



POSGRADOS

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

RPC-SO-30-No.502-2019

OPCIÓN DE
TITULACIÓN:

PROYECTOS DE DESARROLLO

TEMA:

ANTEPROYECTO DE NEGOCIO DE UN EMPRENDIMIENTO
PARA ALIVIANAR LAS ACTIVIDADES DE LA VIDA
COTIDIANA DE LOS ADULTOS MAYORES

AUTORES:

JARA PACHECO SONIA MARIBEL

LUCERO SÁNCHEZ RAÚL BOLÍVAR

DIRECTOR:

GONZÁLEZ ARGUDO JOHN EULOGIO

CUENCA - ECUADOR

2022

Autores:



Sonia Maribel Jara Pacheco

Ingeniera Comercial

Candidata a Magíster en Administración de Empresas, Mención en Gestión de Proyectos por la Universidad Politécnica Salesiana – Sede Cuenca.

sjarap@est.ups.edu.ec



Raúl Bolívar Lucero Sánchez

Ingeniero Comercial

Candidato Magíster en Administración de Empresas, Mención en Gestión de Proyectos por la Universidad Politécnica Salesiana – Sede Cuenca.

rluceros1@est.ups.edu.ec

Dirigido por:



John Eulogio González Argudo

Ingeniero en Administración de Empresas

Magister en Administración de Empresas

jgonzaleza@ups.edu.ec

Todos los derechos reservados.

Queda prohibida, salvo excepción prevista en la Ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de esta obra para fines comerciales, sin contar con autorización de los titulares de propiedad intelectual. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual. Se permite la libre difusión de este texto con fines académicos investigativos por cualquier medio, con la debida notificación a los autores.

DERECHOS RESERVADOS

©2022 Universidad Politécnica Salesiana.

CUENCA – ECUADOR – SUDAMÉRICA

JARA PACHECO SONIA MARIBEL

LUCERO SANCHEZ RAUL BOLIVAR

ANTEPROYECTO DE NEGOCIO DE UN EMPRENDIMIENTO PARA ALIVIANAR LAS ACTIVIDADES DE LA VIDA COTIDIANA DE LOS ADULTOS MAYORES

RESUMEN

Dentro de los diferentes ciclos naturales de la vida del hombre, se encuentra el envejecimiento, esta etapa, está caracterizada por un deterioro de habilidades y destrezas en las personas, por lo que en muchas ocasiones es necesaria la asistencia de diferente índole para ejecutar sus actividades diarias. En este sentido, el presente trabajo de investigación busca desarrollar un negocio de emprendimiento dedicada a brindar este servicio de asistencia que contribuyan en alivianar la ejecución de las actividades del diario vivir de los adultos mayores. Para comprender esta realidad se ha realizado un estudio de tipo mixto, de carácter descriptivo y con una cohorte transversal. Para el levantamiento de información se realizó un estudio de factibilidad de mercado mediante un focus group y una entrevista semi estructurada a familiares y cuidadores de adultos mayores. Datos que fueron utilizados para analizar la estructura organizacional, el estudio de factibilidad técnico y la evaluación financiera, para detallarlos en los diferentes capítulos, así como también el sustento teórico.

Los aspectos abordados permitirán cimentar la creación del negocio en pro de brindar el servicio de apoyo al adulto mayor y sus familias, de esta forma, también, la generación de oportunidades para contribuir con el crecimiento de la sociedad mediante la generación de puestos de trabajo.

Palabras clave: Persona, cuidador, Adulto mayor, focus group, estructura organizacional

ABSTRACT

Within the natural human life cycle, aging is characterized by a deterioration of abilities and skills. Due to this deterioration, assistance is needed on many occasions to carry out daily activities. Therefore, the present research seeks to develop an entrepreneurial business dedicated to providing an assistance service for the elderly that lessens the difficulty of the execution of activities of daily life. For this research, a mixed-method descriptive study with a cross-sectional cohort was developed. For data collection, a market feasibility study was carried out with the use of a focus group and a semi-structured interview with family members and caregivers of older adults. Data were used to analyze the organizational structure, the technical feasibility, and the financial evaluation of the business model. This is detailed in different chapters, as well as the theoretical support.

The aspects addressed will allow for the creation of a business, which provides support services to the elderly and their families. This will also promote the generation of opportunities through the generation of jobs, contributing to the growth of society.

Keywords: Person, caregiver, older adult, focus group, organizational structure

TABLA DE CONTENIDOS

RESUMEN.....	3
ABSTRACT	4
TABLA DE CONTENIDOS.....	5
LISTA DE TABLAS.....	8
LISTA DE FIGURAS	9
1 INTRODUCCIÓN	11
1.1 Situación Problemática. Antecedente.....	11
1.2 Formulación del Problema.	16
1.3 Justificación Teórica.	16
1.4 Justificación Práctica.....	17
1.5 Objetivos	18
1.5.1 Objetivo general:	18
1.5.2 Objetivos específicos:	18
1.6 Principales Resultados.....	19
2 MARCO TEÓRICO REFERENCIAL.....	19
2.1 Cambios fisiológicos en el adulto mayor	21
2.2 Organización	25
2.2.1 Diseño organizacional	26

2.2.2	Identidad Corporativa.....	28
2.3	Planificación estratégica.....	28
2.4	Recursos económicos y financieros	30
2.5	Entornos de la empresa	32
2.5.1	Mercado.....	33
2.6	Marketing digital	34
2.6	Diseño web.....	38
2.6.1	Dominio	39
3	MATERIALES Y METODOLOGÍA	40
3.1	Tipo de investigación	40
3.2	Criterios de inclusión y de exclusión	40
3.3	Población y muestra	40
3.3.1	Población grupo focal.....	41
3.3.2	Población de la encuesta	42
3.4	Herramientas	42
4	RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	46
4.1	Resultados grupo focal	46
4.1.1	Dimensión salud.....	46
4.1.2	Dimensión social	49
4.1.3	Dimensión Económica	50

4.1.4	Dimensión Laboral.....	51
4.1.5	Dimensión Seguros	52
4.2	Resultados de la encuesta.....	52
4.2.1	Ficha sociodemográfica.....	53
4.2.2	Dimensiones	57
5	PROPUESTA DE MODELO DE NEGOCIOS	62
5.1	ANÁLISIS DEL MACROENTORNO Y MICROENTORNO.....	63
5.2	MODELO DE NEGOCIO	66
5.2.1	Segmentos de clientes.....	66
5.2.1.1	Segmentación por intereses	68
5.2.2	Propuesta de valor	68
5.2.3	Canales	69
5.2.4	Distribución.....	70
5.2.5	Medios de difusión	70
5.2.6	Fuentes de ingresos.....	71
5.2.7	Actividades clave.....	71
5.2.8	Inversión inicial	72
5.2.9	COSTOS OPERATIVOS.....	73
6	CONCLUSIONES	75
7	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	77
8	ANEXOS.....	82

8.1	Consentimiento informado	82
8.2	Ficha sociodemográfica.....	83
8.3	Encuesta dirigida al adulto mayor o a cuidadores	84

LISTA DE TABLAS

Tabla 1	31
Tabla 2 Participantes en el Grupo Focal.....	41
Tabla 3 Operacionalización de variables.....	43
Tabla 4 Preguntas para el grupo focal	44
Tabla 5 Operacionalización de las variables en el adulto mayor	45
Tabla 6 Macroentorno	63
Tabla 7 Microentorno	64
Tabla 8 Proyección por edades 2020.....	67
Tabla 9	70
Tabla 10 Medios de difusión	71
Tabla 11 Actividades clave	72
Tabla 12 Inversión inicial.....	73
Tabla 13 Costos operativos	74

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Esperanza de Vida al Nacimiento por Sexo 1990 – 2050.....	14
Figura 2 Edad	53
Figura 3 Género.....	54
Figura 4 Situación laboral	54
Figura 5 Estado civil.....	55
Figura 6 Nivel de escolaridad Alcanzado.....	56
Figura 7 Número de hijos	56
Figura 8 Ayuda doméstica.....	57
Figura 9 Dimensión salud.....	58
Figura 10 Dimensión social.....	59
Figura 11 Dimensión económica.....	60
Figura 12 Dimensión trabajo	61
Figura 13 Dimensión seguros.....	62
Figura 14 Proyección de la población del Azuay 2020.....	67
Figura 15 Proyección de adulto mayor desde 2015-2020	68
Figura 16 Elementos de la empresa.....	69

1 INTRODUCCIÓN

Esta idea de emprendimiento, nació hace algunos años atrás, motivado por dos circunstancias particulares: el primero, nuestras vivencias personales, tener a nuestros padres en la etapa de la tercera edad y comprender de manera cercana los cambios cognitivos y funcionales a los que se deben enfrentar las personas y sus familias en esta etapa de la vida, además el estar ligados al área de la salud mediante la realización del ejercicio laboral en la industria farmacéutica, que como consecuencia nos ha permitido conocer el criterio de diferentes profesionales de la medicina como geriatras, neurólogos, psiquiatras, gerontólogos, fisiatras y reumatólogos, todos ellos muy relacionados a la situación que viven diariamente las personas mayores en nuestra ciudad y zonas de influencia. Por alrededor de 15 años de manera general y 8 años de manera específica se ha podido conocer de cerca la problemática a la que se ven enfrentados nuestros adultos mayores y concomitantemente sus familias. El haber tenido la oportunidad de entrevistarlos durante cada mes por al menos dos ocasiones, participar en mesas redondas, charlas científicas, eventos sociales del gremio y actividades similares, han permitido ir construyendo una idea de negocio que se fundamenta en alivianar, es decir, disminuir el peso o la carga que soportan nuestros adultos mayores y sus familias en las actividades diarias que son parte de la cotidianidad y que serán tratados; desarrollados y explicados a lo largo de este anteproyecto.

1.1 Situación Problemática. Antecedente

El envejecimiento es una estado natural biológico e irreversible que inicia desde el momento mismo de la concepción hasta la muerte y que no depende del estado de salud de la persona.

La vejez del ser humano es un proceso personal, al Pérez et al. (2009) afirma:

En la actualidad son muchas las personas en el mundo que dedican su esfuerzo y estudio a lo que podría denominarse la nueva cultura de la longevidad. En realidad, es el intento de vivir más y en mejores condiciones físicas, sociales y mentales, producto que el avance social está orientado hacia esa dirección: buscar un modelo de envejecimiento competente en un sentido útil y productivo, capaz de fortalecer desde un punto de vista genérico de la salud su calidad de vida. (p.2)

La OPS (Organización Panamericana de la Salud) posee varias estrategias que ayudan a mejorar la calidad de vida de los adultos mayores. Estas estrategias están basadas en una serie de principios y lineamientos de las Naciones Unidas que son: la independencia, la participación, el cuidado, la autorrealización y la dignidad, constan de cuatro áreas críticas que son: colocar a la salud y las personas mayores en las políticas públicas, lograr la idoneidad de los sistemas de salud para afrontar los retos asociados al envejecimiento de la población, la capacitación de recursos humanos, principalmente del personal de salud, los propios adultos mayores, y personas encargadas de su cuidado, y generar la información necesaria para lograr intervenciones con base a experiencias exitosas (Olivares, Martínez, Oquendo, & Crespo, 2015, p. 2).

La OMS (2020) conforme a su publicación indica que: La población mundial está envejeciendo a pasos acelerados. Entre 2000 y 2050, la proporción de los habitantes del planeta mayores de 60 años se duplicará, pasando del 11% al 22%. En números absolutos, este grupo de edad pasará de 605 millones a 2000 millones en el transcurso de medio siglo.

<https://mundomayorpr.com/oms/envejecimiento-y-ciclo-de-vida/>

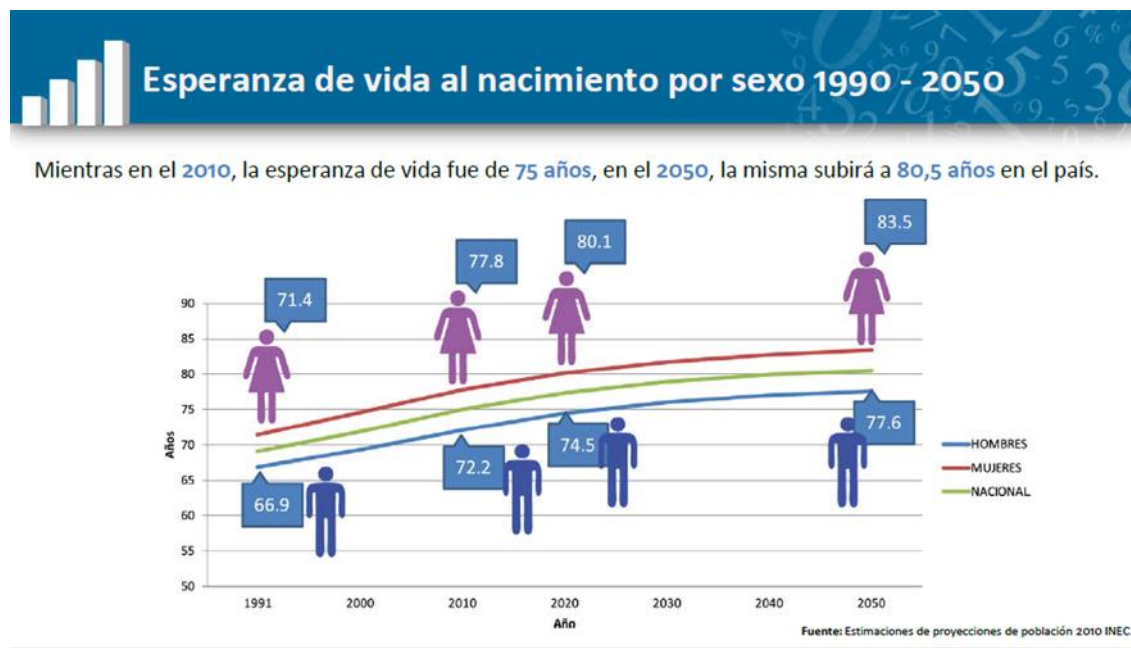
Jonathan Machado (2019) en su artículo indica que, la población de adultos mayores en Ecuador llegará hasta 1,3 millones. Eso significará un 33% más que en 2010, año en el que se realizó el último Censo de Población y Vivienda. Ese año la población de adultos mayores en Ecuador se calculó en 988.000 personas.

<https://www.primicias.ec/noticias/sociedad/ecuador-adultos-mayores-poblacion/>

En la figura 1 a continuación, se puede ver la esperanza de vida en el Ecuador, en promedio proyectado para el año 2050 es de 80.5 años.

Figura 1

Esperanza de Vida al Nacimiento por Sexo 1990 – 2050



Nota. La estimación de la proyección de la población con respecto a la esperanza de vida para el año 2050 será de 80.5 años en el país. Tomada de (INEC, 2012).

La principal razón de este crecimiento se fundamenta en la expectativa de vida que el hombre moderno tiene en mente, muy consciente de la mejora de la calidad de vida de la humanidad y con ello en los avances de la medicina, dado que en la actualidad existen medicina para enfermedades que en el pasado no existía. Otro aspecto son las mejoras en los servicios brindados en la prevención de enfermedades procurando alimentación sana y ejercicio.

En estudios realizados MIES (2009), mediante la primera encuesta nacional de salud, bienestar y envejecimiento (SABE I), concluyen que: los sistemas de protección social vigentes en el Ecuador fueron contruidos para dar atención principalmente a los denominados grupos vulnerables de madres y niños. Pero con el cambio de la estructura

poblacional, éste enfoque ya no es adecuado porque no responde a los cambios que deben darse en todos los niveles que garanticen la oferta oportuna de servicios sociales y de salud para el creciente grupo de adultos mayores. Los cambios demográficos deben reflejarse en el reconocimiento de que las PAM (población adulto mayor) representan un grupo que todavía puede hacer aportes sustanciales al desarrollo.

<https://anda.inec.gob.ec/anda/index.php/catalog/292/download/5322>

Según Wilma B. Freire y William F. Waters (2012), demuestran que la familia y comunidad no siempre prestan una atención adecuada para superar las brechas en los servicios públicos y, por lo tanto, proporciones importantes de las PAM experimentan malas condiciones de salud física, mental y emocional. En el contexto de las dos transiciones: la demográfica y la epidemiológica, se requieren respuestas urgentes en un país en envejecimiento. (p.1)

A partir de entender y definir las etapas del envejecimiento, se toma conciencia en la mejora de la calidad de vida de las personas mayores, lo que se pretende a través de este estudio es generar su posible emprendimiento y es justamente que, partiendo de este proceso irreversible de envejecimiento del ser humano, se genere una actividad que contribuya en el apoyo al adulto mayor para que esta etapa trascorra con un mejor nivel de calidad de vida.

La calidad de vida se define como un estado de bienestar físico, social, emocional, espiritual, intelectual y ocupacional que permite al individuo satisfacer apropiadamente sus necesidades individuales y colectivas (Olivares, Martínez, Oquendo, & Crespo, 2015).

A la par del problema que significa para el adulto mayor, se debe considerar también el problema que como consecuencia afecta a su familia más cercana, en lo emocional y en lo

económico, aspectos que en muchos casos estos familiares deben enfrentar a la difícil decisión de escoger entre internarlos en un asilo o mantenerlos en casa en condiciones inapropiadas.

1.2 Formulación del Problema.

Este trabajo investigativo se desarrolla con el propósito de contribuir a las actividades diarias del adulto mayor, procurando un emprendimiento dirigido a satisfacer las necesidades particulares de este grupo etario, mediante una tienda virtual especializada en el cuidado del adulto mayor, que se convierta inclusive en un complemento a las políticas públicas del país, contribuyendo a la cobertura a la región austral del país.

“Existen diversos paradigmas para comprender la vejez y el envejecimiento, ya que ambos procesos aluden a una realidad multifacética atravesada no solo por el paso del calendario, sino también por aspectos fisiológicos, sociales y culturales”. (CEPAL, 2011, pág. 1).

En concordancia con el Plan Toda una Vida “cuyo objetivo es profundizar en la construcción de una sociedad incluyente, equitativa y humana; que propone acciones orientadas a aquellos grupos que se encuentran en condiciones de pobreza y vulnerabilidad, encaminando su accionar a garantizar el ejercicio de los derechos de las personas a lo largo de su vida”., este estudio propone la creación de esta tienda especializada antes mencionada con el fin de colaborar con los objetivos gubernamentales relacionados con este aspecto, permitiendo unir esfuerzos desde el sector privado en pro de beneficiar y garantizar una vejez digna de la población en general.

1.3 Justificación Teórica.

Partiendo de lo expuesto en los antecedentes, justificamos este proyecto expresando que: si bien el estado ecuatoriano mediante sus ministerios e instituciones públicas y la seguridad social se preocupan por la atención y la salud del adulto mayor, mediante políticas de bienestar y

salubridad para este grupo vulnerable; de acuerdo al criterio de los profesionales antes mencionados, estas políticas se las deben apuntalar mediante iniciativa privada que busque complementar esta preocupación pública y social, este complemento, vendría dado en cuestiones muy particulares a donde no llega la política pública, especialmente actividades que realiza diariamente el adulto mayor y sobre todo cuando esté presente un deterioro en su autonomía funcional que limite por ejemplo su libre y segura movilidad dentro de su hogar como pisos antideslizantes, zapatos que se adapten a sus necesidades de confort, temas esenciales como el aseo y necesidades biológicas y ayuda cuando la función cognitiva y de memoria también se vean afectados como por ejemplo los pastilleros que ayuden al recordatorio de tomar el medicamento en el día correcto, etc.

Además de esto, se busca establecer un nexo entre profesionales en el manejo del adulto mayor y los responsables del entorno de este, mediante la asesoría y capacitación en temas inherentes al manejo óptimo del diario vivir.

Aun cuando, el proyecto nace de una iniciativa privada, no se contrapone ni busca sustituir la cobertura estatal, sino que por el contrario, buscará poner al alcance de las personas los nuevos productos y servicios de los que se disponen en el mundo para el beneficio de los adultos mayores y que son demandados para lograr el normal desarrollo de sus actividades diarias.

1.4 Justificación Práctica.

Este anteproyecto girará en torno a tres aspectos fundamentales de la vida de los individuos, que son: la parte funcional, cognitiva y emocional, aspectos que serán considerados para la y se creación de la empresa, misma, que tendrá dos unidades de negocio:

La primera, poner al alcance del adulto mayor y/o sus familiares productos que permitan alivianar las actividades cotidianas mediante la importación y distribución a través de un local y tienda virtual especializados en temas del adulto mayor. La segunda, contribuir al cambio de cultura siendo un vínculo que modifique la visión de la Sociedad frente a este grupo vulnerable a través de asesorías que contribuyan con los cuidadores y /o familias en la manera de enfrentar estas etapas de las personas mayores desde el punto de vista psicológico, cognitivo, nutricional, etc. con profesionales afines al tema.

Estas unidades de negocio serán administradas bajo un solo paraguas administrativo, económico y de negocios, deberán contar con las diferentes áreas contempladas en una estructura orgánica-funcional que permita su desarrollo sustentable y sostenible.

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo general:

Desarrollar un Negocio de Emprendimiento para Alivianar las Actividades de la Vida Cotidiana de los Adultos mayores.

1.5.2 Objetivos específicos:

- Elaborar un estudio de factibilidad de mercado que demuestre que efectivamente esta oferta de productos y servicios de asesoría, son una necesidad para satisfacer en la vida del adulto mayor y su familia.

- Realizar un análisis en busca de la estructura organizacional para la implementación del local, la organización, personal ejecutivo, los colaboradores y las organizaciones de apoyo.

- Elaborar un estudio de factibilidad técnico y operativo para analizar el producto, las facilidades con relación a las instalaciones físicas, los equipos y los sistemas de control.

- Estudio de evaluación económica busca determinar la inversión en activos fijos, capital de trabajo, presupuesto de ingresos, análisis de costos, presupuesto de personal, otros gastos y deducciones tributarias.

1.6 Principales Resultados

Dado que el presente estudio definirá la implementación de un emprendimiento que busca llenar una necesidad en el adulto mayor mediante la oferta de productos y servicios que mejoren su calidad de vida, en los emocional y físico, lo que obtendremos al finalizar el presente trabajo investigativo será:

- Análisis del mercado, análisis del sector y potencial demanda
- Organigrama, descripción de cargos, proceso de selección de personal
- Análisis del producto, instalaciones físicas, equipos y sistemas de control
- Capital de trabajo, inversión en activos fijos, análisis de costo, recursos humanos.

2 MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

El marco teórico referencial, tendrá un abordaje desde diversos puntos de vista, en primera instancia describiremos los cambios fisiológicos del adulto mayor, lo cual aspectos de importancia dado que el presente estudio se basa en conocer las características y necesidades de nuestros clientes, a partir de ello abordaremos el contexto organizacional que abarca el diseño de la empresa

y la identidad corporativa, datos que son de gran relevancia para generar la planificación estratégica y el modelo de negocios.

Ayona & Bloisse (2017), indican que existen varias definiciones para entender el concepto de adulto mayor. Sin embargo, en la mayoría de ellas se recurre a la idea de edad fisiológica más que sobre la idea del envejecimiento. En este sentido organizaciones como la ONU, definen al adulto mayor como el individuo mayor de 60 años, a quien se le llamará persona de la tercera edad. Vale la pena mencionar que hay algunas definiciones apuntan a llamar a las personas de 60 a 74 años como individuos de edad avanzada, mientras que los 75 a 90 años se les puede llamar personas ancianas y a las personas de 90 años se les llama grandes viejos o grandes longevos.

La gerontología es introducida por Élie Metchnikoff 1903 como menciona Cavaillon (2019), en su artículo denominado Duclaux, Chamberland, Roux, Grancher y Metchnikoff: los cinco mosqueteros de Louis Pasteur., y es conocida como la ciencia encargada de estudiar los diferentes cambios en los comportamientos psicológicos, sociales y biológicos en etapa de la tercera edad. Es preciso mencionar que, en el adulto mayor existen diversos cambios, como ser las alteraciones psicológicas propias de esta edad acompañados de cambios físicos y sociales, en consecuencia, del deterioro relacionados con la velocidad del proceso cognoscitivo.

Autores como Vélez, E, E y Centeno (2019), describen las principales características en el adulto mayor, en donde indica que habilidades como las habilidades y las destrezas para desarrollar una actividad son más lentas, tomando como base el modelo de procesamiento de la información, de esta forma se puede ver que reduce la capacidad de recibir y almacenar información de tipo sensorial en relación con el adulto más joven. También se ve en lo relacionado con la memoria de corto plazo, que los cambios en el adulto mayor no son significativos, contrariamente a la memoria de largo plazo se identifica que el adulto mayor es menos eficiente. En su aspecto físico, se observa

que existe un declive de la fuerza física, así como habilidades y destrezas, a medida que el adulto mayor va envejeciendo se presentan una serie de circunstancias con las cuales éste debe lidiar, la pérdida de seres queridos, por ejemplo, lo cual puede derivar en depresión; en el aspecto psicosocial, se observa una interacción menor, llevándole a tener reflexiones sobre su participación en la sociedad.

Por otra parte, Albala (2020) en su artículo titulado, el envejecimiento de la población chilena y los desafíos para la salud y el bienestar de las personas mayores, argumenta que, las bajas tasas de natalidad y el aumento de las expectativas de vida han determinado cambios en la estructura demográfica y en consecuencia en la composición etaria de la población generando un aumento de los ancianos y con ello debilidades en su salud debiendo procurar atención médica para aliviar dolencias con el estrés, el alcoholismo, tabaquismo, accidentes físicos, automedicación y enfermedades psicosomáticas.

Por otra parte, Aguilar-Chasipanta & Analuiza-Analuiza (2020) la problemática laboral, ha generado un incremento de padecimientos físicos, psíquicos y sociales de las personas. Analizando los estudios estadísticos se observa que los accidentes, las enfermedades cardiovasculares y los tumores figuran entre las primeras causas de muerte entre los adultos y ancianos, al igual que en los países desarrollados; al mismo tiempo se observan causas de muertes comunes en países subdesarrollados como la desnutrición y las enfermedades infecciosas. (p.580-581).

2.1 Cambios fisiológicos en el adulto mayor

Autores como Alvarado (2017), indican distintos cambios que se presentan durante el envejecimiento, los cuales se pueden observar en la composición corporal como por ejemplo la pérdida de fuerza y de capacidad aeróbica conocida como sarcopenia, que en consecuencia lleva al

individuo a perder paulatinamente su funcionalidad; de igual manera se observa pérdida de peso y estatura que puede llegar a ser de entre 2.5 y 7.5 centímetros. Como resultado de estos cambios ocurridos durante el envejecimiento, se verá afectado el gasto energético que puede disminuir hasta un 6% entre los adultos de 50 y 65 años y después de los 75 años es de otro 6%.

A su vez Reyes (2020), expresa que en cuanto a los signos vitales que sabemos son la temperatura, frecuencia cardíaca, frecuencia respiratoria también presentarán cambios, aunque no tan significativos. Por ejemplo, en la temperatura hay un deterioro en la regulación y por consiguiente en la adaptación a los distintos entornos ambientales, esto se debe a la pérdida subcutánea y a al deterioro de la respuesta de transpiración, por lo que provocará una afectación sanguínea aumentando la probabilidad de presentar crisis de hipotensión.

Por su parte, García y Revuelta (2021), expresan en una publicación denominada “Elementos esenciales del ejercicio físico en la rehabilitación cardíaca” indican que hay distintos cambios en los sistemas del organismo, como el sistema cardiovascular, incrementando la prevalencia de enfermedades cardiovasculares, debido a que entre otras cosas el corazón incrementa ligeramente su tamaño por lo que hay una sutil degeneración del tejido muscular cardíaco, el bombeo del corazón se hace con menor eficacia y tiende a trabajar más para cumplir su función. Por otro lado, existe un engrosamiento de la pared cardíaca lo que provoca una alteración en los flujos de sangre que vacían y llenan de manera lenta las cavidades del corazón; todo esto viene acompañado de una alteración en la frecuencia cardíaca y aunque el corazón es capaz de satisfacer las necesidades del organismo, sin embargo, debido a las demandas extras de carga de trabajo por estrés o enfermedad puede causar hipertensión, arritmias e infartos.

En un estudio denominado conceptos fisiológicos implicados en la comprensión de las pruebas de función pulmonar realizado por Rodríguez, Rojas y Urhan (2019) expresan que en la

vejez, la capacidad pulmonar de reserva de aire se modifica, por lo que, las frecuencias respiratorias si son superiores a 25 inhalaciones por minuto, pueden ser señal de infección o algún trastorno, esto se genera por los cambios que sufrirá el sistema, ya que, los pulmones empiezan a sufrir deterioro del tejido. Además, la capacidad de producción de inmunoglobulina A disminuye por el sistema respiratorio, todo esto se regula por el sistema inmunológico ocasionando que haya mayor incidencia de infecciones produciendo un daño a los linfocitos que pueden conducir a la formación de ácidos anormales, que a su vez pueden agredir a los propios tejidos, y además se presentarán alteraciones en la cicatrización de heridas y trastornos autoinmunes.

Correa (2019) en su estudio Desarrollo y cambios con la edad en el tubo digestivo, hígado y páncreas, indica que entre los cambios con mayor relevancia que presentan los adultos mayores, como es el caso del aparato gastrointestinal existen modificaciones de la microbiota intestinal y cambios en los hábitos y comportamientos del individuo. Las primeras modificaciones se podrán observar a nivel orofaríngeo, pues aquí habrá una reducción del número de dientes, atrofia del tejido óseo maxilar y mandibular, así como la mucosa oral con la pérdida de elasticidad, en donde, hay una reducción del flujo salival y junto con el aumento de mucina ocasionará que la saliva pierda su viscosidad lo que provoca una dificultad para la deglución, y por último habrá una disminución en las sensaciones gustativas y el olfato.

De igual manera Galindo (2020) en su estudio “Disfagia en el adulto mayor” describe los cambios en el esófago, en donde indica la presencia de una disminución de la respuesta a peristáltica y una frecuente competencia del esfínter, en donde a causa de esto se puede desencadenar problemas como una disminución de la función esfinteriana esofágica dando como resultado el reflujo gastroesofágico, pasando a ser un factor de riesgo elevado de lesiones gástricas, esofagitis y en el peor de los casos cáncer. En cuanto al estómago ocurren cambios como la

reducción de la motilidad gástrica, así como disminución de las secreciones y de las sustancias que ayudan a degradar los alimentos ocasionando hipoclorhidria, estos cambios pueden afectar de tal manera que exista una disminución de la disponibilidad de la vitamina B12, haciendo que haya peligro de generar enfermedades cancerosas y por otra parte a desarrollar anorexia.

De manera similar Alvarado (2017) indica que, entre los órganos accesorios del aparato gastrointestinal, se puede ver cambio en la vesícula biliar, que puede repercutir en otras funciones, pues la síntesis de los ácidos biliares se ve disminuida con el envejecimiento debido a la reducción de la hidroxilación del colesterol, también hay una reducción de la extracción de la sangre del colesterol LDL, ocasionando que haya un incremento de la aterosclerosis, en cuanto al páncreas habrá una menor capacidad de las células beta para responder a los cambios de glucosa y resistencia a la insulina en los tejidos periféricos por lo que incrementan los niveles basales y post pandéales.

Otro de los sistemas que presentará cambios, será el nervioso que se caracteriza por reflejar cambios importantes de la memoria reciente, capacidad de razonamiento y de habilidades conceptuales. Por lo que Castillo (2020) en su investigación “Sistema nervioso autónomo desde la perspectiva inmunológica y del estrés” expresa que, entre los factores más relevantes tenemos a disminución de la velocidad de conducción nerviosa, lo que ocasiona también una disminución de la dopamina, en la sustancia negra de los ganglios basales y puede provocar síntomas tipo Parkinson y temblores, también se reducen los niveles de noradrenalina y 5 hidroxitriptamina pudiendo causar depresión, al igual que se ve afectado el hipotálamo de tal manera que se debilitan ciertas funciones reguladoras autónomas, también habrá cambios en el sistema renal, ya que disminuye su función esto principalmente se da por las alteraciones de la función vascular además de la baja contracción glomerular, por lo cual reducirá la capacidad de concentrar solutos.

Por su parte, Bordelois (2019) en su estudio denominado “Caracterización del adulto mayor con diagnóstico probable de cáncer de piel” expresa que, uno de los cambios que puede ser más visible es en el sistema tegumentario, uno de los cambios que puede ser más visible es en el sistema tegumentario, ya que éste sufrirá cambios en las fibras de colágeno, pues éstas serán menos numerosas, más rígidas y se separarán. En cuanto a las fibras elásticas pierden parte de su elasticidad y se rompen, por otro lado, también disminuirán las glándulas sebáceas por lo que se incrementa la resequedad y grietas de la piel, lo que podrá ser causa de que sean más susceptibles a sufrir una insolación. También se podrá ver una reducción en el número de melanocitos, células de la piel que le dan pigmento y protección a las mismas de tal manera que la cicatrización de la piel se vuelve deficiente, provocando cambios patológicos los cuales pueden ser causa de cáncer, comezón y úlceras por presión.

2.2 Organización

Para comprender y proyectar el servicio planteado, es necesario analizar los conceptos relacionados con la organización de la empresa y su planeación en pro de sus objetivos, para ello citaremos.

El desarrollo de la organización está enfocada a satisfacer las necesidades de la vida cotidiana en los adultos mayores. En este sentido se puede comprender que la organización constituye, toda la estructura organizacional y funcional que se proyecta al interior de la organización, la misma que relaciona directamente con el diseño organizacional, existen requisitos para estructurar el diseño organizacional de una empresa, algunos de ellos son la estructura básica, la cual divide las tareas de la organización de manera jerárquica; los mecanismos de operación, los cuales definen lo que deben y lo que no deben hacer los integrantes de la organización por medio de reglas, reglamentos descripción de cargos y procedimientos (Suárez-Sánchez, 2017).

Espinoza (2020) indica que la planificación estratégica, son los mecanismos de decisión el cual brinda autonomía al trabajador para la toma de decisiones más convenientes con relación a su proceso y los mecanismos de coordinación, quienes integran y le dan coherencia al todo dentro de la organización, para coordinar el trabajo en las organizaciones se realiza la departamentalización por áreas o procesos donde se nombran jefes para cada departamento y cada uno tiene sus funciones y responsabilidades, una vez definidas estas habremos adoptado un diseño organizacional el cual se adapta directamente a la necesidad y tipo de negocio.

2.2.1 Diseño organizacional

Una vez descrito lo que es la organización, se debe generar un diseño organizacional que permita desarrollar el modelo de negocios a partir de las necesidades de los potenciales clientes, en este caso, el adulto mayor. Autores como Vergara (2019) concibe como diseño organizacional a la planeación de la marcha de la empresa en relación a sus metas, condiciones y las diferentes etapas que se llevan a cabo para ofertar sus productos y servicios. Una de las bases de toda organización, es que estas incorporan elementos como misión, visión, valores y cultura, sus actividades se desenvuelven en dos aristas que son la estrategia y los procesos de negocio.

De esta forma, la estrategia define los desafíos y metas para la empresa, es decir va a ser el camino por el cual se va a mover la organización y esta puede estar representada mediante un balance scorecard a partir de los cuatro bloques, el primer lugar el financiero, que establece las metas en cuanto a costos, el uso de activos, el incremento y la renta esperada entre otros. El segundo bloque corresponde al de clientes, en este se define como se puede llegar a estos, mediante productos o servicios, la manera en la que se desarrolla el mercado y finalmente cómo lo fidelizamos al cliente (Quintero-Beltrán & Osorio-Morales, 2018).

En bloque tres, se refiere a la relación interna, es decir, como se realizan las actividades dentro de la empresa, esto comprende las normas y procedimientos, en la cual se ve reflejada la gestión organizacional. Finalmente, el cuarto elemento es el de aprendizaje en crecimiento, en este se puede desarrollar las metas y desafíos que se generan para cumplir las metas propuestas en los tres bloques anteriores (Quintero-Beltrán & Osorio-Morales, 2018).

Con la construcción de estas actividades se puede generar una propuesta de valor enfocada en lo que se quiere brindar al cliente. Vale la pena destacar, que el aprendizaje es permanente por lo que es importante generar procesos de mejora continua, además que la organización tenga la capacidad de adaptarse al cambio. De esta forma, los procesos de negocio se corresponden a la forma en la que la organización se encuentra estructurada (Mollenhauer, Moraga, & Bernasconi, 2020).

Vale la pena mencionar que, cada elemento se materializa mediante la estructura organizacional, que brindara la cantidad de unidades y cargos necesarios que se requiera para implementar la estrategia propuesta, cubriendo de manera eficiente las actividades inherentes al cumplimiento de las actividades.

En un estudio realizado por Conrero y Sosa (2019), expresan que, para la construcción de esta estructura, se debe considerar a los mercados y sus características en las que se desenvuelve la organización, la relevancia de cada una de las funciones y tareas asociadas y bienestar de las personas que trabajan de manera interna y externa. De esta manera, el diseño organizacional debe de contar con el personal necesario para solventar estas necesidades y además tener un componente de liderazgo y responsabilidad social empresarial alineándose al modelo de negocio que se piensa establecer.

A su vez, el diseño organizacional debe permitir a sus miembros desarrollar procesos de comunicación y crecimiento personal. En este sentido, el diseño organizacional es una herramienta poderosa dentro de la empresa que incentiva el desarrollo profesional y personal de sus miembros. Vale la pena destacar que este debe ser transmitido y socializado a sus miembros con el fin de que cada uno de ellos se alineen a los propósitos de la organización.

2.2.2 Identidad Corporativa

Para que el modelo de negocios enfocados en el adulto mayor tenga éxito, es preciso que este cuente con una imagen que represente la misión, visión y valores que se pretende transmitir por lo que se debe tener presente que, la identidad corporativa de una organización tiene un dominio concluyente en todas las etapas de la gestión de una organización. Collins y Porras (1995) señalan que la Identidad Corporativa orienta las decisiones, políticas, estrategias y acciones de la organización, y refleja los principios, valores y creencias fundamentales de la organización. Así, es necesario reflexionar sobre esta cuestión y definir qué es la Identidad Corporativa y establecer cuáles son sus componentes fundamentales (Paul Capriotti, 2009)

Una buena identidad corporativa influye a obtener una posición favorable en el mercado, y al seguir manteniendo una imagen bien cuidada, son beneficios inapreciables que destacan para que una organización tenga éxito frente a la competencia. Una discusión general del término identidad corporativa implica una investigación de los varios tipos de comportamiento humano que definen la imagen o identidad de un individuo en relación con su entorno (Marín Dueñas, 2017).

2.3 Planificación estratégica

La planificación estratégica, es un aspecto importante para el desarrollo de un negocio, y se debe tomar en consideración las siguientes etapas:

Etapas 1. Análisis situacional. - Mediante la etapa de análisis se identifica diversas situaciones de la empresa y se genera diversas preguntas como ¿A dónde vamos?, ¿En dónde estamos?, etc. Por lo que hay que realizar un análisis situacional digital tanto interna como externa de la empresa. En muchas ocasiones se recomienda realizar un análisis F.O.D.A. o un análisis P.E.S.T.E.L, para conocer diversas variables que nos permitan la toma de decisiones (Constanza Gómez, 2018).

Etapas 2. Objetivos. - A partir del análisis situacional digital, se deben de plantear los distintos objetivos, estos deben de responder a la pregunta ¿Dónde queremos llegar? Existen varias herramientas que permiten identificar de manera adecuada los objetivos, tal es el método S.M.A.R.T. que exige que los objetivos deben ser específicos, medibles, analizables, relevantes y temporales (Constanza Gómez, 2018).

Etapas 3. Estrategias y tácticas. - Las estrategias y tácticas son las diversas acciones que se va a tomar para el cumplimiento de los objetivos y se responde a la pregunta ¿Cuál es el camino? Por lo que se debe de tomar en consideración los recursos físicos, humanos y económicos que involucran el cumplimiento de dichos objetivos, en donde en varias ocasiones se tendrá que movilizar al personal, gestionar actividades o diseñar estrategias en función del cumplimiento de los objetivos (Constanza Gómez, 2018).

Etapas 4. Plan de acción. – Es la ejecución de las tareas propuestas en la estrategia y que permita alcanzar los objetivos. El plan de acción responde a la pregunta ¿Cómo lo hacemos?, en donde además se debe de cumplir un tiempo de acción (Constanza Gómez, 2018).

.Etapa 5. Medir. - Una vez desarrollada la planificación estratégica, el último paso es medir el mecanismo de gestión implementado con la finalidad de conocer cuál es el impacto que ha tenido la estrategia y de que manera se han cumplido los objetivos propuestos. Es preciso mencionar que si las actividades implementadas no han tenido los resultados esperados se debe de realizar un nuevo análisis situacional e identificar los factores que han generado estas carencias. Hay que recordar que en la actualidad de la misma manera que se tiene información de forma inmediata también las respuestas deben fluir a esta velocidad (Constanza Gómez, 2018).

2.4 Recursos económicos y financieros

Entre las herramientas claves para asumir decisiones en la empresa es el adecuado manejo de los recursos económicos y financieros, ya que estos brindan una información del estado real de la empresa. Este proceso en la actualidad es mucho más ágil, debido a distintos recursos que ha brindado la tecnología, como es el caso de la automatización, la interconectividad y la gran variedad de programas informáticos que han permitido implementar de manera efectiva dicha dinámica.

Es de esperar que las condiciones óptimas de la salud financiera de las empresas puedan verse afectadas debido a diversas circunstancias, como por ejemplo un desequilibrio en las finanzas producido por el inadecuado manejo de recursos, una incipiente o nula planificación estratégica, una inadecuada administración en los procesos, entre otros. Por lo que, es de gran relevancia que la empresa conozca su situación financiera para que pueda generar de manera oportuna estrategias que permitan fortalecer su economía. Es decir, identificar los aspectos tanto económicos como financieros para que pueda operar de forma adecuada en función de la liquidez, capacidad de endeudamiento y la rentabilidad.

Hay que recordar que, a partir de los objetivos propuestos para un modelo de negocios se debe contemplar distintos recursos económicos y financieros, lo que pretende garantizar un adecuado funcionamiento dentro de la organización; se debe considerar los siguientes factores: la inversión, la evaluación del proyecto, el plan de inversión, el recurso humano, los ingresos y los egresos, capital de trabajo, flujo de caja y la relación costo beneficio.

Tabla 1

Recursos económicos y financieros

Variable	Definición
Inversión	Se comprende como inversión a la aplicación de los recursos para desarrollar una actividad con el deseo de que esta genere recursos.
Evaluación del proyecto	Este elemento permite conocer diversas características que influyen en la viabilidad del proyecto.
Plan de inversiones	Mediante el plan de inversiones se puede identificar los recursos necesarios para la gestión del proyecto, esto implica tanto la inversión en equipos de trabajo, infraestructura, capital humano y recursos para mantener la implementación y funcionamiento.
Recurso Humano	Este elemento comprende la inversión requerida para mantener el recurso humano activo lo que comprende sueldos, capacitaciones, horas extras, beneficios de los trabajadores, bonificaciones, liquidaciones, etc.
Ingresos y egresos	Mediante este elemento se busca cuantificar tanto los ingresos (entrada de dinero) como los egresos (Salida de dinero) dentro de la organización, esta condición indicará como es el flujo de divisas dentro del proyecto.
Capital de trabajo	El capital de trabajo es el rubro que comprende los recursos materiales y humanos para implementar una actividad, este componente permite operacionalizar el funcionamiento de la organización antes de recibir beneficios de la misma.
Flujo de caja	El flujo de caja es la comprensión sobre los ingresos y egresos de una organización que permite conocer el nivel de liquidez y la capacidad que tiene la misma para endeudarse.

Fuente: Elaboración propia. *Nota:* Para la implementación de un modelo de negocios es importante tomar en consideración los factores expuestos

2.5 Entornos de la empresa

Para conocer de una manera óptima el modelo de negocios enfocado en el adulto mayor se debe tomar en consideración distintos aspectos como el entorno de la empresa, mediante el cual se identifica a los actores internos y externos a la organización que influyen en la capacidad de dirección, familiarizarse con el medio permite sembrar y cultivar relaciones provechosas con los clientes, descubrir y aprovechar oportunidades además de luchar contra las amenazas; en consecuencia se hace de suma importancia generar estrategias para obtener información sobre este entorno. Vale la pena destacar, que es primordial realizar una adecuada estrategia comercial, conocer tanto las necesidades de los clientes como la oferta por parte de la competencia (Céspedes, 2019).

A su vez Galvis (2019) indica que el entorno arca dos componentes que son: Microentorno; el cual se lo describe como las fuerzas cercanas que influyen en la capacidad para brindar un servicio al cliente; y Macroentorno; que se concibe como las fuerzas de gran influencia en la sociedad y que repercuten en el microentorno de la empresa y en donde la organización no tiene un control sobre estas. Es preciso mencionar que tanto la empresa como la sociedad operan en un macroentorno y se dividen en factores de origen demográfico, económico, natural, tecnológico, político y culturales.

Los factores demográficos son aquellos relacionados a las poblaciones y se pueden representar por su tamaño, densidad, ubicación, género, etnia, profesión u otros datos estadísticos que se puedan presentar. Esta información es de gran relevancia para el marketing, ya que le ofrece una perspectiva de diversos comportamientos y necesidades de una población en particular, como

es el caso de la segmentación por edades, en donde se pueden encontrar grupos con denominaciones como es la generación X o la generación de cristal (Romo-González & Tarango-Ortíz, 2016).

Mientras que el entorno económico es aquello que afecta las decisiones de compra y los patrones de gasto de los consumidores, que se pueden reflejar en las distintas clases sociales; el entorno natural hace alusión a los diversos componentes que se pueden relacionar con la naturaleza, como es la escasez de la materia prima, el aumento de la contaminación, la intervención de políticas medioambientales o practicas ecológicas sustentables (Romo-González & Tarango-Ortíz, 2016).

Un factor de gran importancia dentro del entorno es la tecnología, la cual ha generado nuevas dinámicas y oportunidades en el mercado, obteniendo productos más prácticos y accesibles y una capacidad muy alta de interconectividad.

Mientras que el entorno político, hace relación a las distintas leyes, dependencias del gobierno o grupos de poder que inciden en la organización y en el cliente.

El entorno cultural hace relación a las distintas creencias y costumbres que tiene la sociedad, lo cual es trasmitido de generación en generación y definen la identidad de la persona, es preciso mencionar que el entorno cultural es propio de una sociedad, pero en esta se pueden encontrar diversas subculturas (Romo-González & Tarango-Ortíz, 2016).

2.5.1 Mercado

Se concibe como mercado a la reunión de personas que compartan la misma necesidad de un bien o servicio, el cual puedan comprar porque están dentro de su capacidad adquisitiva. Según el marketing tradicional el mercado se puede clasificar, según el producto, según el ámbito

geográfico, según las características del comprador o según la novedad del producto (González, Aranda, & Viteri, 2017).

2.6 Marketing digital

Una de las estrategias, que se pretende desarrollar en esta investigación es el uso del Marketing digital como mecanismo de llegar de una forma rápida y confiable al usuario. Vale la pena recordar que, esta tecnología permite abordar al cliente desde cualquier punto.

El Marketing digital, es una herramienta de vital importancia para el desarrollo de la organización, el cual nace a partir de la aparición de la WEB 2.0, permitiendo cambiar el modelo en el que se ha concebido al marketing. Esta nueva dinámica se ha instaurado en muy corto tiempo y ha generado una revolución en cuanto a comunicación se refiere. Por una parte, se puede generar una información inmediata, mejorar la relación con el cliente, saber sus gustos y tendencias (De-la-Hera, 2020).

Este mecanismo está presente en varias plataformas digitales y fue creado con el fin de interactuar de forma dinámica con los usuarios. En la actualidad su utilidad abarca varios aspectos, desde la integración social hasta el desarrollo de la empresa, las ventas o la estadística. Esta dinámica es generada en varios medios sociales, los cuales son diferenciados en función de los servicios que pueden brindar (de la Piedra & Meana, 2017).

De esta manera, Alvares (2015) en su estudio “Marketing algorítmico y marketing heurístico, una controversia; investigación e innovación en ingenierías”, expresa que el Marketing digital, hace uso de medios electrónicos para conocer y comprender los gustos de los clientes, para la difusión de contenido y para la compresión de nuevas necesidades en el mercado. Este campo es de gran importancia ya que el usuario puede gozar de contenido, generar una crítica y compartir

contenido a su voluntad. Al ser este canal usado de una manera apropiada, se puede hacer uso de medios como son las redes sociales para captar comportamientos, gustos, tendencias u otras características que el usuario presenta.

A su vez, Arellano (2018), considera que el factor tecnología en la actualidad ha causado gran impacto en el usuario y en la sociedad en general, provocando grandes cambios a las dinámicas tanto de la persona como de la sociedad, generando una serie de hábitos de consumo nunca antes visto. El concepto de social media, involucra una dinámica mucho más eficiente en donde se puede interactuar de manera global con varios usuarios a la vez y en un tiempo muy reducido.

Mientras que Olivier (2019) manifiesta que, las principales características de la social media es la bidireccionalidad, este concepto rompe por completo la forma de hacer marketing, generando una nueva dinámica para el usuario en donde se busca conocer cuál es la apreciación que éste tiene sobre un producto, un concepto o una filosofía, destacando factores que antes no se tomaban en consideración.

Esta nueva etapa en el marketing expresa Vicuña (2018), es sumamente efectiva pero también sumamente rápida, en donde se cambia de forma constante los gustos y las necesidades de los consumidores. Es importante mencionar que en la actualidad los usuarios se encuentran conectados y tienen comunicación entre ellos por lo que no es raro ver a clientes que buscan opiniones sobre los productos que se ofertan, lo interesante de esta dinámica es que también las marcas pueden involucrarse en esta conversación, por lo que es necesario generar recursos para empatizar con el cliente.

Por lo tanto, uno de los grandes desafíos que tiene la empresa en la actualidad es generar el impacto esperado y ser un miembro activo en el proceso de interacción con el cliente por lo que

debe desarrollar contenidos amigables que le hagan partícipe en esta conversación sin verse invasivos. Esta actividad permite la mejora de los servicios para la captación de nuevos usuarios (Del Olmo & Gascón, 2014).

De esta manera el Marketing Digital puede generar beneficios para las empresas, como es la obtención de información en un corto periodo de tiempo, manifiesta Acero (2017), lo que permite conocer el comportamiento y las características que tiene el cliente. Esta actividad nos ayuda a descifrar de mejor manera los intereses de los usuarios y generar una estrategia comercial dirigida a un segmento en particular.

Uno de los mecanismos, de los cuales hace uso el marketing digital, son las redes sociales, esto se debe a los múltiples beneficios que estas tienen, como es la gran cantidad de tiempo que el usuario dispone para ellas en su vida cotidiana, en donde las personas de manera voluntaria hacen uso del contenido e interactúan con otros usuarios. Mediante las redes sociales se puede conocer comportamientos, gustos y actitudes de los usuarios y al ser utilizado correctamente es una poderosa herramienta para llegar al público deseado (Álvarez, 2015).

Vale la pena destacar que el Marketing durante muchos años se ha desenvuelto desde el punto de vista tradicional, esta dinámica al tener una carencia de recursos tecnológicos como los que se tienen en la actualidad se ha vuelto obsoleto, debido a la gran cantidad de esfuerzos que esta implica para la captación de clientes, la difusión de información, la captación de nuevos mercados y la concepción cerrada del producto en donde se tenía una escasa interpretación de los gustos del cliente. Es preciso mencionar que la relación era unidireccional y se trabajaba a partir de las características del cliente y no de necesidades individuales (Bohnenberger, 2017).

Pero además tenemos otros mecanismos que permiten identificar las necesidades de los clientes como sistemas SEO, el cual es diseñado para mejorar la experiencia de búsqueda, enfocado en los gustos y las tendencias que tienen los usuarios en el internet. Este sistema a pesar de ser pagado, es ampliamente utilizado por las empresas para posicionar un producto a los clientes, pero también ayuda a detectar las necesidades de la población (Lopezosa & Caldera-Serrano, 2018).

Es preciso mencionar que, mediante el uso de la tecnología, los usuarios pueden tener un producto de forma inmediata, por lo que las empresas en la actualidad están más inclinadas a conocer sus gustos e interactuar con el cliente. Sin embargo, la empresa debe tener mucho cuidado, debido a que un mal servicio o un producto que no cumpla los estándares deseados, puede generar una dinámica contraproducente, este efecto se da en mayor medida en servicios como es el alojamiento o restaurantes (Del Olmo & Gascón, 2014).

Contrariamente, los productos pueden ser altamente recomendados por lo que las empresas en la actualidad hacen uso de los influencer, que son individuos por gozar de popularidad en redes sociales, quienes, se caracterizan por su número de seguidores en las cuentas que ellos manejan, estos, por lo general influyen en la decisión de compra. Sin embargo, la empresa debe identificar el segmento al cuál va dirigido y contratar los servicios de aquellos con afinidad al producto (de la Piedra & Meana, 2017).

De esta manera, el Marketing Digital es un recurso fundamental para la sobrevivencia de una empresa. Esto se debe principalmente a que los clientes en la actualidad tienen mayor afinidad con la tecnología. El no hacer un manejo adecuado de estos recursos puede generar un malestar sobre la marca y genera un comportamiento no deseado por el cliente, y llevarle a la empresa a perder credibilidad y presencia en el mercado (Lopezosa & Caldera-Serrano, 2018).

2.6 Diseño web

En la actualidad es de gran relevancia contar con un diseño web, esta actividad resulta indispensable para el desarrollo del modelo de negocios ya que permite tener mayor accesibilidad hacia los clientes, la interacción y sobre todo la velocidad de respuesta hacia los mismos.

El diseño web es la actividad que consiste en planificar, diseñar, mantener y crear páginas web. Se aleja del término tradicional del diseño en cuanto a que engloba una cantidad de aspectos diferentes, como puede ser el diseño de la interfaz, el diseño del material gráfico o incluso la experiencia del usuario con el sitio. Se requiere tener en cuenta la navegación, interactividad, usabilidad, arquitectura de la información y la interacción de medios como el audio, texto, imagen, enlaces y video. Se lo considera dentro del diseño multimedia (Perdigón Llanes, Viltres Sala, & Madrigal Leiva, 2018).

“Un sitio web, es un espacio virtual en internet. Se trata de un conjunto de páginas web, las mismas que se componen mediante códigos HTML y son accesibles desde un mismo dominio o subdominio de la World Wide Web (WWW). En internet encuentran una variedad de tipos de sitios web que se diferencian por lo que ofrecen o por el servicio que brindan a cualquier persona que se encuentra navegando por la Red” (Perdigón Llanes, Viltres Sala, & Madrigal Leiva, 2018).

2.6.1 Dominio

En términos generales es básicamente el equivalente a una dirección física. De la misma manera que un satélite necesita una dirección o un código postal para dar direcciones, un navegador web necesita un nombre de dominio para dirigirse a un sitio web (Sarmiento Guede, 2017).

En internet un dominio se forma a partir de diferentes elementos, por ejemplo: el nombre de dominio Facebook.com consiste del nombre del sitio web (Facebook) y la extensión del dominio (.com). Cuando una empresa o persona compra un dominio web, puede especificar a qué servidor apunta el nombre del dominio (Sarmiento Guede, 2017).

La organización llamada a supervisar los nombres de los registros es la ICANN (Corporación de Internet para Nombres y Números Asignados, por sus siglas en inglés). ICANN especifica que extensiones de dominios esta disponibles y mantiene una base de datos centralizada de dónde apuntan los dominios web (Luque, Lozano, & Quiroz, 2018).

3 MATERIALES Y METODOLOGÍA

3.1 Tipo de investigación

La presente investigación tiene un enfoque mixto, ya que tiene características cuantitativas y cualitativas, es de tipo descriptivo con una cohorte transversal. Como instrumentos para la recolección de datos se utilizó el “Focus groups” que fue integrado por un grupo de profesionales multidisciplinario: médicos especialistas, enfermera, psicólogo y otros; la encuesta que fue dirigida principalmente al adulto mayor o a sus cuidadores, sean estos profesionales o no y a sus familiares, se la muestra a continuación.

3.2 Criterios de inclusión y de exclusión

Criterio	Descripción
Criterios de inclusión	Los participantes tienen que radicar en la ciudad de Cuenca Ser mayor de edad Personas que se encuentre vinculadas al adulto mayor, o Adulto mayor
Criterios de Exclusión	A las personas cuyas facultades cognitivas se encuentren distorsionadas Personas que no entiendan el idioma español Personas que no deseen participar de forma voluntaria

3.3 Población y muestra

La población y la muestra tanto para el grupo focal como para la encuesta fueron desarrollados de la siguiente manera:

3.3.1 Población grupo focal

Para la población del grupo focal, el número de participantes se obtuvo de las recomendaciones realizadas por el trabajo de Buss (2013) quien en su estudio llamado “Grupo focal: una técnica de recogida de datos en investigaciones cualitativas” indica que es recomendable tener de 6 a 8 personas, de esta forma se contó con 7 participantes y un moderador relacionado a la temática (ver tabla 2)

Tabla 2 Participantes en el Grupo Focal

Profesión	Lugar de trabajo/actividad	Años de experiencia
Neuróloga	Clínica Santa Ana/ Fundación DONUM	15 años de experiencia
Médico general	Directora del Centro Geriátrico Buena Esperanza	16 años de experiencia
Auxiliar de enfermera	Centro Geriátrico Buena Esperanza	12 años de experiencia
Psicólogo	Investigación Académica	6 años de experiencia
Adulto mayor	Jubilado	72 años de edad
Acompañante	Familiar de un adulto mayor	1 año en el cuidado de un familiar
Proveedor de insumos médicos	Laboratorio Medicamenta Ecuatoriana	15 años de experiencia
Médico Geriatra	Tratante del IEES	17 años de experiencia

Fuente: Elaboración propia. *Nota:* Los participantes aportaron significativamente para la construcción de las preguntas del cuestionario.

3.3.2 Población de la encuesta

Para el desarrollo de la encuesta se procedió a realizar un levantamiento de información de una base de datos de 60 participantes, que en su momento era aptos bajo los criterios de inclusión y de exclusión requeridos, la cual fue brindada por parte del personal sanitario que conformó el grupo focal, a quienes se aplicó el cuestionario.

3.4 Herramientas

En el proceso del levantamiento de la información se utilizó como herramientas: la ficha sociodemográfica, el “Focus group”, la encuesta y para la tabulación de datos se hizo uso del programa estadístico SPSS, el cual es un sistema que permite el ingreso y análisis de la información y aporta a generar datos estadísticos y gráficos para el estudio.

Ficha sociodemográfica. – La ficha sociodemográfica se puede definir como las características sociales, culturales y ambientales, en las cuales se desarrolla la investigación. En este estudio las características sociodemográficas son de gran importancia porque nos muestran comportamientos en función de las variables establecidas, lo que puede ser de gran utilidad al utilizarlas como mecanismo predictor en función de las necesidades.

Tabla 3 Operacionalización de variables

Variable	Definición	Dimensiones	Indicador	Escala
Edad	Años cumplido por la persona (objeto de estudio) desde su nacimiento hasta el momento en el que se le aplica el estudio.	Cronológica	Años (Cédula de identidad, partida de nacimiento)	Numérica Edad en Años y meses
Sexo	Condición genética, orgánica y biológica que distingue a un hombre de una mujer.	Fenotipo	Masculino Femenino (Cédula de identidad)	Ordinal 1. Masculino. 2. Femenino.
Estado Civil	Situación estable o permanente en la que se encuentra una persona física en relación con sus circunstancias personales y con la legislación, y que va a determinar la capacidad de obrar y los efectos jurídicos que posee cada individuo	Psicosocial	Soltero Casado Viudo Divorciado Unión Libre	Ordinal Soltero Casado Viudo Divorcia-do Unión Libre
Número de hijos	Cantidad de hijos a cargo del encuestado	Familiar	Encuesta	Numérica Número de hijos
Ayuda Doméstica	Persona que le ayude con las actividades domésticas.	Laboral	Encuesta	Nominal 1. Si 2. No
Situación Laboral	Persona que trabaja en relación de dependencia con contrato laboral fijo o eventual.	Laboral	Encuesta	Ordinal Estudia Trabaja Ama de casa
Nivel académico	Ultimo grado de escolaridad alcanzado	Educativo	Encuesta	Ordinal Básica Bachiller Tercer nivel Cuarto nivel

Fuente: Elaboración propia. *Nota:* la Operalización de las variables describe la ponderación de las variables en la investigación

Focus group. - El “Focus group” es una técnica de investigación en donde se realiza una entrevista semi estructurada de manera simultánea con profesionales del tema, en este caso, se conformó con los participantes a partir de sus experiencias profesionales. La cual, se aplicó con la

finalidad de obtener estrategias que permitan identificar las necesidades y los servicios a brindar al adulto mayor.

Tabla 4 Preguntas para el grupo focal

¿Dada su experiencia, cómo describe usted desde una óptica general, el estado de salud en el adulto mayor?

¿En cuanto a la dimensión social, qué análisis haría usted, con respecto al adulto mayor?

¿Cuál es la realidad económica en la que se desenvuelve el adulto mayor, según su criterio?

¿De acuerdo con su conocimiento, qué análisis cabe en lo relacionado al aspecto laboral?

¿Describa la realidad del adulto mayor en cuanto a seguridad social o particular?

Fuente: Elaboración propia. *Nota:* a partir de las preguntas se pudo tener un enfoque cualitativo

Con la elaboración de este grupo focal se pretende llegar a determinar las necesidades más importantes del adulto mayor. En el contexto del deterioro de su salud, cuáles son los equipos o productos que pueden contribuir a aliviar las limitaciones propias de alguna enfermedad o su condición. Sin embargo, se espera tener un enfoque global del paciente por lo que, se buscará otros aspectos que influyen y que aporten a mejorar su calidad de vida; su bienestar emocional, sus relaciones interpersonales, una sana dependencia de sus familias y/o cuidadores, el impacto económico producto de sus padecimientos y dependencias y porque no las expectativas a futuro.

Encuesta. – La encuesta es una herramienta de investigación que permite recopilar datos de manera numérica y sirve como mecanismos para poder predecir futuros comportamientos e irá

dirigida al adulto mayor, al familiar cercano o a la persona encargada de su cuidado, la encuesta podrá ser realizada de forma digital o de forma presencial.

Tabla 5 Operacionalización de las variables en el adulto mayor

VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADOR	ESCALA
Salud	Serie de condiciones físicas, cognitivas y sociales que presenta un individuo	Estado de salud	Discapacidad	Nominal 1. Si 2. No
			Enfermedad física	
			Enfermedad mental	
			Alimentación	
Social	Capacidad que tiene el individuo para integrarse de forma activa en distintos grupos sociales	participación en organizaciones	Ejercicio	Nominal 1. Si 2. No
			Sociales	
			Culturales	
			Religiosas	
Económico	Capacidad que tiene el individuo para la adquisición y el manejo del dinero.	Nivel adquisitivo	Deportivas	Nominal 1. Si 2. No
			Políticas	
			Independencia económica	
			Poder adquisitivo	
Laboral	Capacidad que tiene la persona para adquirir o brindar trabajo	Necesidades laborales	Posibilidad de ahorro	Nominal 1. Si 2. No
			Manejo propio de dinero	
			Cuenta con servicios básicos	
			Necesidad de tener un trabajo	
			Necesidades económicas	Nominal 1. Si 2. No
			Necesidades sociales	
			Desarrollo personal	

			Deseo de permanecer activo	
			De vida	
Seguros	Mecanismo pagado que se utiliza para cubrir distintas contingencias que se puedan presentar	Capacidad de respaldo	Salud	Nominal
			Accidentabilidad	1. Si
			Social	2. No
			Patronal	

Fuente: Elaboración propia. *Nota:* las escalas tendrán una medición dicotómica

4 RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Resultados grupo focal

Para la elaboración del grupo focal se prosiguió a realizar una video conferencia por medio de la plataforma Zoom, en donde se abordó la temática del adulto mayor en los ejes salud, social, económico, laboral y de seguros en donde se pudo conocer diversos puntos de vista en relación a la percepción de los participantes.

4.1.1 Dimensión salud

Dentro de la dimensión salud, la Doctora explica que: “Existen cambios fisiológicos como es la disminución de la masa muscular, cambios a nivel celular, se pueden ver alteraciones en los niveles de insulina, esto se da principalmente por orígenes de tipo genético, pero el envejecimiento en sí produce los cambios fisiológicos que se pueden sumar a cambios ya patológicos en el adulto mayor.

El envejecimiento no implica enfermedad en el adulto mayor, pero se debe priorizar la prevención y mantener buenos hábitos y de diferente índole, por ejemplo, en la parte psicológica

se puede ver múltiples alteraciones, esto se debe principalmente por la mala relación con la familia, entonces, sería primordial prevenir en cultivar relaciones familiares sanas. Sin embargo, esta condición puede variar según la persona”. De esta manera manifiesta la Doctora, que el estado de salud del adulto mayor en la ciudad de Cuenca es bueno y que la vejez cumple los criterios de normalidad esto se debe principalmente a la atención que estos tienen por parte de familiares o cuidadores lo que se ve reflejado en la baja incidencia de ciertas enfermedades como es el “Síndrome Metabólico”.

Mientras que el Adulto Mayor nos indicó que “En su estado ha sentido varios cambios como es la disminución de la fuerza y la velocidad” pero también acotó que ha tenido un acompañamiento por parte de hijos y familiares que le han ayudado para su cuidado, esta participante reconoce, que en la actualidad no puede hacer muchas actividades que antes le eran más sencillas, pero, sin embargo, comprende su situación y sus limitaciones.

Por su parte la enfermera, indica que las condiciones del adulto mayor son diferentes en cada persona y la forma en la que se tenga un cuidado es de gran relevancia para llegar en un buen estado de salud, por otra parte indica “Que la alimentación también juega un papel muy importante y que es de sumo cuidado su conocimiento; y que en la actualidad se puede ver la gran cantidad de químicos que la industria pone a los alimentos que se consumen , siendo según ella responsables del deterioro o complicación en diferentes aspectos de la vida de las personas”.

Por otro lado, se indica que “Vale la pena considerar que el hogar del adulto mayor tiene que ser liberado de barreras arquitectónicas, es decir se debe de adecuar el entorno con el fin de proporcionar seguridad y movilidad en esta población”.

A su vez, el Psicólogo Organizacional indica que “En los últimos años los niveles de estrés van en incremento, pero a su vez se ha visto que condiciones ambientales como la contaminación el ruido y otros factores, han aumentado. En la actualidad se ha podido ver problemáticas como la destrucción del vínculo familiar, que generan diferentes tipos de consecuencias que afectan efectivamente la calidad de vida, no sólo del adulto mayor sino también de las nuevas generaciones”

De su lado la Dra. Neuróloga acota que “Que la prevención de la salud mental es primordial, ya que pacientes con antecedentes de ansiedad y depresión tienen un riesgo muy elevado de sufrir demencia y no solamente se habla del Alzheimer, antiguamente se utilizaba el término “Demencia senil” para los tipos de demencia, dándole una equivocada clasificación. El hecho de envejecer no significa llegar a cierta edad y depender de los demás para el cumplimiento de las tareas de vida diaria.

Se debe tener en cuenta que depresión, ansiedad, falta de actividad física, desnutrición o enfermedades crónicas mal controladas como la hipertensión, diabetes, obesidad hipercolesterolemia, hipertrigliceridemia , entre otras, aumentan el riesgo no solo de demencia de Alzheimer, que ya habíamos dicho que es una demencia más común en pacientes mayores de 65 años, sino aumenta muchísimo el riesgo de demencia vascular, que es una demencia dada por daños en las pequeñas arterias y pequeñas conexiones de nuestro cerebro y también aumenta muchísimo el riesgo de demencias frontotemporales, caracterizados primero por una pérdida de concentración y posteriormente por pérdida de memoria .

Hay que recalcar, que el deterioro de las funciones cognitivas se puede presentar a partir de los 40 años de edad. Sin embargo, tener hábitos como la lectura o ejercicios mentales favorece a la reducción de problemas como es la demencia, es decir el generar hábitos mentales aporta en la

prevención de diversas enfermedades de carácter cognitivo y reduce de manera significativa su evolución.

De esta manera el Proveedor de insumos médicos indicó, la importancia de la educación para conocer los cambios del adulto mayor y las dinámicas por parte de la familia, por lo que es necesario contar con profesionales para orientar a familiares tanto en cómo hacer las adecuaciones en el hogar como para desarrollar mecanismos que aporten al cuidado tanto físico como psicológico.

4.1.2 Dimensión social

Dentro de la dimensión social se abordaron temas culturales, religiosos, deportivos y políticos, de esta forma la Enfermera indica que “Después de los 60 o 65 años no tiene por qué cambiar la vida social y cultural. Sin embargo, se puede realizar muchas actividades que antes no se las hizo, se puede empezar a viajar y disfrutar, mientras no haya deterioros cognitivos o físicos. En este sentido, el adulto mayor puede continuar viviendo su envejecimiento de una manera sana ya que, reitera, esta etapa de la vida no es sinónimo de enfermedad, sino que es parte del ciclo vital del ser humano el cual nace, crece, se reproduce, envejece y muere.

Por su parte el adulto mayor, indica que en la actualidad ha podido disfrutar más de la vida, encontrando un mayor disfrute, ya que dispone mayor tiempo para compartir tanto con amigos como con familiares. Menciona además que las relaciones sociales “me ha ayudado anímicamente inclusive espiritualmente”

Acotando a lo expuesto con anterioridad el psicólogo expresa que “Los entornos sociales y culturales que promuevan la participación activa del adulto mayor, son factores que reducen el riesgo de desarrollar demencias, ya que la liberación de neurotransmisores como la serotonina,

dopamina y oxitocina producen una sensación de placer y bienestar que redundan en protección para las neuronas cerebrales.

Sin embargo, y en contrapartida, a raíz de la pandemia se ha podido ver un aumento de cuadros de depresión y ansiedad como también los casos de violencia doméstica, dependencia a las redes sociales, lo que nos estaría enfrentando a un elevado riesgo de adquirir lesiones cerebrales complicadas.

4.1.3 Dimensión Económica

Dentro de esta dimensión se ha podido abordar las subdimensiones de independencia económica, el poder adquisitivo, las posibilidades de ahorro, el manejo del dinero y el acceso a los servicios básicos.

El familiar dentro de esta dimensión expresa “Una de las realidades como sociedad es la falta de planificación para la vejez, en donde la limitante más grande es el factor económico, lo cual provoca preocupación, discrepancias entre los familiares, conflictos e inclusive abandono del adulto mayor. Convirtiéndose esto en un verdadero problema social que rebasa las fronteras de las familias, generando un problema de salud pública”.

La enfermera expresa que “El envejecimiento cuesta mucho dinero y realmente esto se torna en un factor limitante para que todo adulto mayor pueda tener acceso a todo tipo de atención, los adultos mayores realmente están viviendo una crisis, el seguro social no brinda las atenciones adecuadas, los servicios son limitados, es una situación que invita a reflexionar a la sociedad. Inclusive en la clase médica, no se ha considerado al adulto mayor como una persona que merece continuar viviendo, según su visión”.

Mientras que la doctora geriatra, expresa la importancia de generar ahorros desde la juventud para la vejez, en relación con el manejo del dinero, esta expresa que en mayor medida son los hijos quienes manejan los recursos, esto se da en mayor medida con enfermedades de tipo cognitivas, ya que el adulto mayor va perdiendo su independencia funcional.

4.1.4 Dimensión Laboral

En esta dimensión el aspecto comprende las subdimensiones de la necesidad de tener un trabajo, las necesidades económicas, necesidades sociales, necesidades de desarrollo personal o el deseo de permanecer activo.

El psicólogo, expresa que la mayor parte de los adultos mayores tiene gran dificultad de tener un trabajo, sin embargo, la mayoría de ellos van a depender de trabajos autónomos para vivir, si la persona está en capacidad mental y física para continuar trabajando. Pero aquí en el país estamos muy limitados en cuanto a edad, ya que las oportunidades laborales son escasas. Por otra parte, dentro de la intervención rescató que el adulto mayor puede generar modelos de negocios diferentes a los actuales, los cuales se han perdido en las nuevas generaciones.

Por otra parte, el proveedor de insumos médicos manifiesta como rescatable el hecho de que por la pandemia se desarrollaron aptitudes dentro de la tecnología, pues dada la imposibilidad de movilidad se volvió mandatorio utilizar apps que facilitaron la vida cotidiana en pandemia; por lo tanto, esta aptitud resulta en una herramienta útil a la hora de desarrollar actividades que permitan el sustento”.

4.1.5 Dimensión Seguros

Esta dimensión aborda los temas de los seguros, en donde se trató las subdimensiones de seguros de: vida, patronales, salud y accidentabilidad, a esta interrogante, una participante toma la palabra e indica “Para un adulto mayor se torna indispensable el uso de un seguro, lamentablemente no sé si por costumbre o por falta de conocimiento carecen de este servicio, si nos damos cuenta los seguros privados primeramente no desean cubrir a un adulto mayor y si lo hacen sus tarifas son sumamente caras, dejando a esta parte de la población en manos de los seguros públicos” Por otra parte una doctora indica que “los seguros privados, son utilizados únicamente por personas pudientes económicamente. Se acota también en el focus group, que el Seguro Social, no abarca las necesidades de la población y que este no puede brindar el servicio necesario para cumplir con todo lo que se demanda de él”.

Por su parte la adulta mayor, expresa que se beneficia del monte pio de su esposo y no cuenta con un seguro privado. Sin embargo, se ha encontrado con grandes falencias como es la falta de medicina y un mal servicio, en donde en varias ocasiones se ha visto afectada, incluso teniendo que regresar a los centros de atención para conseguir el medicamento recetado y, en el peor de los casos ha tenido que comprarlos.

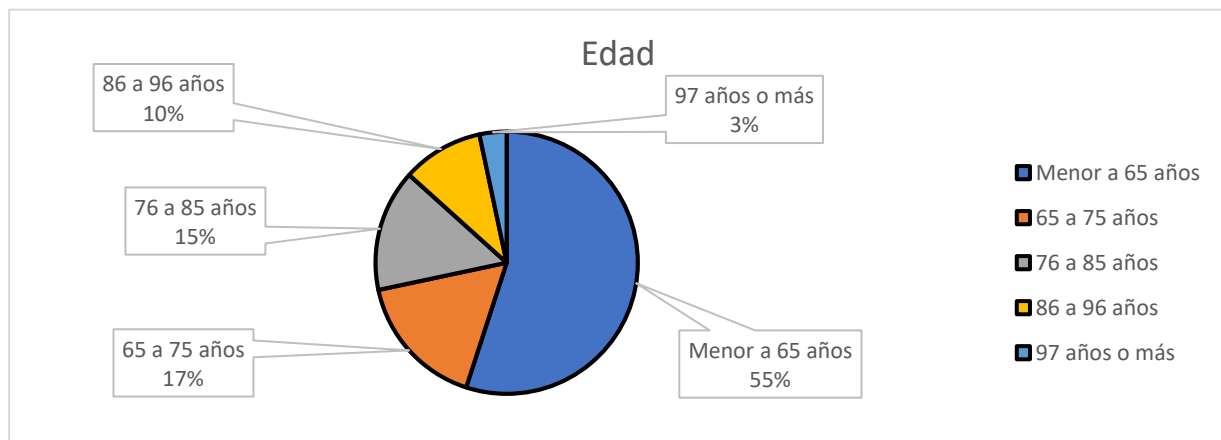
4.2 Resultados de la encuesta

Para dar cumplimiento de los objetivos planteados dentro de la investigación se realizó una encuesta, la cual comprende una ficha sociodemográfica y preguntas relacionadas a factores que influyen en el adulto mayor. Esta encuesta fue conformada por la participación de 60 personas adultas mayores y cuidadores o familiares. Es decir, la población en relación con el adulto mayor.

4.2.1 Ficha sociodemográfica

Dentro de ficha sociodemográfica se vio el factor de edad, en este resultado desarrollado en la figura 2 se tiene que el mayor número de participantes se encuentran ubicadas en el rango de edad de “Menor a 65 años” con una representación del 55% , cabe la pena destacar que si bien esta población no se encuentran jubilados, tiene una relación directa debido a que trabajan con el adulto mayor o son familiares de los mismos, el segundo grupo que abarca una edad de los 65 a los 75 años de edad tiene una representación del 17%, el tercer grupo de encuestados se encuentran en un rango de edad entre el 76 a 85 años y tienen una representación del 15%, seguido a ello se tiene una población que va desde 86 a 96 años con una representación del 10% y finalmente se tiene a participantes que se encuentran entre 97 años o más, los cuales tiene una representación del 3,33%, que se puede apreciar en la figura 2.

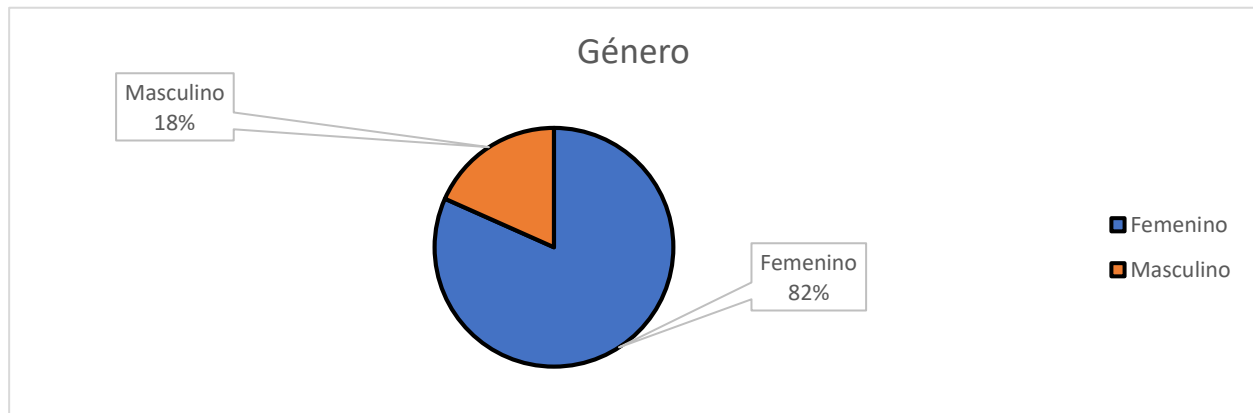
Figura 2 Edad



Fuente: elaboración propia

En cuanto al factor sociodemográfico de género se puede observar que el 82% de los participantes, son del género femenino, mientras que el 18% pertenecen al género masculino. Como se observa en la figura 3.

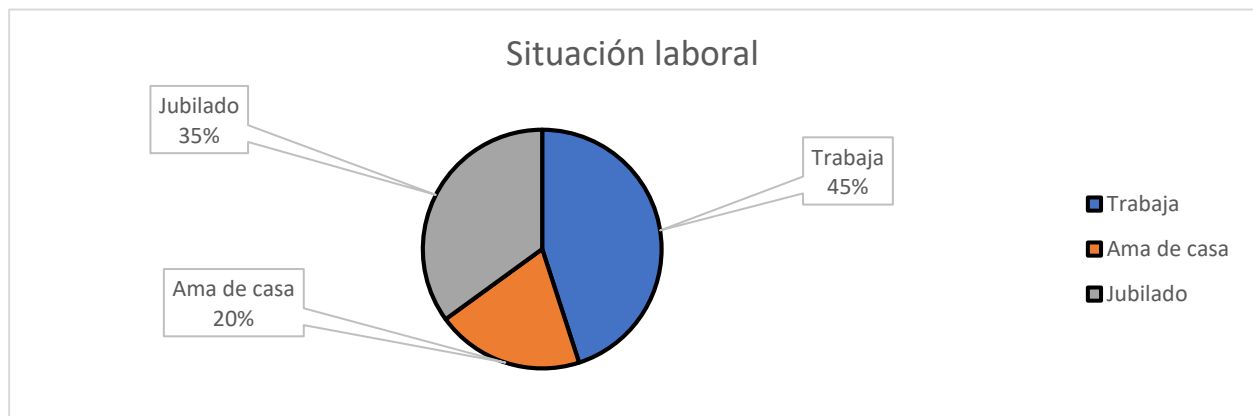
Figura 3 Género



Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a la situación laboral, se puede percibir que el 45% de los participantes tiene un trabajo, el 35% son jubilados y el 20% realizan actividades dentro del hogar. Como se puede ver en la figura 4.

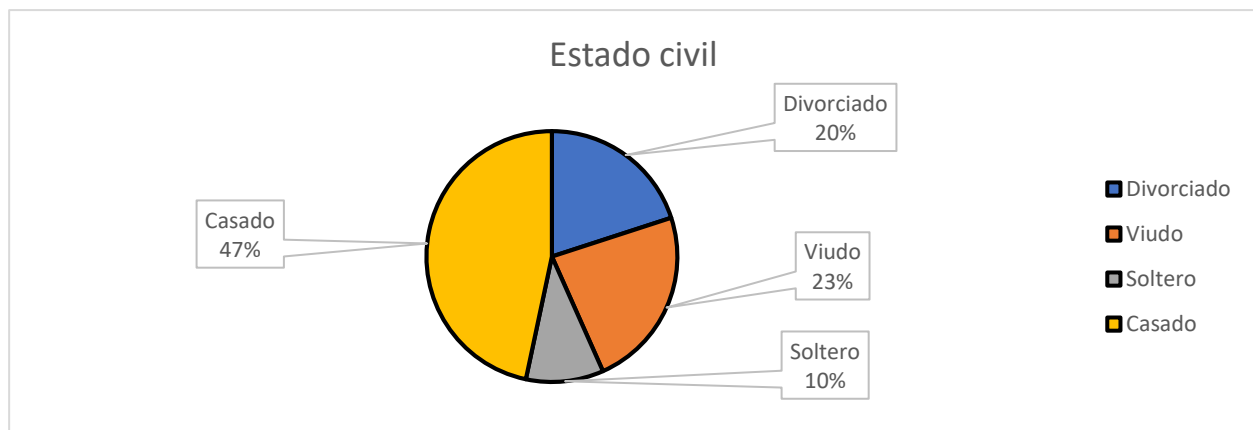
Figura 4 Situación laboral



Fuente: Elaboración propia.

En relación al factor sociodemográfico “Estado Civil” se puede ver que el 47% de la población son casados, un 23% de la población son viudos, el 20% de la población se encuentran divorciados y el 10% de la población son solteros. Como se puede ver en la figura 5.

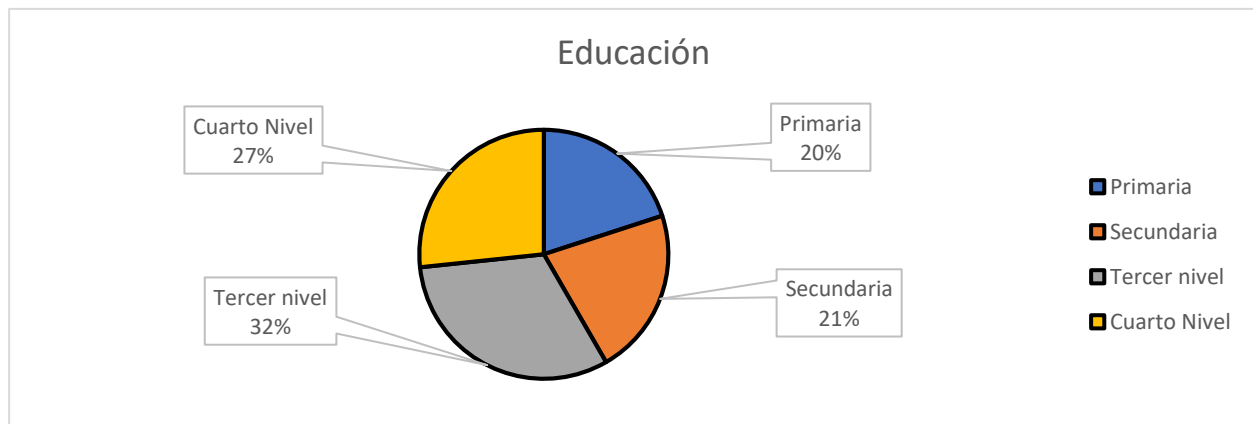
Figura 5 Estado civil



Fuente: Elaboración propia.

En función del “Nivel de escolaridad Alcanzado” se puede apreciar que el 32% de la población tiene una escolaridad de Tercer nivel, mientras que el 27% han alcanzado el Cuarto Nivel, el 21% de la población ha llegado a secundaria y el 20% solo han cursado la primaria. Como se puede ver en la figura 6.

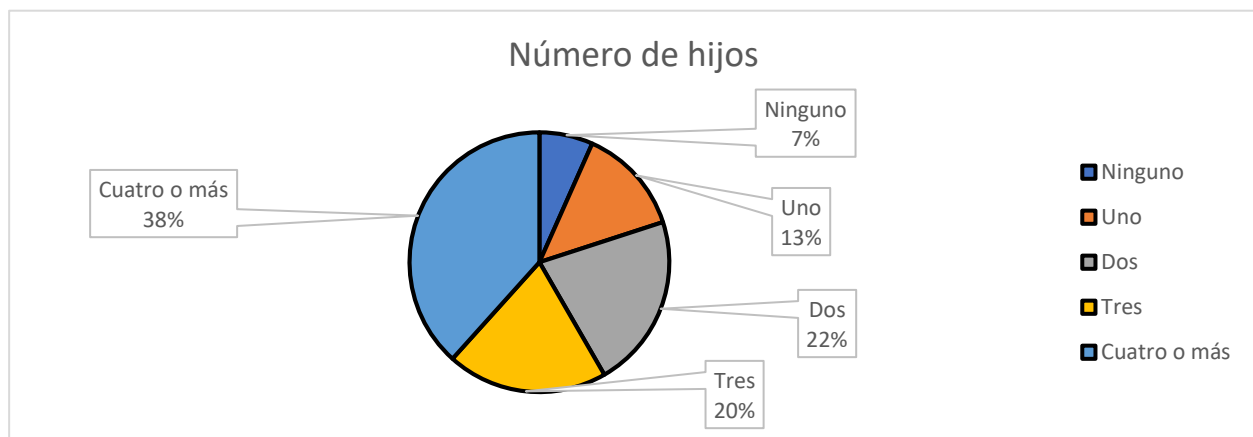
Figura 6 Nivel de escolaridad Alcanzado



Fuente: Elaboración propia.

En función del Número de hijos, se pueda apreciar que el 38% de la población encuestada cuenta con Cuatro hijos o más, mientras que el 22% tiene dos hijos el 20% cuenta con tres hijos, el 13% tiene apenas un hijo y el 7% no han tenido hijos. Como se puede ver en la figura 7.

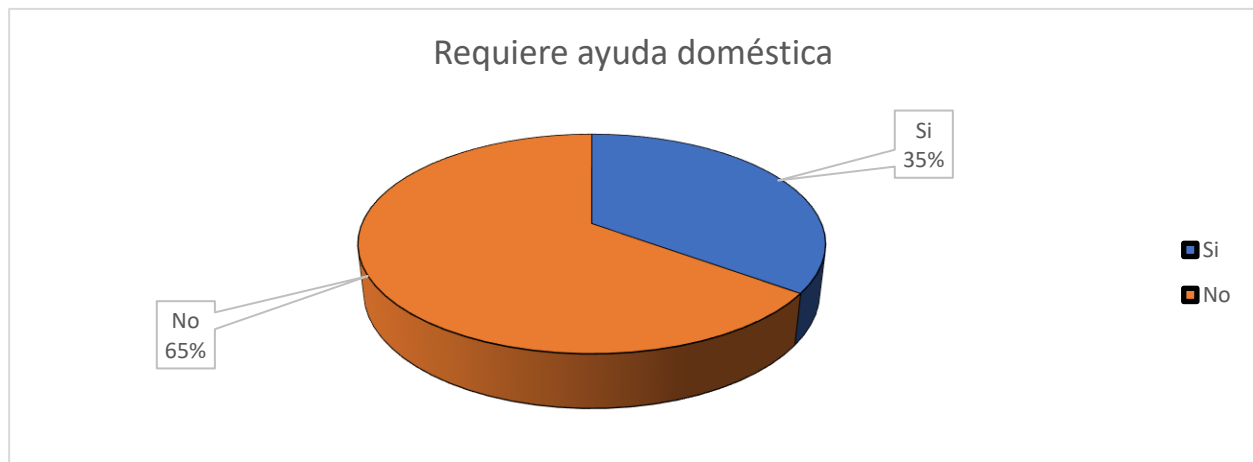
Figura 7 Número de hijos



Fuente: Elaboración propia.

En relación con la pregunta ¿Requiere usted ayuda doméstica? Se pudo apreciar que el 65% de la población no necesita ayuda y el 35% si la requiere. Como se puede ver en la figura 8.

Figura 8 Ayuda doméstica



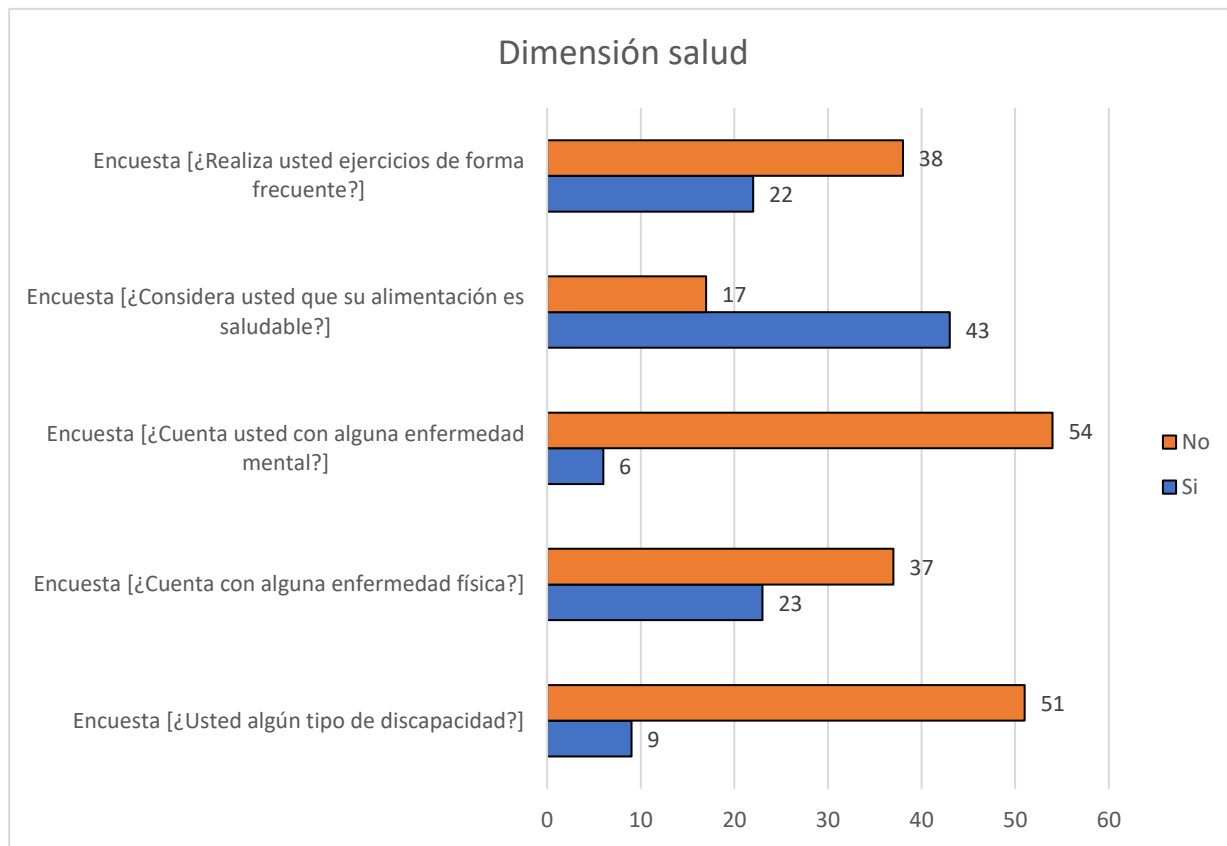
Fuente: Elaboración propia. *Nota:* las escalas tendrán una medición dicotómica

4.2.2 Dimensiones

Como resultado de la encuesta se puede ver los resultados de las dimensiones en particular y que son: salud, social, económica, laboral y de seguros.

Dentro de la dimensión salud se puede observar que en función de la pregunta ¿Tiene usted algún tipo de discapacidad? Se puede observar que 9 de los 60 participantes tienen algún tipo de discapacidad. Mientras que en la pregunta ¿Cuenta con alguna enfermedad física? Se puede observar que 23 de los 60 participantes cuentan con una enfermedad física. En la pregunta ¿Cuenta usted con alguna enfermedad mental? Se puede observar que 6 de los 60 participantes cuentan con una enfermedad mental ¿Considera usted que su alimentación es saludable? 17 de los 60 participantes no cuentan con una alimentación saludable ¿Realiza usted ejercicios de forma frecuente? 38 de los 60 participantes no realizan de forma adecuada deporte. Como se puede ver en la figura 9.

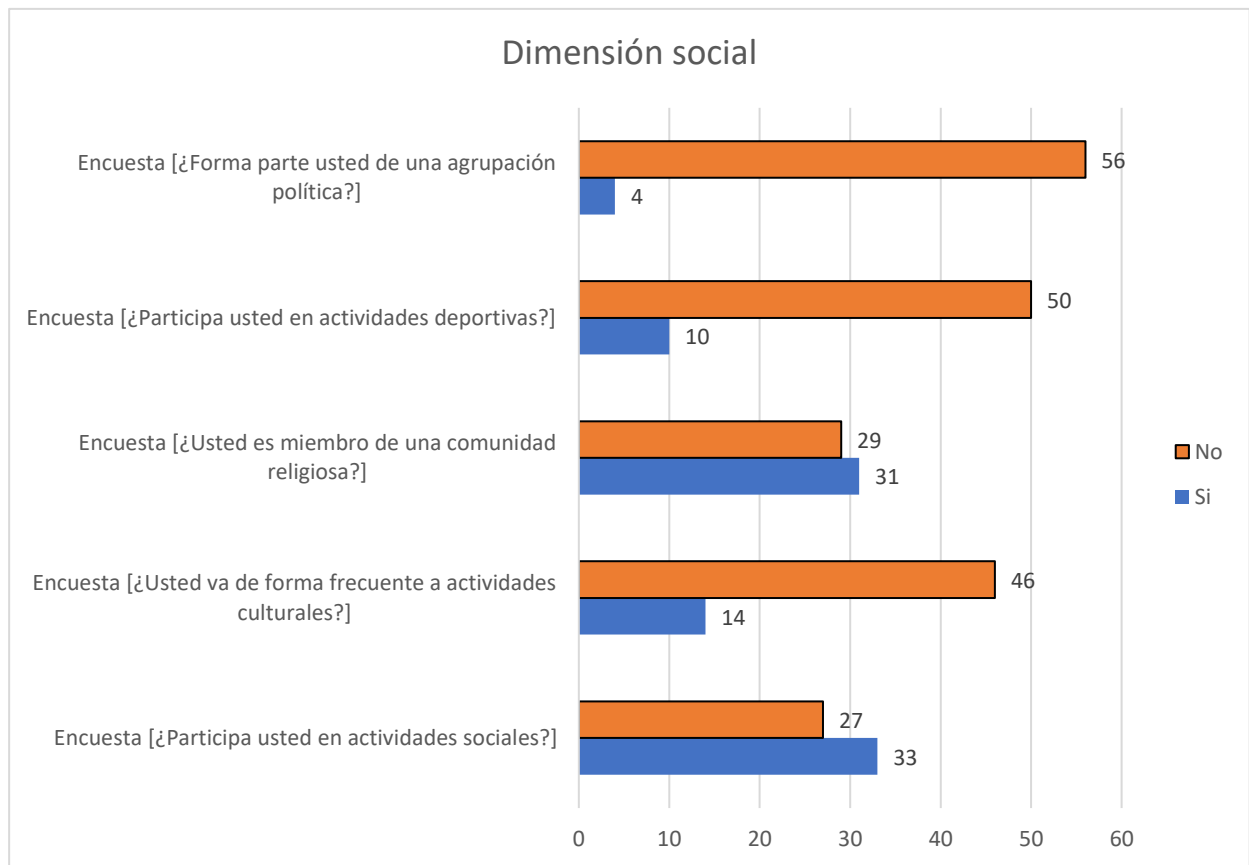
Figura 9 Dimensión salud



Fuente: Elaboración propia. *Nota:* las escalas tendrán una medición dicotómica

Dentro de la dimensión social se puede observar que en función de la pregunta ¿Participa usted en actividades sociales? Se puede observar que 27 de los 60 participantes no participan en actividades sociales. Mientras que en la pregunta ¿Usted va de forma frecuente a actividades culturales? Se puede observar que 46 de los 60 participantes no asisten a eventos culturales. En la pregunta ¿Es usted miembro de una comunidad religiosa? Se puede observar que 29 de los 60 participantes no forman parte de una comunidad religiosa ¿Participa usted en actividades deportivas? 50 de los 60 participantes no participan en actividades deportivas y en la pregunta ¿Forma parte de una agrupación política? 56 de los 60 participantes no forman parte de una agrupación política. Como se puede ver en la figura 10.

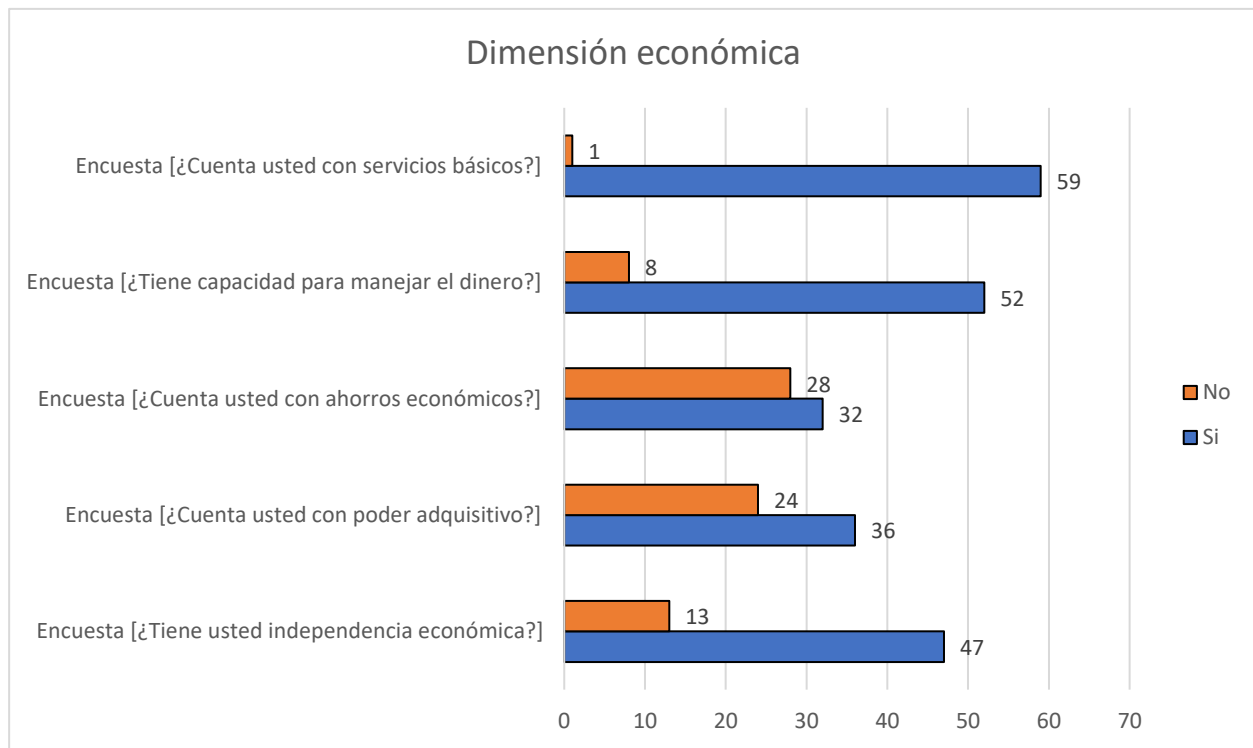
Figura 10 Dimensión social



Fuente: Elaboración propia. *Nota:* las escalas tendrán una medición dicotómica

Dentro de la dimensión económica se puede observar que en función de la pregunta ¿Tiene usted independencia económica? Se puede observar que 13 de los 60 participantes no cuentan con independencia económica. Mientras que en la pregunta ¿Cuenta usted con poder adquisitivo? Se puede observar que 24 de los 60 participantes no cuentan con poder adquisitivo. En la pregunta ¿Cuenta usted con ahorros económicos? Se puede observar que 28 de los 60 participantes no cuentan con ahorros económicos, en la pregunta ¿Tiene capacidad para manejar el dinero? 52 de los 60 participantes tienen la capacidad para manejar dinero y en la pregunta ¿Cuenta usted con servicios básicos? 59 de los 60 participantes cuentan con servicios básicos. Como se puede ver en la figura 11.

Figura 11 Dimensión económica

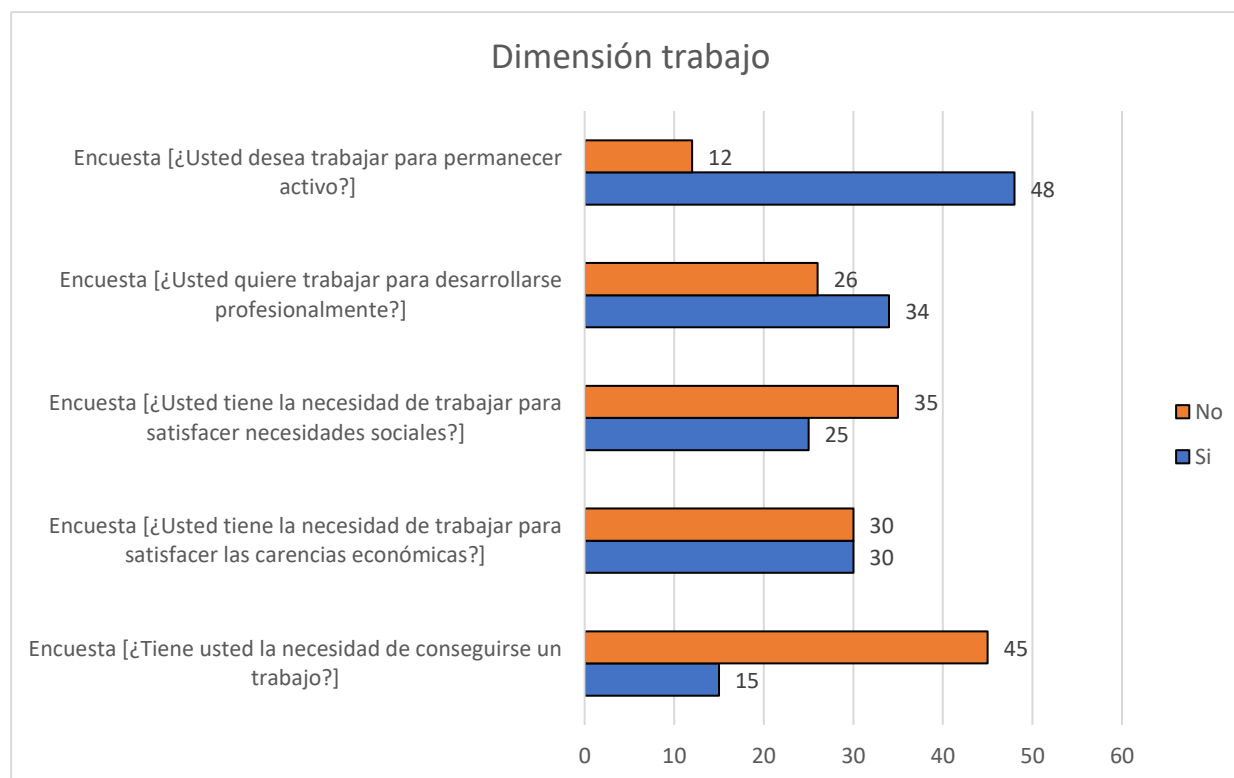


Fuente: Elaboración propia. *Nota:* las escalas serán tendrán una medición dicotómica

Dentro de la dimensión trabajo se puede observar que en función de la pregunta ¿Tiene usted la necesidad de conseguir un trabajo? Se puede observar que 15 de los 60 participantes tienen la necesidad de conseguir un trabajo. Mientras que en la pregunta ¿Usted tiene la necesidad de trabajar para satisfacer las carencias económicas? Se puede observar que 30 de los 60 participantes tienen la capacidad para satisfacer las necesidades económicas. En la pregunta ¿Usted tiene la necesidad de trabajar para satisfacer necesidades sociales? Se puede observar que 25 de los 60 participantes tienen la necesidad de satisfacer estas necesidades, en la pregunta ¿Usted quiere trabajar para desarrollarse profesionalmente? 34 de los 60 participantes tienen la necesidad de desarrollarse de forma profesional y en la pregunta ¿Usted desea trabajar para permanecer activo?

48 de los 60 participantes tiene la necesidad de permanecer activos. Como se puede ver en la figura 12.

Figura 12 Dimensión trabajo

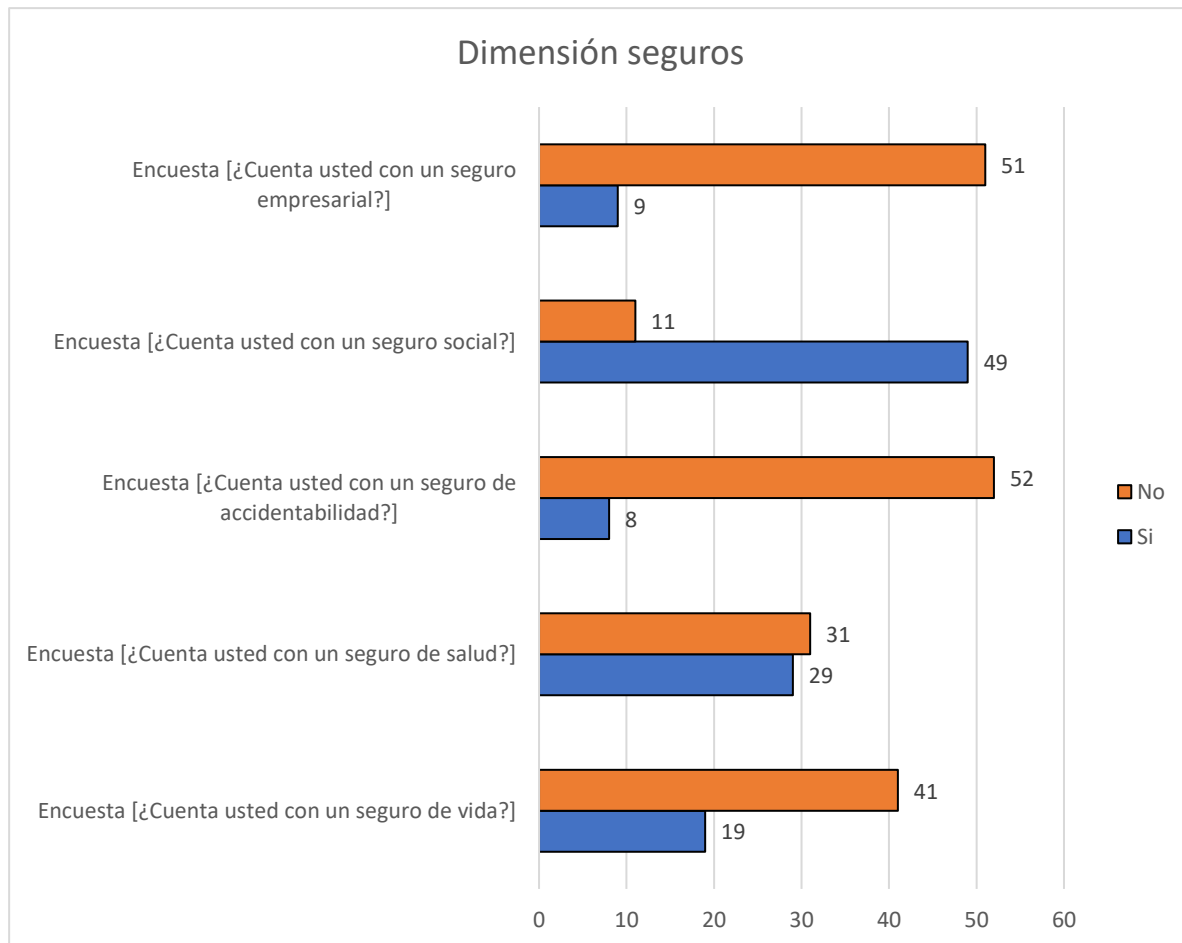


Fuente: Elaboración propia. *Nota:* las escalas serán tendrán una medición dicotómica

Dentro de la dimensión seguros se puede observar que en función de la pregunta ¿Cuenta usted con un seguro de vida? Se puede observar que 41 de los 60 participantes No cuentan con un seguro de vida. Mientras que en la pregunta ¿Cuenta usted con un seguro de salud? Se puede observar que 31 de los 60 participantes no poseen un seguro de salud. En la pregunta ¿Cuenta usted con un seguro de accidentabilidad? Se puede observar que 52 de los 60 participantes No cuentan con un seguro de accidentabilidad, en la pregunta ¿Cuenta usted con un seguro social? 11 de los 60 participantes, no cuentan con un seguro social y en la pregunta ¿Cuenta usted con un seguro

empresarial? 51 de los 60 participantes, no cuentan con un seguro empresarial. Como se puede ver en la figura 13.

Figura 13 Dimensión seguros



Fuente: Elaboración propia. *Nota:* las escalas serán tendrán una medición dicotómica

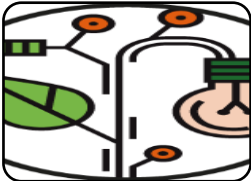
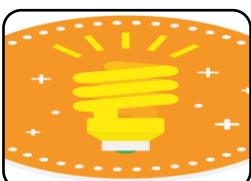
5 PROPUESTA DE MODELO DE NEGOCIOS

Para la propuesta de modelo de negocios se deberá en primera instancia realizar un estudio situacional en donde se deberá realizar un análisis del macro y microentorno.

5.1 ANÁLISIS DEL MACROENTORNO Y MICROENTORNO

El análisis tanto del microentorno como del macroentorno es un factor clave que permite conocer la realidad en donde se va a gestionar el modelo de negocios. Dentro de este contexto se puede ver que el macroentorno cuenta con el siguiente análisis:

Tabla 6 Macroentorno

	Entorno económico • En la actualidad tanto el Ecuador como otros países a nivel mundial sufrieron un grave colapso dentro de la economía debido a la pandemia Covid 19. Sin embargo, debido al programa de vacunación se ha vuelto a activar.
	Entorno político • El Ecuador ha tenido fuertes cambios con la llegada del presidente Guillermo Lasso, esto se debe a que no hay una adecuada comunicación con la Asamblea Nacional
	Entorno sociocultural • En el Ecuador existen diversos programas enfocados al adulto mayor, estos cada vez se desarrollan en mayor medida dentro de contextos digitales
	Entorno tecnológico ambiental • El desarrollado la tecnológico de los ultimos años se ha dado en mayor medida, en donde hacer compras por medios digitales tiene mayor aceptación tanto por jóvenes como por personas adultas

Fuente: Elaboración propia. **Nota:** Mediante estos factores se puede tomar decisiones en cuanto el modelo de negocios

Por su parte el microentorno, ofrece una perspectiva al interior de la organización, por lo que se debe tomar en consideración las 5 fuerzas competitivas en donde se va a desarrollar la organización. De esta manera, se hace uso de una matriz de las fuerzas competitivas del sector y se pondera mediante una escala de Likert en donde Nada = 1; Bajo = 2; Medio =3 y Alto = 4. A partir de ello se divide el resultado para el número de variables y se ubica el nivel de atractivo en donde 1 representa poco atractivo y 4 Muy atractivo.

Tabla 7 Microentorno

Fuerzas competitivas	Atractivo del sector					
	(-)	Nada	Bajo	Medio	Alto	(+)
1. Barreras de entrada						
Economías de escala	Si			x		No
Diferenciación de producto	Alta				x	Baja
Requisitos de capital	Altos			x		Bajos
Costos cambiantes	Altos				x	Bajos
Acceso a los canales de distribución	Limitado				x	Amplio
Acceso a la tecnología de producto	Difícil				x	Simple
Acceso favorable a materias primas	Si				x	No
Limitaciones por política gubernamental	Si				x	No
Ubicaciones favorables	Si				x	No
2. Rivalidad entre empresas						
Cantidad de competidores	Muchos		x			Pocos
Crecimiento del sector	Lento		x			Rápido
Costos fijos / Costos de almacenamiento	Elevados		x			Bajos

Competencia basada en precio	Intensa			x		Baja
Capacidad de producción sobrante	Si				x	No
Diversidad de competidores	Si				x	No
Barreras de salida	Fuertes			x		Débiles
3. Productos sustitutos						
Existencia de productos sustitutos	Si				x	No
Posibilidad de obtenerlos a menor precio	Alta				x	Baja
4. Poder negociador del consumidor						
Grado de concentración	Alto				x	Bajo
Importancia del producto	Alta				x	Baja
Producto estandarizado	Si			x		No
Costos por cambiar de proveedor	Bajos	X				Altos
Utilidades devengadas	Bajas			x		Altas
Amenaza de integración hacia atrás	Alta				x	Baja
Información sobre el producto	Mucha	X				Poca
5. Poder negociador de los proveedores						
Cantidad de proveedores	Pocos			x		Muchos
Importancia del sector p/ los proveedores	Baja			x		Alta
Costos por cambio de proveedor	Altos			x		Bajos
Amenaza de integración hacia adelante	Alta		x			Baja
Valor de atractivo del mercado = $\{(2 \times 1) + (4 \times 2) + (10 \times 3) + (14 \times 4)\} / 30 = 3,2$						

Fuente: Elaboración propia basado en (Morales 2020). *Nota:* Mediante estos factores se puede tomar decisiones en cuanto el modelo de negocios

5.2 MODELO DE NEGOCIO

Para la creación del modelo de negocios de deberá partir por un diseño de la estructura de la empresa y definir los lineamientos que permitirán el cumplimiento de los objetivos, en donde se establece, el nombre de la empresa (Como la clientela me reconoce), la misión (¿Qué actividad realiza la empresa?), la visión (¿Qué se pretende realizar con la empresa?) y los valores (¿Cuál es la filosofía organizacional?).

Nombre de la empresa: Mi abuelo

Misión: Cooperar con el bienestar de los adultos mayores, sus familias y cuidadores; mediante la provisión de accesorios y servicios que contribuyan a mejorar el cuidado y movilidad del adulto mayor en hogares, centros geriátricos y hospitales, mediante el asesoramiento de profesionales y equipo técnico calificado.

Visión: Posicionarnos como referentes en el mercado del cuidado del adulto mayor en la ciudad de Cuenca, obteniendo una rentabilidad racional y brindando un aporte social dividido en dos aristas: ayudar a mejorar la calidad de vida del adulto mayor; y por otro lado generar plazas de trabajo.

Valores: Compromiso con la misión de la empresa, transparencia en ejecución de obligaciones económicas, legales y tributarias. Respeto por los stake-holders y colaboradores internos de la organización.

5.2.1 Segmentos de clientes

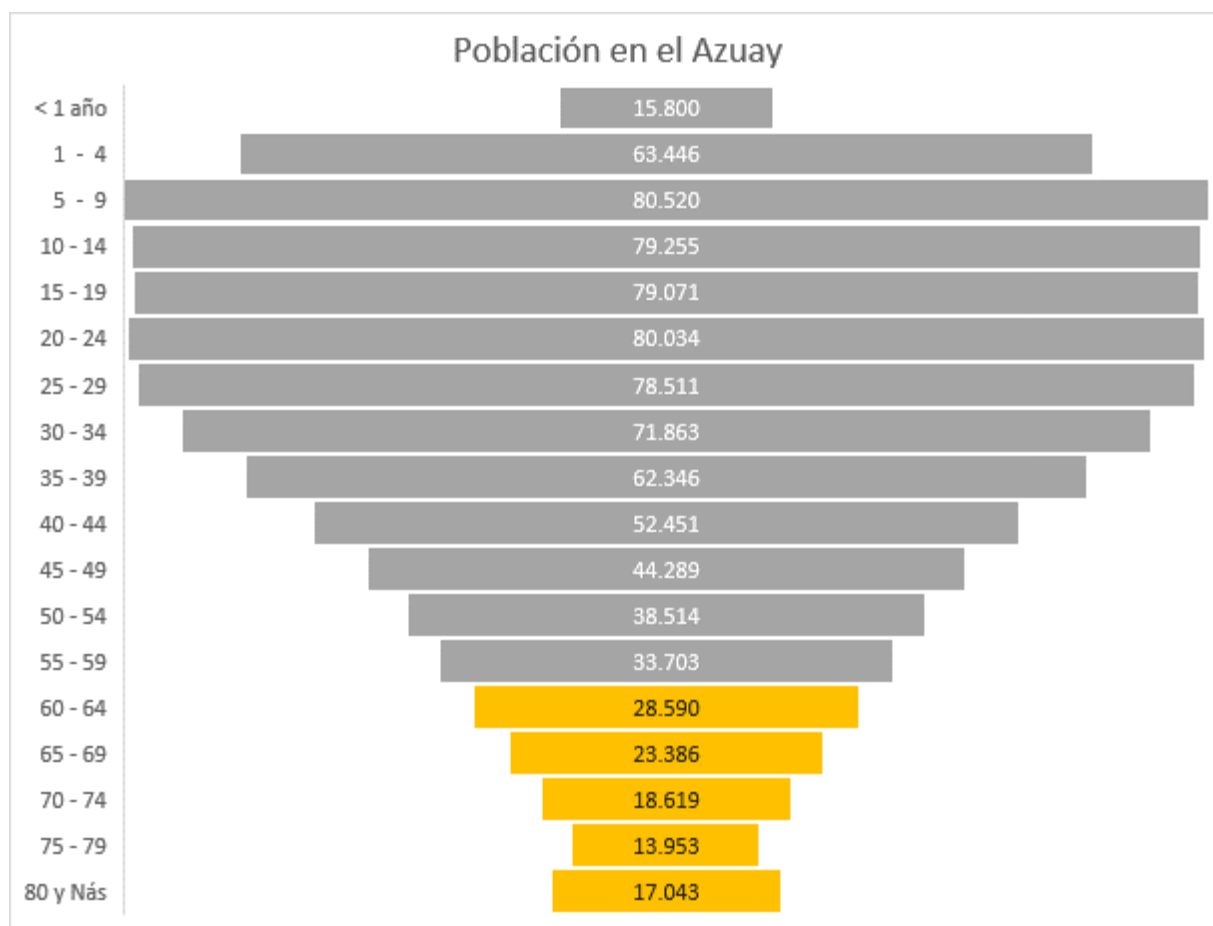
Se estima que la población mayor a 65 años en la ciudad de Cuenca es de 197.222 personas y se representa de la siguiente manera:

Tabla 8 Proyección por edades 2020

Edades	Ecuador	Azuay
60 - 64	594.271	28.590
65 - 69	465.854	23.386
70 - 74	347.342	18.619
75 - 79	240.977	13.953
80 y más	256.124	17.043
Total	1.904.568	101.591

Fuente: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/inec-presenta-sus-proyecciones-poblacionales-cantonales/>. *Nota:* La proyección fue realizada en 2013

Figura 14 Proyección de la población de la ciudad de Cuenca 2020



Fuente: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/inec-presenta-sus-proyecciones-poblacionales-cantoniales/>. *Nota:* La proyección fue realizada en 2013

Figura 15 Proyección de adulto mayor desde 2015-2020

Azuay	Ambos sexos
2015	88.572
2016	90.867
2017	93.320
2018	95.938
2019	98.691
2020	101.591

Fuente: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/inec-presenta-sus-proyecciones-poblacionales-cantoniales/>. *Nota:* La proyección fue realizada en 2013

5.2.1.1 Segmentación por intereses

Por medio de esta variable, se podrá realizar una segmentación por intereses de la clientela y se dividirá de la siguiente manera:

- Segmento 1: Adultos mayores, personas con discapacidad, familiares y cuidadores.
- Segmento 2: Profesionales dentro del campo geriátrico, enfermeras y personal médico.

5.2.2 Propuesta de valor

Como propuesta de valor se desarrollará una página web que permita realizar compras online, es preciso mencionar que las nuevas tecnologías tienen diariamente mayor acogida por parte del adulto mayor, sus familiares y personal que se encuentra en su cuidado. Esta condición es de

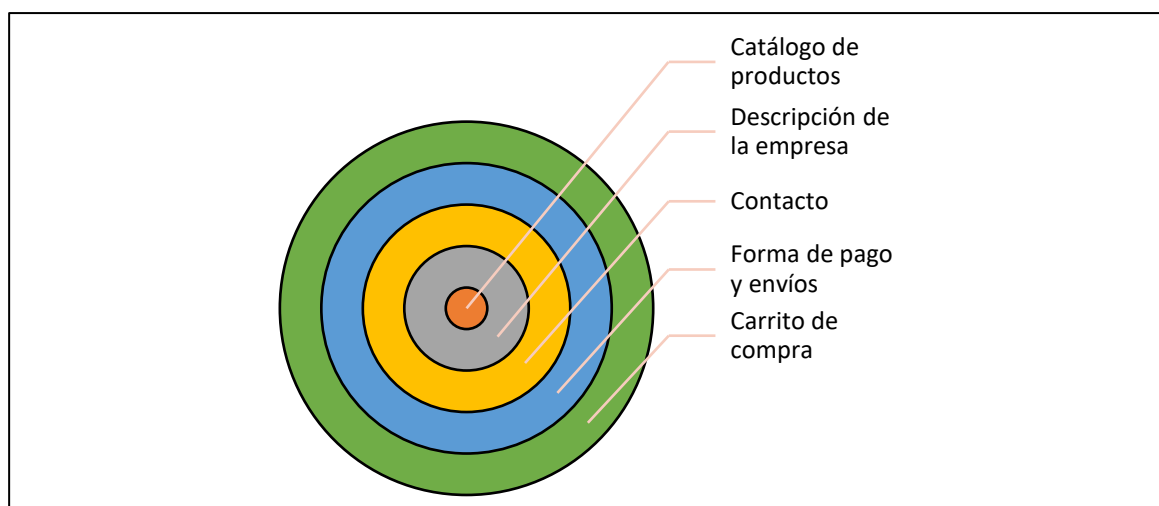
gran relevancia ya que el adulto mayor no tendrá que desplazarse para poder realizar una compra y podrá acceder a un catálogo virtual desde su hogar.

5.2.3 Canales

Los canales se desarrollarán a partir de la creación de una página web especializada en el cuidado del adulto mayor, este medio es de gran utilidad ya que podrán los clientes realizar compras a cualquier hora del día y durante todos los días del año, también permitirá ver en tiempo real el stock de los productos.

Pero también podrá realizar una serie de actividades como pagos on-line, realizar preguntas, asesoramiento on-line, etc. Entre los principales elementos que tendrá acceso el cliente son:

Figura 16 Elementos de la empresa



Fuente: Elaboración propia. **Nota:** Las opciones se presenta mediante la compra on-line

5.2.4 Distribución

Este término hace referencia a la forma de en la que se entregarán a los clientes los pedidos y las modalidades serán las siguientes:

Tabla 9

Entrega del producto

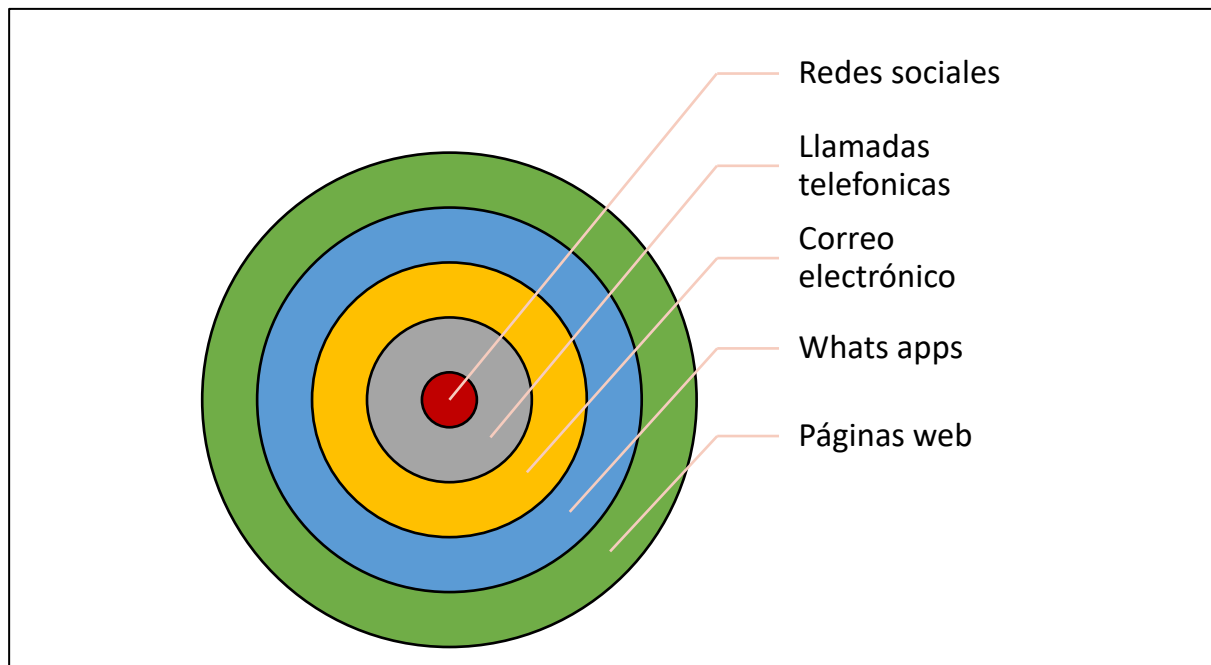
Envío por correo a domicilio del comprador	el cliente recibe el producto directamente en su hogar, haciéndose cargo del costo del envío.
Envío por correo a sucursal	el producto se envía a la sucursal del correo utilizado más cercana al domicilio del cliente, y luego él se encarga de retirarlo. También se abona el envío, pero es más económico y rápido que la opción a domicilio.
Retiro en tienda	el cliente realiza la compra a través del sitio web, y luego la retira en la tienda física. Muchos usuarios que se encuentran cercanos, se inclinan por esta opción ya que pueden aprovechar la comodidad de la compra on line, y luego retirar

Fuente: Elaboración propia. *Nota:* La modalidad se coordina de forma previa con el cliente

5.2.5 Medios de difusión

Para la difusión de contenido se harán uso de medios digitales, estos son de suma relevancia ya que en la actualidad es sumamente común hacer uso de dispositivos electrónicos para poder comunicarse y llegar al cliente. Para lo cual se hará uso de los siguientes medios que son:

Tabla 10 Medios de difusión



Fuente: Elaboración propia. *Nota:* La modalidad se coordina de forma previa con el cliente

5.2.6 Fuentes de ingresos

La fuente de ingresos para el modelo de negocios está basada en la venta de artículos o servicios destinados para el adulto mayor o para personas con discapacidad. Esta actividad podrá generar estrategias de pago como acreditaciones a cuentas bancarias o créditos por parte del cliente.

5.2.7 Actividades clave

Dentro de las actividades clave para la organización se tienen las siguientes:

Tabla 11 Actividades clave

Diseño de página web	En este punto se va generar una pagina web amigable, la cual contenga una tipografía y contenido enfocado en los productos y servicios.
Mantenimiento del sitio web	Esta actividad es fundamental para actualizar el contenido y brindar un funcionamiento efectivo.
Logística	Esta comprende el procesamiento, armado y despacho de los pedidos que ingresan desde el sitio web Los procesos relacionados con las compras de mercaderías. Actividades de organización y manejo de la mercadería dentro del depósito.
Marketing on line	Planificación y ejecución de la estrategia de marketing on line.
Sistema de medición de resultados	Uno de los principales beneficios que brinda el marketing on line, es la posibilidad de medir los resultados de las acciones aplicadas para el logro de los objetivos de forma inmediata. A su vez, el análisis de los datos y del comportamiento de los clientes, pueden servir como disparador para detectar nuevas oportunidades en el mercado.

Fuente: Elaboración propia. *Nota:* Procesos internos dentro de la organización

5.2.8 Inversión inicial

Una estrategia comercial es la naturaleza del negocio el cual no cuenta con una infraestructura física, lo que es de gran interés ya que se puede reducir costos en cuanto a alquileres de inmobiliaria, compra de mobiliaria, contratación de trabajadores como vendedores. Bajo esta premisa, los artículos que se encuentran en venta cuentan con un espacio de stock en una zona industrial que abarata los costos logísticos en gran medida. Entre las principales inversiones iniciales se tiene las siguientes:

Tabla 12 Inversión inicial

Concepto	Actividad	Monto
Creación de la página web	Se contratará un desarrollador web para el diseño y la creación de la plataforma. También brindará al encargado, la capacitación necesaria para la ejecución de las tareas diarias relacionadas con el funcionamiento de la misma.	4000
Hosting y dominio	Estos dos conceptos deben abonarse para la puesta en marcha de la tienda. Luego, se renuevan abonando un canon anual.	50
Equipo informático	Compra de una computadora y un lector de códigos de barra. Este equipo será utilizado exclusivamente por el encargado del sitio web, para su operatoria diaria. También será necesaria la compra de un teléfono celular, que se utilizará como medio de comunicación con los clientes.	2000
Estanterías	Compra de tres estanterías para anexar a las existentes en el depósito, que serán asignadas exclusivamente al almacenaje de los productos ofrecidos en la tienda on line.	1000
Inventario inicial	Se comprará un stock inicial de productos, con los cuales se formará el catálogo de la tienda. Esta inversión se hará principalmente en los artículos de venta exclusiva on line, pero también targeteria y pasamaneria.	4000

Fuente: Elaboración propia. *Nota:* La inversión inicial

5.2.9 COSTOS OPERATIVOS

Para la implementación del negocio se deberá tomar en cuenta los siguientes costos operativos que son:

Tabla 13 Costos operativos

Concepto	Actividad	Monto
Salario	Para el encargado de la operatoria del sitio web y trabajadores como despachadores . Compuesto por el sueldo más las contribuciones patronales correspondientes. También se debe tener en cuenta el pago del sueldo anual complementario y las vacaciones, y el servicio	2000
Honorarios de la agencia de marketing digital	Por el servicio ejecución de la estrategia de comunicación.	150
Servicio de cobro por tarjetas de crédito y contabilidad	Canon mensual fijo, por el servicio asociado al cobro de ventas con tarjetas de débito y crédito, y manejo de la contabilidad	100
Servicios básicos	Pagos de luz, internet, plataformas digitales y papelería.	100
Bodega de almacenamiento	Pago por el almacenamiento de mercadería	150

Fuente: Elaboración propia. *Nota:* Los servicios como contabilidad se tomarán como staff.

6 CONCLUSIONES

Mediante esta investigación se ha podido ver que una población que necesita ser atendida es la del adulto mayor ya que, debido a factores propios de la edad, estos comienzan a presentar deterioros degenerativos en el organismo, condición que ha motivado la necesidad de implementar un modelo de negocios que venga a dar solución a dicha problemática.

En este sentido la presente investigación desarrolló un Negocio de Emprendimiento para Alivianar las Actividades de la Vida Cotidiana de los Adultos Mayores, esta temática partió mediante una revisión sistemática de los principales procesos degenerativos que se encuentran presentes en esta población. En donde se encontró que el adulto mayor es propenso a desarrollar diversos malestares que se presentan principalmente con la edad.

A partir de esa premisa, se generó un análisis sobre los distintos tipos de organizaciones y modelos de negocios que permitan desarrollar esta actividad, en donde se eligió un modelo de negocios on-line, esto se debe a que tanto los costos como la inversión son menores a modelos tradicionales y en acogida al auge de nuevas tecnologías se puede optimizar procesos como la comercialización, el almacenamiento, la distribución e implementación.

Para lo cual se realizó un estudio de factibilidad técnico y operativo, en donde se encontró que tanto los costos de instalación, como los sistemas de control tienen mayor beneficio con el uso de programas y tecnologías, que permiten no solo dinamizar el manejo de los productos, sino también tener un mayor control sobre la mercadería, optimizando procesos como inventarios, ingresos y egresos, contabilidad, entre otros.

Finalmente, se hizo una evaluación económica que permite determinar la inversión de activos fijos, capital, presupuestos, en donde se pudo ver que se pueden optimizar los recursos y

manejar un catálogo virtual para remplazar tanto el uso de espacios físicos como de vendedores, mejorando de manera significativa los recursos de la empresa.

7 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Las referencias bibliográficas se acogerán a las normas APA (última edición vigente)

- Acero, C. A., & Garzón, L. E. (2017). Aplicación para la gestión del cambio del marketing tradicional al Marketing Digital e innovación abierta con énfasis en investigación aplicada para la planeación. *Revista RETO*, 60-73.
- Aguilar-Chasipanta, W. G., & Analuiza-Analuiza, E. F. (2020). Los beneficios de la actividad física en el adulto mayor. *Revisión sistemática. Polo del Conocimiento*, 5(12), 680-706.
- Albala, C. (2020). El envejecimiento de la población chilena y los desafíos para la salud y el bienestar de las personas mayores. *Revista Médica Clínica Las Condes*, 31(1), 7-12.
- Alvarado, A. L. (2017). La nutrición en el adulto mayor: una oportunidad para el cuidado de enfermería. *Enfermería universitaria* , 14(3), 199-206.
- Álvarez, H. M. (2015). Marketing Algoritmico Y Marketing Heuristico, Una Cotroversia. Investigación e Innovación en Ingenierías. 1.
- Andrade, J. P. ((2016).). *Uma abordagem com sistemas multiagentes para controle autônomo de casas inteligentes*.
- Arellano, J. M., Rubio, S. A., & Lares, G. G. (2018). Marketing digital y las finanzas de las pymes. *Revista de Investigación en Tecnologías de la Información: RITI*, 6(12), 100-106.
- Ayona, A. V., & Bloisse, S. T. (2017). Diagnóstico sobre la demanda de actividad física para la salud en el adulto mayor guayaquileño. *Revista Cubana de Investigaciones Biomédicas*., 36(3), 1-12.
- Bohnenberger, M. C. (2017). *Marketing interno: la actuación conjunta entre recursos humanos y marketing en busca del compromiso organizacional*.
- Bordelois, J. A. (2019). Caracterización del adulto mayor con diagnóstico probable de cáncer de piel. . *Revista Información Científica* , 98(1), 7-16.

- Buss, M., & López, M. J. (2013). Grupo focal: una técnica de recogida de datos en investigaciones cualitativas. *Index de Enfermería*, 22(1-2), 75-78.
- Castillo, C. C. (2020). Sistema nervioso autónomo desde la perspectiva inmunológica y del estrés. *Revista Científica Pakamuros*, 8(4), 65-77.
- Cavaillon, J., & Legout, S. (2019). Duclaux, Chamberland, Roux, Grancher y Metchnikoff: los cinco mosqueteros de Louis Pasteur. *Microbios e infección* ,, 21 (5-6), 192-201.
- Conrero, S., & Sosa, M. T. (2019). Diseño de la estructura organizacional para la gestión del riesgo de desastres. El caso de la Provincia de Córdoba, Argentina. *Revista Enfoques: Ciencia Política y Administración Pública*, 17(30), 43-64.
- Correa, I. (2019). Desarrollo y cambios con la edad en el tubo digestivo, hígado y páncreas. *Gastroenterol Latinoam [Internet]*, 30(1), 9-12.
- de la Piedra, E. S., & Meana, R. J. (2017). Redes sociales y fenómeno influencer. Reflexiones desde una perspectiva psicológica. Miscelánea Comillas. . *Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, 75(147), 443-469.
- de Vicuña Ancín, J. M. (2018). *El plan de marketing digital en la práctica*. . Esic editorial.
- Del Olmo, J. L., & Gascón, J. F. (2014). *Marketing digital en la moda*. Ediciones . Navara: Universidad de Navarra.
- De-la-Hera, C. (30 de Junio de 2020). *marketing4ecommerce.ne*. Obtenido de marketing4ecommerce.ne: <https://marketing4ecommerce.net/historia-de-las-redes-sociales-evolucion/>
- Espinoza, E. E. (2020). La formación dual en Ecuador, retos y desafíos para la educación superior y la empresa. . *Revista Universidad y Sociedad*,, 12(3), 304-311.
- Fernández, A. L., & Lama, S. D. (2018). La cuarta revolución industrial y la agenda digital de las organizaciones. *Economía industrial*, 407, 95-104.

- Freire, W. B., & Waters, W. F. (2012). Condiciones de Salud en los Adultos Mayores en el Ecuador: Desafíos Presentes y Futuros. *Condiciones de Salud en los Adultos Mayores en el Ecuador: Desafíos Presentes y Futuros*.
- Galindo, C. J., & Aguilar, D. M. (2020). Disfagia en el adulto mayor. *Universitas Medica*, 61(4).
- GALVIS, G. T. (2019). Sector textil colombiano y su influencia en el desarrollo de economía del país. *Punto de vista*, vol. 11, no 16.
- García, S. H., & Revuelta, M. E. (2021). Elementos esenciales del ejercicio físico en la rehabilitación cardíaca. . *Revista Cubana de Medicina Física y Rehabilitación*, 13(3).
- INEC. (10 de 2012). *Proyecciones Poblacionales*. Obtenido de Proyecciones Poblacionales: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion_y_Demografia/Proyecciones_Poblacionales/presentacion.pdf
- Lopezosa, C. C., & Caldera-Serrano, J. (2018). SEO semántico: Framework ISS para la optimización de sitios intensivos en contenidos. . *Cuadernos de documentación multimedia*, 29, 97-122.
- Machado, J. (26 de Noviembre de 2019). Ecuador tendrá 1,3 millones de adultos mayores a finales de 2020. *Primicias*. Obtenido de <https://www.primicias.ec/noticias/sociedad/ecuador-adultos-mayores-poblacion/>
- Martínez, M., Olid, C. S., & Crespo, J. L. (2019). La evolución de las competencias de RRHH en organizaciones inmersas en la cuarta revolución industrial. *Quaderns de psicologia*. . *International journal of psychology*, , 21(1), e1471-e1471.
- MIES. (2009). *Encuesta de Salud, Bienestar y Envejecimiento 2009*. Obtenido de ECU-INEC-DIES-SABE I-2012-v1.5: <https://anda.inec.gob.ec/anda/index.php/catalog/292/download/5322>
- Mollenhauer, K., Moraga, E., & Bernasconi, R. (2020). Modelo instrumental para proyectos complejos. *Poliedro Propuesta de Valor Académico* [1]. *Bitácora Urbano-Territorial*, , 30(2), 127-140.

- Olivares, D. Y., Martínez, L. R., Oquendo, L. d., & Crespo, F. V. (2015). *Calidad de vida en el adulto mayor*. Obtenido de Calidad de vida en el adulto mayor: <https://www.redalyc.org/pdf/3606/360643422019.pdf>
- Olivier, E. (23 de 5 de 2019). *genwords.com*. Obtenido de genwords.com: <https://www.genwords.com/blog/frases-de-marketing#:~:text=%C2%ABLa%20gente%20influye%20en%20la,Philip%20Kotler>.
- OMS. (s.f.). *Datos interesantes acerca del envejecimiento*. Obtenido de Envejecimiento y ciclo de vida: <https://www.who.int/ageing/about/facts/es/>
- Payares, O. B. (2017). Evolución del proceso administrativo desde los orígenes de la revolución industrial y su fundamento como una función del administrador. *Enfoque disciplinario*, 2(1), 1-14.
- Pérez, I. S., Perez Ferrás, M., Velázquez Hechavarría, N., & Garcia Ortiz, N. (2009). *Calidad de vida y su relación con el envejecimiento*. Obtenido de <http://www.cocmed.sld.cu/no132/no132rev1.htm>
- Quintero-Beltrán, L. C., & Osorio-Morales, L. M. (2018). The Balanced Scorecard As a Tool for Companies in Crisis). . *Revista CEA*, 4(8).
- Reyes, W., & Melgarejo, G. (2020). Trabajos originales Preferencia termal de machos adultos de *Cryphiops caementarius* previamente aclimatados a diferentes temperaturas. *Revista peruana de biología*, 27 (3), 375-382.
- Rodríguez, S. L., Rojas, F. M., & Urhan, A. S. (2019). Conceptos fisiológicos implicados en la comprensión de las pruebas de función pulmonar. . *Revista Médica de la Universidad de Costa Rica*, 13(2), 32-43.
- Suárez-Sánchez, A. (2017). Sistemas para la organización del conocimiento: definición y evolución histórica. *E-Ciencias de la Información*, 7(2), 63-79.
- Vélez, E. E., & Centeno, M. R. (2019). El envejecimiento del adulto mayor y sus principales características. *Revista Científica de la Investigación y el Conocimiento*, 3(1), 58-74.

Vergara-Streinesberger, F., & Robledo-Fernández, J. C. (2019). Estrategias no convencionales de servicio: un desafío en el diseño organizacional. *Revista científica anfibios*, 2(1), 31-48.

**ENCUESTA PARA PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO
ENFOCADO EN ALIVIANAR LAS ACTIVIDADES DE LA VIDA
COTIDIANAN DE LOS ADULTOS MAYORES**

8.1 Consentimiento informado

Usted está invitado(a) a participar en este estudio que se realizará para el desarrollo de un emprendimiento enfocado alivianar las actividades de la vida cotidiana de los adultos mayores, la cual se realizará en la ciudad de Cuenca-Ecuador. En este sentido la información obtenida ayudará para la elaboración de dicho estudio. Por medio de este documento denominado “Consentimiento informado” se busca que la persona que brinde esta información lo haga en pleno uso de sus facultades cognitivas. Vale la pena mencionar, que a la información obtenida en este estudio es de carácter confidencial y será utilizada únicamente con fines académicos.

Acepto ☐

8.2 Ficha sociodemográfica

Edad	Estado civil
65 a 75 años	Soltero
76 a 85 años	Casado
86 a 96 años	Viudo
más de 97 años	Divorciado
Género	Unión libre
Masculino	Educación
Femenino	Analfabeto
Situación laboral	Primaria
Estudia	Secundaria
Trabaja	Tercer nivel
Jubilado	Cuarto nivel
Ama de casa	Número de hijos
Requiere ayuda doméstica	Ninguno
Si	Uno
No	Dos
	Tres
	Cuarto o más

8.3 Encuesta dirigida al adulto mayor o a cuidadores

Dimensión salud		
	Si	No
¿Usted algún tipo de discapacidad?		
¿Cuenta con alguna enfermedad física?		
¿Cuenta usted con alguna enfermedad mental?		
¿Considera usted que su alimentación es saludable?		
¿Realiza usted ejercicios de forma frecuente?		
Dimensión social		
	Si	No
¿Participa usted en actividades sociales?		
¿Usted va de forma frecuente a actividades culturales?		
¿Usted es miembro de una comunidad religiosa?		
¿Participa usted en actividades deportivas?		
¿Forma parte usted de una agrupación política?		
Dimensión económica		
	Si	No
¿Tiene usted independencia económica?		
¿Cuenta usted con poder adquisitivo?		
¿Cuenta usted con ahorros económicos?		
¿Tiene capacidad para manejar el dinero?		
¿Cuenta usted con servicios básicos?		
Dimensión laboral		

	Si	No
¿Tiene usted la necesidad de conseguirse un trabajo?		
¿Usted tiene la necesidad de trabajar para satisfacer las carencias económicas?		
¿Usted tiene la necesidad de trabajar para satisfacer necesidades sociales?		
¿Usted quiere trabajar para desarrollarse profesionalmente?		
¿Usted desea trabajar para permanecer activo?		

Dimensión seguros

	Si	No
¿Cuenta usted con un seguro de vida?		
¿Cuenta usted con un seguro de salud?		
¿Cuenta usted con un seguro de accidentabilidad?		
¿Cuenta usted con un seguro social?		
¿Cuenta usted con un seguro empresarial?		