



Universidad
Monteávila



Facultad de Ciencias
de la Comunicación e Información

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD MONTEÁVILA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

PROYECTO FINAL DE CARRERA:
**DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA DE MERCADEO PARA EL LANZAMIENTO DE
UN EMPRENDIMIENTO DE CUIDADO AL ADULTO MAYOR EN CARACAS**

Autores

Fernanda Picornell

Giuliana Trejo

Tutor

Luis Lamberti

Caracas, 10 de junio de 2026

Derecho de autor

Quien suscribe, en condición de autor/es del trabajo titulado **“DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA DE MERCADEO PARA EL LANZAMIENTO DE UN EMPRENDIMIENTO DE CUIDADO AL ADULTO MAYOR EN CARACAS”** declara que cedo a título gratuito, y en forma pura y simple, ilimitada e irrevocable a la Universidad Monteávila, los derechos de autor de contenido patrimonial que me corresponden sobre el presente trabajo.

Conforme a lo anterior, esta cesión patrimonial sólo comprenderá el derecho para la Universidad de comunicar públicamente la obra, divulgar, publicar o reproducirla en la oportunidad que ella así lo estime conveniente, así como, la de salvaguardar los intereses y derechos que nos corresponden como autores de la obra antes señalada.

La Universidad en todo momento deberá indicar que la autoría o creación del trabajo corresponde a nuestra persona, salvo los créditos que se deban hacer a la tutoría o a cualquier tercero que haya colaborado o fuere hecho posible la realización de la presente obra.

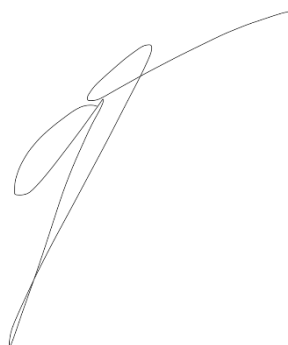
Autores:

Fernanda Picornell

Giuliana Trejo

C.I. 30.496.984

C.I. 31.460.718



En la ciudad de Caracas, el 10 de junio de 2026

DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA DE MERCADEO PARA EL LANZAMIENTO DE UN EMPRENDIMIENTO DE CUIDADO AL ADULTO MAYOR EN CARACAS

Objetivo (s) del Desarrollo Sustentable (ODS) al cual se orienta el trabajo de investigación

ODS	Descripción	Relación con los Objetivos de la investigación	Directo	Indirecto
	Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades.	El proyecto aporta al bienestar de la tercera edad en Caracas mediante servicios de fisioterapia, apoyo psicológico, nutrición adaptada y actividades recreativas, garantizando una vida sana y promoviendo un envejecimiento activo y digno.	x	
	Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas.	Al ofrecer un espacio de cuidado profesional para el adulto mayor, el centro alivia la carga de cuidados domésticos que históricamente asumen las mujeres en el hogar, impulsando su tiempo libre para el desarrollo educativo y profesional.		x
	Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.	Contribuye al crecimiento local mediante la creación de empleos formales, seguros y dignos para profesionales de la salud, cuidadores y personal administrativo, dinamizando el sector de servicios asistenciales en la ciudad.	x	

Índice

Derecho de autor	ii
Dedicatoria	vii
Agradecimientos	viii
Resumen	ix
Introducción	x
Palabras clave	x
Presentación del proyecto	xi
Justificación	xi
Objetivos	xii
<i>Objetivo general:</i>	xii
<i>Objetivos específicos:</i>	xii
Plan de acción	xii
Proyecto	1
Marco contextual	1
Misión, visión y valores:	1
Situación actual	2
Clientes principales	3
Lienzo Canva	5
Fuerzas de Porter	5
FODA	6
Análisis Pestl	8
Matriz Anzoff	10
Metodología de la Investigación	10
Tipo de Investigación	10
Preguntas de la Encuesta	11
Cruces de variables	13
Marco Conceptual	14
Propuesta Plan de Mercadeo	16
Marketing Mix	16
i. Producto	16
ii. Precio	17
iii. Plaza	19
iv. Planta	20

v. Persona.....	23
vi. Promoción.....	27
vii. Performance	34
viii. Procesos.....	36
Lealtad y fidelización.....	37
Recuperación.....	39
Factibilidad.....	41
Conclusión	43
Recomendaciones.....	43
Referencias bibliográficas	44
Anexos	46

Índice de Tablas

Tabla 1. Plan de acción del proyecto	xiii
Tabla 2. Cronograma	xiv
Tabla 3. Inversión Inicial.....	41
Tabla 4. Gastos mensuales.....	42
Tabla 5. Escenarios de Proyección.....	42
Tabla 6. Beneficios y características que generan mayor confianza en un servicio de cuidado para adultos mayores	52

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1. Lienzo Canva	5
Ilustración 2. FODA.....	6
Ilustración 3. Matriz Anzoff	10
Ilustración 4. Planes de precio	18
Ilustración 5. Residencia	20
Ilustración 6. Uniforme	22
Ilustración 7. Banco intervenido como estrategia de marketing de guerrilla.....	32
Ilustración 8. Poka Yoke.....	36
Ilustración 9. Flujograma	36
Ilustración 10. Ubicación geográfica de los encuestados.....	47
Ilustración 11. Parentesco con el adulto mayor.....	47
Ilustración 12. Principales limitaciones para el cuidado del adulto mayor	48

Ilustración 13. Descripción de la situación actual del adulto mayor en Caracas	48
Ilustración 14. Nivel de preocupación por la soledad y el aislamiento social del adulto mayor	49
Ilustración 15. Mayor preocupación acerca de que su familiar esté en Caracas.....	49
Ilustración 16. Nivel de familiaridad con el concepto de guardería diurna para adultos mayores	50
Ilustración 17. Servicio de mayor valor para los familiares de adultos mayores	50
Ilustración 18. Modalidad de asistencia preferida	51

Dedicatoria

Dedicamos este proyecto a nuestras familias, por ser una fuente constante de inspiración a lo largo de nuestra formación académica. Su amor, confianza y apoyo nos impulsaron a seguir adelante y a superar cada reto que se presentó en el camino.

A nuestro tutor, Luis Lamberti, por su invaluable acompañamiento durante el desarrollo de esta investigación. Su disposición, paciencia, orientación y compromiso fueron fundamentales para la construcción de este proyecto. Más allá de compartir sus conocimientos, nos brindó apoyo en cada etapa del proceso, motivándonos a dar lo mejor de nosotras y contribuyendo significativamente al logro de esta meta.

Finalmente, dedicamos este trabajo a nosotras mismas, por la perseverancia, el esfuerzo y la dedicación que demostramos a lo largo de este recorrido. Cada aprendizaje, desafío y logro nos permitió crecer tanto personal como profesionalmente, haciendo posible la culminación de esta importante etapa de nuestras vidas.

Gracias por formar parte de nuestro crecimiento profesional durante estos 4 años

Agradecimientos

En primer lugar, agradecemos a Dios por guiarnos y poner en nuestro camino a personas excepcionales que fueron un pilar esencial en este proyecto.

En segundo lugar, queremos agradecerles a nuestras familias por su amor, apoyo incondicional y confianza durante toda nuestra formación académica. Su acompañamiento, paciencia y motivación fueron fundamentales para alcanzar esta meta.

Expresamos nuestro más sincero agradecimiento a nuestro tutor Luis Lamberti por su orientación, dedicación y valiosos aportes a lo largo de este proyecto. Su experiencia y acompañamiento fueron esenciales para el desarrollo y culminación de esta investigación.

Finalmente, queremos agradecer a nosotras mismas por la constancia, el esfuerzo y la perseverancia demostrados durante este proceso para llevar a cabo este proyecto hasta el final.

Resumen

La presente investigación tiene como objetivo general desarrollar una propuesta de guardería diurna para adultos mayores en la ciudad de Caracas, orientada a promover su bienestar físico, emocional y social, al tiempo que brinda tranquilidad y confianza a sus familiares. El estudio surge como respuesta a los desafíos que atraviesa el envejecimiento poblacional, la soledad en la tercera edad y las dificultades que enfrentan muchas familias para brindar acompañamiento constante debido a compromisos laborales, personales o a la distancia geográfica.

La investigación se desarrolló bajo un enfoque de planificación estratégica de servicios, apoyándose en herramientas como encuestas, análisis del entorno, segmentación de mercado y diseño de la experiencia del servicio. A partir de los resultados obtenidos, se identificaron las principales necesidades y expectativas tanto de los adultos mayores como de sus familiares, permitiendo estructurar una propuesta integral que combina atención diurna, actividades recreativas, estimulación cognitiva, seguimiento personalizado, alimentación adaptada y espacios diseñados para favorecer la seguridad y la interacción social.

Los hallazgos demuestran una oportunidad de mercado debido a la limitada oferta de servicios especializados para adultos mayores en Caracas y de la creciente necesidad de alternativas que contribuyan a mejorar su calidad de vida. Como resultado, se diseñó una propuesta de servicio que busca reducir los sentimientos de soledad, fomentar el envejecimiento activo y generar una solución que beneficie tanto a los usuarios directos como a sus familiares.

Introducción

El envejecimiento de la población, según la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2025) constituye uno de los principales cambios demográficos que enfrentan actualmente las sociedades a nivel mundial. En Venezuela, esta realidad se ha hecho cada vez más evidente debido al incremento de la población adulta mayor y a las transformaciones que han experimentado las familias durante los últimos años. (ENCOVI 2025)

Ante esta situación, surge la necesidad de buscar alternativas que ayuden a satisfacer las necesidades actuales de los adultos mayores y de sus familiares. Por esta razón, esta investigación se enfoca en el desarrollo de una propuesta de servicio orientada a la atención y acompañamiento de adultos mayores en la ciudad de Caracas.

Para llevar a cabo este proyecto, se realizó una investigación de mercado que permitió conocer mejor el entorno, las oportunidades existentes y las necesidades del público objetivo. Además, se utilizaron herramientas como el Lienzo Canvas, el análisis FODA, las Cinco Fuerzas de Porter y la Matriz Ansoff para apoyar el desarrollo de la propuesta. También se diseñó una estrategia de mercadeo basada en las 8P de los servicios, con el fin de crear una propuesta organizada y adaptada a las necesidades del mercado.

El presente trabajo se encuentra estructurado en diferentes apartados que abarcan la presentación del proyecto, el marco contextual, la metodología de investigación, el marco conceptual, el análisis de los resultados obtenidos, el desarrollo de la propuesta y las conclusiones y recomendaciones derivadas de la investigación realizada.

Palabras clave

Servicio, Bienestar, Estrategia, Emprendimiento, Posicionamiento

Presentación del proyecto

El proyecto consiste en el desarrollo de una propuesta de guardería diurna para adultos mayores en la ciudad de Caracas. El servicio está diseñado para ofrecer acompañamiento y actividades durante el día en un espacio cómodo y seguro. Además, se ofrecerán diferentes servicios y beneficios pensados para mejorar la experiencia de los usuarios y sus familiares. Este negocio busca presentar una alternativa innovadora para reducir la soledad de ellos adultos mayores y apoyar a las familias caraqueñas que responda a las necesidades actuales.

Justificación

Este proyecto surge como respuesta a la necesidad de ofrecer espacios de acompañamiento y atención diurna para adultos mayores en Caracas, donde muchos enfrentan situaciones de soledad, aislamiento y poca estimulación emocional debido a la migración familiar, la rutina y las ocupaciones de la vida actual. De hecho, según Tagliafico. F (2026. P) en su artículo publicado en El Diario *“Convite: hasta 380 mil adultos mayores viven solos en Venezuela por el impacto de la migración”* citando a Cabezas (2026) se estima que alrededor de 380.000 adultos mayores viven solos en Venezuela a causa de la migración. La propuesta busca brindar un ambiente seguro, humano y dinámico que promueva el bienestar físico, emocional y social de los adultos mayores a través de actividades, interacción y atención personalizada. Al mismo tiempo, el servicio pretende ofrecer tranquilidad y confianza a sus familiares, quienes muchas veces no pueden acompañarlos constantemente por responsabilidades laborales, falta de tiempo o la distancia.

Hablar de la situación de los adultos mayores en Venezuela es enfrentarse a una realidad crítica. De acuerdo con la Encuesta Nacional de Condiciones de Vida (ENCOVI 2025) cerca de 4 millones de personas de la tercera edad las que sufren los golpes de la crisis económica y el aislamiento. Hoy en día, las familias se encuentran en un dilema enorme: los hijos tienen que cumplir con jornadas laborales extenuantes para poder subsistir o, en muchos casos, han tenido que emigrar del país, lo que les hace imposible acompañar y cuidar a sus padres como quisieran. Por esta razón, el trabajo se vuelve indispensable, ya que no solo busca mejorar la calidad de vida de

los mayores que se han quedado solos, sino también ofrecer una solución real y un respiro a los familiares que ya no encuentran cómo dividirse entre el trabajo y el cuidado de los suyos.

Objetivos

Objetivo general: Desarrollar un servicio de atención y acompañamiento para adultos mayores en Caracas, con el propósito de brindar bienestar físico, emocional, psicológico y social mediante un modelo de atención integral adaptado a sus necesidades, que a su vez proporcione tranquilidad y confianza a sus familiares.

Objetivos específicos:

1. Diagnosticar durante tres meses las necesidades, preocupaciones y expectativas de los familiares de adultos mayores en Caracas, mediante la aplicación de encuestas, con el propósito de identificar los principales factores que influyen en la búsqueda de servicios de cuidado y acompañamiento diurno.
2. Analizar durante un período de un mes, la oferta actual de servicios similares en Caracas, tales como hogares geriátricos y servicios de cuidadores a domicilio, a través de llamadas telefónicas, observación y revisión de redes sociales, con el fin de identificar oportunidades de diferenciación dentro del mercado.
3. Diseñar una propuesta de servicio de guardería diurna dirigida a adultos mayores, basada en un modelo de atención integral que responda tanto a las necesidades del usuario como a las expectativas del familiar responsable.
4. Desarrollar servicios complementarios y de apoyo que permitan diferenciar la propuesta de la competencia.

Plan de acción

El plan de acción de este Proyecto Final de Carrera se estructuró con el propósito de diseñar una propuesta de guardería diurna para adultos mayores en Caracas, orientada a brindar acompañamiento, estimulación y bienestar a los usuarios, al mismo tiempo que ofrece tranquilidad y apoyo a sus familiares.

Para el desarrollo del proyecto se utilizaron metodologías y herramientas de análisis estratégico que permitieron comprender el entorno, identificar necesidades del mercado y diseñar una propuesta de servicio alineada con las expectativas del público objetivo.

Fase	Acción realizada	Resultado
1	Definición del problema, objetivos y justificación del proyecto	Delimitación y enfoque de la investigación
2	Revisión bibliográfica y documental sobre envejecimiento, cuidado del adulto mayor y marketing de servicios	Sustento teórico del proyecto
3	Análisis del entorno mediante la herramienta Pestel	Identificación de factores externos que afectan la viabilidad del servicio
4	Investigación de mercado mediante encuestas a familiares de adultos mayores	Identificación de necesidades, preocupaciones y preferencias del mercado objetivo
5	Segmentación del mercado y definición del público objetivo	Identificación del cliente y usuario del servicio
6	Análisis estratégico mediante FODA y Cinco Fuerzas de Porter	Determinación de oportunidades, amenazas y ventajas competitivas.
7	Diseño de la propuesta de valor y posicionamiento	Diferenciación del servicio frente a alternativas existentes
8	Desarrollo del plan de marketing de servicios	Definición de producto, precio, plaza, promoción, personas, procesos, planta física y performance
9	Diseño de la experiencia del servicio y procesos operativos	Estructuración del funcionamiento de la guardería diurna
10	Elaboración de conclusiones y recomendaciones	Consolidación de la propuesta final

Tabla 1. Plan de acción del proyecto

Cronograma

Semanas	Actividades realizadas
Semana 1	Delimitación del proyecto y desarrollo de la justificación, objetivos y alcance de la investigación.
Semana 2	Revisión bibliográfica sobre envejecimiento, cuidado del adulto mayor y marketing de servicios.
Semana 3	Elaboración del marco teórico y conceptual.
Semana 4	Desarrollo del análisis del entorno mediante la herramienta PESTEL.
Semana 5	Diseño de la encuesta dirigida a familiares de adultos mayores.
Semana 6	Aplicación de la encuesta y recopilación de información.
Semana 7	Tabulación y análisis de los resultados obtenidos.
Semana 8	Definición del mercado meta y segmentación del público objetivo.
Semana 9	Elaboración del análisis FODA y de las Cinco Fuerzas de Porter.
Semana 10	Desarrollo de la propuesta de valor y estrategia de posicionamiento.
Semana 11	Diseño del plan de marketing de servicios (producto, precio, plaza y promoción).
Semana 12	Desarrollo de personas, procesos, planta física, performance, conclusiones, recomendaciones y revisión final del documento.

Tabla 2. Cronograma

Proyecto

Marco contextual

Misión, visión y valores:

Misión: Brindar acompañamiento y atención diurna a adultos mayores a través de un ambiente seguro, humano y dinámico, promoviendo su bienestar físico, emocional y social, mientras ofrecemos tranquilidad y confianza a sus familiares mediante un servicio cálido, profesional y personalizado.

Visión: Ser una guardería para adultos mayores reconocida a nivel nacional por la calidad humana de su atención, su ambiente seguro y su compromiso con el bienestar integral de los adultos mayores y sus familias, convirtiéndose en una referencia de confianza y acompañamiento en el cuidado diurno del adulto mayor.

Valores:

- **Empatía:** Comprender y atender las necesidades emocionales y físicas de los adultos mayores y sus familiares de manera humana y cercana.
- **Respeto:** Brindar un trato digno, amable y considerado hacia cada adulto mayor, valorando su individualidad y autonomía.
- **Compromiso:** Actuar con responsabilidad y dedicación para garantizar el bienestar y seguridad de los adultos mayores.
- **Confianza:** Generar tranquilidad en las familias mediante una atención transparente, profesional y segura.
- **Vocación de servicio:** Ofrecer una atención cálida y paciente, enfocada en crear una experiencia positiva para los adultos mayores.
- **Responsabilidad:** Cumplir adecuadamente las normas, protocolos y cuidados necesarios dentro de la guardería.
- **Compañerismo:** Fomentar el trabajo en equipo, la colaboración y el apoyo mutuo entre el personal para garantizar un mejor ambiente y atención.

Situación actual

Hoy en día, los adultos mayores en Venezuela viven una situación sumamente crítica que afecta su economía, su salud y su vida social. Según un reportaje de la periodista Hernández, E. (2026. P. 4) para el diario El Nacional *Hambre, enfermedades y abandono estatal: los adultos mayores luchan por sobrevivir en Venezuela*, la migración masiva ha hecho que muchos ancianos se queden completamente solos. De hecho, el artículo menciona que el 35% de las casas en el país están habitadas únicamente por personas de la tercera edad.

“La organización Convite advirtió que Venezuela está cambiando drásticamente a nivel de población. Según el director de esta ONG, el país se encuentra en una rápida transición demográfica, calculando que actualmente hay entre 3,8 y 4 millones de adultos mayores en todo el territorio nacional” (Hernández, 2026. P. 5).

El gran peligro de este crecimiento es el desamparo en el que se encuentran. Los datos de Convite publicados por Hernández (2026. P. 7) en el Diario El Nacional revelan que, de esa enorme población de abuelos, cerca de 400.000 personas de la tercera edad viven completamente solas en el país.

Además, se realizó una investigación acerca de la esperanza de vida de los adultos mayores en Venezuela. El cuál se sitúa en torno 72-73 años en promedio, tomando los datos más recientes del año 2024 según la Organización Panamericana de la Salud.

Las mujeres venezolanas tienen una mayor esperanza de vida, superando los 77-78 años, mientras que los hombres se sitúan por debajo de los 70 años, de acuerdo con World Life Expectancy (2024) y Worldometers (2024).

Estos datos engloban toda la población venezolana, incluyendo los segmentos marginales. En los segmentos de clase media y alta esta esperanza de vida aumenta considerablemente aproximadamente a 90 años.

Clientes principales

A. Cliente comprador

Segmentación demográfica:

- Hijos o familiares responsables de adultos mayores.
- Hombres y mujeres entre 35 y 60 años.
- Profesionales, empresarios, médicos, contadores, abogados, ejecutivos...
- Familias de clase media-alta y alta.
- Personas con capacidad económica para costear servicios de acompañamiento y cuidado diurno.

Segmentación geográfica:

- Personas que viven fuera de Venezuela
- Residentes en Caracas en zonas de clase alta: La Castellana, Altamira, Los Palos Grandes, Campo Alegre, El Rosal, Las Mercedes, Country Club, El Hatillo, Santa Fe, Valle Arriba, El Cafetal, Cumbres de Curumo, Bello Monte, Sebucán, Los Naranjos, Prados del Este, Alto Prado, Manzanares.

Segmentación psicográfica:

- Personas que valoran la tranquilidad, la seguridad y organización en su vida diaria.
- Personas ocupadas con un tiempo demandante y exigente.
- Valoran espacios seguros, organizados y con buena atención al cliente.
- Personas que buscan practicidad y apoyo en servicios que les ayuden a manejar mejor su rutina diaria.
- Profesionales enfocados en su crecimiento personal y profesional.
- Personas orientadas a la productividad y cumplimiento de metas.
- Frecuentan gimnasios, clubes, restaurantes y espacios de entretenimiento.
- Suelen asistir a reuniones de trabajo, eventos corporativos o actividades profesionales.
- Personas que les gusta el deporte y viajar
- Personas que valoran la estabilidad.

Segmentación conductual:

- Personas que priorizan la seguridad y bienestar de sus familiares.
- Personas que buscan equilibrar sus responsabilidades laborales y familiares.
- Personas dispuestas a invertir en servicios que mejoren su calidad de vida.

B. Cliente usuario

Segmentación Demográfica: Hombres y mujeres de 70 a 90 años pertenecientes principalmente a familias de clase media-alta y alta. Son personas jubiladas que conservan distintos niveles de autonomía y que requieren acompañamiento, supervisión y espacios de socialización durante el día que contribuyan a su bienestar físico, emocional y social.

Segmentación Geográfica: Adultos mayores residentes en Caracas, especialmente en zonas de los municipios Baruta, Chacao, El Hatillo y Sucre, incluyendo urbanizaciones como Prados del Este, Alto Prado, El Cafetal, Santa Fe, Los Naranjos, Cumbres de Curumo, La Lagunita, Sebucán, Altamira, Los Palos Grandes y El Hatillo. Estas zonas concentran familias con la capacidad económica necesaria para acceder al servicio y se encuentran dentro del área de cobertura de la guardería y su transporte.

Segmentación Psicográfica: Son personas que valoran la compañía, la interacción social y las actividades que les permiten mantenerse activos física y mentalmente. Se caracterizan por ser sociables, participativos y entusiastas, disfrutando compartir experiencias y relacionarse con personas de su misma etapa de vida. Valoran los ambientes cálidos, seguros y agradables donde puedan sentirse acompañados, escuchados y emocionalmente apoyados. Entre sus intereses se encuentran la lectura, la música, los juegos de estimulación cognitiva como crucigramas, sopas de letras y sudoku, así como actividades recreativas, culturales y sociales.

Segmentación Conductual: Son adultos mayores que permanecen solos durante gran parte del día debido a que sus familiares trabajan, tienen múltiples responsabilidades o residen en el exterior. Buscan espacios y momentos donde puedan mantenerse acompañados.

Lienzo Canva

SOCIOS CLAVE	ACTIVIDADES CLAVE	PROPUESTA DE VALOR	RELACIÓN CON LOS CLIENTES	SEGMENTO DE CLIENTES
• Cuidadores especializados • Social Media Manager • Administrador / Gerente • Mercadólogo • Personal de mantenimiento • Servicio de transporte • Aliados estratégicos • Atención al cliente • Servicio de emergencia	• Atención y acompañamiento diurno especializado • Actividades recreativas, cognitivas y sociales • Supervisión y administración de medicamentos • Transporte seguro • Comunicación constante con los familiares RECURSOS CLAVE • Equipos tecnológicos • CRM • RRSS • Página Web • Infraestructura • Inmobiliario • Transporte • Comida	Ofrecer un espacio de atención diurna donde los adultos mayores pueden pasar el día acompañados, activos y participando en actividades que promueven su bienestar físico, emocional y social. Nuestra propuesta busca transformar horas de soledad y aislamiento en momentos de aprendizaje, convivencia y propósito, mientras sus familiares cuentan con la tranquilidad de saber que sus seres queridos se encuentran en un entorno seguro, cálido y supervisado.	RELACIÓN CON LOS CLIENTES • Empatía • Profesionalismo • Atención personalizada • Confianza • Promociones • Inbound • Grupo de whatsapp • Llamadas CANALES • Instagram • WhatsApp • Facebook • Llamadas	¿Para quién estoy creando valor? Para hijos adultos que viven en el exterior y tienen padres mayores viviendo solos en Caracas, así como familiares cercanos que no disponen del tiempo suficiente para acompañarlos. ¿Quiénes son mis clientes más importantes? Los hijos y familiares que viven fuera y dentro del país, ya que son quienes toman la decisión y pagan por el servicio, buscando tranquilidad al saber que sus padres están bien. ¿Qué sienten? Preocupación constante, culpa por no estar presentes, ansiedad por la seguridad de sus padres o familiares y alivio cuando saben que están bien acompañados. ¿Qué ven? Padres solos con poca o nula interacción social, pocas opciones confiables y servicios que pueden percibirse como fríos o poco adecuados para adultos mayores. ¿Qué buscan? Un servicio confiable y humano donde sus familiares, que son autónomos o no, puedan socializar, mantenerse activos y disfrutar su tiempo en un entorno seguro, que les brinde tranquilidad.
SOLUCIONES	ESTRUCTURA DE COSTOS	FLUJO DE INGRESOS		
• Atención y acompañamiento diurno especializado. • Actividades recreativas, cognitivas y sociales para promover el bienestar integral. • Supervisión constante y administración de medicamentos por personal capacitado. • Transporte puerta a puerta para facilitar la asistencia de los adultos mayores. • Comunicación y monitoreo continuo para brindar tranquilidad a los familiares.	• Sueldos y/o honorarios personal y cuidadoras • Adms y mantenimiento página web • Creación de contenidos • Mantenimiento de infraestructura • Alquiler • Comida • Medicamentos	• Suscripción mensual • Servicio de cuidadoras a domicilio • Actividades especiales • Servicio de transporte • Terapias físicas y psicológicas • Venta de medicamento sin receta • Talleres • Eventos y celebraciones		

Ilustración 1. Lienzo Canva

Fuente: El lienzo Canvas fue elaborado con apoyo de ChatGPT (OpenAI, 2026) a partir del siguiente prompt: "Organizar la información suministrada en un formato visual de Modelo de Negocio Canvas, distribuyendo cada elemento en sus respectivos bloques (socios clave, actividades clave, recursos clave, propuesta de valor, relaciones con clientes, canales, segmentos de clientes, estructura de costos y fuentes de ingresos)".

Fuerzas de Porter

1. Rivalidad: La rivalidad es baja ya que existen servicios similares enfocados en el cuidado del adulto mayor, sin embargo, no ofrecen un modelo de guardería con enfoque en socialización y bienestar diario solo enfocado en las actividades.
Competidores: Yeyito, Hogar buenaventura.
2. Barreras de entrada: La amenaza de nuevos competidores puede considerarse Alta ya que implica una inversión inicial alta así como costos fijos importantes, a saber, el alquiler y personal especializado, entre otros.

3. Poder de negociación de los clientes: ¿Los clientes tienen mucho poder para exigir o cambiarte? El poder de negociación es bajo, ya que no hay mucha oferta en este tipo de servicios.
4. Productos sustitutos: La amenaza de productos sustitutos es alta, ya que existe hogares geriátricos y empleadas domésticos.
5. Barrera de salida: La Barrera de salida es baja, ya que es fácil cambiar el propósito del negocio y convertirlo o incursionar en otro mercado.
6. Poder de negociación de los proveedores: Poder de negociación es alto ya que el personal es altamente calificado y escaso en el mercado.

FODA

FORTALEZAS: • Propuesta innovadora en el mercado venezolano (poca oferta estructurada y pocos competidores. • Soluciona doble problema: → cuidado del adulto mayor → tranquilidad del familiar • Reduce soledad y deterioro emocional. • Posibilidad de ofrecer actividades y otros servicios para escalar el negocio. • Alianza con psicólogos, fundaciones, jornadas de salud y servicios de transporte.	OPORTUNIDADES: • Soledad y aislamiento de la población caraqueña de 3ra edad causada por la situación actual (política, social y económica) • Falta de alternativas de socialización durante el día para el adulto mayor. • Hijos o personas responsables con ocupaciones durante el día. • Poca competencia. • Hijos en el exterior con poder adquisitivo.
DEBILIDADES: • Alta inversión en infraestructura y capital de trabajo. • No se cuenta con personal calificado para realizar las actividades. • Limitación de capacidad (infraestructura) • Falta de experiencia en el cuidado de adulto mayor.	AMENAZAS: • Surgimiento de competidores en Venezuela. • Desconfianza de las familias al delegar el cuidado del adulto mayor. • Resistencia del adulto mayor a perder su rutina. • Las familias carecen de referentes previos respecto a esta metodología. • Inestabilidad de servicios básicos. • Situación económica y política del país

Ilustración 2. FODA

Estrategias FO (Fortalezas + Oportunidades)

- Aprovechar la propuesta innovadora y la baja competencia existente para posicionarse como una de las primeras guarderías diurnas especializadas para adultos mayores en Caracas y utilizar la capacidad de resolver tanto las necesidades del adulto mayor como la tranquilidad de sus familiares para atraer a hijos que residen en el exterior y cuentan con capacidad económica para contratar el servicio.

Estrategias DO (Debilidades + Oportunidades)

- Aprovechar la baja competencia del mercado para desarrollar experiencia antes de la entrada de nuevos competidores. Además, aprovechar el target alto de clase media alta - alta para poder costear y mantener el negocio. También se puede maximizar el uso de la infraestructura disponible mediante planes escalonados y control de capacidad para atender de manera eficiente a un mayor número de usuarios.

Estrategias FA (Fortalezas + Amenazas)

- Utilizar la atención personalizada, el monitoreo constante y la comunicación con los familiares para disminuir la desconfianza de las familias hacia este tipo de servicio.
- Emplear las actividades recreativas y programas de socialización para reducir la resistencia de los adultos mayores a participar en la guardería. Y, reforzar la propuesta de valor centrada en el bienestar emocional y social del adulto mayor para educar al mercado sobre los beneficios del modelo de guardería diurna.

Estrategias DA (Debilidades + Amenazas)

- Capacitar constantemente al personal en temas relacionados con el cuidado y bienestar del adulto mayor, con el fin de mejorar la calidad del servicio y brindar una atención más adecuada a los usuarios.
- Establecer procedimientos claros para las principales actividades de la guardería, de manera que todos los colaboradores sepan cómo actuar ante distintas situaciones y se garantice una atención uniforme y organizada.

- Contar con alternativas que permitan mantener el funcionamiento de la institución ante posibles fallas de servicios básicos, como electricidad, agua o internet, evitando interrupciones en la atención de los usuarios.
- Ofrecer pruebas gratuitas, jornadas informativas y visitas guiadas para que las familias conozcan las instalaciones, el personal y los servicios ofrecidos, generando mayor confianza y seguridad antes de tomar la decisión de contratar el servicio.

Análisis Pestl

- Político:

Desarrollar este proyecto en Caracas implica adaptarse a un entorno que está cambiando debido a la transición del gobierno tras la salida de Maduro y la llegada de Delcy Rodríguez. Para el proyecto, el riesgo principal es la incertidumbre, ya que las leyes, los permisos pueden cambiar inesperadamente. Sin embargo, la ventaja actual es que las relaciones con países como Estados Unidos están mejorando y están eliminando las sanciones económicas; esto es una gran oportunidad porque facilita que entre inversión y tecnología a la capital.

- Económico:

El entorno financiero se caracteriza por una persistente inestabilidad cambiaria por la inflación. Actualmente, la tasa euro del banco central se ha consolidado como el principal referente para la fijación de precios y transacciones comerciales. Para el proyecto, esta fluctuación diaria puede dificultar la planificación presupuestaria y la fijación de costos operativos.

- Social:

Desde el punto de vista social, y como se mencionó anteriormente en la situación actual de los adultos mayores en Venezuela, el país está experimentando un proceso de envejecimiento demográfico. De acuerdo con datos publicados por El Nacional (2026), basados en los resultados de la Encuesta Nacional de Condiciones de Vida (ENCOVI, 2025), actualmente uno de cada siete venezolanos es adulto mayor, representando aproximadamente el 14% de la población nacional. Esta realidad refleja un aumento progresivo de personas que pueden requerir acompañamiento, supervisión y actividades adaptadas a sus necesidades.

A esta situación se suma el fenómeno migratorio que ha caracterizado al país durante los últimos años. Según el mismo reporte, la migración masiva ha modificado la estructura poblacional venezolana, incrementando proporcionalmente la presencia de adultos mayores dentro del país. Asimismo, se estima que alrededor de 400.000 adultos mayores viven solos, muchos de ellos debido a la migración de sus hijos y familiares cercanos.

- Tecnológico:

Venezuela ha experimentado un proceso gradual de digitalización durante los últimos años. Los cambios y transformaciones que atraviesa el país podrían favorecer una mayor incorporación de la tecnología en distintos sectores en el futuro; Aunque siguen faltando desarrollos tecnológicos básicos, por ejemplo el internet.

- Legal:

Venezuela cuenta con diversas normativas relacionadas con la protección de los adultos mayores, las relaciones laborales y la protección de la información personal. En primer lugar, la Ley Orgánica para la Atención y Desarrollo Integral de las Personas Adultas Mayores (2021) tiene como objetivo garantizar el ejercicio pleno de los derechos de las personas mayores, promoviendo su bienestar, inclusión social, participación activa y atención integral. Asimismo, esta ley reconoce la corresponsabilidad del Estado, la familia y la sociedad en la protección y cuidado de esta población.

En cuanto a la protección de datos, Venezuela no cuenta actualmente con una ley específica que regule de forma integral la protección de datos personales. Sin embargo, la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, en su artículo 60, reconoce el derecho a la privacidad, la intimidad, la confidencialidad y la protección de la información personal. Asimismo, la Ley de Infogobierno, la Ley Orgánica del Tribunal Supremo de Justicia y una sentencia emitida por la Sala Constitucional en 2011 establecen principios relacionados con el tratamiento responsable y la protección de los datos personales; sin embargo, sigue existiendo incertidumbre legal.

Matriz Anzoff

	PRODUCTO EXISTENTE	PRODUCTO NUEVO
MERCADO EXISTENTE	Durante el primer mes se aplicará una política de precios basada en un formato de promoción doble (dos por uno), con el fin de reducir la barrera de entrada para los nuevos usuarios. Asimismo, se integrará una sesión de evaluación diagnóstica de carácter gratuito, la cual permitirá perfilar a los participantes, monitorear su evolución y asegurar la calidad del servicio brindado.	• Servicio de cuidadoras a domicilio • Servicio de psicología tanto para los familiares como para el adulto mayor • Talleres sobre emprendimiento, salud mental, manejo de ansiedad y emociones, retiros, charlas.
MERCADO NUEVO	¿Quién más podría tener ese mismo problema? • Hijos que viven en Venezuela con baja disponibilidad de tiempo debido a diversos compromisos impidiendo cuidar de ellos durante el día. • Familiares extendidos (nietos, hermanos, sobrinos, etc). • Expandirnos a otra ubicación en Caracas • Alianzas con clínicas, médicos y centros de salud, con el objetivo de ofrecer servicios de cuidado domiciliario a pacientes que han sido dados de alta.	Plataforma de formación de cuidadoras Ampliar nuestro servicio a personas jóvenes que necesiten cuidado o atención. Cuidadoras a domicilio Atención psicológica online

Ilustración 3. Matriz Anzoff

Metodología de la Investigación

Tipo de Investigación

Se aplicó una encuesta la cual corresponde a una investigación de tipo descriptiva con enfoque cuantitativo. Descriptiva porque busca caracterizar las percepciones, hábitos y preferencias de un grupo específico sin manipular variables, y cuantitativa porque los datos expresan en frecuencias, porcentajes y promedios que permiten medir la magnitud de cada fenómeno observado.

Preguntas de la Encuesta

PREGUNTA 1

¿Dónde reside actualmente? Indicar país y ciudad.

Respuesta: Abierta

PREGUNTA 2

¿Cuál es tu parentesco con el adulto mayor?

- ☐ Soy el hijo/hija
- ☐ Soy el nieto/la nieta
- ☐ Soy el sobrino/la sobrina
- ☐ Cónyuge
- ☐ Otro

PREGUNTA 3

¿Cuál es el principal motivo por el cual no puede dedicarse al cuidado personal del adulto mayor?

- ☐ Resido en el extranjero
- ☐ Compromisos laborales a tiempo completo en Venezuela
- ☐ No cuento con la formación técnica/médica necesaria
- ☐ Otros compromisos familiares (hijos pequeños, etc.)
- ☐ Otros

PREGUNTA 4

¿Cómo describiría la situación actual de su familiar adulto mayor en Caracas?

- ☐ Vive solo/a
- ☐ Vive solo/a pero cuenta con ayuda para tareas básicas
- ☐ Vive conmigo, pero se queda solo/a durante el día
- ☐ Está bajo el cuidado de una enfermera/cuidador privado en casa

PREGUNTA 5

En una escala del 1 al 4, ¿cuánto le preocupa la soledad y el aislamiento social de su familiar?

1 - 2 - 3 - 4

PREGUNTA 6

¿Cuál es su mayor miedo respecto a su familiar en Caracas?

- ☐ Emergencias médicas sin atención inmediata
- ☐ Depresión o deterioro cognitivo por falta de actividad
- ☐ Fallas en servicios básicos (luz/agua) mientras está solo/a
- ☐ Mala alimentación

PREGUNTA 7

¿Qué tan familiarizado/a está con el concepto de Guardería Diurna?

- ☐ Muy familiarizado/a
- ☐ Poco familiarizado/a
- ☐ Nada familiarizado/a

PREGUNTA 8

¿Cuáles servicios consideraría indispensables o de gran valor?

- ☐ Transporte puerta a puerta
- ☐ Supervisión y administración de medicamentos
- ☐ Actividades de estimulación mental
- ☐ Terapia física y ejercicios de movilidad
- ☐ Alimentación balanceada
- ☐ Servicios de primeros auxilios
- ☐ Atención psicológica
- ☐ Actividades extramuros
- ☐ Monitoreo a distancia en tiempo real

PREGUNTA 9

Modalidad de asistencia preferida:

- ☐ Completa (L-V)
- ☐ Parcial (2 o 3 días)
- ☐ Flexible
- ☐ 24/7

PREGUNTA 10

Horario más necesario:

- ☐ Jornada completa
- ☐ Solo mañana
- ☐ Solo tarde

PREGUNTA 11

¿Qué beneficio o característica le aportaría más tranquilidad?

Respuesta abierta

Cruces de variables

Cruce 1: Lugar de residencia (Venezuela / Exterior) + Nivel de preocupación por la soledad y el aislamiento + Beneficios que generan confianza.

Variables: Lugar de residencia, Preocupación por la soledad y aislamiento social, Situación actual del adulto mayor.

Los resultados muestran que el 13,5% de los encuestados reside fuera de Venezuela, mientras que el 86,5% reside en Caracas. Independientemente de su ubicación, los participantes manifestaron un alto nivel de preocupación por la soledad y el aislamiento social del adulto mayor, obteniendo una valoración promedio de 3,49 sobre 4. Entre los factores que generan mayor confianza destacan la presencia de personal capacitado, la supervisión constante y la comunicación permanente con la familia.

Fuente: El análisis de cruce de variables fue elaborado con apoyo de ChatGPT (OpenAI, 2026), utilizando como base los resultados obtenidos en la encuesta aplicada mediante Google Forms. Prompt: *"Realiza cruces de variables relevantes para una investigación de mercado sobre una guardería diurna para adultos mayores, identificando relaciones significativas entre variables demográficas, necesidades, preocupaciones y preferencias de los encuestados, y explica los hallazgos obtenidos desde una perspectiva de mercadeo."*

Cruce 2: Parentesco + Motivo por el cual no puede cuidar al adulto mayor + Horario de mayor necesidad de apoyo

Variables: parentesco con el adulto mayor, motivo por el cual no puede dedicarse a su cuidado, horario considerado más crítico para el cuidado.

Los resultados muestran que el principal responsable del adulto mayor es el hijo o hija (59,5%). A su vez, el principal motivo por el cual los familiares no pueden asumir directamente el cuidado corresponde a compromisos laborales a tiempo completo (54,1%). Esta realidad coincide con que el 70,3% de los encuestados considera que el apoyo es más necesario durante una jornada laboral completa.

Fuente: El presente cruce de variables fue elaborado con apoyo de ChatGPT (OpenAI, 2026), Prompt: *"Realiza un cruce entre las variables parentesco con el adulto mayor, motivo por el cual no puede asumir directamente su cuidado y horario considerado más crítico para el cuidado. Identifica relaciones significativas entre los resultados y explica los hallazgos desde una perspectiva de mercadeo para una guardería diurna para adultos mayores."*

Cruce 3: Oportunidad de mercado para la guardería diurna

Variables: Familiaridad con el concepto de guardería diurna, modalidad de asistencia preferida, beneficios o características que generan confianza.

Aunque el 45,9% de los encuestados indicó no estar familiarizado con el concepto de guardería diurna, los resultados muestran preferencia por modalidades de asistencia parcial (29,7%), asistencia completa (27%) y asistencia permanente (27%). Adicionalmente, los participantes señalaron que la confianza depende principalmente de la capacitación del personal, la seguridad y la comunicación constante.

Fuente: El presente cruce de variables fue elaborado con apoyo de ChatGPT (OpenAI, 2026). Prompt: *"Realiza un cruce entre las variables familiaridad con el concepto de guardería diurna para adultos mayores, modalidad de asistencia preferida y beneficios o características que generan mayor confianza. Identifica relaciones relevantes entre los resultados y explica los hallazgos desde una perspectiva de mercadeo para una guardería diurna para adultos mayores."*

Marco Conceptual

Bienestar: Se define como el estado en el cual el individuo tiene consciencia de sus propias capacidades, puede afrontar las tensiones normales de la vida y es capaz de hacer una contribución a su comunidad. En el ámbito del adulto mayor, abarca un enfoque multidimensional que incluye la salud física, mental y social (Organización Mundial de la Salud, 2022).

Emprendimiento: Es el proceso de identificar, desarrollar y dar vida a una visión que puede ser una idea innovadora, una oportunidad o una mejor manera de hacer las cosas, cuyo resultado es la creación de una nueva empresa o unidad de negocio bajo condiciones de riesgo e incertidumbre. Formichella, (2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local*.

Estrategia: Consiste en la dirección y el alcance de una organización a largo plazo, la cual permite lograr una ventaja competitiva para la empresa a través de la configuración de sus recursos en un entorno cambiante, con el fin de satisfacer las necesidades de los mercados. Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. (2006). *Dirección Estratégica*. Prentice Hall.

Posicionamiento: Es el acto de diseñar la oferta y la imagen de una empresa de manera que ocupen un lugar distintivo y valorado en la mente del mercado meta. No se trata de lo que se le hace a un producto, sino de lo que se logra generar en la percepción del consumidor. Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Dirección de Marketing*. Pearson Educación.

Servicio: Se entiende como cualquier acto o función que una parte puede ofrecer a otra, que es esencialmente intangible y no da como resultado la propiedad de algo. Su producción puede o no estar vinculada a un producto físico, centrándose en la experiencia y la satisfacción de una necesidad directa. Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2007). *Fundamentos de Marketing*. McGraw-Hill.

ROI: Es una métrica financiera utilizada para evaluar la eficiencia de una inversión o para comparar la rentabilidad de varias inversiones diferentes. Mide la cantidad de retorno de una inversión en relación con el costo de la misma, permitiendo conocer el beneficio económico obtenido por cada unidad monetaria invertida (Gitman y Zutter, 2012).

Poka-Yoke: Es una técnica de mejora continua de origen japonés que significa "a prueba de errores". Consiste en el diseño de procesos, herramientas o sistemas mecánicos y visuales que impiden de forma automática que los operadores cometan

equivocaciones, o bien, detectan el error de manera inmediata para corregirlo antes de que afecte el resultado final.

Tangibilización del servicio: Se refiere a la estrategia de asociar elementos físicos, señales visibles o entornos materiales a una oferta que es esencialmente intangible. Dado que los servicios no se pueden tocar ni ver antes de adquirirse, las organizaciones utilizan la infraestructura, el personal, los uniformes y los elementos de marca para que el cliente pueda percibir, evaluar y confiar en la calidad del servicio (Zeithaml, Bitner y Gremler, 2009).

Propuesta Plan de Mercadeo

Marketing Mix

i. Producto

- Servicio esencial: Cuidado para el adulto mayor.

- Servicio facilitador:

- Diferentes métodos de pago,
- Servicio Legal – Contrato inicial
- Prueba inicial o diagnóstico
- Actividades de comunicación con los familiares,
- Servicio de atención médica
- Servicio de comidas durante el día con un menú adaptado dependiendo de la condición de cada cliente.

- Servicio apoyo:

- Actividades recreativas
- Servicio de acompañamiento de mascotas

- Servicios nocturnos
- Talleres y charlas de bienestar
- Servicios psicológicos
- Servicio de jornadas de salud
- Paseos y retiros
- Celebraciones por fechas especiales
- Fisioterapias
- Distribución de medicamentos a clientes
- Servicio a domicilio de comida y de fisioterapeuta
- Servicio de consultas psicológicas a domicilio y online
- Servicio de transporte desde y hacia su residencia
- Servicio odontológicas (alianzas)
- Eventos exclusivos
- Talleres a sus familiares sobre el cuidado del adulto mayor

ii. Precio

Para definir el precio del servicio se realizó una estructura de costos tomando en cuenta todos los recursos económicos necesarios para iniciar y mantener la operación de la guardería de adultos mayores.

En primer lugar, se calcularon los gastos mensuales requeridos para el funcionamiento del servicio, incluyendo la amortización de la inversión inicial, estos gastos representan un gasto operativo mensuales de \$21.640 (**ver factibilidad pág. 57**).

Luego, se calculó la inversión inicial necesaria para poner en marcha el proyecto, considerando la compra de equipos y recursos. Sumando todos estos elementos, la inversión total requerida para iniciar el proyecto es de aproximadamente \$27.740 (**ver factibilidad pág. 57**)

Posteriormente, tomando en cuenta los costos mensuales y la población objetivo de adultos mayores en Caracas, se establecieron los siguientes precios. Al tener esto calculado, se realizaron las estrategias de precio, las cuales se utilizarán son:

- **Precio de prueba gratuita:** Los familiares podrán probar el servicio durante un período de 1 a 3 días antes de formalizar la inscripción del adulto mayor. Esto les permitirá conocer la experiencia, evaluar la calidad del servicio y observar la adaptación del adulto mayor, para así disminuir la incertidumbre antes de tomar una decisión.
- **Precio por tamaño de grupo:** Se ofrecerán descuentos para aquellas familias que quieran inscribir a una pareja o a un grupo de adultos mayores (2 a 3 personas). De esta forma, el precio resulta más económico.
- **Estrategia de escala de precios:** Se ofrecerán diferentes planes con distintos beneficios y precios, con el objetivo de lograr que el cliente elija el plan con mayor rentabilidad.



Ilustración 4. Planes de precio

Fuente: Imagen generada con ChatGPT (OpenAI, 2026). Prompt: "Diseña una imagen de los planes de suscripción para una guardería diurna de adultos mayores, mostrando tres planes (Plata, Oro y Zafiro) con sus respectivos precios, en un diseño moderno, limpio y profesional."

– **Estrategia desempaquetada:** Se ofrecerá a las familias contratar y pagar de forma independiente por servicios de apoyo específicos, como los paseos recreativos, la fisioterapia o el transporte sin necesidad de adquirir el plan mensual completo.

iii. Plaza

En este punto definiremos la ubicación, distribución, intermediarios y aliados. Al tratarse de una guardería de cuidado diurno, la ubicación física es un elemento importante, por lo que se plantea establecer el centro en una zona residencial del sureste de Caracas, como El Cafetal, Prados del Este o La Lagunita. Estas zonas permiten estar cerca del público objetivo y facilitar el traslado diario de los adultos mayores.

Además del espacio físico, el servicio contará con otros canales que complementan la experiencia del cliente. En primer lugar, se ofrecerá un sistema de transporte, encargado de buscar y llevar de regreso a los adultos mayores, con el objetivo de facilitar la rutina de los familiares y evitar que tengan que buscar soluciones de traslado.

Por otra parte, se implementará una plataforma digital donde los familiares podrán mantenerse informados sobre las actividades y el día a día del adulto mayor dentro del servicio de cuidado (como Whatsapp y el acceso a las cámaras de la guardería). De esta manera, se busca generar mayor tranquilidad, confianza, transparencia y una comunicación más cercana con las familias.

Asimismo se desarrollará una vía online donde se prestarán servicios a distancia como servicios psicológicos.

Finalmente, se establecerán alianzas con clínicas, médicos y especialistas relacionados con el cuidado del adulto mayor para capacitación del personal y talleres a familiares; al mismo tiempo firmarán alianzas o convenios con empresas e instituciones para las actividades extramuros que se ofrecerán.

iv. Planta

En este punto se desarrollará los elementos tangibles que contará la empresa para su posicionamiento y brindar un buen servicio que infiera una alta calidad y prestigio a la marca, la tangibilización del servicio es fundamental debido a la naturaleza intangible del cuidado de adultos mayores, lo que impide que los familiares evalúen la calidad antes de la compra. Entre los elementos tangibles que se tomaron en cuenta, están los siguientes:

- La residencia tendrá una estética colonial moderna, utilizando colores cálidos y neutros como beige, crema, arena, terracota suave, madera natural y verde oliva, buscando crear un ambiente tranquilo y acogedor.



Ilustración 5. Residencia

Fuente: Imagen generada con Gemini. Prompt: “Una fotografía fotorrealista de la fachada exterior de 'Casa Lelo', un moderno centro de cuidado diurno para adultos mayores ubicado en una zona residencial de Caracas. La infraestructura es una casa accesible de una sola planta que combina el encanto colonial (techo de tejas de arcilla, paredes blancas) con estructuras modernas de vidrio. En la pared se aprecia un elegante letrero corporativo que dice 'CASA LELO - Club de Día para Adultos Mayores' con tipografía limpia. Al frente, se encuentra estacionada una camioneta van blanca rotulada con el logotipo de la empresa. Una señora de la tercera edad que usa andadera es asistida amablemente por una cuidadora profesional vestida con un uniforme médico tipo scrub de color verde oliva. Luz de día brillante, fotografía cinematográfica y profesional.”

- La casa contará con espacios amplios, abiertos y con buena iluminación natural y artificial, especialmente en zonas como la sala, comedor, jardín y áreas comunes.

Esto permitirá mejorar la movilidad de los adultos mayores, facilitar la supervisión del personal y promover la interacción entre ellos.

- La decoración estará compuesta por cuadros de paisajes naturales, elementos botánicos y detalles inspirados en un estilo colonial. Además, contará con estanterías de madera decoradas con libros, flores naturales, jarrones, velas aromáticas y otros elementos que ayuden a crear una sensación más hogareña.

- La residencia contará con lámparas que combinen un estilo clásico y moderno, manteniendo la estética cálida y hogareña de la casa. En las áreas principales, como la sala, comedor y espacios de convivencia, se incorporarán lámparas colgantes, de mesa y de pared con diseños inspirados en el estilo colonial, utilizando materiales como hierro, bronce envejecido y madera, combinados con formas más simples y acabados modernos.

También se utilizará una vajilla en cerámica, principalmente en tonos blanco hueso y azul, acompañada de vasos texturizados, manteles individuales tejidos y servilletas de tela que complementen el diseño del espacio y transmiten una sensación de prestigio y añoranza.

Dentro de la residencia se colocarán plantas ornamentales, como palma areca y helechos, distribuidas en espacios como la sala, comedor, pasillos, entrada y terraza. Adicionalmente, contará con televisores ubicados en la sala y terraza para realizar actividades recreativas y ofrecer momentos de entretenimiento a los adultos mayores.

El área exterior tendrá un espacio techado destinado a actividades grupales, recreativas y de integración. El jardín será amplio y plano para permitir actividades al aire libre y momentos de descanso.

Se utilizarán aromas suaves como lavanda, eucalipto y jazmín mediante difusores ubicados en diferentes espacios de la residencia como sala, comedor, baños, entrada y terraza. También se incorporarán velas aromáticas decorativas para reforzar un ambiente agradable y tranquilo.

La residencia contará con música ambiental en algunas áreas comunes, utilizando principalmente música instrumental como jazz, con el objetivo de crear un ambiente agradable. Además, se evitarán ruidos fuertes o sonidos que puedan generar incomodidad en los adultos mayores.

Los espacios estarán diseñados para brindar comodidad y seguridad. La sala tendrá sofás amplios, por ejemplo sofá cama, y sillones reclinables ergonómicos elaborados con materiales resistentes y fáciles de limpiar como lino grueso, microfibra o telas acolchadas. También se podrán incorporar alfombras decorativas de yute tejido.

Finalmente, el personal utilizará uniformes alineados con la identidad visual de la marca, con el objetivo de transmitir orden, confianza y profesionalismo.



Ilustración 6. Uniforme

Fuente: Imagen generada con Gemini. Prompt: “Plano medio fotorrealista de una especialista profesional en el cuidado de adultos mayores, vistiendo un uniforme médico tipo scrub de color verde oliva con un pequeño logotipo bordado en el pecho que dice 'Casa Lelo'. El uniforme luce premium, cómodo y profesional. De fondo, el interior de una instalación de salud moderna con iluminación suave y un ambiente cálido y acogedor.”

El comedor tendrá mesas de madera resistentes y fáciles de limpiar, acompañadas de sillas cómodas con apoyabrazos y asientos acolchados para mejorar la comodidad de los adultos mayores.

Adicionalmente, la residencia contará con pisos antideslizantes, como terracota tratada o porcelanato, para garantizar mayor seguridad en los desplazamientos.

La alimentación estará adaptada a las necesidades y restricciones de cada adulto mayor. El menú tomará en cuenta sus condiciones, preferencias y requerimientos especiales, buscando ofrecer una experiencia agradable durante las comidas y meriendas.

v. Persona

En una guardería para adultos mayores, las personas tanto clientes como empleados representan uno de los factores más importantes del servicio, debido que participan y afectan la calidad y experiencia.

Empleados:

Los empleados son la marca, son la empresa y el servicio ante los ojos del cliente. Por esta razón, debe enfocarse en tres aspectos fundamentales: el tipo de personal que necesita, el entrenamiento constante y las reglas que deben seguir los empleados para garantizar una experiencia humana, cálida y profesional.

Tipo de personal que necesita la guardería:

Debido a que el personal va a tener contacto directo y constante con el cliente de “Casa Lelo” debe ser cuidadosamente seleccionado, ya que trabajará con adultos mayores y familiares que buscan sentirse seguros y tranquilos. Más allá de experiencia laboral, la empresa debe priorizar cualidades humanas y emocionales.

El perfil ideal debe incluir personas con:

- Paciencia y empatía.
- Vocación de servicio.
- Inteligencia emocional.
- Responsabilidad y discreción
- Organización y Eficiencia
- Orden y limpieza
- Comunicación amable y respetuosa.
- Capacidad para trabajar en equipo.
- Tolerancia y control emocional.
- Proactividad

- Experiencia y conocimientos.

Es importante la evaluación mensual del personal, ya que de esta manera nos aseguramos si está cumpliendo los reglamentos y comportamiento ante los adultos mayores. Se formará al personal trimestralmente. Además, se hará una evaluación de encuestas hacia el personal que tiene contacto con el cliente.

Entrenamiento técnico:

- Primeros auxilios.
- Prevención de caídas.
- Protocolos de emergencia.
- Higiene y cuidado personal para adultos mayores.
- Movilidad y asistencia física.
- Manejo básico de medicamentos.
- Seguridad dentro de las instalaciones.

Entrenamiento emocional y humano:

- Comunicación con adultos mayores.
- Manejo de familiares preocupados o ansiosos.
- Resolución de conflictos.
- Inteligencia emocional.
- Escucha activa.
- Trato digno y respetuoso.

Reglamento o normas que debe de cumplir el personal:

- Mantener siempre un trato respetuoso, amable y paciente.
- Dirigir a los adultos mayores con empatía y educación.
- Evitar discusiones o respuestas inapropiadas.
- Mantener una presentación personal adecuada.
- Ser puntuales y responsables con sus horarios.
- Respetar la privacidad y confidencialidad de los usuarios.
- Promover un ambiente tranquilo y seguro.
- Trabajar en equipo y mantener buena comunicación con el resto del personal.

- Escuchar las necesidades de los adultos mayores.
- Informar cualquier irregularidad o situación importante.
- No utilizar el teléfono personal durante la jornada laboral.
- No hacer reuniones de más de 2 personas frente a los clientes.
- Usar un tono de voz bajo y no usar mala palabras
- Siempre llamar a los clientes por señor o señora.
- No comer chicle en público.
- No comer fuera de los lugares y horarios establecidos.

Ciente

En los servicios, los clientes forman parte activa de la experiencia, ya que participan directamente en el funcionamiento y percepción del servicio. A diferencia de otros tipos de negocios, en una guardería para adultos mayores el cliente no solo recibe el servicio, sino que también interactúa constantemente con el personal, el ambiente y otros usuarios. Por esta razón, el servicio debe enfocarse en construir relaciones cercanas, humanas y organizadas que permitan ofrecer una experiencia segura, confiable y emocionalmente positiva y en capacitar a los clientes en las funciones que deben de realizar.

Hay 2 tipos de cliente, el adulto mayor quién recibe directamente el servicio y el familiar responsable quién es el que toma la decisión de adquisición del servicio

El adulto mayor representa el cliente usuario del servicio. Generalmente, se trata de personas que conservan cierto nivel de autonomía, pero que requieren acompañamiento, supervisión y actividades que contribuyan a su bienestar físico, emocional y social. Muchos de ellos buscan sentirse acompañados, mantenerse activos y formar parte de un ambiente tranquilo y seguro donde puedan socializar y realizar actividades durante el día.

El cliente comprador está conformado por hijos o familiares responsables que, debido al trabajo, responsabilidades personales o distancia geográfica, no pueden acompañar constantemente al adulto mayor. Este tipo de cliente busca principalmente tranquilidad, confianza y seguridad, priorizando un servicio humano y profesional que garantice el bienestar de su familiar.

- Participación del cliente dentro del servicio:

Los familiares participarán desde el proceso de inscripción, completando un formulario detallado proporcionado por nosotros donde deberán especificar información importante sobre el adulto mayor, como condiciones médicas, medicamentos, alergias, rutinas, limitaciones físicas y necesidades especiales. Esto permitirá brindar un servicio más seguro y adaptado a cada usuario.

Asimismo, los familiares mantendrán comunicación constante con la guardería para realizar seguimiento del servicio y participar en decisiones relacionadas con el bienestar del adulto mayor. Sin embargo, dicha comunicación deberá realizarse dentro de los horarios establecidos y únicamente a través del personal autorizado, salvo en casos de emergencia.

Por otro lado, los adultos mayores también participan activamente mediante su integración en actividades recreativas, convivencia con otros usuarios e interacción diaria con el personal. Debido a esto, el comportamiento y participación de los usuarios pueden influir positiva o negativamente en la experiencia general dentro de la guardería.

- Relación con los clientes:

La empresa debe ofrecer atención personalizada, seguimiento continuo y disposición para resolver dudas o situaciones que puedan surgir. El trato hacia los adultos mayores debe mantenerse siempre respetuoso, humano y orientado a preservar su dignidad y bienestar emocional.

En este tipo de servicio, la confianza representa uno de los factores más importantes para lograr satisfacción y fidelización, ya que los familiares están dejando el cuidado de una persona importante en manos de la empresa.

- Manejo de clientes y convivencia:

Es importante segmentar a los adultos mayores según su nivel de autonomía y necesidad de atención, con el objetivo de garantizar una mejor convivencia y experiencia dentro de la guardería.

La segmentación estará dividida en:

- Adultos mayores con alto nivel de autonomía: personas que pueden movilizarse y participar en actividades de manera más independiente, requiriendo menor supervisión.
- Adultos mayores con bajo nivel de autonomía: personas que presentan mayores limitaciones físicas o cognitivas y requieren mayor apoyo, supervisión y actividades adaptadas.

Los adultos mayores con alto nivel de autonomía utilizarán principalmente las áreas abiertas como el jardín amplio, la terraza y las salas comunes para realizar actividades recreativas e independientes en horarios dinámicos a lo largo del día. Por el contrario, el segmento con bajo nivel de autonomía dispondrá de áreas de estancia y comedores con supervisión prioritaria y accesibilidad reforzada, organizando sus terapias y actividades adaptadas en horarios específicos que aseguren un entorno controlado, garantizando así la seguridad y el confort de cada grupo sin interferir en sus respectivas rutinas cotidianas.

vi. Promoción

Target 1: Clientes compradores que viven en Caracas

Hombres: El público objetivo está conformado por hombres entre 35 y 45 años, hijos o familiares responsables del cuidado de adultos mayores, pertenecientes a familias de clase media-alta y alta, con capacidad económica. Este grupo está integrado principalmente por profesionales, gerentes, ejecutivos y empresarios que residen en Caracas, especialmente en zonas de alto poder adquisitivo.

Son personas que suelen asumir el cuidado de sus familiares desde una perspectiva más práctica y orientada a la solución de problemas. Buscan alternativas que les permitan garantizar el bienestar y la seguridad del adulto mayor mientras cumplen con sus responsabilidades laborales y personales. Valorán la eficiencia, la organización, la transparencia y la confiabilidad del servicio.

Llevar un estilo de vida dinámico, frecuentan gimnasios, clubes, restaurantes y eventos empresariales. Antes de contratar un servicio suelen evaluar aspectos como la reputación, la calidad de la atención, la seguridad de las instalaciones y los beneficios ofrecidos, buscando una solución que les brinde confianza y reduzca su preocupación diaria.

Mujeres: El público objetivo está conformado por mujeres entre 30 y 40 años, hijas o familiares responsables del cuidado de adultos mayores, pertenecientes a familias de clase media-alta y alta, con capacidad económica. Este grupo está integrado principalmente por profesionales, empresarias o amas de casa que residen en Caracas, especialmente en zonas de alto poder adquisitivo.

Son personas que suelen involucrarse activamente en el bienestar y cuidado diario de sus familiares. Acostumbran estar pendientes de aspectos relacionados con la salud, el estado emocional, la alimentación y las actividades que realizan sus seres queridos. Buscan servicios que les transmitan cercanía, confianza y tranquilidad, valorando especialmente la atención personalizada, el trato humano y empatía.

Mantienen una vida activa en la que deben equilibrar responsabilidades familiares, laborales y personales. Frecuentan gimnasios, restaurantes, centros comerciales y actividades sociales. Al momento de contratar un servicio, suelen prestar atención tanto a la calidad de la atención como a la experiencia que recibirá el adulto mayor, buscando sentirse seguras de que estará bien acompañado y cuidado.

Target 2: Clientes compradores que viven en el extranjero

Hombres: Está conformado por hombres entre 35 y 45 años, hijos o familiares responsables de adultos mayores que residen en Venezuela, pertenecientes a clases media-alta y alta, son profesionales, empresarios que han desarrollado una vida estable en el exterior y que manejan múltiples responsabilidades dentro de entornos laborales altamente demandantes.

Debido a la distancia geográfica y a sus agendas ocupadas, buscan soluciones que les permitan garantizar el bienestar y la seguridad del adulto mayor de forma eficiente y confiable. Tienden a valorar servicios estructurados, organizados y capaces de

ofrecer respuestas rápidas, información clara y procesos sencillos que reduzcan la necesidad de supervisión constante.

Son personas familiarizadas con el uso de la tecnología y acostumbradas a gestionar servicios, pagos y comunicaciones de manera digital. Valoran la eficiencia, la transparencia y la facilidad de acceso a la información, prefiriendo soluciones que les permitan mantenerse informados sobre sus familiares sin afectar el ritmo de sus actividades profesionales y personales.

Mujeres: Está conformado por mujeres entre 35 y 45 años, hijas o familiares responsables de adultos mayores que residen en Venezuela, pertenecientes a clases media-alta y alta, son profesionales, empresarias o ejecutivas que han construido una vida estable en el exterior y que deben equilibrar responsabilidades laborales, familiares y personales dentro de rutinas dinámicas y exigentes.

Se caracterizan por mantenerse involucradas en el bienestar de sus familiares a pesar de la distancia. Buscan mantenerse informadas sobre su estado físico y emocional, valorando especialmente la comunicación constante, el trato humano y la atención personalizada. La imposibilidad de acompañar presencialmente al adulto mayor suele generar preocupación y sentimientos de culpa, por lo que buscan servicios que les permitan sentirse más conectadas y tranquilas.

Son personas altamente adaptadas al uso de herramientas digitales y acostumbradas a gestionar gran parte de su vida a través de la tecnología. Valoran la rapidez, la accesibilidad y la posibilidad de recibir información en tiempo real, por lo que prefieren servicios organizados, transparentes y que faciliten el seguimiento constante de sus familiares desde cualquier lugar del mundo.

Debido a la naturaleza del servicio, la estrategia de promoción de “Casa Lelo” estará dirigida a dos públicos principales: el cliente comprador y el cliente usuario.

Cliente comprador

Redes sociales: La principal estrategia de promoción será el uso de redes sociales, principalmente Instagram y Facebook, con el objetivo de dar a conocer el servicio y

generar confianza en los familiares responsables del adulto mayor. Se publicará contenido sobre las actividades realizadas dentro de la guardería, los espacios de la casa, el acompañamiento brindado y los beneficios de que el adulto mayor tenga una rutina activa y social.

El contenido estará dividido en tres pilares principales. El pilar de vida en la guardería mostrará el día a día dentro del espacio, incluyendo actividades, momentos de convivencia y experiencias de los adultos mayores, permitiendo que las familias puedan visualizar cómo será la experiencia. El pilar educativo tendrá como objetivo informar y orientar a los familiares sobre temas relacionados con el cuidado, bienestar y necesidades del adulto mayor. Finalmente, el pilar de branding comunicará los valores, propósito e identidad de “Casa Lelo”, transmitiendo cercanía, confianza y calidad humana.

Alianzas con empresas: Se buscarán alianzas con empresas para ofrecer la guardería para adultos mayores como un beneficio dirigido a sus empleados que tienen familiares mayores bajo su cuidado. Esta estrategia permitirá ayudar a trabajadores que necesitan apoyo durante el día, mientras aumenta la visibilidad de la marca y permite llegar a nuevos clientes mediante convenios corporativos.

Alianzas con cuentas de la diáspora venezolana: Se realizarán colaboraciones con cuentas de Instagram enfocadas en venezolanos que viven fuera del país, con el objetivo de llegar a familiares que tienen adultos mayores viviendo en Venezuela. A través de estas alianzas se buscará mostrar a “Casa Lelo” como una alternativa confiable para quienes desean brindar compañía y cuidado a sus familiares a distancia.

Publicidad digital: Se realizará publicidad pagada en plataformas como Instagram y Facebook, X, dirigida principalmente a hijos y familiares responsables de adultos mayores. Los anuncios estarán enfocados en mostrar los beneficios de la guardería, la importancia del acompañamiento y la tranquilidad que brinda contar con un espacio seguro para sus familiares.

Publicidad ATL: Como estrategia ATL, se realizarán notas de prensa y participaciones en programas de radio como “A tiempo” de Eduardo Rodríguez Giolitti (Unión Radio), “Shirley Radio” de Shirley Varnagy (Onda 107.FM) y “Espacios de

Éxitos” 99.9 FM, para dar a conocer la guardería y generar confianza en el público. A través de entrevistas y espacios informativos, se hablará sobre la importancia del bienestar de los adultos mayores, la necesidad de contar con espacios de acompañamiento durante el día y los beneficios que ofrece el servicio.

Marketing de guerrilla:

1. Se implementarán estrategias dirigidas principalmente a los familiares del adulto mayor, con el objetivo de dar a conocer “Casa Lelo” de una manera cercana, diferente y disruptiva.

Una de las estrategias será la instalación de un banco intervenido en centros comerciales como Parque Cerro verde, Tolón y CCCT. Este banco estará ambientado con la identidad visual de la guardería y tendrá mensajes relacionados con la importancia de que los adultos mayores cuenten con espacios de compañía, actividades y socialización durante el día. La intención será representar que la guardería es un lugar donde los adultos mayores pueden crear una nueva rutina, relacionarse con otras personas y disfrutar de un ambiente diseñado especialmente para ellos.

El banco incluirá información de la marca y un código QR donde los familiares podrán conocer más sobre el servicio, las instalaciones y el funcionamiento de la guardería.

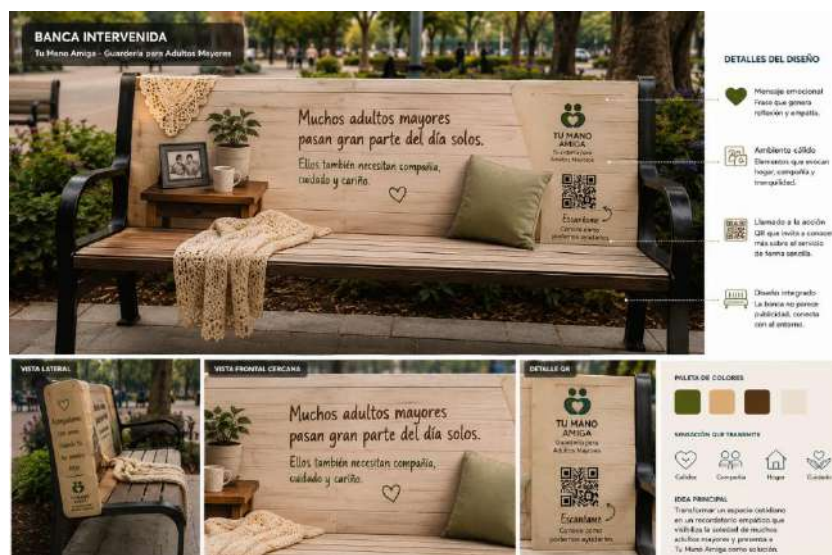


Ilustración 7. Banco intervenido como estrategia de marketing de guerrilla

Fuente: Imagen elaborada mediante inteligencia artificial utilizando ChatGPT (OpenAI, 2026). El prompt utilizado fue: *“Diseñar una banca de parque intervenida que represente la soledad que viven muchos adultos mayores durante el día, incorporando elementos visuales de un hogar (cojines, manta, mesa auxiliar y fotografías familiares), junto con un mensaje de concientización y un código QR que dirija a información sobre el servicio de acompañamiento para adultos mayores”*.

2. Flashmob:

Como parte de las estrategias de marketing de guerrilla, se realizará un flashmob en un centro comercial de Caracas. La actividad consistirá en que varios adultos mayores, previamente seleccionados y ensayados, estarán mezclados entre las personas que se encuentren en el lugar. En un momento determinado, comenzarán a cantar de forma coordinada, incorporándose poco a poco más participantes hasta formar una presentación grupal.

Mientras se desarrolla la actividad, los participantes mostrarán elementos identificados con la guardería, como pañuelos, franelas o carteles con el logo de la marca. Al finalizar, se presentará un mensaje relacionado con la importancia de que los adultos mayores se mantengan activos, acompañados y participando en actividades que contribuyan a su bienestar.

Toda la actividad será grabada para compartirla posteriormente en redes sociales y otros medios digitales. Esta estrategia busca llamar la atención de forma creativa, generar una reacción positiva en el público y transmitir que los adultos mayores

pueden mantenerse activos y disfrutar de espacios diseñados para su desarrollo físico, emocional y social. Además, permite aumentar el reconocimiento de la guardería y dar a conocer sus servicios de una manera diferente y memorable.

Cliente usuario

Target:

El público objetivo está conformado por hombres y mujeres mayores de 60 años, pertenecientes a familias de clase media-alta y alta de Caracas. Son personas jubiladas o pensionadas que, aunque conservan distintos niveles de autonomía, requieren acompañamiento, supervisión y espacios de socialización durante el día que contribuyan a su bienestar físico, emocional y social.

Se caracterizan por ser personas sociables, participativas y entusiastas, que disfrutan compartir con familiares, amigos y personas de su misma etapa de vida. Valoran la compañía, las conversaciones, las actividades grupales y los entornos cálidos y seguros que les permitan sentirse acompañados y emocionalmente apoyados. Buscan mantenerse activos y conservar una rutina que les aporte bienestar y entretenimiento.

Entre sus intereses se encuentran la lectura, la música, los juegos de estimulación cognitiva como crucigramas, sopas de letras y sudoku, así como actividades recreativas, culturales y sociales que les permitan ejercitar la mente, desarrollar nuevas habilidades y fortalecer sus relaciones interpersonales.

Son adultos mayores que permanecen solos durante parte del día debido a que sus familiares trabajan o residen en el exterior. Por ello, valoran espacios donde puedan mantenerse activos, participar en actividades significativas, establecer vínculos sociales y disfrutar de experiencias que contribuyan a mejorar su calidad de vida y bienestar integral.

Experiencia inicial dentro de la guardería: Como parte del día de prueba gratuito mencionado anteriormente, el adulto mayor tendrá la oportunidad de conocer el espacio desde su propia experiencia, participar en las actividades, interactuar con otros adultos mayores y familiarizarse con el ambiente antes de incorporarse de

manera regular. Esto permitirá disminuir posibles inseguridades y facilitar el proceso de adaptación.

Redes sociales: Aunque la comunicación estará dirigida principalmente a los familiares responsables del adulto mayor, también se desarrollarán algunas publicaciones orientadas al cliente usuario. Estas tendrán una menor frecuencia dentro de la estrategia de contenido y buscarán generar identificación e interés hacia las actividades y beneficios que ofrece la guardería.

El contenido estará dividido en tres pilares principales. El pilar de vida en la guardería mostrará las actividades recreativas, talleres, celebraciones y momentos de convivencia que forman parte de la rutina diaria de los participantes. El pilar de bienestar activo tendrá como objetivo promover hábitos y actividades que contribuyan al bienestar físico, mental y emocional de los adultos mayores, destacando la importancia de mantenerse activo y socialmente integrado. Finalmente, el pilar de comunidad resaltará las experiencias compartidas, las relaciones de amistad y el ambiente cálido y seguro que caracteriza a la guardería.

vii. Performance

- Calidad técnica: Corresponde a todo lo que la guardería ofrece de manera concreta al adulto mayor y a sus familiares.

Incluye:

- Supervisión constante durante toda la jornada.
- Control de medicamentos según las indicaciones del familiar.
- Registro de alergias, condiciones médicas y necesidades especiales.
- Actividades recreativas y de estimulación cognitiva adaptadas a cada adulto mayor.
- Alimentación y meriendas adaptadas a cada usuario.
- Protocolos de emergencia y primeros auxilios.

- Cumplimiento de la atención médica
- Garantizar el traslado seguro y supervisado del adulto mayor tanto al momento de llegar a la guardería como al regresar a su hogar.
- Garantizar que el adulto mayor disfrute de un ambiente agradable, acompañado y socialmente enriquecedor.
 - Calidad funcional: Hace referencia a la forma en que el adulto mayor y su familia viven la experiencia del servicio.
- Contar con un equipo técnico y profesional capacitado, caracterizado por su buena presentación, trato humano y vocación de servicio.
- Comunicación constante y respetuosa con los familiares.
 - Calidad sensorial: Se relaciona con todos los elementos físicos y sensoriales del entorno
- Contar con un mobiliario cómodo, seguro y hogareño, acompañado de una alimentación adecuada y un ambiente tranquilo, relajante y agradable que promueva el bienestar y la comodidad del adulto mayor.

POKA YOKE

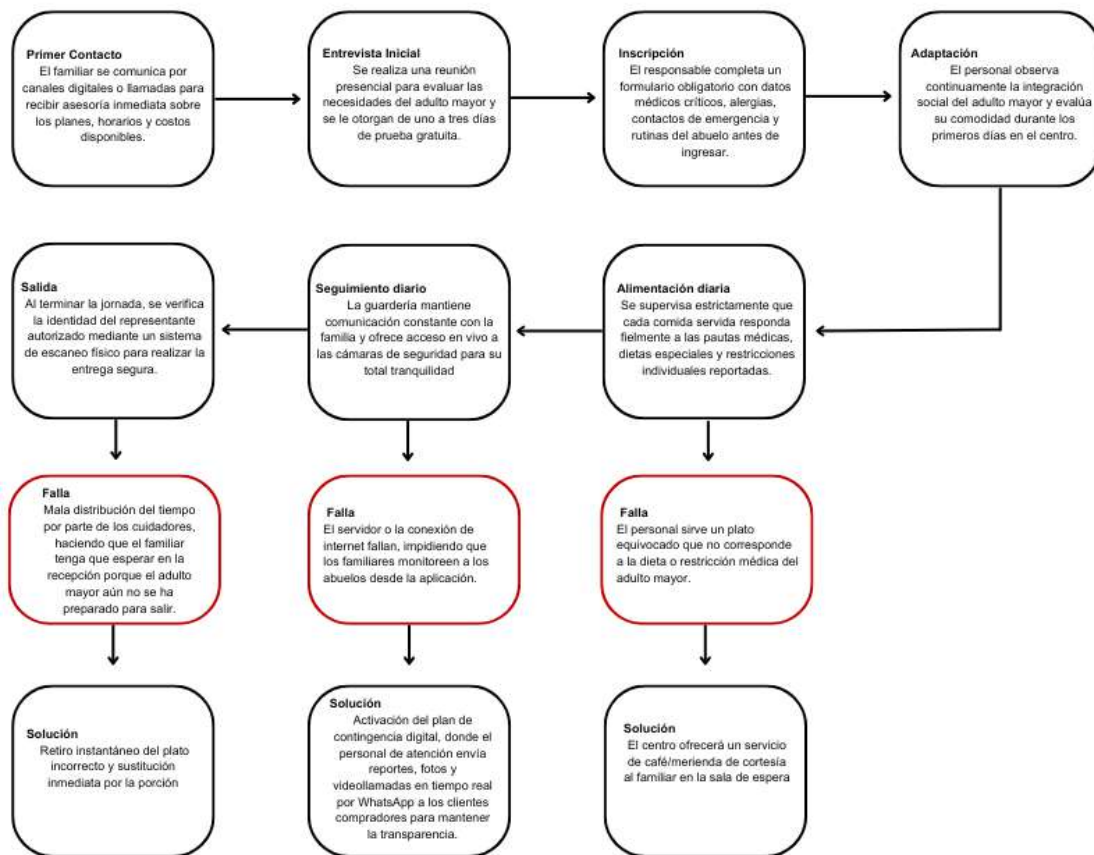


Ilustración 8. Poka Yoke

viii. Procesos

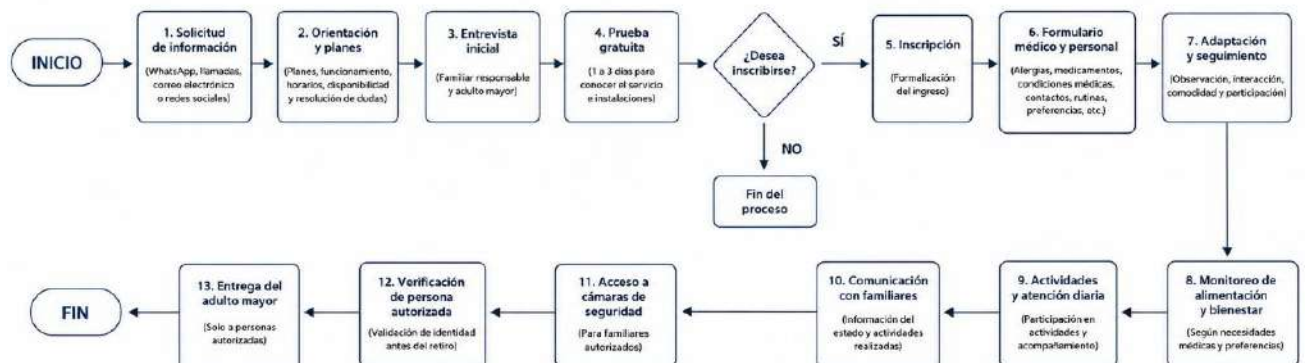


Ilustración 9. Flujograma

Fuente: Flujograma generado mediante ChatGPT (OpenAI, 2026) a partir del siguiente prompt: *"Diseñar un flujograma profesional del proceso de servicio de una guardería diurna para adultos mayores, desde la solicitud de información hasta la entrega final del usuario."*

Protocolo:

- Protocolo de emergencia médica y primeros auxilios.
- Protocolo de prevención de caídas y accidentes.
- Protocolo de administración y control de medicamentos.
- Protocolo de higiene, limpieza y desinfección.
- Protocolo de ingreso y salida de usuarios.
- Protocolo de comunicación y reporte a las dueñas.
- Protocolo de manejo de crisis emocionales o conflictos.
- Protocolo de evacuación y seguridad dentro de las instalaciones.

Lealtad y fidelización

Con el objetivo de fortalecer la relación con los clientes y fomentar su permanencia en el servicio, se diseñarán diferentes planes de atención adaptados a las necesidades de cada familia. Estos planes permitirán ofrecer distintos niveles de servicio, brindando beneficios adicionales a quienes requieran una mayor frecuencia de asistencia y atención personalizada.

Plan Plata

3 días semanales

- Servicio de atención médica + administración de medicamentos.
- Actividades recreativas y de estimulación.
- Servicio de transporte.

Plan Oro

4 días semanales

- Servicio de atención médica + administración de medicamentos.
- Actividades recreativas y de estimulación.
- Servicio de transporte.
- Talleres y charlas.
- Servicio de fisioterapia y apoyo psicológico.

Plan Zafiro

5 días semanales

- Servicio de atención médica + administración de medicamentos.
- Actividades recreativas y de estimulación.
- Servicio de transporte.
- Talleres y charlas.
- Servicio de fisioterapia y apoyo psicológico.
- Servicio de comida a domicilio.
- Visitas de fisioterapia a domicilio cuando sea requerido.
- + Acceso prioritario a actividades, eventos y beneficios exclusivos.

Como parte de la estrategia de fidelización, también se implementan acciones orientadas a fortalecer el vínculo emocional con las familias. Entre ellas se encuentran el envío de detalles de cumpleaños para familiares responsables del adulto mayor, acceso a descuentos en terapias psicológicas con profesionales aliados, así como terapias online, regalos personalizados para familias con mayor tiempo de permanencia en el servicio y beneficios especiales en fechas importantes de celebración. Además, se organizarán actividades especiales y paseos diferentes dirigidos prioritariamente a usuarios y familias con mayor permanencia en el servicio.

Por otra parte, cada usuario cuenta con un historial individual donde se registra información relevante sobre su estado de salud, medicamentos, preferencias, necesidades específicas, copia de cédula tanto del usuario como del familiar, foto del familiar o familiares responsables, dirección domiciliar, evolución dentro del servicio y observaciones importantes. Permitiendo ofrecer una atención más personalizada y generar una experiencia de mayor confianza para los familiares.

Para fortalecer y asegurar la fidelización de los clientes se desarrollarán estrategias de deleites para sorprenderlos y lograr además el boca a boca de Casa Lelo, estas estrategias no se pueden usar de forma regular y se deben cambiar constantemente para que no pierdan el efecto sorpresa. Los deleites que va a ofrecer la empresa son:

- Invitación de alguna figura icónica de la época de los adultos mayores.
- Picnic en las instalaciones con proyección de películas añoradas por ellos.
- Un servicio de barbería o peluquería el día de su cumpleaños.
- Entrega de comida preferida en un empaque de lujo para que las disfruten en sus casas.
- Mujeres, regalo de una Pashmina en días de eventos de gala en las instalaciones.
- Hombres, regalo de una guayabera formal en días de eventos de gala.
- Clientes-compradores, productos tecnológicos como audífonos, porta celulares, base de laptops, etc, (variar todos los meses) y entregar cada 3 meses el día de renovación del servicio de sus familiares.
- Humificadores y difusores de aroma a los adultos para instalar en sus casas.

Estas estrategias se actualizarán mes a mes para lograr su objetivo, sorprender a los clientes.

Recuperación

Se evaluarán constantemente los posibles riesgos que puedan afectar la experiencia del servicio, estableciendo protocolos de actuación para responder de manera rápida y efectiva cuando ocurra una falla.

- **Caídas o accidentes dentro de las instalaciones:** En caso de que el accidente genere consecuencias físicas para el usuario, la institución mantendrá contacto constante con la familia durante todo el proceso de recuperación y realizará un seguimiento personalizado del estado de salud del

adulto mayor. Asimismo, asumirá los gastos médicos correspondientes cuando la responsabilidad recaiga sobre la institución.

- **Confusión en la administración de medicamentos:** Se notificará inmediatamente a la familia sobre la situación y se solicitará la evaluación de un médico para verificar el estado de salud del usuario. Posteriormente, se realizará un seguimiento continuo hasta confirmar su recuperación y se ofrecerán beneficios compensatorios que permitan recuperar la confianza de la familia en el servicio.
- **Confusión en la dieta de algún adulto mayor:** Si la situación no genera consecuencias para la salud del usuario, se preparará de inmediato una comida adecuada de acuerdo con sus necesidades y preferencias alimenticias. Como compensación por el inconveniente, se le otorgará a la familia un descuento del 10% en la siguiente mensualidad y una consulta nutricional gratuita de seguimiento para el usuario. En caso de que la confusión provoque una reacción alérgica o cualquier otra complicación, se informará de forma inmediata a la familia, se solicitará la evaluación de un médico y se realizará un seguimiento personalizado hasta garantizar la estabilidad del usuario.
- **Mala praxis por parte del personal:** Se llevará a cabo una investigación inmediata para determinar las causas de la situación y se aplicarán las medidas disciplinarias correspondientes. Además, se asignará personal diferente para la atención del usuario afectado y la dirección sostendrá una reunión con la familia para explicar las acciones implementadas. Si la situación afecta la salud del adulto mayor, se solicitará atención médica inmediata o se coordinará el traslado en ambulancia en caso de ser necesario y se correrá con los gastos médicos.
- **Fallas en la cobranza:** Dependiendo de la magnitud de la incidencia, podrán otorgarse descuentos o beneficios compensatorios como muestra del compromiso de la institución con la satisfacción de las familias, además de hacer la devolución de la incidencia.

- **Entrega del adulto mayor a una persona no autorizada:** Se activará de inmediato el protocolo de emergencia y seguridad, notificando a los familiares responsables y a las autoridades competentes en caso de ser necesario.

Factibilidad

Para evaluar la viabilidad económica de Casa Lelo, se estructuró un análisis financiero detallado que abarca los requerimientos de capital inicial y los costos operativos necesarios para el funcionamiento del centro. Este estudio permite determinar la sostenibilidad del modelo de negocio y asegurar los estándares de calidad proyectados para la institución.

Inversión Inicial

Inversión inicial	Monto USD
Impresora	300.00
Computadora	1,200.00
Televisiones	1,600.00
Mobiliario	2,000.00
Equipos médicos	1,000.00
Capital de Trabajo	21,640.00
	27,740.00

Tabla 3. Inversión Inicial

La inversión inicial requerida para la puesta en marcha del proyecto asciende a 27,740.00 USD. Este monto está constituido principalmente por el capital de trabajo (21,640.00 USD), destinado a garantizar la operatividad del primer mes. El capital restante (6,100.00 USD) se asigna a la adquisición de activos esenciales como mobiliario, equipos tecnológicos y herramientas médicas básicas para el cuidado de los clientes.

Gastos Mensuales

Gastos mensuales	Monto USD
Amortización Inversión Inicial	2,260.00
Personal técnico	1,200.00
Personal profesional	2,000.00
Personal especializado	2,900.00
Alquiler	4,000.00
Mantenimiento	1,000.00
Alimentación Diaria	3,000.00
Insumos Médicos	1,200.00
Material Recreativo	800.00
Insumos de oficina	400.00
Viáticos	300.00
Gastos de representación	500.00
Depreciación	280.00
Transporte	500.00
Delivery	400.00
Gastos legales	400.00
Gastos impositivos	500.00
	21,640.00

Tabla 4. Gastos mensuales

Los costos operativos mensuales para mantener el centro en funcionamiento totalizan 21,640.00 USD. El gasto más significativo corresponde al talento humano calificado con 6,100.00 USD (personal técnico, profesional y especializado), seguida por el alquiler de la infraestructura (4,000.00 USD) y el servicio de alimentación diaria (3,000.00 USD). El presupuesto restante cubre gastos fijos de mantenimiento, insumos médicos y logística indispensables para la actividad comercial.

Escenarios de Proyección

	Pesimista	Moderado	Optimista
Número de Clientes	60	90	85
Gastos	21,640.00	21,640.00	21,640.00
Suscripción	335.00	400.00	420.00
Ingresos	20,100.00	36,000.00	35,700.00
Neto	-1,540.00	14,360.00	14,060.00
Rentabilidad	-7%	66%	65%
ROI	-72%	58%	188%

Tabla 5. Escenarios de Proyección

El análisis del Retorno de la Inversión (ROI) demuestra la alta viabilidad financiera del proyecto a partir del escenario moderado, donde se alcanza un ROI del 58.4% en el primer año; esto indica que no solo se recupera la inversión inicial de \$27,740.00, sino que se genera un beneficio adicional de 0.58 dólares por cada dólar invertido. En

el escenario optimista, la rentabilidad se eleva al 188.0%, mientras que el escenario pesimista evidencia un riesgo de pérdida del 72.0% del capital si la ocupación de clientes cae a 60 usuarios.

Conclusión

Gracias a la investigación de mercado realizada, fue posible identificar las principales necesidades, preocupaciones y expectativas de los familiares de adultos mayores en Caracas. Los resultados muestran que una de las mayores preocupaciones de los encuestados es la soledad debido a las responsabilidades laborales de sus familiares y por la migración.

La investigación también permite observar que existe interés por servicios que ofrezcan además de supervisión y seguridad actividades que ayuden a mejorar el bienestar físico, emocional y social de los adultos mayores. También, se pudo determinar qué factores como la capacitación del personal, la comunicación constante con los familiares y la confianza en el servicio son aspectos muy importantes al momento de un estilo de negocio como este.

Por otro lado, el análisis del entorno permite comprender mejor las necesidades del mercado e identificar oportunidades debido a la limitada oferta de servicios similares en Caracas. Esto demuestra que se pueden desarrollar propuestas que respondan a esta necesidad y que generen beneficios tanto para los adultos mayores como para sus familiares.

Este proyecto representa una alternativa viable y que puede llegar a tener una alta rentabilidad y una fuerte penetración en el mercado.

Recomendaciones

- Investigar más a fondo los gustos, preferencias y actividades que disfrutan los adultos mayores, para ofrecer un servicio más adaptado a sus necesidades e intereses.

- Ampliar la investigación de mercado realizada para conocer mejor al público objetivo y obtener información más completa que ayude a fortalecer el proyecto.
- Mejorar las encuestas dirigidas a los familiares de adultos mayores para identificar qué personas, tanto dentro como fuera de Venezuela, estarían más dispuestas a contratar este tipo de servicio (hombre o mujer y edades).
- Incorporar constantemente nuevas actividades, beneficios y detalles especiales dentro de la lista de deleites, con el objetivo de mantener el interés de los usuarios y mejorar su experiencia dentro de la guardería.
- Buscar inversionistas o aliados que puedan aportar apoyo económico al proyecto y facilitar su puesta en marcha y crecimiento futuro.

Referencias bibliográficas

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. (1999). Gaceta Oficial Extraordinaria N.º 36.860. <https://www.ley.com.ve/constitucion/constitucion-de-la-republica-bolivariana-de-venezuela-articulo-60>

Formichella, M. M. (2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local*. Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA).

Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2012). *Principios de administración financiera* (12.^a ed.). Pearson Educación.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J. y Gremler, D. D. (2009). *Marketing de servicios: Un enfoque de integración del cliente en la empresa* (5a ed.). McGraw-Hill.

Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2012). *Principios de Administración Financiera*. Pearson Educación.

Hernández, E. (2026, 26 de mayo). *Los adultos mayores luchan por sobrevivir en Venezuela*. El Nacional. <https://www.elnacional.com/2026/05/los-adultos-mayores-luchan-por-sobrevivir-en-venezuela/>

Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. (2006). *Dirección estratégica* (7.^a ed.). Prentice Hall.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Dirección de marketing* (14.^a ed.). Pearson Educación.

Ley Orgánica del Trabajo, los Trabajadores y las Trabajadoras. (2012). Gaceta Oficial Extraordinaria N.º 6.076. <https://www.asambleanacional.gob.ve/storage/documentos/leyes/decreto-n0-8938-mediante-el-cual-se-dicta-el-decreto-con-rango-valor-y-fuerza-de-la-ley-organica-del-trabajo-los-trabajadores-y-las-trabajadoras-20211109135532.pdf>

Ley Orgánica para la Atención y Desarrollo Integral de las Personas Adultas Mayores. (2021). Gaceta Oficial Extraordinaria N.º 6.641. https://oig.cepal.org/sites/default/files/2021_leyadultomayor_ven.pdf

Organización Mundial de la Salud. (2022). *Directrices sobre salud mental en el trabajo*. OMS.

Organización Mundial de la Salud. (2025). *Population ageing*. <https://www.who.int/news-room/questions-and-answers/item/population-ageing>

Organización Panamericana de la Salud. (2024). *Venezuela: Perfil de país. Health in the Americas*. <https://hia.paho.org/es/perfiles-de-pais/venezuela>

Stanton, W. J., Etzel, M. J., & Walker, B. J. (2007). *Fundamentos de marketing* (14.^a ed.). McGraw-Hill.

Tagliafico, F. (2026, 29 de mayo). *Convite: hasta 380 mil adultos mayores viven solos en Venezuela por el impacto de la migración*. El Diario. <https://eldiario.com/2026/05/29/adultos-mayores-solos-venezuela/>

Universidad Católica Andrés Bello. (2025). *Encuesta nacional sobre condiciones de vida 2025 (ENCOVI 2025)* [Presentación]. Universidad Católica Andrés Bello.

Worldometer. (2024). Venezuela demographics. <https://srv1.worldometers.info/demographics/venezuela-demographics/#life-exp>

Yáñez Gómez, Y. M., & Gómez Martínez, V. A. (2019). *Diseño de un servicio especial de acompañamiento para el adulto mayor en condición de soledad* [Trabajo especial de grado, Universidad Monteávila]. Universidad Monteávila.

Anexos

Como parte de la investigación de mercado, se diseñó y aplicó una encuesta a familiares de adultos mayores con el propósito de identificar sus necesidades, preocupaciones y disposición hacia alternativas de cuidado diurno en Caracas. Fue distribuido de forma digital donde se pudo obtener un total de 37 respuestas.

La información recopilada proporcionó datos relevantes sobre el perfil de los encuestados, la situación actual de los adultos mayores bajo su responsabilidad, los principales problemas asociadas a su cuidado y la percepción de valor de distintos servicios que podrían ser ofrecidos por una guardería diurna para adultos mayores.

¿Dónde reside actualmente? Indicar país y ciudad

37 respuestas

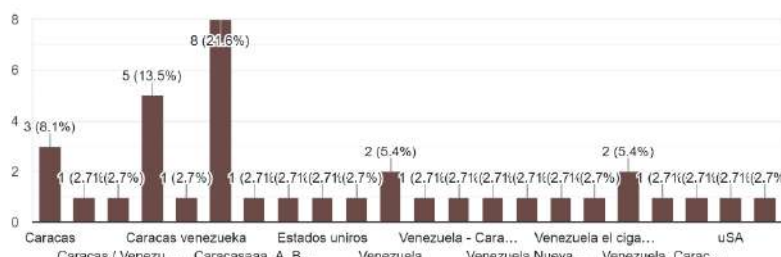


Ilustración 10. Ubicación geográfica de los encuestados

Como se observa en la Tabla 6, la mayoría de los encuestados reside en Caracas (86,5%). Asimismo, se registró participación de familiares ubicados en Estados Unidos (8,1%), Nueva Esparta (2,7%) y Chile (2,7%). Esto permite afirmar que los resultados obtenidos representan principalmente las necesidades y preocupaciones de los familiares de adultos mayores que residen en Caracas, mercado al que está dirigida la presente propuesta de servicio.

¿Cuál es tu parentesco con el adulto mayor?

37 respuestas

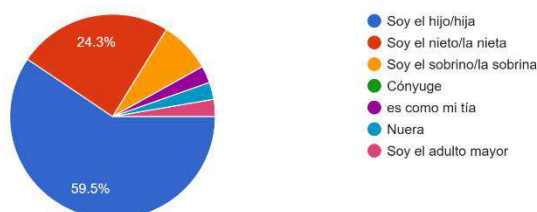


Ilustración 11. Parentesco con el adulto mayor

La mayoría de los encuestados son hijos del adulto mayor (59,5%), seguidos por los nietos (24.3%). Esto indica que los hijos constituyen el principal tomador de decisiones en la contratación de servicios de cuidado y atención.

¿Cuál es el principal motivo por el cual no puede dedicarse al cuidado personal del adulto mayor?
37 respuestas

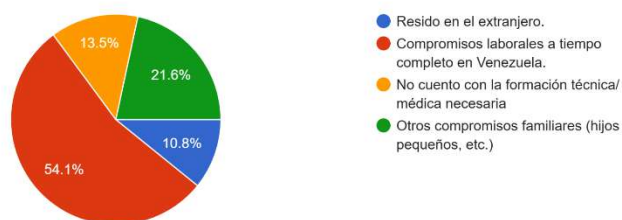


Ilustración 12. Principales limitaciones para el cuidado del adulto mayor

Los compromisos laborales a tiempo completo representan la principal razón por la cual los familiares no pueden asumir directamente el cuidado del adulto mayor (54,1%). Le siguen otros compromisos familiares (21,6%), la falta de formación técnica o médica (13,5%) y residir en el extranjero (10,8%). Estos resultados evidencian que la falta de tiempo es la principal limitación para el cuidado directo del adulto mayor.

¿Cómo describiría la situación actual de su familiar adulto mayor en Caracas?
37 respuestas

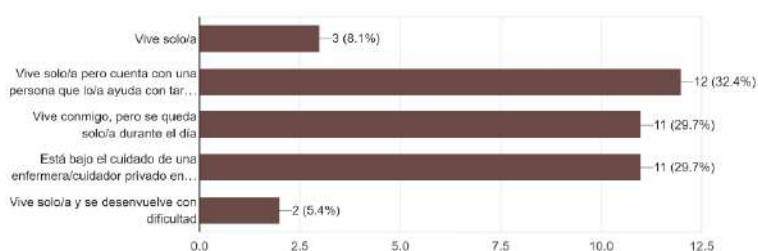


Ilustración 13. Descripción de la situación actual del adulto mayor en Caracas

Los compromisos laborales a tiempo completo en Venezuela representan la principal razón por la cual los familiares no pueden asumir directamente el cuidado del adulto mayor (54,1%). Le siguen otros compromisos familiares, como el cuidado de hijos o responsabilidades del hogar (21,6%), la falta de formación técnica o médica necesaria para brindar atención adecuada (13,5%) y la residencia en el extranjero (10,8%). Este resultado refleja la necesidad de servicios que apoyen el cuidado del adulto mayor durante la jornada diaria.

En una escala del 1 al 4, ¿Cuánto le preocupa la soledad y el aislamiento social de su familiar?
37 responses

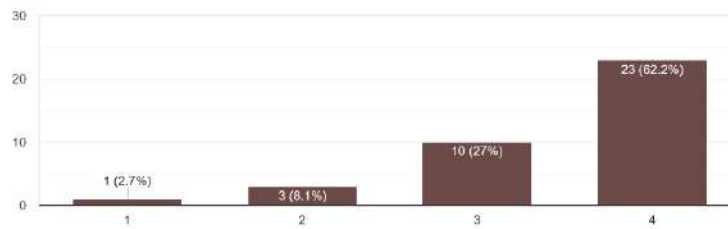


Ilustración 14. Nivel de preocupación por la soledad y el aislamiento social del adulto mayor

Los participantes manifestaron un alto nivel de preocupación respecto a la soledad y el aislamiento social de sus familiares. Este resultado resalta la importancia de ofrecer espacios de interacción social y actividades que promuevan una vida activa.

¿Cuál es su mayor miedo respecto a su familiar en Caracas?
37 responses

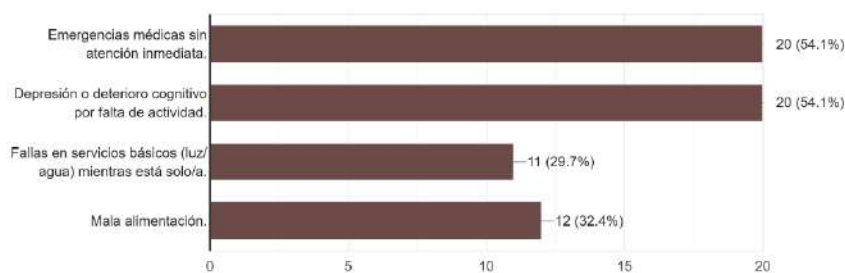


Ilustración 15. Mayor preocupación acerca de que su familiar esté en Caracas

La preocupación de los familiares está relacionada con emergencias médicas sin atención inmediata y la depresión o deterioro cognitivo asociado a la falta de actividad.

¿Qué tan familiarizado/a está con el concepto de "Guardería Diurna" (asistencia durante el día y regreso a casa en la tarde) para adultos mayores?

37 responses

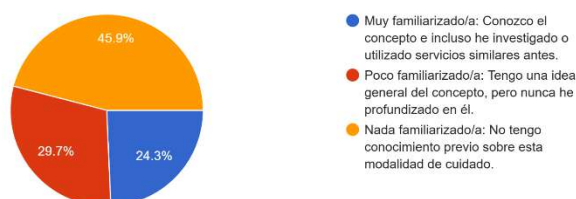


Ilustración 16. Nivel de familiaridad con el concepto de guardería diurna para adultos mayores

Una parte importante de los encuestados indicó no estar familiarizada con este tipo de servicio. Esto evidencia una oportunidad para educar al mercado y dar a conocer los beneficios de esta alternativa de cuidado.

¿Cuáles de los siguientes servicios consideraría indispensables o de gran valor que se pudiera ofrecer en una guardería diurna? Elija las opciones que considere

37 responses

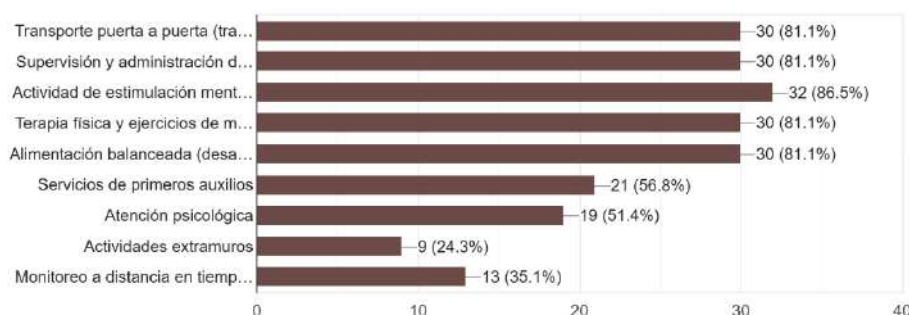


Ilustración 17. Servicio de mayor valor para los familiares de adultos mayores

Los servicios más valorados fueron las actividades de estimulación cognitiva, la supervisión de medicamentos, la alimentación balanceada, la terapia física y el transporte. Estos resultados permiten identificar los atributos que los potenciales clientes consideran esenciales dentro de la propuesta de servicio.

En caso de evaluar una alternativa de cuidado para su familiar durante el día, ¿Cuál de las siguientes modalidades se adaptaría mejor a la rutina de su hogar?

37 responses



Ilustración 18. Modalidad de asistencia preferida

Los resultados muestran una distribución relativamente equilibrada entre los planes de asistencia parcial (29,7%), asistencia completa de lunes a viernes (27%) y asistencia 24/7 (27%). Por su parte, el plan flexible obtuvo la menor preferencia (16,2%). Lo que muestra que los familiares valoran principalmente alternativas de cuidado estructuradas que garanticen acompañamiento constante y supervisión del adulto mayor.

Beneficio o característica valorada	Frecuencia aproximada	Porcentaje
Personal capacitado, experiencia y buen trato	12	38,7%
Seguridad, supervisión y cuidado adecuado	8	25,8%
Comunicación, transparencia e información constante	5	16,1%
Actividades, socialización y estimulación cognitiva	3	9,7%
Alimentación, medicamentos y atención integral	2	6,5%
Infraestructura, ubicación y otros aspectos	1	3,2%
Total	31	100%

Tabla 6. Beneficios y características que generan mayor confianza en un servicio de cuidado para adultos mayores

Fuente: Elaboración propia

Al tratarse de una pregunta abierta, las respuestas fueron agrupadas en categorías según los elementos mencionados con mayor frecuencia por los participantes. Los resultados muestran que el aspecto más valorado por los familiares es contar con personal capacitado, con experiencia y trato adecuado hacia el adulto mayor (38,7%). Así como también se destacan la importancia de la seguridad, supervisión y calidad del cuidado recibido (25,8%), seguidos por la comunicación constante y la transparencia en la información proporcionada a los familiares (16,1%).

En menor medida, los encuestados señalaron la relevancia de las actividades de socialización y estimulación cognitiva (9,7%), así como la adecuada administración de medicamentos, alimentación y atención integral (6,5%).