 5to año | 246 personas | 50 personas diarias |

Fuente: Elaborado por los autores

4.1.5. Ubicación del Proyecto

Por decisión administrativa y financiera se trabajará bajo la modalidad de Teletrabajo con reuniones presenciales ocasionales en oficinas para coworking según sea el caso. Los beneficios “se redundará en una mayor productividad, competitividad e innovación en las organizaciones” (Benjumea, Villa, & Valencia, 2016, pág. 59). Al mismo tiempo se destaca un menor gasto tanto para el empleador como el empleado. Este último por su parte no tendrá que desplazarse fuera de su casa y la empresa no tendría que invertir en infraestructura ni en su mantenimiento.

4.1.6. Diseño Arquitectónico

Como se mencionó en el punto anterior, Grandes Edades funciona bajo la modalidad de Teletrabajo por lo cual no posee una infraestructura física. Sin embargo, existen elementos que son indispensables para poder crear un ambiente laboral cómodo y productivo.

1. Trabajar en un lugar limpio, ordenado e iluminado
2. Respetar los periodos de descanso e inicio de la jornada laboral
3. Tomar pausas periódicas para poder descansar la vista y refrescar la mente
4. Mantener una comunicación constante con los demás miembros de Grandes Edades.
5. Mantener los implementos de trabajo en buen estado.

4.1.7. Costos

4.1.7.1. Terreno y Obras Civiles

Grandes Edades no posee una estructura física, por lo cual los costos en terrenos, alquileres u obras civiles que incluyeran algún tipo de adecuación de espacios o decoración no existirán dentro del rubro de los activos fijos.

4.1.7.2. Equipos y Maquinarias

Los equipos necesarios para el funcionamiento de Grandes Edades se describen como inversión. Dentro del mismo se encuentran valoradas 4 computadoras portátiles que servirán como medio fundamental para la comunicación y funcionamiento de Grandes Edades al funcionar bajo la modalidad de Teletrabajo (Ver tabla 5).

Tabla 5

Equipos y Maquinarias

| Rubro | Cantidad | Valor Unitario |
|--------------------|-----------------|-----------------------|
| Computadoras | 4 | \$ 500,00 |
| Valor Total | | \$ 2000,00 |

Fuente: Elaborado por los autores

4.1.7.3. Muebles y Enseres

Al no tener una estructura física este rubro se reduce a elementos complementarios para la seguridad y bienestar de nuestros clientes como lo son Kits de primeros auxilios (Ver tabla 6).

Tabla 6

Muebles y Enseres

| Rubro | Cantidad | Valor Unitario |
|---------------------------|-----------------|-----------------------|
| Kits de primeros auxilios | 4 | \$ 40,00 |
| Valor Total | | \$ 160,00 |

Fuente: Elaborado por los autores

4.1.8. Vida Útil del Proyecto

La vida útil del proyecto “Grandes Edades” va vinculada con la depreciación de activos, el retorno de inversión y la estrategia de marketing planteada. Esta última es de suma importancia para poder estar en continuo crecimiento y poder llegar a más personas a nivel nacional al poder lograr generar interés en los servicios del programa de entretenimiento. Con base al estudio financiero se llegó a la conclusión que la vida útil de Grandes edades es de 4 años ya que existe un retorno de la inversión inicial (Ver

tabla 7). Sin embargo, mientras se mantenga una capacidad operativa ideal, una buena negociación en base a costos y precios por parte de los proveedores podrá ser un proyecto rentable ya que tiene la posibilidad de ser escalable.

Tabla 7

Vida útil del proyecto

| Concepto | Tiempo |
|-------------------------|---------------|
| Depreciación de activos | 3 años |
| Retorno de inversión | 4 años |

Fuente: Elaborado por los autores

4.1.9. Estudio Legal

4.1.9.1. Mapeo de elementos que componen los aspectos claves del negocio

Grandes Edades debe de tener en cuenta ciertos aspectos claves para el óptimo funcionamiento y protección del negocio desde el punto de vista jurídico. Tal es el caso de:

- Estructura jurídica con la que funcionará el negocio.
- Registro de marca y derechos de autor.
- Contratos para los empleados: contrato de prestación de servicios y contrato de relación de dependencia.
- Contrato para los proveedores: cláusulas de exclusividad, confidencialidad y material para redes sociales
- Carta de consentimiento para el uso de la imagen de nuestros clientes en publicidad en las redes sociales de la empresa.
- Creación de empresa (giro de negocios)
- Impuestos a pagar

En relación a la parte de los contratos con los proveedores se destacan cláusulas claves dentro de los contratos (Ver anexo 5). Existiría una prestación de

servicios, dentro del contrato se aclara la posición de las partes (contratante y contratado), sus derechos y obligaciones. El proveedor estará obligado a dar apertura a horarios dentro de periodos matutinos para los grupos de grandes edades en los cuales se realizarán las actividades especificadas según el tipo de servicio. Se garantizará la seguridad de su establecimiento en relación a las necesidades de los adultos mayores de acuerdo a la Ley y al respeto a sus derechos. También aceptara una clausula de exclusividad y confidencialidad con la cual Grandes Edades se reserva el derecho a la base de datos de sus clientes y el proveedor no podrá absorber a los clientes de Grandes Edades dentro de un periodo de 6 meses luego de que este (el cliente) decida no seguir con el servicio.

4.1.9.2. Propiedad intelectual

Derechos de autor, marcas, logos, protección ante el SENADI.

El club de entretenimiento *Grandes Edades* debe de tener en consideración ciertos aspectos claves para la propiedad intelectual. Tal es el caso de:

- Búsqueda Fonética

Esta herramienta ayuda a identificar si ya existe en el Ecuador marcas parecidas o iguales a la que se quiere crear. Este procedimiento se puede realizar enviando un mail al siguiente correo (foneticoquito@senadi.gob.ec), teniendo en cuenta que el valor por realizar la búsqueda es de \$16,00 (SENADI, 2022).

Registro de Marca

Para obtener el registro de marca, la persona jurídica debe de tener los siguientes requisitos (Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI), 2021):

- Solicitud de registro de signos distintivos
- Comprobante de pago de tasa
- Etiqueta en digital (Formato JPG de 5X5 cm.)

- Certificado financiero para descuento
- Nombramiento otorgando representación legal para presentación del trámite
- Documento de Prioridad

Hay que tener en cuenta que este proceso la persona jurídica se puede auto atender por medio de la página web (<https://www.derechosintelectuales.gob.ec/senadi-en-linea/>) o aplicación web del SENADI. Este proceso tiene un valor de \$208,00 USD (sin IVA) y tiene una duración de 10 años, los cuales se los puede renovar indefinidamente; siempre y cuando esté entre los seis meses antes y seis meses entre la fecha de vencimiento (SENADI, 2022).

Registro de derechos de autor

Este proceso se debe de realizar en la SENADI, para que el autor tenga la certeza de que su obra le pertenece y está seguro de que la obra se la reconoce a su favor (SENADI, 2022). Con este registro, el activo se convierte en intangible haciendo que se viabilice la gestión. Esto con cuestión al material generado en las plataformas sociales, publicidades o promociones de Grandes Edades.

4.1.9.3. Aspectos legales relacionados a comercio electrónico en el modelo de negocio: promoción, venta o distribución

- Ley Orgánica de Protección de Datos Personales

Esta ley tiene por consecuencia velar por la protección de todos los datos personales ya que expone las condiciones que se deben cumplir para que el uso de la información sea genuino (Naranjo & Subía, 2021). Es por eso que al momento que se recauden los datos personales de los adultos mayores se les consultará y se les pedirá dar su autorización explícita de los datos que deseen compartir. También se dejará constancia sobre la autorización, libre y voluntaria, para la utilización de nombres,

lugares e imágenes, que sirvan estrictamente para fines publicitarios e informativos antes de la publicación de los mismos.

4.1.9.4. Permisos

- Registro del pago del impuesto de la Patente Municipal

La Patente Municipal es un requisito obligatorio para todas las empresas que realizan algún tipo de actividad económica dentro de la ciudad de Guayaquil. El cual se paga hasta un máximo de 30 días después de la fecha establecida para la declaración del impuesto a la renta, que se paga anualmente (GADMG, 2021). Teniendo en cuenta que posee una vigencia válida hasta el 31 de diciembre de cada año. El trámite es completamente gratuito y no posee un costo por parte del municipio. A continuación se detalla los requisitos obligatorios requeridos por parte del GAD Municipal de Guayaquil:

- Contar con la clave municipal
- Registro Único de Contribuyentes
- Formulario “Solicitud para registro de Patente Municipal”

Este trámite se puede realizar en línea a través de la página del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Guayaquil (<https://www.guayaquil.gob.ec/>).

Hay que tener en cuenta que se debe de leer debidamente todas las recomendaciones para que el proceso se pueda cumplir a plenitud sin ningún inconveniente.

5. Conclusiones y Recomendaciones

Grandes Edades es un modelo de negocio pensado para el adulto mayor que tenga el deseo y disposición de mejorar sus hábitos y mantener una vida activa mediante la practica de actividades que permiten sociabilizar con sus pares. Tras la pandemia, la vida de las personas cambio de manera drástica al no poder salir de casa y adaptarse a esta nueva modalidad en donde solo existía una conexión con el exterior, el internet. Tras pasar un largo periodo viviendo de esta manera las personas llegaron a modificar sus hábitos diarios, ser más sedentarios, ya que al sentarse frente a una computadora podían hacer muchas cosas. La tecnología, en este contexto, tuvo un gran impacto en el adulto mayor, ya que este estaba acostumbrado a salir al parque, tener reuniones con sus amigos y familiares, disfrutaban de ir al supermercado y escaparse a tomar un café. Por un lado, se disminuyó la necesidad de salir y exponerse a un virus, pero por otro lado los aisló del mundo exterior.

Grandes Edades brinda la oportunidad al cliente de poder salir, conocer gente y crear grandes memorias al realizar actividades que ayudan tanto a su salud física como mental. Desde el punto de vista técnico, los puntos claves para el buen funcionamiento del negocio recaen en la relación con los proveedores de servicio, las estrategias de marketing implementadas y toda la retroalimentación que se pueda obtener para mejorar, no solo para poder ofrecer una experiencia de calidad sino para poder mejorar los procesos internos del negocio.

El estudio y relación con los proveedores permite poder evaluar la calidad de servicio que estos ofrecen y van a darles a los adultos mayores. La experiencia que el proveedor tenga con el segmento de mercado de Grandes Edades es de suma importancia ya que ayuda a poder desarrollar las actividades de una manera más cómoda y segura para el usuario y la familia del mismo. Así mismo sus métodos de

enseñanzas animaran a los clientes a seguir aprendiendo, disfrutando y mejorando de sus habilidades y hobbies. El plan de Marketing apunta a tener más exposición en redes sociales como principal canal de comunicación y promoción y esta esta conectado a las experiencias de los usuarios de Grandes Edades durante las actividades ya que funcionan como un canal de promoción directa, es decir, cuentan sus experiencias a sus amigos, compañeros y familiares quienes podrían ser potenciales clientes o por otro lado siguen esparciendo la voz hacia otras personas.

El estudio de mercado dio paso a poder crear un catalogo de entreteniendo lleno de actividades que el cliente pueda disfrutar, sin embargo, el estudio de proveedores en un paso clave ya que se tienen que tomar en cuenta ciertas características para poder ofrecer un servicio que se pueda disfrutar, que sea seguro y cómodo para el adulto mayor y su familia. Se toman en cuenta factores como la capacidad, el proveedor tiene que ser capaz de crear horarios para poder recibir a los grupos y que estos tengan espacio suficiente para realizar las actividades sin problemas. Su experiencia enseñando y trabajando con un segmento de mercado como el de Grandes Edades ya que las metodologías varían de acuerdo al cliente, en clases más físicas se tiene que tener en consideración que no exista un sobre esfuerzo o algún accidente. El espacio de las actividades tiene que tener las medidas de seguridad adecuadas para evitar accidentes y solucionar emergencias.

Así mismo, la retroalimentación recibida por parte de los clientes mediante una encuesta de satisfacción, ayuda a poder ofrecer un programa de actividades más variado y acorde a las preferencias del Adulto Mayor. Esto ayuda a detectar problemas en el servicio, o fallos en procesos internos ya sea en relación con el transporte (calidad del servicio, seguridad, comodidad, eficiencia, etc.), proveedores (metodología, servicio y

trato al cliente, seguridad, comodidad, experiencia, etc.) o colaboradores (guías, asesor comercial o community manager).

Dentro de las recomendaciones se puede destacar que, al no tener un espacio físico, es más fácil poder expandirse a otras partes del país en las que exista esta necesidad de entretenimiento. Por otro lado, se pueden utilizar Sponsors, marcas enfocadas en el mismo segmento de mercado que ofrezcan beneficios extras a los clientes y que pueden financiar la programación de actividades especiales al aire libre, talleres o charlas. También se puede existir la posibilidad de compra de activos como vehículos, esto puede servir como un método para disminuir proveedores en actividades claves y tener más autonomía sobre ellas. Además, se puede considerar la posibilidad de ampliar el segmento de mercado mediante alianzas con organismos públicos o privados que quieran unirse a la iniciativa hacia los adultos mayores. Por otro lado, se pueden crear talleres de voluntariado hacia organizaciones que ayuden a otros adultos mayores con discapacidades, niños en orfanatos o con discapacidades, esto con el fin de crear lazos con la comunidad y ayudar a los que lo necesitan.

Como parte de la reflexión, puedo destacar que el proyecto me hizo ver de forma distinta como las diferentes generaciones (adultos mayores) se adaptan a los cambios y las consecuencias de los mismos. Grandes Edades trata de crear una comunidad en la que puedas vivir y experimentar una vida activa con la compañía de personas que se sienten igual que tú. La convivencia es una parte esencial para nuestro público objetivo, ya que experimentan más felicidad al estar rodeados de grandes grupos de personas, ir a lugares al aire libre o simplemente salir de sus hogares. La iniciativa de los jóvenes por ayudar y tratar de mejorar la etapa de envejecimiento ayuda a ver cuán importante es escuchar y ver más allá de nuestra realidad (una generación muy envuelta con la tecnología), al impacto en la vida de nuestros seres queridos.

6. Referencias Bibliográficas

- Asamblea Nacional del Ecuador. (2019). *Ley orgánica de las Personas Adultas Mayores*. Obtenido de Ventanilla Digital de Trámites del Ecuador:
https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2019-06/Documento_%20LEY%20ORGANICA%20DE%20LAS%20PERSONAS%20ADULTAS%20MAYORES.pdf
- Benjumea, M., Villa, E., & Valencia, J. (2016). Beneficios e impactos del teletrabajo en el talento humano. Resultados desde una revisión de literatura. *Revista CEA*, 2(4), 59-73.
- Brito, J. (2022). *El futuro de la longevidad en Ecuador*. Obtenido de Deloitte:
<https://www2.deloitte.com/ec/es/pages/life-sciences-and-healthcare/articles/el-futuro-de-la-longevidad-en-ecuador.html>
- CELEC EP - TRANSELECTRIC. (2022). *Modelo de Contrato*. Obtenido de CELEC EP - TRANSELECTRIC ECUADOR:
<https://www.celec.gob.ec/transelectric/index.php/produccion-3/modelo-de-contrato>
- GADMG. (21 de Junio de 2021). *Registro del pago del impuesto de la Patente Municipal*. Obtenido de Ventanilla Digital de Trámites del Ecuador:
<https://www.gob.ec/gadmg/tramites/registro-pago-impuesto-patente-municipal>
- INEC. (2022). *Boletín Anual Enero Diciembre 2021*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2021/Anual-2021/Bolet%20ADn+t%20A9cnico+anual+enero-diciembre+2021.pdf>

- INREDH. (24 de Julio de 2020). *Ecuador: personas de la tercera edad frente al COVID-19*. Obtenido de INREDH: <https://inredh.org/ecuador-personas-de-la-tercera-edad-frente-al-covid-19/>
- MIES. (s.f.). *Dirección Población Adulta Mayor*. Obtenido de Ministerio de Inclusión Económica y Social: <https://www.inclusion.gob.ec/direccion-poblacion-adulta-mayor/>
- Naranjo, J., & Subía, M. (30 de Mayo de 2021). *ENTRA EN VIGENCIA LA LEY ORGÁNICA DE PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES*. Obtenido de NMSLAW: <https://nmslaw.com.ec/ley-organica-proteccion-datos-personales/>
- OMS. (2020). *Directrices de la OMS sobre Actividad Física y Hábitos Sedentarios*. Obtenido de Organización Mundial de la Salud: <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/337004/9789240014817-spa.pdf>
- OPS. (21 de Agosto de 2017). *Envejecimiento Saludable*. Obtenido de Organización Panamericana de la Salud: https://www3.paho.org/hq/index.php?option=com_content&view=article&id=13634:healthy-aging&Itemid=42449&lang=es#gsc.tab=0
- SENADI. (2022). *¿Cómo registro una marca?* Obtenido de SENADI en Línea: <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/como-registro-una-marca/#:~:text=El%20tr%C3%A1mite%20de%20solicitudes%20de,de%20la%20fecha%20de%20vencimiento.>
- Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI). (17 de Agosto de 2021). *Registro de Marcas de Productos y Servicios único para personas naturales y jurídicas sean nacionales o extranjeras*. Obtenido de Ventanilla Digital de Trámites del Ecuador: <https://www.gob.ec/senadi/tramites/registro-marcas->

productos-servicios-unico-personas-naturales-juridicas-sean-nacionales-
extranjeras

7. Anexos

Anexo 1: MVP Bailoterapia



Fuente: Propia

Anexo 2: MVP Meditación



Fuente: Propia

Anexo 3: MVP Pintura de Mándalas

Fuente: Propia

Anexo 4: MVP Integración

Fuente: Propia

Anexo 5: Ejemplo de Contrato de Proveedores**CONTRATO DE PRESTACION DE SERVICIOS ENTRE GRANDES EDADES
Y (NOMBRE DE LA EMPRESA BAJO CONTRATACION)**

Comparecen a la celebración del presente Contrato, por una parte GRANDES EDADES, representada por (Nombre del representante legal), en su calidad de (Posición dentro de la empresa); y por otra parte, la Empresa (Nombre de la empresa), representada por el/la (Nombre del representante legal), en su calidad de (Posición dentro de la empresa) y como tal, Representante Legal, cuyo nombramiento también se adjunta en calidad de documento habilitante, quienes convienen en suscribir el presente contrato, que consta y se rige por las siguientes cláusulas:

PRIMER: Objeto

GRANDES EDADES trae al establecimiento el mínimo o máximo de personas para participar en las actividades que proporciona (Nombre de la empresa), cumpliendo con un cupo establecido de (Número de personas por horarios) en tres horarios matutinos.

SEGUNDO: Precio y Forma de Pago

El precio pactado por las partes recae un (Agregar precio pactado en negociaciones) tras una previa deliberación y consentimiento de ambas partes. Se dará un plazo de (__días) para realizar los pagos dentro de los primeros 7 días de cada mes, mediante (forma de pago).

TERCERO: Obligaciones

Las obligaciones de GRANDES EDADES son las siguientes:

- a. Respetar los horarios y cupos pactados de acuerdo al contrato en vigencia

- b. Realizar los pagos dentro de los plazos acordados con sus respectivos comprobantes
- c. Ejercer las medidas preventivas y correctivas necesarias para garantizar la disponibilidad y calidad de las obligaciones del contrato
- d. Enviar las notificaciones que correspondan a la Empresa _____, sobre las circunstancias que pudieran generar una modificación, alteración o anomalía en el cumplimiento de las obligaciones del contrato.
- e. Mantener una comunicación constante entre los colaboradores
- f. Hacer buen uso de material considerado como propiedad intelectual de (Nombre de la empresa), con fines promocionales, tras previa aprobación y revisión de ambas partes.

Las obligaciones de _____ (Nombre de la empresa) son las siguientes:

- a. Informar a GRANDES EDADES respecto del acaecimiento de circunstancias que puedan o pudieran alterar, modificar o suspender la ejecución de las obligaciones del contrato, dentro de las 48 horas posteriores a su ocurrencia
- b. Notificar la recepción de comprobantes de pago y avisos realizados por los colaboradores de GRANDES EDADES
- c. Mantener sus instalaciones en buen estado y con los implementos necesarios para la seguridad y comodidad del cliente.
- d. Cumplir con las cláusulas de exclusividad y confidencialidad dentro del tiempo estipulado por el contrato vigente
- e. Permitir acceso de los colaboradores de GRANDES EDADES que acompañan a los grupos en sus distintos horarios.

- f. Tener el equipamiento u utensilios necesarios para cada cliente, asegurando el buen estado y seguridad de los mismos
- g. Cumplir las leyes y reglamentos del país, en especial las relacionadas con la propiedad intelectual, los contenidos de la red y el derecho a la intimidad y reserva de las personas.

CUARTO: Exclusividad

(Nombre de la empresa) dará prioridad y exclusividad para el uso de sus áreas, bajo los horarios ya estipulados, a los clientes de GRANDES EDADES. En caso de algún incidente se deberá notificar en un periodo de 24 a 48 horas, en caso contrario incurriría en una violación del contrato terminando en una penalización.

QUINTO: Confidencialidad

GRANDES EDADES se reserva el derecho se compartir información personal y de contacto de su base de clientes hacia (Nombre de la empresa). (Nombre de la empresa) no podrá absorber a clientes de GRANDES EDADES, en un periodo de 6 meses después de que este decidiera no seguir con los servicios de GRANDE EDADES. Caso contrario se consideraría una violación del presente contrato y se deberá pagar una indemnización de _____ USD.

Las partes se obligan a guardar confidencialidad en relación con cualquier información, datos o documentos, que hayan sido recibidos de la otra parte en el curso de la negociación, celebración y ejecución del presente contrato. Las partes no podrán utilizar dicha información, datos o documentos confidenciales para fines distintos a los requeridos para la ejecución del presente contrato, ni podrán publicar o divulgar a terceros dicha información, datos, documentos, salvo en los siguientes casos:

- a. Cuando así lo exijan las disposiciones legales vigentes
- b. Cuando así lo exija una autoridad competente;
- c. Con autorización previa, por escrito, de la otra parte

SEXTO: VIGENCIA

Este contrato empezará a regir a partir de su fecha de suscripción y tendrá una vigencia de un (__) año calendario, renovable automáticamente, salvo manifestación expresa en contrario, presentada con sesenta (60) días de anticipación a la finalización del plazo indicado. La Empresa _____ y GRANDES EDADES podrán solicitar una revisión de los precios, con motivo de esta renovación, la misma que será acordada entre las partes, considerando las condiciones del mercado.

SEPTIMO: TERMINACIÓN.

El presente contrato termina con el vencimiento del plazo aquí estipulado de conformidad con las condiciones establecidas en el mismo o en sus anexos, sin embargo, las partes pueden darlo por terminado de pleno derecho y sin previo requerimiento, en los siguientes casos:

- a. En cualquier momento, las partes de mutuo acuerdo, podrán dar por terminado este contrato, liquidando previamente las prestaciones mutuas que estén pendientes por cancelar y que se hubieran causado durante el desarrollo del mismo
- b. Atraso de pagos en un plazo de 2 meses consecutivos
- c. Violación de términos de exclusividad y confidencialidad

Para cualquier caso de terminación del Contrato, se deben liquidar previamente las obligaciones mutuas que estén pendientes por cancelar y se hubieren causado durante el desarrollo del mismo

OCTAVA: Incumplimiento del Contrato

En caso de que una de las dos partes incumpla alguna de las cláusulas dentro del contrato, se llevará una penalización mediante la Fiscalía Provincial del Guayas.

NOVENA: Interpretación

De suscitarse divergencias o controversias relativas a la ejecución del presente Contrato, las partes tratarán de llegar a un entendimiento amigable, buscando siempre el mutuo equilibrio económico, caso contrario, las partes podrán recurrir al procedimiento de mediación por las autoridades pertinentes

Firma

Firma

Rep. Legal Grandes Edades

Rep. Legal de _____

Fuente: CELEP EP-TRANSELECTRIC