

Emprendimiento Social "Club Vital"

Karen Fernanda Quinayas Burbano

Sindy Lorena Vargas Balanta

Leslie Vanesa Toro Aguirre

Juan David Vásquez Barrera

Presentado a:

Luz Dary Camacho Rodríguez

Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables y de Negocios - ECACEN

Diplomado de Profundización para Tecnologías Gestión del Marketing para el Emprendimiento

Social

2025

Tabla de Contenido

Introducción	9
Objetivos	10
Objetivo General	10
Objetivos Específicos	10
Descripción del Problema	11
Metodología del Design Thinking	13
Fase 1. Empatizar	13
Fase 2. Definición	14
Reformulación del Problema y Propuesta de Valor.....	16
Fase 3. Ideación.....	18
Fase 4. Prototipado	20
En qué Consiste el Servicio:	20
Características del Servicio.....	20
Atributos del Servicio:	21
Beneficios para los Adultos Mayores	21
Ubicación y Funcionamiento	21
Población Beneficiada.....	21
Alianzas y Sostenibilidad:.....	22
Fase 5. Testeo.....	22
Sustentación la Propuesta de Valor que Aportaría su Puesta en Marcha.....	28
Plan de Mercado.....	31
Producto o Servicio	31

Impacto Social	31
Mercado Objetivo	32
Competencia.....	33
Análisis de Aliados Potenciales	34
Tendencias del Mercado	37
Factores Sociales.....	37
Factores Tecnológicos.....	37
Factores Económicos	38
Factores Regulatorios.....	38
Objetivos de Marketing.....	39
A Corto Plazo	39
A Largo Plazo	39
Estrategia del Mercado.....	40
Estrategia de Productos Servicio.....	40
Estrategia de Precios	41
Estrategia de Distribución.....	41
Distribución de Servicios Digitales.....	42
Distribución de Servicios de Salud	42
Promoción	43
Monitoreo y Retroalimentación.....	43
Presupuesto de Marketing	45
Riesgos y Contingencias	47
Modelo Canvas	49

	4
Socios Clave.....	50
Actividades Clave	50
Recursos Clave.....	53
Propuesta de Valor.....	55
Relación con Clientes.....	56
Canales	56
Segmento de Clientes.....	57
Estructura de Costos.....	58
Fuente de Ingresos	59
Proyección Operativa y Financiera.....	61
Tamaño del Proyecto	61
Espacio Requerido	63
Ficha Técnica del Servicio con Costos Asociados.....	64
Sustentación de las Necesidades de Recursos Humanos, Tecnológicos y de	
Infraestructura para la Prestación del Servicio o la Producción de los Bienes	66
Realizar las Proyecciones de Distribución en Planta	71
Criterios de Diseño Aplicados	71
Distribución de Áreas.....	72
Descripción de los Cargos, Organigrama y Necesidades de Personal	72
Procesos Preoperativos.....	75
Localización y Justificación	76
Proyección Financiera Básica (Mensual).....	77
Análisis de Sostenibilidad	78

La Estructura de Costos	78
Análisis del Punto de Equilibrio - Club Vital	79
Conformación del Equipo de Trabajo	80
Criterios Considerados para Infraestructura con Capacidad Diaria de 50 Personas	81
Definición de un Cronograma de Actividades y Metas Alcanzables	82
Metas Globales en 4 Meses	84
Proyecciones de Ingresos	84
Precio de Venta	86
Proyecciones Ingresos por Ventas	88
Sustentación Plan de Trabajo	91
Fuentes de Financiamiento	92
Fuentes de Capital de Inversión Identificadas	93
Ingresos Propios (Autogenerados)	94
Donaciones y Patrocinios	95
Recursos Públicos (Subsidios y Programas Estatales)	95
Alianzas Estratégicas	95
Créditos o Fondos Especiales	95
Capital de Terceros	97
Conclusiones	98
Bibliografía	99

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Mapa de viaje del usuario</i>	22
Tabla 2 <i>Ideas para cada categorías de solución</i>	24
Tabla 3 <i>Tabla de evaluación del valor para Club Vital</i>	26
Tabla 4 <i>Organizaciones y entidades para colaboración con "Club Vital"</i>	35
Tabla 5 <i>Presupuesto de Marketing</i>	47
Tabla 6 <i>Capacidad de Producción por Servicio</i>	62
Tabla 7 <i>Descripción de Gastos Tecnológicos para la Operación del Proyecto</i>	63
Tabla 8 <i>Capacidad Instalada y Utilización del Espacio</i>	64
Tabla 9 <i>Servicios y Costos Operativos Mensuales</i>	65
Tabla 10 <i>Costo de Consulta Medica</i>	65
Tabla 11 <i>Costo de Taller Recreativo</i>	66
Tabla 12 <i>Inversiones en Recursos Humanos</i>	66
Tabla 13 <i>Lista de equipos</i>	68
Tabla 14 <i>Lista Inmobiliaria</i>	69
Tabla 15 <i>Descripción detallada de Inversiones en Equipamiento</i>	69
Tabla 16 <i>Describe las Inversiones en Recursos Humanos</i>	73
Tabla 17 <i>Descripción Equipos</i>	74
Tabla 18 <i>Costos operativos desglosa los costos operativos del proyecto</i>	75
Tabla 19 <i>Ubicación de "Club Vital"</i>	76
Tabla 20 <i>Ingresos Proyectados</i>	77
Tabla 21 <i>Gastos Operativos Mensuales</i>	77
Tabla 22 <i>Costos Operativos</i>	78

Tabla 23 <i>Organización de Personal Remunerado Inicial</i>	80
Tabla 24 <i>Servicios y Costos en Club Vital</i>	82
Tabla 25 <i>Cronograma de Actividades</i>	82
Tabla 26 <i>Cálculo de la Demanda</i>	85
Tabla 27 <i>Proyecciones de Ventas</i>	85
Tabla 28 <i>Punto de Equilibrio</i>	86
Tabla 29 <i>Proyecciones de Ingresos por Ventas</i>	89
Tabla 30 <i>Proyecciones de Ingresos por Ventas</i>	90
Tabla 31 <i>Inversión total</i>	91
Tabla 32 <i>Fuentes de Capital de Inversión – Club Vital</i>	96

Tabla de Figuras

Figura 1 <i>Modelo Canvas</i>	49
Figura 2 <i>Organigrama de "Club Vital"</i>	72
Figura 3 <i>Organización de Personal Remunerado Inicial</i>	80
Figura 4 <i>Flujo de Caja Mensual</i>	91
Figura 5 <i>Saldos Acumulados</i>	91

Introducción

El presente trabajo describe el desarrollo del emprendimiento social denominado "Club Vital", diseñado para abordar las múltiples problemáticas que afectan a la población adulta mayor en Popayán, Cauca. Se identificó que este grupo enfrenta desafíos como el aislamiento social, la falta de espacios adecuados para la recreación y socialización, las limitaciones en la movilidad, la escasa participación en actividades productivas y los problemas de salud física y mental. Ante esta situación, "Club Vital" se propone como un centro integral que ofrece un espacio inclusivo donde los adultos mayores pueden interactuar, acceder a servicios de atención médica, participar en talleres recreativos y educativos, y encontrar oportunidades para mantenerse activos y productivos. El proyecto se basa en la metodología Design Thinking, la cual permite comprender en profundidad las necesidades de los usuarios y desarrollar soluciones innovadoras y centradas en el ser humano.

Objetivos

Objetivo General

Diseñar un modelo de emprendimiento social, denominado "Club Vital", que mejore la calidad de vida de los adultos mayores en Popayán, a través de la oferta de un centro integral que promueva su bienestar físico, mental y social, y que fomente su participación en la comunidad.

Objetivos Específicos

Identificar, mediante la fase de empatía del Design Thinking, las necesidades, deseos y problemáticas de los adultos mayores en Popayán para diseñar una solución centrada en el usuario.

Formular una propuesta de valor integral para "Club Vital" que promueva el bienestar físico, emocional, social y digital de los adultos mayores mediante servicios personalizados.

Diseñar un modelo de negocio sostenible basado en una estructura de ingresos diversificada (membresías solidarias, actividades productivas, subvenciones y alianzas).

Establecer alianzas estratégicas con actores del sector público, privado, educativo y comunitario para fortalecer la operación, sostenibilidad y cobertura del emprendimiento.

Descripción del Problema

En Popayán, existe una creciente población de adultos mayores de 60 años que enfrentan como el aislamiento social, la soledad, el acceso limitado a espacios de recreación y socialización adecuados, escasas oportunidades para mantenerse económicamente activos y servicios de atención divididos que no abordan integralmente sus necesidades. Muchos de estos adultos mayores viven sin apoyo familiar, lo que los hace susceptibles a problemas emocionales como la depresión o la ansiedad, y al abandono debido a la migración de familiares. Además, a menudo son categorizados como no productivos por las empresas, lo que dificulta su acceso al mercado laboral y la obtención de ingresos para su sustento.

La población afectada por esta problemática son los adultos mayores de 60 años en Popayán, especialmente aquellos que enfrentan aislamiento social, falta de apoyo familiar, limitaciones en la movilidad, baja participación en actividades productivas y problemas de salud mental y física. Por la cual la solución propuesta es la creación del "Club Vital", un centro integral para el adulto mayor en Popayán. Este centro busca ofrecer un espacio inclusivo donde los adultos mayores puedan interactuar, participar en actividades recreativas, cognitivas y de socialización, y acceder a servicios integrales de atención médica, talleres recreativos y educativos, programas de estimulación física y cognitiva, y espacios para la socialización.

El "Club Vital" también se enfoca en generar oportunidades de empleo y participación económica para los adultos mayores, promoviendo su bienestar físico, mental, emocional y social. Su viabilidad económica está planteada en un modelo de negocio sostenible que combina diversas fuentes de ingresos para garantizar su viabilidad económica. Esto incluye un sistema de membresía solidaria, negocios internos como cafetería y tienda de productos esenciales, actividades productivas de los propios adultos mayores (huerta comunitaria, productos

artesanales), y estrategias para reducir costos operativos mediante alianzas y gestión eficiente de recursos. Además, se busca el apoyo de entidades gubernamentales, ONG y empresas privadas a través de subvenciones, patrocinios y programas de responsabilidad social.

Metodología del Design Thinking

El envejecimiento en la población representa uno de los mayores desafíos socioeconómicos del siglo XXI, especialmente en la región de Popayán, Cauca, donde los adultos mayores enfrentan diversas problemáticas que afectan su calidad de vida. Aplicando la metodología Design Thinking, buscamos diseñar un emprendimiento social que no solo atienda las necesidades inmediatas de esta población vulnerable, sino que también transforme la percepción del envejecimiento en la comunidad.

La metodología Design Thinking, centrada en el usuario, nos permite desarrollar soluciones innovadoras mediante un proceso iterativo de cinco fases: empatizar, definir, idear, prototipar y evaluar. Este enfoque nos ayuda a comprender profundamente las necesidades de los adultos mayores, definir sus principales problemas, generar ideas creativas para resolverlos, crear prototipos de las soluciones y finalmente evaluarlas para garantizar su efectividad.

A continuación, se presentarán las 5 fases.

Fase 1. Empatizar

La fase de empatía constituye el punto de partida fundamental del proceso Design Thinking, donde se busca comprender profundamente las necesidades, emociones y perspectivas de los adultos mayores en Popayán. El objetivo principal es recolectar información detallada sobre sus vivencias, desafíos y aspiraciones, que permitirán diseñar soluciones verdaderamente inclusivas y personalizadas.

Para lograr este objetivo, se seleccionó como herramientas principales las entrevistas semiestructuradas y el Mapa de Viaje del Usuario. Las entrevistas permitieron establecer un diálogo directo con los adultos mayores, mientras que el Mapa de Viaje del Usuario permitió

visualizar su experiencia completa al interactuar con servicios similares a los que ofrecería "Club Vital".

De acuerdo con lo anterior, se hicieron guías de entrevista semiestructuradas, grabación de audio o video (ver anexo A) para una posterior revisión, en aras de recolectar información detallada sobre las necesidades, emociones y perspectivas de los adultos mayores, sus cuidadores y familiares, con el fin de diseñar soluciones inclusivas, personalizadas y eficaces.

Por su parte, el Mapa de Viaje del Usuario se usó para mapear las emociones, expectativas y puntos de dolor a lo largo de la experiencia de un adulto mayor que interactúa con el "Club Vital", y de esta manera detectar los puntos de contacto clave en la experiencia del adulto mayor e identificar áreas de mejora.

Fase 2. Definición

En la metodología Design Thinking, la fase de Definición es muy importante, ya que permite que se sintetice la información obtenida en la fase de Empatía y se enfoque en los problemas clave que deben ser resueltos. En el presente documento se aplican las herramientas que contribuyen a estructurar las necesidades de los adultos mayores y que permiten sustentar la propuesta de valor del emprendimiento social "Club Vital", esta fase es la que nos facilita la transformación de los datos que han sido recopilados en información que sea más clara y precisa, promoviendo una toma de decisiones basadas en conocimiento para el desarrollo de soluciones innovadoras.

Identificación del Problema: Tras analizar los hallazgos obtenidos de la fase de Empatía, se identifican los principales problemas que logran afectar a la población adulta mayor en Popayán:

Aislamiento social y soledad: La falta de espacios que sean adecuados para actividades como socialización, incrementan riesgos asociados a la depresión y al deterioro cognitivo.

Limitaciones en la movilidad y acceso a servicios: Las dificultades para desplazarse a centros de atención o actividades que sean de índole recreativo, debido a problemas físicos, a falta de transporte adecuado o a barreras de infraestructura.

Baja participación en actividades productivas: Falta de oportunidades económicas y laborales que permitan a los adultos mayores seguir activos y generar ingresos.

Problemas de salud mental y física: Aumento del riesgo de enfermedades como hipertensión, diabetes y depresión debido a la inactividad y el aislamiento. La falta de actividad física y social contribuye al desarrollo de enfermedades crónicas, afectando la autonomía de los adultos mayores y generando una mayor dependencia de cuidadores o sistemas de salud.

Además, la ausencia de estimulación cognitiva aumenta la probabilidad de deterioro mental acelerado, lo que repercute en la pérdida de habilidades esenciales para la vida diaria. La combinación de estos factores no solo disminuye la calidad de vida de esta población, sino que también incrementa la carga para el sistema de salud y las familias.

Escasa información sobre servicios disponibles: El desconocimiento que existe acerca de los beneficios y de las actividades en el entorno próximo de los adultos mayores, son las que limitan su participación, esto a raíz de la falta de acceso a información clara y accesible, logren pedir que los adultos mayores aprovechen los recursos que tienen a su disposición, lo anterior, hace parte de una problemática de la brecha digital, debido a que muchas de esas personas no están familiarizadas con el uso de tecnologías de la información, además de esto, la ausencia de estrategias para divulgación específicas para esa población, reduce el acceso a programas de salud, programas de recreación y de bienestar.

Estos problemas afectan de manera directa la calidad de vida de los adultos mayores, por lo que su solución se convierte en una prioridad para garantizar un envejecimiento digno y activo. La herramienta que se aplicó Mapa de Empatía: Para comprender mejor las necesidades, pensamientos y sentimientos de los adultos mayores, Esta técnica permite visualizar con mayor claridad la experiencia del usuario y detectar oportunidades para mejorar la propuesta de valor de "Club Vital". Este análisis proporciona una base sólida para el diseño de soluciones efectivas y centradas en el usuario, garantizando que "Club Vital" responda adecuadamente a las necesidades de los adultos mayores y promueva un envejecimiento activo y saludable.

Reformulación del Problema y Propuesta de Valor

Con base en la información analizada, la reformulación del problema de "Club Vital" es la siguiente: "Los adultos mayores en Popayán enfrentan aislamiento social, dificultades de acceso a espacios de esparcimiento y oportunidades económicas limitadas. Esto impacta negativamente su bienestar físico y emocional, lo que hace necesaria la creación de un centro integral que les ofrezca actividades de socialización, aprendizaje y desarrollo personal en un entorno accesible y amigable." La propuesta de valor de "Club Vital" se basa en brindar un espacio inclusivo donde los adultos mayores puedan fortalecer su bienestar físico, mental y social a través de actividades diseñadas específicamente para sus necesidades. Esto incluye:

Actividades de socialización y bienestar emocional

Espacios de interacción social a través de talleres grupales, eventos de culto. Programas de apoyo emocional con sesiones de acompañamiento psicosocial. Infraestructura accesible y segura

Instalaciones con accesibilidad universal (rampa).

Espacios diseñados para la comodidad de los adultos mayores con mobiliario.

Servicios de salud integral

Programa de seguimiento en salud preventiva con controles básicos de presión arterial, glucosa y peso.

Actividades físicas adaptadas como yoga, tai chi y gimnasia para adultos mayores.

Oportunidades productivas y educación

Talleres de artesanías, huertas comunitarias y capacitaciones en emprendimiento para fortalecer su autonomía económica.

Espacios de enseñanza donde los adultos mayores puedan compartir sus conocimientos con otras generaciones.

Uso de tecnología para la inclusión digital

Cursos de alfabetización digital y acceso a plataformas de comunicación con familiares.

Aplicación móvil o servicio de asistencia digital para reservas y gestión de actividades.

Estrategias de divulgación y acceso

Información clara y accesible en medios tradicionales como radio, volantes y visitas comunitarias.

Sistema de membresía flexible con subsidios gestionados a través de alianzas locales.

La fase de definición ha permitido filtrar y sintetizar la información obtenida en la fase de Empatía, identificando los problemas clave que enfrenta la población adulta mayor y estableciendo las bases para el diseño de soluciones innovadoras. "Club Vital" se perfila como un modelo de emprendimiento social que no solo responde a estas necesidades, sino que también promueve un impacto positivo y sostenible en la comunidad. Con esta base clara, el siguiente paso será la fase de Ideación, donde se explorarán soluciones creativas para mejorar la experiencia y el impacto del proyecto.

Fase 3. Ideación

La fase de ideación, que corresponde a la tercera etapa del proceso de Design Thinking, se enfoca en el usuario y busca resolver problemas de manera creativa e innovadora. Esta etapa sigue a las fases de empatía y definición, y su objetivo principal es generar diversas alternativas para enfrentar el desafío planteado. En la ideación, se busca dejar de lado el pensamiento convergente para permitir la expansión del espectro de soluciones, promoviendo ideas no convencionales. Es fundamental crear un entorno donde las ideas puedan fluir sin restricciones ni juicios prematuros. El propósito no es identificar de inmediato la mejor solución, sino explorar una variedad de caminos y posibilidades.

Para maximizar la utilidad de esta etapa, se ha elegido la técnica del brainstorming o lluvia de ideas como método principal, dada su eficacia comprobada en fomentar el pensamiento divergente y la generación abundante de ideas. El brainstorming, una técnica grupal desarrollada por Alex Osborn en 1938 permite la generación de ideas en un ambiente libre de críticas. Esta herramienta se basa en cuatro principios fundamentales: (1) priorizar la cantidad de ideas en lugar de la calidad inicial; (2) suspender el juicio para evitar dudas que puedan limitar la creatividad; (3) valorar ideas inusuales, fomentando el pensamiento no convencional; y (4) combinar y mejorar ideas a partir de las propuestas de otros participantes.

Para la aplicación de esta técnica al caso de los adultos mayores en Popayán, se implementó un proceso estructurado que incluyó a las siguientes actividades:

Preparación del espacio creativo: Se estableció un ambiente propicio para la generación de ideas, con materiales necesarios para visualizar y registrar todas las propuestas.

Establecimiento de reglas de participación: apertura de los principios del cerebro de la lluvia de ideas, haciendo énfasis en la suspensión del juicio y la valoración de ideas no convencionales.

Planteamiento del reto de diseño: ¿Se formuló claramente la pregunta “Cómo mejorar la calidad de vida de los adultos mayores en Popayán?” como punto de partida para la generación de ideas.

Sesiones de ideación por categorías: Se realizó varias ideas de brainstorming enfocadas en áreas específicas de intervención: reducción del aislamiento social, productivo actividades, inclusión tecnológica, salud y bienestar, e integración intergeneracional.

Documentación exhaustiva: Se registró todas las ideas generadas sin filtrar viabilidad por complejidad o complejidad, respetando el principio de la cantidad de calidad inicial.

Agrupación y categorización: Segregó las ideas en categorías coherentes para facilitar su análisis posterior y potencial conjunto.

Como resultado del proceso de brainstorming, surgieron muchas ideas innovadoras que abordan los diversos retos identificados en las fases previas. Estas propuestas reflejan el pensamiento divergente de la fase de la ideación y constituyen la materia prima para las etapas de prototipado y evaluación que sigue en el proceso de Design Thinking.

Las propuestas surgidas durante esta fase de idea reflejar el potencial transformador de la brainstorming como técnica dentro del proceso de diseño Pensamiento, estas ideas en términos de viabilidad, factibilidad o deseabilidad, ya que el análisis corresponde a etapas de posteriores procesos. se ha priorizado la generación de un amplio espectro de posibilidades que se sirve como base para el desarrollo de prototipos y eventuales soluciones.

Es importante destacar que el valor de esta fase radica precisamente en su capacidad para expandir el horizonte de posibles soluciones, superando las limitaciones. Algunas de las ideas que podrían parecer en lo común inviables o extravagantes pueden, transformar o combinar con otras propuestas, evolucionar en las soluciones profundas y efectivas.

Fase 4. Prototipado

Brindar un espacio de integración social y oportunidades laborales para adultos mayores en Popayán, promoviendo su bienestar, autonomía y participación en la sociedad, creando ambientes que promuevan la generación de habilidades y destrezas para ser percibidos como personas productivas en la sociedad.

En qué Consiste el Servicio

Es un centro comunitario donde los adultos mayores pueden acceder a:

Capacitaciones laborales en oficios como pedagogía, cocina, tecnología básica, entre otros.

Espacios de socialización con talleres recreativos, actividades culturales y deportivas.

Bolsa de empleo intergeneracional, conectándolos con oportunidades laborales en empresas locales y alianzas estratégicas.

Emprendimiento y autoempleo, apoyando ideas de negocio con asesoramiento y microcréditos para incentivar la generación de emprendimientos.

Salud y bienestar, con programas de actividad física, nutrición y apoyo psicológico que permita mantener una calidad de vida óptima para nuestros usuarios.

Características del Servicio

Accesible y adaptado a las necesidades del adulto mayor.

Integración con empresas y comercios locales para oportunidades laborales.

Alianzas con diferentes instituciones competentes que permiten llevar a cabo el proyecto.

Uso de tecnología para facilitar la inclusión digital.

Espacios seguros y amigables para la movilidad reducida.

Atributos del Servicio

Inclusivo, sostenible y participativo.

Basado en un modelo de envejecimiento activo y saludable.

Diseñado con enfoque intergeneracional.

Orientado a la autonomía económica y el bienestar integral.

Beneficios para los Adultos Mayores

Mejora su calidad de vida y autoestima.

Genera independencia económica a través del empleo o emprendimiento.

Reduce la soledad y promueve la integración social.

Fomenta el aprendizaje continuo y la adaptación a nuevas tecnologías.

Les brinda un sentido de pertenencia y utilidad en la sociedad.

Ubicación y Funcionamiento

Se ubicará en un espacio comunitario en Popayán, Colombia, con fácil acceso al transporte público. Horarios flexibles para adaptarse a las necesidades de los adultos mayores.

Población Beneficiada

Adultos mayores (60+) en situación de vulnerabilidad o interesados en mantenerse activos.

Familiares que buscan apoyo para la inclusión de sus seres queridos.

Empresas y emprendimientos locales que buscan incorporar talento en sus equipos.

Estudiantes y voluntarios interesados en programas de apoyo intergeneracional.

Alianzas y Sostenibilidad

Cooperación con entidades gubernamentales, ONGS y empresas privadas.

Financiación mediante subvenciones, patrocinios y programas de responsabilidad social.

Venta de productos elaborados por los adultos mayores como fuente de ingresos adicionales.

"Club Vital" busca dignificar el papel del adulto mayor en la sociedad, promoviendo su inclusión social y económica.

Fase 5. Testeo

Con la aplicación de la Tabla de Evaluación del Valor para Club Vital nos permite identificar y sustentar la propuesta de valor durante la fase ya que este enfoque no solo evalúa el estado actual del proyecto "Club Vital" sino también identifica oportunidades de mejora, lo cual es fundamental en el proceso iterativo de Design Thinking.

Anexos tablas de herramientas Design Thinking.

Tabla 1

Mapa de viaje del usuario

Mapa de Viaje del Usuario para "Club Vital"				
Etapa	Acciones del Usuario	Pensamientos/Emociones	Puntos de Contacto	Oportunidades de Mejora
Descubrimiento	-Se entera del centro a través de una recomendación o anuncio.	Curiosidad, interés en mejorar su bienestar.	- Publicidad, redes sociales, boca a boca	- Aumentar visibilidad a través de canales preferidos por los adultos mayores (radio, flyers).
Inscripción/ Acceso	- Visita el sitio web o va al centro para obtener más información.	- Inseguridad sobre el proceso, dudas sobre precios.	- Página web, llamada telefónica,	- Simplificar proceso de inscripción, ofrecer

			visita presencial	asistencia directa.
Participación	- Asiste a actividades como talleres o clases de ejercicio.	- Esperanza de socializar y mejorar su salud.	- Personal del centro, otros miembros	- Ofrecer mayor apoyo para personas con limitaciones físicas o emocionales.
Evaluación	- Reflexiona sobre la experiencia tras cada actividad.	- Satisfacción si la actividad es útil y agradable.	- Interacciones con instructores, otros miembros	- Mejorar la retroalimentación, ofrecer seguimiento personalizado tras las actividades.

Nota. Mapa de Viaje del Usuario esta tabla describe las etapas del viaje del adulto mayor al interactuar con "Club Vital", desde el descubrimiento inicial hasta la evaluación de la experiencia. Detalla las acciones del usuario, sus pensamientos y emociones, los puntos de contacto con el servicio y las oportunidades de mejora en cada etapa. Fuente. Autor.

Herramienta utilizada en la fase 2 componentes del mapa de empatía: Este análisis proporciona una base sólida para el diseño de soluciones efectivas y centradas en el usuario, garantizando que "Club Vital" responda adecuadamente a las necesidades de los adultos mayores y promueva un envejecimiento activo y saludable.

¿Qué piensa y siente?

Preocupación por su salud y bienestar.

Miedo a la soledad y al abandono.

Deseo de mantenerse activo y socialmente incluido.

¿Qué oye?

Opiniones de familiares y amigos sobre la vejez.

Recomendaciones médicas sobre la importancia del ejercicio y la interacción social.

Información limitada sobre recursos y servicios disponibles para su bienestar.

¿Qué ve?

Escasos espacios diseñados para su integración social. Dificultades de accesibilidad en su entorno.

Falta de programas adaptados a sus necesidades.

¿Qué dice y hace?

Expresa deseos de participar en actividades, pero enfrenta barreras de acceso. Busca información sobre opciones para mejorar su calidad de vida.

Se muestra motivado cuando encuentra espacios acogedores y adaptados a sus necesidades.

Tabla 2

Ideas para cada categoría de solución

Categoría	Descripción del Desafío	Ideas
Aislamiento social	El aislamiento social constituye en los principales problemas que afectan a los adultos mayores en Popayán, generando efectos negativos en su bienestar psicológico y emocional.	Terraza comunitaria con jardines terapéuticos. Interacción de juegos de mesa con programación diaria, el Espacio de cine con debates sobre películas, Rincón de lectura y biblioteca interactiva, área de música con clases de bailes tradicionales, redes de compañeros de actividades, Grupos organizados por intereses específicos, Sistema de generaciones digitales.

Actividades productivas	Muchos adultos mayores mantienen el deseo de contribuir a la sociedad a través de actividades que les generen ingresos económicos y sentido de propósito.	Taller de artesanías con venta en mercado local, huerta comunitaria con comercialización de productos, Programa de costura y diseño con enfoque comercial, taller de cocina tradicional caucana
Inclusión Tecnológica	La brecha digital afecta especialmente a los adultos mayores, limitando su acceso a servicios e información esencial en la era digital.	Aprendizaje digital personalizado según nivel. Curso de creación de contenido en redes sociales, taller de fotografía digital, programa de comunicación familiar vía tecnología. Clases de uso de aplicaciones bancarias y trámites en línea. Producción de podcast con historias de vida
Salud y bienestar	El mantenimiento de la salud física y mental es fundamental para garantizar la calidad de vida de los adultos mayores.	Gimnasio adaptado con entrenadores especializados. lecciones de yoga y meditación para adultos-mayores Terapia de rehabilitación accesible física Grupos de apoyo psicológico-Monitoreo comunitario de signos vitales. Programas de nutrición personalizada
Integraciones	La interacción entre diferentes generaciones enriquece la vida comunitaria y valoriza la experiencia y la sabiduría de los adultos mayores	Programa de mentores con estudiantes universitarios, talleres de transmisión de oficios tradicionales Intercambio de habilidades Proyectos comunitarios intergeneracionales, narración oral de escuelas locales

Nota. Ideas para cada categoría de solución presenta las ideas generadas durante la fase de ideación del Design Thinking, organizadas por categorías de solución para los desafíos identificados en relación con los adultos mayores en Popayán. Las categorías incluyen

aislamiento social, actividades productivas, inclusión tecnológica, salud y bienestar, e integración intergeneracional. *Fuente.* Autor.

Tabla 3

Tabla de evaluación del valor para Club Vital

Atributo	Propuesta Valor	Evolución	Mejora Potencial
Funcionalidad	Espacio integral para socialización, actividades productivas y servicios de salud preventiva		Transporte incorporar para adultos mayores con movilidad muy reducida
Acceso	Sede en zona central de Popayán con sistema de membresía solidaria		Negociar con entidades locales para los subsidios adicionales que garantizan total accesibilidad económica Aparatos de consumo ergonómicos específicos para cada tipo de actividad
Comodidad	Instalaciones para adultos mayores, horarios flexibles		Implementa un sistema de seguimiento individual para mostrar progreso
Personalización	Programas adaptados de capacidades e intereses		
Diseño	Espacios seguros y estimulantes con la atención a necesidades Gerontológicas		Incluir elementos de diseño para conexión con la naturaleza
Situación	Reconocimiento como miembros activos de una comunidad productiva		Crear insignias o reconocimientos por participación y logros

Costo/ beneficio	Retorno en bienestar superior a la inversión económica	Cuantificar y comunicar el ahorro en costos médicos que generan la participación
Novedad	Modelo innovador de la inclusión productiva y social	Implementan una plataforma digital para conectar generaciones
Reducción de riesgos	Monitoreo de salud y prevención de deterioro	Seguimiento para identificación temprana de problemas cognitivos
Sostenibilidad	Modelo de ingresos mixtos con actividades productivas propias	Diversificar fuentes de ingresos con venta de productos online o incluir un pago mínimo mensual desde una edad temprana.

Nota. Tabla de Evaluación del Valor para Club Vital esta tabla se utiliza en la fase de testeo para evaluar la propuesta de valor del proyecto. Incluye atributos del servicio, la propuesta de valor, la evolución de este y las mejoras potenciales. *Fuente.* Autor.

Sustentación la Propuesta de Valor que Aportaría su Puesta en Marcha

La propuesta de valor de "Club Vital" se fundamenta en ofrecer un espacio integral diseñado para mejorar la calidad de vida de los adultos mayores en Popayán. Su puesta en marcha contribuiría significativamente al bienestar social al reducir el aislamiento mediante un centro de encuentro donde puedan socializar y participar en actividades recreativas, educativas y productivas, fortaleciendo su sentido de comunidad y pertenencia a través de actividades intergeneracionales. Además, garantizaría accesibilidad y comodidad con infraestructura adaptada para personas con movilidad reducida, un sistema de membresía solidaria que permitirá el acceso a todos los sectores.

Desde la perspectiva del bienestar físico y mental, el centro ofrecería programas de salud preventiva y monitoreo de signos vitales, actividades físicas adaptadas como yoga, gimnasia y rehabilitación, además de talleres de apoyo psicológico y manejo del estrés para mejorar la calidad de vida emocional de los beneficiarios. En términos de inclusión económica y productiva, se implementarían capacitaciones y oportunidades de empleo en talleres de artesanías, cocina y producción agrícola, promoviendo la autonomía financiera de los adultos mayores a través de la comercialización de.

Por otro lado, el proyecto apostaría por la innovación y la tecnología mediante talleres de alfabetización digital para reducir la brecha tecnológica y el uso de plataformas digitales que facilitan la comunicación con familiares y el acceso a servicios. En cuanto a la sostenibilidad, se plantea un modelo de negocio mixto que combina los ingresos generados por actividades productivas con el apoyo de entidades locales, diversificando además las fuentes de financiamiento mediante servicios en línea y la venta de productos elaborados por los adultos mayores. De igual manera podemos implementar una mensualidad mínima desde una edad

temprana como un ahorro joven para tu vejes. La propuesta de valor de "Club Vital" radica en el enfoque integral que transforma la vida de los adultos mayores en Popayán a través de múltiples dimensiones.

El centro no solo combate el aislamiento social mediante espacios de encuentro y actividades intergeneracionales, sino que también promueve la autonomía económica a través de talleres productivos que permiten a los participantes generar ingresos mientras comparten sus conocimientos. La accesibilidad constituye un pilar fundamental, con instalaciones adaptadas para personas con movilidad reducida y un innovador sistema de membresía solidaria que garantiza que los servicios estén al alcance de todos los sectores socioeconómicos. El componente de salud preventiva, con programas de actividad física adaptada y monitoreo regular de signos vitales reduce costos médicos futuros tanto para los usuarios como para el sistema sanitario local. El modelo de sostenibilidad financiera de "Club Vital" se destaca por combinar ingresos de actividades productivas propias, alianzas estratégicas con entidades locales y un programa pionero de "ahorro para la vejez" que permite contribuciones desde temprana edad. Este enfoque no solo asegura la viabilidad económica del proyecto, sino que también crea un círculo virtuoso donde los adultos mayores pasan de ser receptores pasivos de asistencia a convertirse en agentes activos de cambio en su comunidad, generando valor social y económico mientras mejoran significativamente su calidad de vida.

La propuesta de valor del "Club Vital" tiene como base la comprensión profunda de las necesidades, emociones y perspectivas de los adultos mayores, sus cuidadores y familiares, para la creación de soluciones inclusivas y personalizadas. De acuerdo con lo anterior, se espera desarrollar un servicio que realmente resuelva las problemáticas y deseos de los usuarios finales, es decir una propuesta de valor que entiende las dificultades diarias, como el acceso a servicios

de salud, las barreras sociales y la necesidad de interacción, que enfrentan los adultos mayores; comprende las expectativas de los adultos mayores sobre la participación en actividades recreativas y sociales; conoce y da reconocimiento sus emociones y pensamientos sobre el aislamiento, el bienestar emocional y la falta de servicios adecuados, elementos que ayudan a desarrollar un proceso humanizado desde su diseño hasta su actuación.

En consecuencia, se logra garantizar que el servicio que sea más personalizados y eficaz, alineándose mejor con las necesidades emocionales y sociales de los adultos mayores, una propuesta que no solo busca ofrecer servicios recreativos y de bienestar, sino también resolver problemas reales como el aislamiento, la inseguridad, y la falta de apoyo adecuado, todo mientras se asegura que la experiencia sea accesible y significativa para todos los usuarios del "Club Vital".

Plan de Mercado

Producto o Servicio

"Club Vital" ofrece un centro integral para adultos mayores que se diferencia del mercado tradicional por: proporcionar un ecosistema completo que integra socialización, actividades productivas, atención preventiva de salud y oportunidades económicas en un solo lugar. El modelo de negocio que se plantea tiene una sostenibilidad mixta donde se combina membresías solidarias con un esquema de ingresos diversificados (cafetería, tienda especializada, talleres para cuidadores), permiso de que adultos mayores de diferentes niveles socioeconómicos accedan a servicios de calidad, cuenta con una participación activa donde los mayores son los protagonistas a través del "Banco de tiempo", la huerta comunitaria, y la producción artesanal, donde reciben el 70% de los beneficios de sus creaciones. De igual forma con innovaciones en la tecnología con el programa "Abuelos digitales" y la aplicación móvil para el seguimiento de actividades y medicación representar soluciones específicas estrategias para esta población. Se contará con la oportunidad de vinculación de estudiantes universitarios y profesionales jóvenes que forjen un entorno de intercambio de conocimientos confidenciales se beneficia a ambas generaciones.

Impacto Social

Reducción del aislamiento y mejora de salud mental: Se proyecta una reducción del 30% en escalas depresión geriátrica después de 6 meses y un incremento del 50% en actividades sociales semanales.

Mejora de indicadores de salud física: Disminución del 25% en consultas médicas por problemas asociados al sedentarismo y mejora 40% en pruebas de condición física y equilibrio.

Creación de oportunidades económicas: Los adultos mayores pueden generar ingresos a través de actividades productivas como la huerta comunitaria y la elaboración de productos artesanales.

Alivio al sistema de salud pública: Los programas preventivos y de monitoreo básico reducen la presión sobre el sistema sanitario merezca al sedentarismo y aislamiento.

La promoción de conexiones intergeneracionales y el modelo de "Adopta un Abuelo" genera redes de apoyo comunitario que trascienden el centro mismo.

Desarrollo profesional local: La creación de oportunidades para jóvenes profesionales en áreas de gerontología, enfermería y terapia ocupacional que fortalecen el capital humano especializado en la región.

Mercado Objetivo

Geográficos: Nuestros clientes se encuentran ubicados en el Departamento del Cauca pertenecen tanto a la zona urbana de Popayán como rural, encontramos personas que viven en el campo y se desplaza a la ciudad, es por atención médica, servicios o apoyo familiar y si es al contrario vive en la ciudad y viaja al campo, es por descanso, tradición o necesidad económica.

Cantidad de personas: Según Entidad Territorial 2019 en Popayán Cauca hay 190.542 personas Adultas mayores con el 2,9% de la población.

Demográficos: Nuestros clientes tienen la estatura promedio de un colombiano medianos y bajos, la contextura es delgada y corpulenta, para el territorio que estará nuestro proyecto nuestro cliente es aquello que pertenece a la tercera edad se entiende desde los 60 años en adelante, su género basado en la anatomía sería femenino o masculino y/o No binario en caso dado que en su cedula así lo haya requerido, y de acuerdo a su orientación sexual sería heterosexual, gay, bisexual, pansexual y asexual. Dentro del ciclo de vida mi cliente ideal está en

la llamada vejez, y el nivel educativo bachilleres y profesionales, de todas las profesiones, no hay distinción alguna por grupo étnico ni religión. En 2024, se estimó que en Colombia hay 7,8 millones de personas mayores de edad, lo que representa el 15% de la población total del país, según el DANE.

Psicográficos y conductuales: personas planificadoras y prevenidas, amantes del bienestar y la salud, independientes y autosuficientes, valoran la seguridad y bienestar, creen en la importancia de un bienestar integral, prefieren la innovación y modernidad. Son 910.000 personas aproximadamente el 60,6% de la población total del cauca con edades entre 18 - 59 años y 150.000 personas mayores de 60 años con un porcentaje del 10% de la población total.

Competencia

Ruah 60+: Este emprendimiento local se dedica a ofrecer un conjunto de soluciones de gestión y acompañamiento para adultos mayores, ayudando a mejorar su calidad de vida y a evitar el aislamiento social. Se posiciona: Se enfoca en ofrecer una variedad de servicios, incluyendo clases de yoga, cocina, nutrición y telemedicina promueve la inclusión social y el bienestar a través de su comunidad, facilitando el acceso a recursos y actividades.

Fondo Mayor: Este programa proporciona capital de riesgo y apoyo a personas mayores emprendedoras, fomentando su inclusión en la economía y ayudándoles a desarrollar sus propios negocios, lo que a su vez promueve la interacción social. Se posiciona: Se dedica a proporcionar apoyo financiero y servicios de salud a los adultos mayores. Se posiciona como un recurso esencial para la gestión de trámites y la atención médica, ayudando a los abuelos a acceder a servicios que mejoren su calidad de vida.

Paralosabuelitos.com: Una tienda especializada que facilita el acceso a productos para el cuidado de adultos mayores, ofreciendo servicios a domicilio y asistencia a familiares, lo que

contribuye a mantener la conexión social. Se posiciona: Ofrece una plataforma que conecta a los adultos mayores con servicios y actividades recreativas. Se centra en la creación de una comunidad activa, promoviendo la interacción social y el bienestar emocional.

MediQu: Plataforma que conecta a personas mayores con profesionales de la salud para consultas en línea, asegurando que puedan recibir atención médica sin salir de casa, lo que reduce el aislamiento. Se posiciona: Se especializa en la telemedicina, facilitando consultas médicas a distancia para adultos mayores. Su enfoque en la salud integral permite a los usuarios acceder a atención médica sin salir de casa, lo que es crucial para aquellos con movilidad limitada.

Bienestapp: Aplicación que promueve hábitos saludables y ofrece clases de yoga, meditación y ejercicio, permitiendo a los adultos mayores mantenerse activos y conectados con otros. Se posiciona: Proporciona una aplicación que ayuda a los adultos mayores a gestionar su salud y bienestar. Se posiciona como una herramienta tecnológica que facilita el acceso a información y servicios, promoviendo la autonomía de los usuarios.

Tabla 4*Organizaciones y entidades para colaboración con "Club Vital"*

ONGS y Fundaciones	<p>Fundación Saldarriaga Concha: Organización colombiana dedicada al mejoramiento de la calidad de vida de adultos mayores y personas con discapacidad.</p> <p>HelpAge Colombia: Parte de la red internacional que trabaja por los derechos de los adultos mayores en situación de vulnerabilidad.</p> <p>Fundación SURA: Apoya proyectos de calidad de vida y bienestar en Colombia, con enfoque en población vulnerable.</p> <p>Fundación Carvajal: Tiene programas específicos para adultos mayores y generación de ingresos.</p> <p>Fundación El Alcaraván: Trabaja en desarrollo comunitario y podría apoyar aspectos productivos del proyecto.</p> <p>Cruz Roja Colombiana - Seccional Cauca: Cuenta con programas para adultos mayores y voluntariado.</p> <p>Grupo Éxito: A través de su Fundación Éxito, apoya proyectos sociales y podría ser proveedor para la cafetería.</p>
Empresas Privadas	<p>Banco de Bogotá: Su programa de responsabilidad social incluye apoyo a iniciativas para adultos mayores.</p> <p>Alpina: Para alianzas en productos alimenticios saludables y nutricionales.</p> <p>Empresas locales de Popayán: Cafés Especiales del Cauca Lácteos Puracé Empresas de artesanías tradicionales</p> <p><u>Empresas de Telecomunicaciones:</u></p>

	<p>WOM Para apoyar el programa de "Abuelos Digitales" con conectividad y dispositivos.</p>
	<p>Ministerio de Salud y Protección Social: A través de su Dirección de Promoción y Prevención.</p>
	<p>Ministerio de Tecnologías de la Información (MinTIC): Para programas de inclusión digital.</p>
	<p>Gobernación del Cauca: Secretaría de Desarrollo Social.</p>
Instituciones Gubernamentales	<p>Alcaldía de Popayán:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Secretaría de Salud Municipal • Secretaría de Bienestar Social • Secretaría de Desarrollo Económico
	<p>Programa Colombia Mayor: Adscrito al Ministerio del Trabajo.</p>
	<p>SENA Regional Cauca: Para capacitación y formación técnica.</p>
	<p>Universidad del Cauca: Facultades de Ciencias de la Salud, Ciencias Humanas y Sociales, y Ciencias Agrarias.</p>
Instituciones Educativas	<p>Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD): Programas de psicología y administración.</p>
	<p>Instituciones educativas secundarias de Popayán: Para programas de servicio social estudiantil.</p>
	<p>Caja de Compensación Familiar del Cauca (Comfacauca): Mencionada en la propuesta original.</p>
	<p>Cooperativa del Magisterio del Cauca (COOMDELCA): Potencial apoyo financiero y de voluntariado.</p>
Entidades de Economía Solidaria	<p>Asociación Cooperativa de Caficultores del Cauca: Para proyectos productivos relacionados con café.</p>
	<p>Cooperativas de Ahorro y Crédito: Como Confiar o Cootraunión.</p>

Organismos Internacionales	Banco Interamericano de Desarrollo (BID): Fondo de inversión social. Organización Panamericana de la Salud (OPS): Proyectos relacionados con envejecimiento saludable. Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD): Apoyo a proyectos de desarrollo sostenible.
----------------------------	--

Nota. La tabla expone las organizaciones y entidades aliadas portenciales para colaboración con

"Club Vital". *Fuente.* Autor.

Tendencias del Mercado

Factores que pueden influir en el desarrollo y sostenibilidad del proyecto "Club Vital".

Factores Sociales

El envejecimiento de la población, que en la ciudad de Popayán va en crecimiento por cuanto la demanda de espacios de atención integral también es creciente.

La cultura que actualmente está siendo estimulada alrededor de incentivar a los adultos mayores a tener un envejecimiento activo, en las áreas social, mental y física, incluso económica.

El apoyo extramuros que puede significar para una familia, la inserción de un adulto mayor de su núcleo familiar en un centro en el que puede recibir cuidados adicionales.

El estado de salud de las personas mayores, cuya condición puede ser atendida desde la salud preventiva en "Club Vital".

Factores Tecnológicos

Gran cantidad de adultos mayores no está familiarizada con el uso de la tecnología, aspecto que puede ser ofertado y fortalecido desde el club.

Integración la telemedicina, para el monitoreo y consulta médica en línea.

Uso clave de plataformas digitales (WhatsApp, Facebook) para establecer comunicación con los integrantes del club e incluso su familia.

Uso de equipos de gimnasio y dispositivos a la vanguardia adaptada a las necesidades de los miembros lo cual mejora su experiencia en el proceso de atención.

Factores Económicos

Manejo de los costos de afiliación, a través de un modelo de costos accesible para todos los usuarios.

Búsqueda de fuentes de financiamiento en clave con ONGS, empresas y entidades de orden gubernamental, alentadas desde la responsabilidad social empresarial.

Ofrecimiento de subsidios y tarifas diferenciadas puede ser necesario, desde la realidad que hay adultos mayores con ingresos económicos reducidos.

La posibilidad que representa el club de dinamizar la economía, mediante la generación de empleo a diferentes profesionales de la salud.

Factores Regulatorios

El deber de dar cumplimiento a normativas sobre establecimientos de atención a la población objetivo, así como servicios de salud complementaria.

La tramitación de permisos para el funcionamiento del club ante la alcaldía de Popayán y otras dependencias pertinentes.

Cumplimiento de las normativas legales en materia de contratación laboral.

Accesibilidad y cumplimiento a la Ley 1251 de 2008 en Colombia.

Objetivos de Marketing

A Corto Plazo

Implementar una campaña integral de lanzamiento del Club Vital, con estrategia en redes sociales, medios locales, y promoción comunitaria.

Atraer al menos 50 miembros activos en los primeros 6 meses mediante beneficios como descuentos y eventos gratuitos.

Establecer alianzas con EPS, la Alcaldía de Popayán, universidades y fundaciones para apoyar el funcionamiento inicial del Club.

Crear perfiles en Facebook, Instagram y WhatsApp para difundir contenido sobre bienestar para adultos mayores.

A Largo Plazo

Lograr una membresía estable de 100 adultos mayores activos en un plazo de 3 años, mediante un programa de fidelización y mejora continua de servicios.

Expandir la oferta de servicios incluyendo fisioterapia, talleres de tecnología y servicios a domicilio.

Diversificar los ingresos con eventos, donaciones, patrocinios y membresías diferenciadas.

Posicionar al Club Vital como referente regional en bienestar para adultos mayores y modelo replicable en otras ciudades.

Convertir al Club Vital en un referente de bienestar para adultos mayores en Popayán y posicionarlo como un modelo de emprendimiento social replicable en otras ciudades en Colombia.

Estrategia del Mercado

Está claro que el “Club Vital” ofrece unos aspectos diferenciadores importantes en relación con las ofertas existentes. Por tanto, el mensaje comercial que se va a entregar debe proyectar el valor de la iniciativa desde lo gratificante que resulta el acto de generar un impacto positivo en la vida de las personas mayores a través de promover la buena salud y en general el bienestar, puesto que, el Club Vital constituye una herramienta para mejorar la salud física, mental y emocional de los clientes a través de la prevención y el control de diferentes padecimientos. Así pues, es pertinente establecer las variables esenciales a tener en cuenta para iniciar con la publicidad del Club Vital. Para esto, se utilizará la estrategia de las 4P del marketing, puesto que, es una herramienta fiable y que abarca los principales aspectos para tener en cuenta.

Estrategia de Productos Servicio

Servicios de formación y empleo: Capacitaciones laborales adaptadas a adultos mayores (manualidades, jardinería, tecnología básica, cocina, etc.).

Programas de emprendimiento: Apoyo para iniciar pequeños negocios propios.

Espacios de bienestar social: Actividades culturales, recreativas y de integración intergeneracional.

Productos hechos por adultos mayores: Artesanías, alimentos tradicionales (cafeterías), textiles, que se puedan vender en mercados locales y online.

Es indispensable ofrecer productos/servicios que valoren la experiencia y el talento del adulto mayor, destacando su aporte a la sociedad. Asimismo, cuenta con espacios verdes y un salón social con cafetería para estimular la interacción social y la construcción de lazos comunitarios. Todos los escenarios cuentan con señalización y elementos de apoyo para la

seguridad de los adultos mayores, como pasamanos, barras de apoyo, pisos antideslizantes, iluminación y ventilación óptimas (Faster Capital, 2024), además de personal dispuesto a apoyar en el uso de estos espacios. Igualmente, se destaca el servicio de asesoría en nutrición, establecido por profesionales de la salud y de forma personalizada, según las condiciones de salud de los clientes, sin dejar de lado la prestación de acompañamiento psicológico como elemento primordial de la atención integral, que también abarca la planificación y ejecución de actividades de tipo social para la construcción y refuerzo de lazos comunitarios; entre estas actividades se destacan la realización de manualidades, juegos didácticos, dinámicas recreativas y otras actividades que puedan incluir salidas a centros recreativos y a eventos sociales.

Estrategia de Precios

Servicios de formación y empleo: Capacitaciones laborales adaptadas a adultos mayores (manualidades, jardinería, tecnología básica, cocina, etc.).

Programas de emprendimiento: Apoyo para iniciar pequeños negocios propios.

Espacios de bienestar social: Actividades culturales, recreativas y de integración intergeneracional.

Productos hechos por adultos mayores: Artesanías, alimentos tradicionales, textiles, que se puedan vender en mercados locales y online.

Estrategia de Distribución

Centro comunitario fijo en Popayán adaptado para accesibilidad (rampas, señalización) para mantener la seguridad de los usuarios y del personal que frecuenta las instalaciones.

Ferias itinerantes y mercados locales para mostrar y vender productos hechos por adultos mayores, estos deben ubicarse en lugares donde la actividad económica de cada una de las categorías sea dinámica para generar un impacto importante.

Plataforma online donde los adultos mayores puedan ofrecer productos/servicios (con ayuda de familiares o voluntarios si es necesario), así mantener a la vanguardia y ser mayormente competitivos.

Alianzas con empresas locales para que los adultos mayores trabajen o presten servicios, estas alianzas puedan ser la plataforma que apalanque el reconocimiento de marca de los productos comercializados por los usuarios.

Estar presente tanto en espacios físicos accesibles como en canales digitales sencillos y amigables haciendo un óptimo acompañamiento y seguimiento de los KPIS que generan el crecimiento de los diferentes emprendimientos.

Distribución de Servicios Digitales

App Móvil: El desarrollo de una aplicación será fundamental para distribuir servicios de manera eficiente, especialmente en temas de recordatorios de medicación, seguimiento de actividades y contacto con familiares.

Capacitación Digital: Club vital aprovechará el programa “Abuelos Digitales” para capacitar a los adultos mayores en el uso de tecnología, lo que no solo los integrará mejor en la sociedad moderna, sino que también les permitirá acceder a los servicios de manera autónoma desde la aplicación.

Distribución de Servicios de Salud

Móviles de Salud Comunitaria: Club vital aprovecha las alianzas con instituciones de salud locales para crear brigadas móviles de salud que lleven servicios básicos a diferentes comunidades. Esto es crucial para llegar a los adultos mayores más aislados o con movilidad limitada.

Red de Profesionales Locales: Se asegura que los servicios de salud como monitoreo de presión arterial, glucemia, y peso estén distribuidos de manera continua y eficiente. Se tendrá el equipo de profesionales itinerantes o en horarios específicos para que los servicios de salud sean accesibles de manera regular.

Promoción

Campañas emocionales que valoren la experiencia, el talento y la dignidad del adulto mayor (videos, testimonios, fotos reales).

Redes sociales (Facebook, Instagram) enfocadas a familiares y cuidadores, con mensajes de inclusión y responsabilidad social.

Publicidad en medios tradicionales locales como radio comunitaria, prensa y carteles en centros de salud y comunitarios.

Eventos comunitarios gratuitos (ferias, talleres abiertos) para atraer la atención de la comunidad.

Reconocimiento a empresas inclusivas que contraten adultos mayores (certificados, menciones públicas).

Promover el proyecto con un mensaje positivo, de empoderamiento y valor social para generar un impacto significativo tanto interno como externo en la comunidad donde se está llevando a cabo la iniciativa.

Monitoreo y Retroalimentación

Evaluaciones Periódicas: Club vital implementara un sistema de monitoreo y evaluación donde los usuarios puedan proporcionar retroalimentación sobre los servicios. Utilizar estas evaluaciones para ajustar las estrategias de distribución, aseguran que los servicios están llegando adecuadamente a la población objetivo.

Impacto Medible: Se asegurará que los indicadores de impacto se midan de forma continua (reducción de depresión, mejora en la movilidad, aumento de la actividad social), lo cual le permitirá el club ajustar las actividades y la distribución de recursos según las necesidades emergentes.

Los canales para utilizar son principalmente:

Página web con información de contacto, fotografías y videos del Club Vital y el personal que lo conforman, así como detalles de las actividades y los planes. A este medio se le hará la respectiva estrategia de SEO (Search Engine Optimization u Optimización para Motores de Búsqueda).

Influencers y redes sociales. Teniendo en cuenta que muchos de los adultos mayores hoy en día tienen acceso a teléfonos inteligentes y con ellos a redes sociales como Facebook y plataformas como YouTube, este constituye uno de los canales óptimos a través del cual se llega con mayor facilidad al consumidor final o a sus familiares y allegados.

Eventos para personas de la tercera edad como los organizados para jubilados y retirados de distintas organizaciones como las fuerzas militares, el magisterio y diversas instituciones de carácter público y privado.

Espacios publicitarios y de asesorías en lugares de interacción familiar como supermercados de grandes superficies y centros comerciales.

Vallas y pendones en sitios de integración familiar como centros recreacionales.

Colaboraciones con proveedores en salud como IPS, EPS y centros de atención médica en general.

Radio y periódico. Son medios tradicionales, pero, aun de bastante uso por el público objetivo.

Presupuesto de Marketing

Publicidad en redes sociales (Meta Ads, Google Ads) \$500.000: Con esta inversión buscamos impactar de forma digital, teniendo en cuenta el impacto que tiene este medio en la actualidad, se convierte en un canal estratégico para llegar a nuestro público foco, en Colombia el 98.5% de personas interactúan activamente con un smartphone.

Diseño de imagen corporativa (logo, banners, flyers \$300.000 La identidad del emprendimiento es un aspecto que no podemos pasar por alto, donde buscamos tener una imagen acorde a nuestros clientes, donde logremos una conexión genuina que nos permita corresponder a las necesidades halladas en estas personas, el logotipo debe brindar posicionamiento de marca.

Impresión de material publicitario (volantes, afiches \$200.000: Como una alternativa más, buscamos el material publicitario físico que nos permita llegar a las zonas que consideramos importantes y con mayor concentración de nuestro público foco, de esta forma impactar con un mensaje corto, claro y conciso la importancia de hacer parte de nuestra comunidad.

Publicidad en radio local y prensa comunitaria \$400.000: Buscamos ser de impacto a gran escala, por este motivo nos vinculamos con estos canales que nos ofrecen mayor alcance de manera tradicional.

Eventos y activaciones en la comunidad \$600.000: Buscamos generar activaciones en los sectores que consideramos mayormente vulnerables donde se concentra nuestro target, por medio de eventos especiales atraer la atención de estas personas y lograr generar una experiencia diferenciada que nos permita demostrar los múltiples beneficios que tienen al hacer parte de nuestro emprendimiento.

Creación y mantenimiento de página web básica \$700.000: Es importante mantener informados nuestros usuarios, por eso es importante invertir en una plataforma que permita mantener las diferentes actualizaciones que tiene el emprendimiento, además de ser de manejo amigable.

Producción de contenido (fotografía y video \$500.000: Mantener contenido digital hace parte de la actualidad, por lo tanto, buscamos siempre estar a la vanguardia por medio de videos y fotografías que impacten nuestros usuarios potenciales, los cuales serán comunicados por nuestros canales digitales.

Email marketing y SMS para adultos mayores y familias \$200.000: Generando un dominio ajustado a nuestro target y validando todos los parámetros normativos, buscamos brindar información de interés por medio de correos electrónicos y SMS, los cuales puedan llamar la atención de nuestro cliente potencial.

Merchandising (camisetas, bolsas ecológicas con logo) \$300.000: Es una estrategia que permite generar identidad con nuestros clientes, además de brindar visibilidad de marca.

Costos administrativos y otros imprevistos \$300.000: Es importante considerar los costos administrativos que influyen en la gestión del ejercicio de Marketing, tener recursos de reserva es clave en el momento de detectar oportunidades o presentarse cambios de última hora, donde podemos mitigar las probabilidades de posibles pérdidas.

Presupuesto total estimado: \$4.000.000

Tabla 5*Presupuesto de Marketing*

Publicidad en redes sociales (Meta Ads, Google Ads)	\$500.000
Diseño de imagen corporativa (logo, banners, flyers)	\$300.000
Impresión de material publicitario (volantes, afiches)	\$200.000
Publicidad en radio local y prensa comunitaria	\$400.000
Eventos y activaciones en la comunidad	\$600.000
Creación y mantenimiento de página web básica	\$700.000
Producción de contenido (fotografía y video)	\$500.000
Email marketing y SMS para adultos mayores y familias	\$200.000
Merchandising (camisetas, bolsas ecológicas con logo)	\$300.000
Costos administrativos y otros imprevistos	\$300.000
Presupuesto total estimado:	\$4.000.000

Nota. La tabla muestra el presupuesto estimado para marketing. *Fuente.* Autor.

Riesgos y Contingencias

Falta de financiamiento o sostenibilidad económica: Teniendo en cuenta que los ingresos que sostiene este emprendimiento son apalancados en alianzas estratégicas, si no se hace un buen ejercicio contractual, podemos presentar dificultades si estos aliados toman decisiones que nos desagreguen.

Normativas de salud y seguridad: Al trabajar con adultos mayores, es crucial cumplir con regulaciones sanitarias y protocolos de atención al pie de la letra.

Registros y permisos legales: Puede ser necesario registrar la organización como fundación o empresa social, es fundamental contar con su respectivo registro para evitar sanciones o clausura

Falta de personal capacitado: Trabajar con adultos mayores requiere conocimientos en geriatría, psicología y atención al cliente, teniendo en cuenta que se puede ver vulnerada en su economía, es importante considerar esta inversión para brindar un servicio de calidad

Problemas logísticos y de infraestructura: Espacios inadecuados para la movilidad de los adultos mayores pueden generar accidentes los cuales pueden generar mayores gastos.

Dificultades tecnológicas: Si el emprendimiento usa plataformas digitales, algunos adultos mayores pueden tener problemas de adaptación, por ese motivo es importante hacer énfasis en la pedagogía acerca del manejo de estas herramientas.

Prejuicios y discriminación: Puede haber barreras culturales que dificulten la integración de los adultos mayores en actividades económicas o sociales por este motivo es importante mantener la constante capacitación donde estas personas creen destrezas que les permita ser percibidos como productivos.

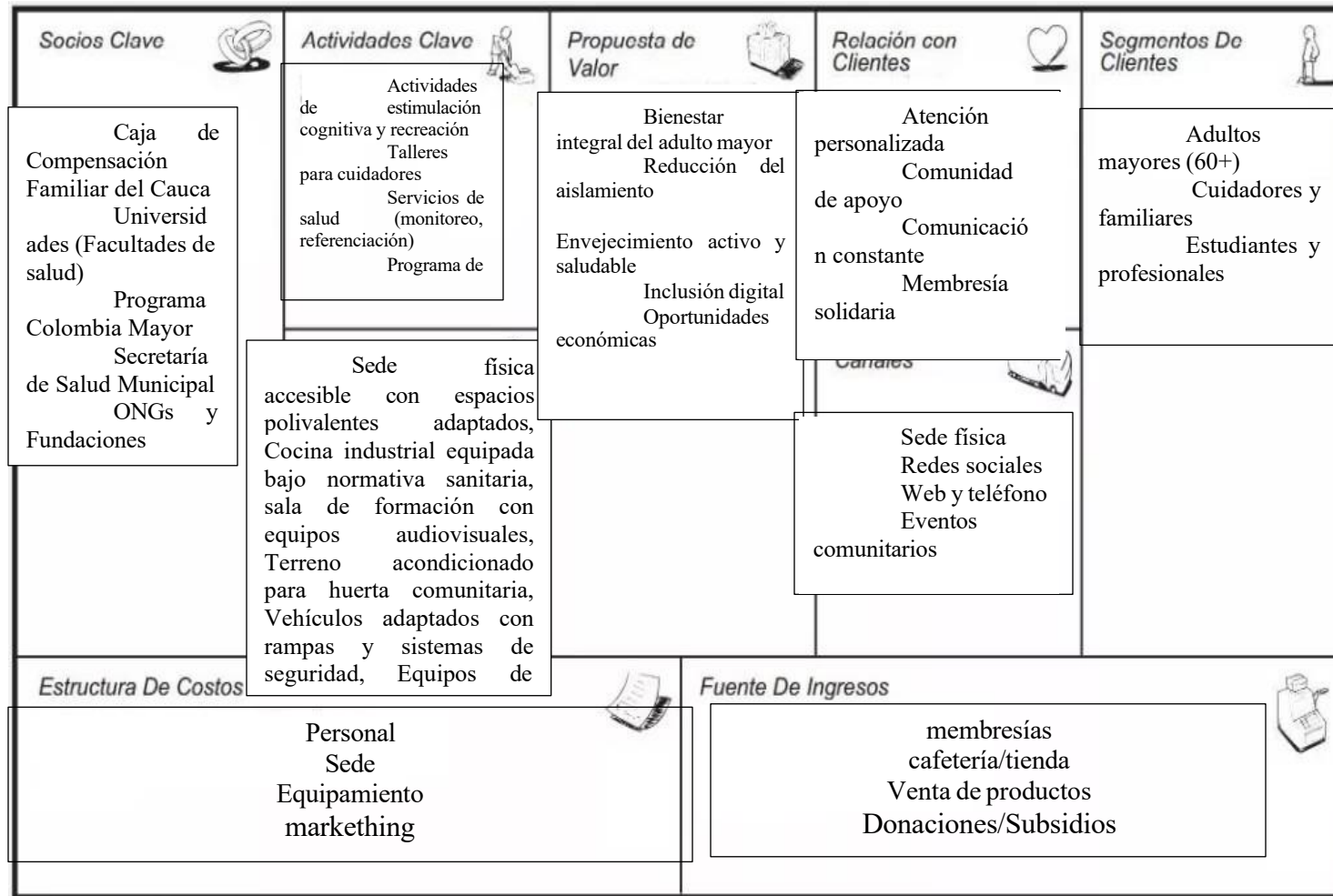
Dificultad para generar alianzas estratégicas: Empresas y organizaciones pueden no estar dispuestas a apoyar la iniciativa, por no ver una rentabilidad representativa, es indispensable contar con los aliados justos para el proyecto que logren ver la oportunidad y generen el impacto esperado.

Todo emprendimiento social tiene riesgos, pero una buena planificación y estrategias de contingencia pueden minimizar su impacto. Enfocarse en la sostenibilidad, la legalidad y la seguridad es clave para el éxito y la continuidad del proyecto, de esta manera buscar la consolidación del emprendimiento de manera sostenible y armonía.

Modelo Canvas

Figura 1

Modelo Canvas



Socios Clave

Permiten que Club Vital logre ampliar su impacto y sostenibilidad mediante alianzas estratégicas con entidades públicas y privadas:

Caja de Compensación Familiar del Cauca: Esta alianza facilita el acceso a infraestructura, recursos y una base más amplia de potenciales usuarios, además de posibles subsidios para adultos mayores de bajos recursos.

Universidades locales: Los convenios con facultades de salud proporcionan practicantes en áreas como gerontología, enfermería y terapia ocupacional, reduciendo costos operativos mientras se brinda formación práctica a estudiantes.

Programa Colombia Mayor: La articulación con este programa gubernamental permite captar usuarios y acceder a recursos públicos destinados a la atención del adulto mayor.

Cooperativas agrícolas locales: Garantizan el suministro de alimentos frescos y saludables para la cafetería comunitaria, apoyando a productores locales y promoviendo una alimentación adecuada.

Secretaría de Salud Municipal: Esta alianza facilita la articulación con programas públicos existentes, permitiendo complementar servicios sin duplicar esfuerzos y aprovechar recursos disponibles del municipio.

Parroquias y centros comunitarios: Proporcionan espacios adicionales o alternativos para actividades, reduciendo la inversión inicial en infraestructura propia.

Actividades Clave

Representan los procesos fundamentales para materializar la propuesta de valor:

Planificación y ejecución de programas de actividades para adultos mayores: Club vital diseña actividades de estimulación cognitiva tales como lo son actividades de memoria, atención y lenguaje.

Se organiza talleres de arte, música, manualidades y actividades tales como ejercicios suaves, yoga danza terapéutica, a su vez se coordina sesiones grupales de socialización y juegos terapéuticos.

Gestión operativa de cafetería, restaurante y tienda: Club vital por su parte ofrece la creación de menús saludables basados en las necesidades nutricionales de los adultos mayores, que sean bajas en sodio, fácil de masticar y así por el estilo de acuerdo con cada necesidad.

Para garantizar que todo sea de excelente calidad se selecciona y abastece productos especializados en la tienda, como suplementos, ayudas técnicas, ropa cómoda, etc, de igual manera se supervisa la atención al cliente para ofrecer un servicio siempre amable y especializado.

Organización y ejecución de talleres para cuidadores y familiares: El club cuenta con un diseño de contenidos pedagógico sobre temas de geriátrico, nutrición, estimulación mental y manejo emocional, para esto se contrata y se coordina con los profesionales expertos que impartan los talleres, estos se programan tanto presenciales como virtuales para que se pueda dar una capacitación continua.

Gestión del servicio de transporte adaptado: Club vital programa rutas diarias de recogida y entrega de los usuarios, coordina el mantenimiento preventivo de los vehículos adaptados y capacita a conductores en manejo seguro de personas mayores.

Monitoreo básico de salud y coordinación con servicios médicos: El club realiza controles de signos vitales básicos (presión arterial, glucemia, peso) semanalmente, así como

también registra y da seguimiento a los cambios de salud de los usuarios y Coordina jornadas de salud gratuitas con médicos voluntarios o convenios.

Implementación y gestión de la huerta comunitaria: Planifica el cultivo de alimentos saludables junto a los adultos mayores, dirige talleres de agricultura urbana y alimentación consciente y usa los productos cosechados en el restaurante o para talleres de cocina saludable.

Alianzas estratégicas y vinculación educativa: Establece convenios con universidades para la llegada de practicantes de enfermería, gerontología, terapia ocupacional, crea redes de colaboración con profesionales de la salud y organizaciones comunitarias.

En Club vital, las alianzas son parte fundamental para promover el emprendimiento, pero también para generar una estabilidad financiera por eso, las alianzas con universidades y entidades educativas ofrecen la posibilidad de realizar las prácticas profesionales relacionadas con los servicios que se ofrece.

Alianzas con marcas y productos, es importante poder establecer relaciones con cooperativas de la zona para abastecer la cafetería y las tiendas locales con productos sanos y frescos, el impacto positivo es para las dos partes.

Club Vital aprovecha los programas sociales y de gobierno como lo es (Programa del adulto mayor) para atraer a más personas, y a su vez asegura fondos adicionales a través de estos programas.

Promoción y sensibilización del servicio: Club vital Diseña campañas de comunicación enfocadas en el bienestar de los adultos mayores, así mismo organiza eventos abiertos al público para mostrar los beneficios del centro y gestiona redes sociales y alianzas estratégicas para dar a conocer los servicios.

Medición del impacto social y reporte de resultados: Aplica escalas de depresión geriátrica, test de condición física, y encuestas de satisfacción, analiza datos y redactar informes semestrales de impacto y ajusta programas y servicios en base a los resultados obtenidos.

Recursos Clave

Hacen posible la operación del Club Vital incluyen el diseño y ejecución de programas especializados:

Espacios polivalentes adaptados para actividades grupales

Material didáctico y terapéutico para estimulación cognitiva

Equipamiento para ejercicios físicos adaptados (balones terapéuticos, bandas elásticas)

Profesionales especializados en gerontología y terapia ocupacional

Para la gestión de servicios de alimentación saludable:

Cocina industrial equipada con normativa sanitaria

Nutricionista especializado en alimentación geriátrica

Sistema de control de inventarios para alimentos

Mobiliario adaptado para cafetería y restaurante

Para la capacitación a cuidadores y familiares:

Sala de formación con equipos audiovisuales

Material pedagógico especializado

Plataforma digital para formaciones virtuales

Especialistas en cuidados geriátricos disponibles por horas

Para la coordinación de transporte adaptado:

Vehículos con rampas y sistemas de seguridad para movilidad reducida

Conductores capacitados en atención a adultos mayores

Software de gestión de rutas y horarios

Sistema de comunicación para coordinación en tiempo real

Para el monitoreo básico de salud:

Equipos de medición básica (tensiómetros, glucómetros, báscula)

Sistema de registro y seguimiento de signos vitales

Enfermero/a para controles periódicos

Protocolos de derivación médica y manejo de emergencias

Para la gestión de la huerta comunitaria:

Terreno acondicionado para cultivos urbanos

Herramientas ergonómicas adaptadas para adultos mayores

Sistema de riego eficiente

Asesor en agricultura urbana (puede ser voluntario)

Para el desarrollo de alianzas estratégicas:

Responsable de relaciones institucionales

Material corporativo y presentación de servicios

Base de datos de contactos institucionales

Espacio adecuado para reuniones con potenciales aliados

Para la comunicación y marketing:

Sitio web y perfiles en redes sociales

Material promocional físico (folletos, carteles)

Base de datos de medios locales y contactos comunitarios

Responsable de comunicación (puede ser a tiempo parcial)

Para la evaluación de impacto:

Herramientas de evaluación validadas (escalas de bienestar, test cognitivos)

Software para análisis de datos

Personal capacitado en evaluación de programas sociales

Sistema de retroalimentación para usuarios y familias

Propuesta de Valor

La propuesta de valor de Club Vital responde directamente a los problemas identificados en la población adulta mayor de Popayán:

Espacio integral contra el aislamiento social: Un centro donde los adultos mayores pueden socializar, participar en actividades recreativas y establecer nuevos vínculos, reduciendo la soledad y sus efectos negativos en la salud mental.

Oportunidades productivas: Talleres que permiten a los adultos mayores mantenerse económicamente activos mediante la creación y comercialización de productos artesanales y agrícolas.

Servicios de salud preventiva unificados: Monitoreo de signos vitales, actividades físicas adaptadas y coordinación con el sistema de salud local, evitando la fragmentación de servicios.

Inclusión digital: Capacitación en tecnologías para reducir la brecha digital, permitiéndoles comunicarse eficientemente y acceder a servicios en línea.

Sistema de membresía solidaria: Modelo económico que garantiza accesibilidad a personas de diferentes niveles socioeconómicos mediante subsidios cruzados.

Banco de tiempo e intercambio de habilidades: Mecanismo innovador que valoriza los conocimientos y capacidades de los adultos mayores, favoreciendo su autoestima y sentido de propósito.

Programas intergeneracionales: Actividades que conectan a los adultos mayores con jóvenes, promoviendo el intercambio de saberes y experiencias entre generaciones.

Relación con Clientes

Las relaciones con los usuarios se basan en un enfoque personalizado y comunitario:

Atención individualizada: Seguimiento personalizado del progreso y necesidades de cada adulto mayor, adaptando actividades según capacidades e intereses.

Comunidad participativa: Fomento de relaciones horizontales donde los adultos mayores son agentes activos, participando en la planificación y evaluación de actividades.

Sistema de reconocimiento: Implementación de insignias o reconocimientos por participación y logros, reforzando positivamente el compromiso.

Comunicación constante con familiares: Reportes regulares sobre actividades y bienestar, integrando a la familia en el proceso de acompañamiento.

Programa "Adopta un Abuelo": Vinculación entre familias y adultos mayores sin familia cercana, creando redes de apoyo complementarias.

Acompañamiento emocional: Sesiones de apoyo psicológico y espacios para expresión de emociones y vivencias.

Creación de servicios: Involucramiento activo de los usuarios en el diseño y mejora continua de actividades y programas mediante consultas regulares.

Canales

Los canales de comunicación y distribución de servicios incluyen:

Sede física central en Popayán: Espacio principal accesible y adaptado donde se desarrollan la mayoría de las actividades y servicios.

Servicio de transporte adaptado: Para facilitar el acceso de personas con movilidad reducida desde diferentes puntos de la ciudad.

Plataforma digital y aplicación móvil: Para inscripción en actividades, seguimiento de salud y comunicación con familiares, incluyendo recordatorios de medicación.

Medios tradicionales de comunicación: Uso de radio local, folletos y visitas comunitarias para difusión, considerando las preferencias comunicativas de los adultos mayores.

Redes de voluntarios y promotores: Personas que difunden los servicios en sus comunidades y facilitan el acceso de nuevos usuarios.

Cafetería y tienda comunitaria: Espacios abiertos al público que funcionan como puntos de contacto con la comunidad general, visibilizando las capacidades productivas de los miembros.

Presencia en eventos comunitarios: Participación en ferias, celebraciones y eventos locales para dar a conocer el proyecto y atraer nuevos usuarios.

Segmento de Clientes

El proyecto se enfoca principalmente en:

Adultos mayores activos (60-75 años): Personas con autonomía que buscan mantener su actividad física, mental y social, evitando el aislamiento.

Adultos mayores en situación de vulnerabilidad: Personas con recursos económicos limitados (estratos 1-3) que requieren acceso a servicios a precios accesibles o subsidiados.

Adultos mayores con movilidad reducida: Quienes necesitan espacios adaptados y apoyo para desplazamiento, pero mantienen capacidades cognitivas y deseo de participación.

Familias de adultos mayores: Que buscan espacios seguros y estimulantes para sus familiares, con servicios complementarios al cuidado que pueden proporcionar en casa.

Profesionales de la salud y cuidadores: Que necesitan formación especializada en atención geriátrica a través de los talleres pedagógicos.

Público general: Como consumidores de la cafetería, restaurante y tienda de productos elaborados por los adultos mayores, contribuyendo a la sostenibilidad financiera.

Estructura de Costos

Los principales costos para la operación del modelo de negocio incluyen:

Infraestructura y adecuaciones: Inversión inicial en la sede central, garantizando accesibilidad y seguridad para los usuarios (rampas, barandillas, pisos antideslizantes).

Personal mínimo remunerado: Salarios para el equipo base compuesto por director, coordinador de programas y asistente administrativo, garantizando la gestión continua.

Contratación de profesionales por horas: Para servicios especializados como nutricionistas, fisioterapeutas y psicólogos, optimizando costos al ajustarse a la demanda real.

Mantenimiento de instalaciones: Costos recurrentes para garantizar la funcionalidad y seguridad de los espacios.

Servicios públicos y comunicaciones: Agua, electricidad, internet y telefonía necesarios para el funcionamiento diario.

Insumos para talleres y actividades: Materiales para las actividades productivas, recreativas y terapéuticas.

Transporte adaptado: Mantenimiento del servicio para usuarios con movilidad reducida.

Desarrollo y mantenimiento de plataforma digital: Inversión en tecnología para gestión de usuarios, comunicación y seguimiento.

Seguros y pólizas de responsabilidad: Protecciones legales necesarias para la operación con población vulnerable.

Fuente de Ingresos

El modelo de ingresos mixto garantiza la sostenibilidad financiera:

Sistema de membresía solidaria: Tarifas diferenciadas según capacidad económica (hasta \$80.000 mensuales), donde cada miembro de recursos suficientes subsidia parcialmente a un miembro sin recursos.

Cafetería comunitaria: Abierta al público general con precios accesibles, generando ingresos para sostener otras actividades del centro.

Tienda de productos esenciales y artesanales: Comercialización de artículos elaborados por los adultos mayores con un esquema de distribución de beneficios (70% para el artesano, 30% para sostenibilidad del programa).

Alquiler de espacios: Para eventos comunitarios, con tarifas diferenciadas según el tipo de organización.

Venta de productos de la huerta comunitaria: En mercados locales y a la cafetería propia, generando ingresos adicionales.

Programa de padrinos: Personas o empresas que apadrinan a adultos mayores cubriendo sus membresías.

Talleres pedagógicos para cuidadores: Formación especializada para familiares y profesionales con tarifas que contribuyen al sostenimiento.

Donaciones en especie y monetarias: Campaña "Adopta un Abuelo" donde familias apoyan a un adulto mayor sin familia.

Sistema de ahorro para la vejez: Programa pionero que permite contribuciones desde edad temprana como previsión para acceder a los servicios en el futuro.

Esta estructura integral del modelo Canvas sustenta la viabilidad y el potencial impacto del proyecto "Club Vital" como una solución innovadora a los desafíos que enfrentan los adultos mayores en Popayán, garantizando su sostenibilidad económica mientras genera valor social significativo.

Proyección Operativa y Financiera

En este capítulo, se detalla la infraestructura, los recursos y los procesos necesarios para la operación eficiente de "Club Vital", un centro integral para el adulto mayor en Popayán cauca.

Tamaño del Proyecto

El proyecto "Club Vital" se diseñó para atender las necesidades de la población de adultos mayores en Popayán, ofreciendo un espacio comprensivo para la socialización, el aprendizaje y el desarrollo personal. El cual contará con una instalación en el centro de la ciudad y contará con la capacidad para atender a 50 adultos mayores simultáneamente, con una proyección de atención total de 100 adultos mayores diariamente distribuidos en dos jornadas principales (mañana y tarde). Esta capacidad se ha determinado considerando los estudios demográficos del DANE, ya que Popayán cuenta con aproximadamente 15,000 adultos mayores, de los cuales se estima que un 10% (1,500) buscaría activamente este tipo de servicios. En la encuesta de mercado preliminar se mostró un interés del 8% de la población objetivo (aproximadamente 1,200 adultos mayores). Por esta razón la capacidad física del espacio del área total será de 500m² que permite atender cómodamente a 50 personas simultáneamente, considerando 10m² por persona, incluyendo áreas comunes y se estima que la rotación de usuarios de del 70% de los usuarios asistirá 2-3 veces por semana, permitiendo una rotación que maximiza la capacidad instalada.

Tabla 6*Capacidad de Producción por Servicio*

Servicio	Capacidad diaria	Capacidad semanal	Capacidad mensual	Justificación
Membresía integral	50 usuarios	250 usuarios	1.000 atenciones	50 miembros fijos atendidos 5 días a la semana (20 días/mes)
Servicios por demanda	30 usuarios	150 usuarios	600 atenciones	30 usuarios no miembros que reciben servicios específicos
Talleres específicos	20 talleres	100 talleres	400 talleres	4 talleres diarios con 5 participantes cada uno
Consultas médicas	12 consultas	60 consultas	240 consultas	3 profesionales que atienden 4 consultas diarias
Terapias físicas	15 secciones	75 secciones	300 secciones	3 sesiones grupales diarias con 5 participantes cada una
Talleres recreativos	10 talleres	50 talleres	200 talleres	2 talleres diarios con capacidad para 5 personas cada uno
Control de signos vitales	25 controles	125 controles	500 controles	Servicio rápido para 25 personas diarias

Nota. Esta tabla detalla la capacidad diaria, semanal y mensual de cada servicio ofrecido por

"Club Vital", junto con la justificación de estas capacidades. Los servicios incluyen membresía integral, servicios por demanda y talleres específicos. *Fuente.* Autor.

Se empleará tecnologías de la información y la comunicación (TIC) para la gestión del centro, con una inversión inicial de 10.500.000 que incluye:

Tabla 7*Descripción de Gastos Tecnológicos para la Operación del Proyecto*

Tecnología	Descripción	Costo	Justificación
Sistema de gestión de miembros	Software para administración de usuarios, pagos y asistencia	\$2,500,000	Permitirá un seguimiento personalizado de cada usuario, historial de asistencia y servicios utilizados
Plataforma para programa "Abuelos Digitales"	Software educativo adaptado a adultos mayores	\$3,000,000	Facilitará la alfabetización digital con interfaz amigable y contenidos específicos
Aplicación móvil personalizada	App para usuarios y familiares	\$3,500,000	Mejorará la comunicación con familiares y permitirá seguimiento de actividades
Equipamiento para teleconferencias	Sistema de comunicación audiovisual	\$1,500,000	Facilitará talleres virtuales y comunicación con especialistas remotos
Total		10.500.000	

Nota. La tabla muestra la descripción de los gastos tecnológicos para la operación del proyecto.

Fuente. Autor.

Espacio Requerido

El centro requiere un espacio amplio y accesible de 500m², ubicado en una zona central de Popayán, con un costo de arrendamiento mensual estimado de \$4,800,000. calculado a partir del precio promedio por m² en la zona seleccionada (\$9,600/m²), cuyo valor se corrobora con un estudio de mercado inmobiliario local realizado en marzo de 2025.

La distribución del espacio incluye:

Área de recepción y administración

Salas para talleres y actividades recreativas

Gimnasio y espacios para actividades físicas adaptadas

Cafetería y área de alimentación

Huerta comunitaria

Tienda para la venta de productos elaborados por los adultos mayores

Espacios de descanso y socialización

Baños adaptados y accesibles

Tabla 8*Capacidad Instalada y Utilización del Espacio*

Conceptos	Unidad de medida	Justificación
Área total del centro	500 m ²	Superficie total del terreno y la construcción. Basado en normativas para centros de adultos mayores (NTC 6047)
Área de talleres	150 m ²	3 m ² por persona × 50 personas
Área de gimnasio	100 m ²	2 m ² por persona × 50 personas
Área de cafetería	80 m ²	1.6 m ² por persona × 50 personas
Área de huerta	50 m ²	Espacio suficiente para 10 parcelas de cultivo
% de espacio utilizado	80 %	Oficinas para 5 personas
Capacidad de atención simultánea	Número de personas 50	16% del espacio total
Capacidad de atención diaria	Número de personas 100	Distribuidos en dos jornadas principales

Nota. Capacidad instalada y utilización del espacio presenta el espacio requerido para diferentes áreas del centro, como el área total, área de talleres, gimnasio, cafetería y huerta, además del porcentaje de espacio utilizado y la capacidad de atención simultánea y diaria. *Fuente.* Autor.

Ficha Técnica del Servicio con Costos Asociados

"Club Vital" ofrece un conjunto de servicios integrales para mejorar la calidad de vida de los adultos mayores, que incluyen:

Tabla 9*Servicios y Costos Operativos Mensuales*

Recursos	Costo Unitario	Unidades Necesarias	Costo Total	% del Costo
Personal	106.000	1	106.00	50%
Espacio físico (m ²)	9.600	10	96.000	45%
Materiales	10.000	1	10.000	5%
Costo total por membresía			212.00	100%
Margen de contribución			138.000	39.4%

Nota. Servicios y costos operativos mensuales muestra una ficha técnica de ejemplo para dos servicios (consulta médica y taller recreativo), detallando los recursos, costos unitarios, unidades necesarias, costo total y margen de contribución. Fuente. *Autor.*

Costo de Membresía Integral Mensual (precio venta: \$350,000)

Tabla 10*Costo de Consulta Medica*

Recursos	Costo Unitario	Unidades Necesarias	Costo Total	% del Costo
Honorarios profesionales	20.000	1	20.000	80%
Espacio físico (m ²)	400	10	4.000	15%
Insumos médicos	1000	1	25.000	4%
Costo total por membresía			25.0000	100%
Margen de contribución			15.000	37.5%

Nota. Servicios y costos operativos mensuales muestra una ficha técnica de ejemplo para dos servicios (consulta médica y taller recreativo), detallando los recursos, costos unitarios, unidades necesarias, costo total y margen de contribución. *Fuente.* Autor.

Costo de consulta médica (precio venta: \$40,000)

Tabla 11

Costo de Taller Recreativo

Recursos	Costo Unitario	Unidades Necesarias	Costo Total	% del Costo
Instructor por hora	30.000	1	30.000	60%
Espacio físico (m ²)	9.600	2	19.000	38%
materiales	1.000	5	5.000	2%
Costo total por taller 5 personas			54.200	
Costo total por membresía			10.840	100%
Margen de contribución			9.160	45.8%

Nota. Servicios y costos operativos mensuales muestra una ficha técnica de ejemplo para dos servicios (consulta médica y taller recreativo), detallando los recursos, costos unitarios, unidades necesarias, costo total y margen de contribución. *Fuente.* Autor.

Costo de taller recreativo (precio venta: \$20,000)

Sustentación de las Necesidades de Recursos Humanos, Tecnológicos y de Infraestructura para la Prestación del Servicio o la Producción de los Bienes

Tabla 12

Inversiones en Recursos Humanos

Cargo	Cantidad	Salario mensual	Carga profesional	Desglose de carga prestacional
Director del centro	1	\$3.000.000	52%	Salud (8.5) 255.000 Pensión (12%) 360.000 ARL (0.522%) 15.660 Cesantías (8.33%) 249.900 Prima (8.33%) 249.900 Vacaciones (4.17%) 125.100 Intereses cesantías (1%) 2.499 Parafiscales (9%) 270.000
Coordinador de programas	1	\$2,500,000	52%	Salud (8.5) 212.500 Pensión (12%) 300.000 ARL (0.522%) 13.050 Cesantías (8.33%) 208.250 Prima (8.33%)280.250 Vacaciones (4.17%)104.250 Intereses cesantías (1%)25.000 Parafiscales (9%)225.000
Asistente administrativo1	1	\$1,200,000	52%	Salud (8.5) 102.000 Pensión (12%)144.000 ARL (0.522%)6.264 Cesantías (8.33%)99.960 Prima (8.33%) 99.960 Vacaciones (4.17%)50.040 Intereses cesantías (1%) 12.000 Parafiscales (9%) 108.000
Instructores (medio tiempo)	4	\$1,000,000	52%	Salud (8.5) 85.000 Pensión (12%) 120.000 ARL (0.522%) 5.220 Cesantías (8.33%) 83.300 Prima (8.33%)83.300 Vacaciones (4.17%) 41.700 Intereses cesantías (1%) 10.000 Parafiscales (9%) 90.000
Profesionales salud (por horas)	3	\$1,800,000	52%	Salud (8.5) 153.000 Pensión (12%) 216.000 ARL (0.522%) 9.396 Cesantías (8.33%) 149.940 Prima (8.33%) 149.940 Vacaciones (4.17%) 75.060 Intereses cesantías (1%) 18.000 Parafiscales (9%) 162.000

Personal servicios generales	2	\$1,100,000	52%	Salud (8.5)	93.500
				Pensión (12%)	132.000
				ARL (0.522%)	5.742
				Cesantías (8.33%)	91.630
				Prima (8.33%)	91.630
				Vacaciones (4.17%)	45.870
				Intereses cesantías (1%)	11.000
				Parafiscales (9%)	99.000

Nota. Descripción detallada de inversiones en recursos humanos, necesarios para la prestación del servicio las unidades necesarias y el costo mensual con su desglose de prestaciones. *Fuente.* Autor.

Tabla 13

Lista de equipos

Concepto	Cantidad	Valor unitario	Valor total	Vida útil (años)	Depreciación mensual
Computadores	5	\$1.200.000	\$6.000.000	5	\$100.000
Impresoras	2	\$800.000	\$1.600.000	3	\$44.444
Plantillas interactivas	2	\$2.500.000	\$5.000.000	5	\$83.333
Sistema de gestión	1	\$4.500.000	\$4.500.000	5	\$75.000
Equipos de monitoreo	5	\$600.000	\$3.000.000	4	\$62.500
Total			\$20.100.000		\$365.277

Nota. Lista de equipos de oficina, inmobiliario para talleres, equipos de tecnología con la cantidad y el valor unitario y total de cada uno de los recursos tecnológicos. *Fuente.* Autor.

La depreciación mensual se calcula mediante el método de línea recta (Valor total ÷ Vida útil en meses).

Tabla 14*Lista Inmobiliaria*

Concepto	Valor unitario	Vida útil (años)	Depreciación mensual	Justificación
Adaptaciones edificio	\$15.000.000	10	\$125.000	Adecuación de espacios según normativa para adultos mayores
Mobiliario talleres	\$8.000.000	7	\$95.238	Mesas, sillas y equipo especializado para talleres
Equipamiento gimnasio	\$12.000.000	8	\$125.000	Equipos adaptados para ejercicio de adultos mayores
Equipos cafetería	\$6.000.000	5	\$100.000	Electrodomésticos y menaje para servicio de alimentación
Implementos huerta	\$2.500.000	5	\$41.667	Herramientas y materiales para huerta terapéutica
Total	43.500.000		\$486.905	

Nota. Lista inmobiliaria para talleres, equipos de gimnasio, cocina, adaptaciones de

infraestructura e implementos de huerta con valor unitario. *Fuente.* Autor.

Tabla 15*Descripción detallada de Inversiones en Equipamiento*

Conceptos	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Equipo de oficina			

Computadores	5	1.200.000	6.000.000
Impresoras	2	800.000	1.600.000
Inmobiliario para talleres			
Teléfonos	3	150.000	450.000
Inmobiliario para talleres			
Mesas modulares	10	180.000	1.800.000
Sillas ergonómicas	50	120.000	6.000.000
Materiales de arte	1 lote	4.800.000	4.800.000
Equipos de gimnasio			
Caminadoras adaptadas	3	1.800.000	5.400.000
Bicicletas estáticas	4	900.000	3.600.000
Equipo de fisioterapias	1 lote	3.500.000	3.500.000
Equipo de cocina			
Estufa industrial	1	1.500.000	1.500.000
Nevera	1	1.200.000	1.200.000
Menaje Completo	1 lote	2.500.000	2.500.000
Equipos de tecnología			
Pantallas interactivas	2	2.500.000	5.000.000
Sistema de sonido	1	900.000	900.000
Tables para usuarios	10	600.000	6.000.000

Adaptaciones de infraestructura			
Rampas y barandas	1 lote	5.000.000	5.000.000
Baños adaptados	4	2.500.000	10.000.000
Señalización especial	1 lote	1.500.000	1.500.000
Otros			
Botiquín y equipo de primeros auxilios	2	250.000	250.000
Sistema de alarmar	1	2.000.000	2.000.000
Total			69.250.0000

Realizar las Proyecciones de Distribución en Planta

La distribución de la planta se ha diseñado considerando las necesidades específicas de movilidad y accesibilidad para adultos mayores, siguiendo normativas de accesibilidad universal (NTC 6047).

Criterios de Diseño Aplicados

Circulación: Pasillos de mínimo 1.50m de ancho para permitir la circulación con ayudas técnicas

Accesibilidad: Rampas con pendiente máxima del 8% y barandas a 90cm de altura

Seguridad: Pisos antideslizantes y señalización de alto contraste

Confort: Iluminación natural complementada con luz artificial de 500 lux en áreas de actividades

Dimensiones: Espacios que permitan un radio de giro de 1.50m para sillas de ruedas

Distribución de Áreas

Recepción y área administrativa (40m²): Ubicada en la entrada principal, incluye:

Recepción y sala de espera: 15m²

Oficinas administrativas: 25m²

Área de talleres (150m²): Dividida en tres espacios flexibles:

Sala multiusos 1: 60m² (capacidad 20 personas)

Sala multiusos 2: 50m² (capacidad 15 personas)

Sala de computación: 40m² (capacidad 15 personas)

Gimnasio (100m²): Diseñado para actividades físicas adaptadas:

Área de máquinas: 50m²

Área de ejercicios grupales: 50m²

Cafetería (80m²): Incluye:

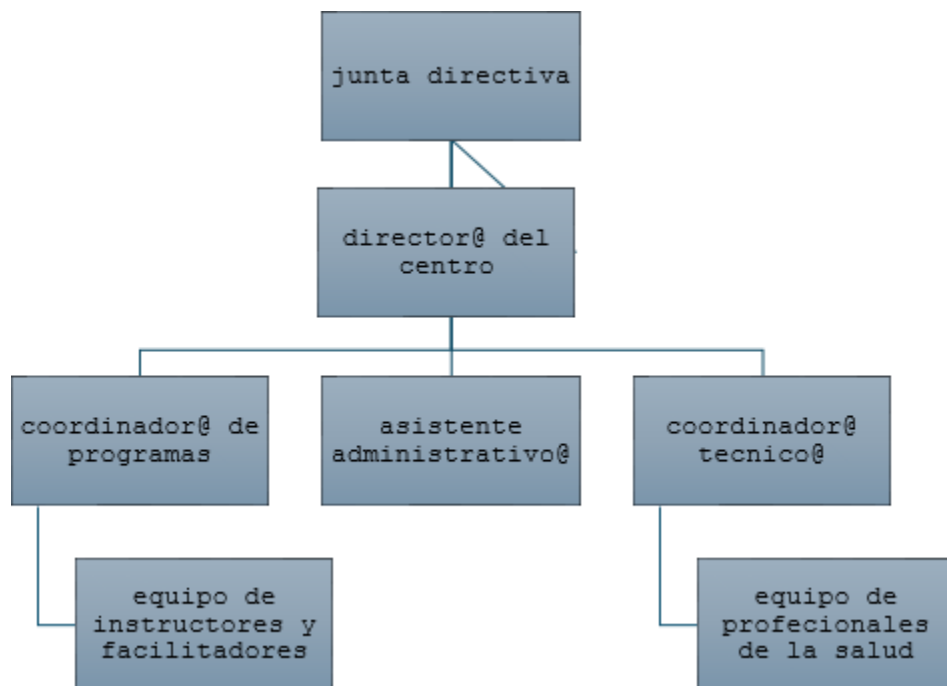
Área de mesas: 60m²

Cocina y mostrador: 20m²

Huerta comunitaria (50m²): Ubicada en el exterior con acceso adaptado

Áreas comunes y circulación (80m²): Incluye pasillos, zonas de descanso y baños adaptados

Descripción de los Cargos, Organigrama y Necesidades de Personal

Figura 2*Organigrama de "Club Vital"**Fuente. Autoria propia***Tabla 16***Describe las Inversiones en Recursos Humanos*

Cargo	Formación requerida	Experiencia	Funciones principales	Tipo de contrato	Salario	Justificación
Director/a	Profesional en administración, geriatría o afines	3+ años en gestión de programas para adultos mayores	Dirección estratégica y representación	Término indefinido	\$3.000.00	Basado en promedio del mercado local para cargos similares
Coordinador/a de Programas	Profesional en trabajo social, psicología o afines	2+ años en desarrollo de actividades para	Diseño y coordinación de programas	Término indefinido	\$2.500.00	Comparable a coordinadores en centros similares

		adultos mayores				en la región
Asistente Administrati vo/a	Técnico en administración	1+ año en funciones administrati vas	Gestión administrat iva y atención al público	Términ o indefini do	1.200.00 0	Superior al salario mínimo en un 15%
Instructores	Técnico/profesi onal según área (educación física, artes, etc.)	1+ año en trabajo con adultos mayores	Desarrollo de talleres específicos	Prestaci ón de servicio s	30.000 por hora	Tarifa estándar para instructore s especializa dos
Profesionale s de salud	Profesional según especialidad (médico, psicólogo, nutricionista)	2+ años en atención geriátrica	2+ años en atención geriátrica	Prestaci ón de servicio	80.000 por hora	Tarifas competitiv as para profesional es de la salud

Nota. Describe las inversiones en recursos humanos de forma detallada. *Fuente.* Autor.

Tabla 17*Descripción Equipos*

Conceptos	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Impresora	1	800.000	800.000
Teléfonos	2	150.000	300.000
Escritorios	3	250.000	750.000
Sillas	5	80.000	400.000
Archivos	2	200.000	400.000
Total			5.650.000

Nota. Descripción equipos de oficina, inmobiliario, equipos de tecnología con la cantidad y el valor unitario y total de cada uno. *Fuente.* Autor.

Procesos Preoperativos**Tabla 18***Costos operativos desglosa los costos operativos del proyecto*

Concepto	Valor	Tiempo requerido	Justificación
Constitución legal de la empresa	2.500.000	1 mes	Incluye registro en Cámara de Comercio (\$800,000), trámites notariales (\$700,000), RUT (\$0), registro de marca (\$700,000), y gastos diversos (\$300,000)
Licencias y permisos	3.800.000	2 meses	Licencia de funcionamiento (\$1,500,000), permisos sanitarios (\$900,000), certificación bomberos (\$600,000), y uso de suelo (\$800,000)
Adecuación de instalaciones	22.000.000	3 meses	Obras físicas (\$15,000,000), adaptaciones para accesibilidad (\$5,000,000), e instalaciones especiales (\$2,000,000)
Reclutamiento y capacitación	4.500.000	2 meses	Proceso de selección (\$1,500,000), capacitación inicial (\$2,000,000), y materiales (\$1,000,000)
Publicidad y prelanzamiento	5.000.000	2 meses	Diseño de imagen corporativa (\$1,200,000), material publicitario (\$1,800,000), y eventos de prelanzamiento (\$2,000,000)

Seguros y pólizas	3.200.000	15 días	Responsabilidad civil (\$1,800,000), póliza de cumplimiento (\$900,000), y seguro de instalaciones (\$500,000)
Total, Pre operativos	41.000.000	4 meses	

Nota. La tabla muestra los costos operativos desglosa y los costos operativos del proyecto.

Localización y Justificación

Tabla 19

Ubicación de "Club Vital"

Factor de localización	Ponderación	Calificación (1-5)	Justificación
Accesibilidad y transporte	25%	4.5	5 rutas de bus a menos de 200m ubicación céntrica que permite acceso desde diferentes puntos de la ciudad
Proximidad a la población objetiva	20%	4.0	Radio de 3km abarca 45% de adultos mayores según censo local, cercano a 3 barrios con alta concentración de población objetivo
Costo del arrendamiento	15%	3.5	\$4,800,000 mensual (\$9,600/m ²) valor dentro del rango promedio para zonas comerciales en Popayán
Seguridad del sector	15%	4.0	Zona comercial con vigilancia índice de criminalidad bajo según estadísticas policiales, presencia de CAI a 500m
Tamaño y adecuación	15%	4.2	Edificación de un solo nivel con espacios amplios poco requerimiento de adecuaciones estructurales cuenta con áreas verdes
Servicios complementarios cercanos	10%	3.8	Cercanía a centros médicos (500m), farmacias (300m), bancos (400m) y comercio (inmediato)
Calificación Total	100%	4.1	Ubicación óptima para el proyecto que equilibra accesibilidad, costo y servicios

Nota. La ubicación de "Club Vital" se elegirá estratégicamente en una zona central de Popayán que garantice la accesibilidad para los adultos mayores. *Fuente.* Autor.

Proyección Financiera Básica (Mensual)

Tabla 20

Ingresos Proyectados

Fuente de ingreso	Cantidad usuarios	Valor unitario	Ingresos mensuales	Justificación
Membresía integral	50	350.000	17.500.000	Calculado con base en capacidad objetivo y precio competitivo
Servicios por demanda	30	150.000	4.500.0000	Servicios especializados para no miembros
Talleres	20	80.0000	2.600.000	Talleres específicos con valor agregado
Venta de productos de huerta y artesanía	Global	Global	2.000.000	Basado en producción estimada y margen del 40%
Total, de Ingresos Mensuales			26.600.000	

Nota. La tabla muestra los ingresos proyectados. *Fuente.* Autor.

Tabla 21

Gastos Operativos Mensuales

Concepto	Valor mensual	Justificación
Nómina y honorarios	10.600.000	Incluye todos los cargos con prestaciones sociales (52%)
Arrendamiento	4.800.000	\$9,600/m ² para 500m ² en zona céntrica
Servicios públicos	1.500.000	Agua (\$400,000), luz (\$700,000), internet/teléfono (\$300,000), gas (\$100,000)
Materiales e insumos	2.300.000	Materiales para talleres (\$1,200,000), cafetería (\$600,000), oficina (\$500,000)

Mantenimiento	800.000	Preventivo de equipos (\$300,000), instalaciones (\$500,000)
Mercadeo y publicidad	1.200.000	Redes sociales (\$500,000), materiales impresos (\$400,000), eventos (\$300,000)
Seguros	600.000	Responsabilidad civil y contenidos
Otros gastos	900.000	Imprevistos, transporte, gestión bancaria
Total, gastos	22.700.000	

Nota. La tabla muestra los gastos operativos mensuales. *Fuente.* Autor.

Análisis de Sostenibilidad

Club vital cuenta con una viabilidad financiera ya que el proyecto presenta una proyección financiera básica que muestra ingresos mensuales estimados de \$26.600.000 y gastos operativos de \$22.700.000, lo que sugiere viabilidad económica. El centro genera ingresos a través de membresías, servicios por demanda, talleres y la venta de productos de la huerta y artesanías, diversificando sus fuentes de ingresos.

Club Vital" demuestra un enfoque sólido hacia la sostenibilidad al considerar aspectos sociales, económicos y operativos en su planificación y operación.

La Estructura de Costos

Tabla 22

Costos Operativos

Tipo de costo	Monto mensual	% del total	Justificación
Costos fijos			
Arrendamiento	4.800.000	21.1%	\$9,600/m ² × 500m ²
Nomina base	10.600.000	46.7%	Incluye prestaciones (52%)
Servicios públicos	1.500.000	6.6%	Agua, luz, internet, gas
Depreciación equipos	852.182	3.8%	Tecnología e infraestructura
Seguros	600.000	2.6%	Responsabilidad civil y contenidos
Subtotal costos fijos	18.352.182	80.8%	
Costos variables			

Materiales e insumos	2.300.000	10.1%	Talleres, cafetería, oficina
Mercado y publicidad	1.200.000	5.3%	Redes, impresos, eventos
Mantenimiento			
Otros gastos	800.000	3.5%	Equipos e instalaciones
	900.000	4.0%	Imprevistos, transporte, gastos bancarios
Subtotal costos variables	\$5.200.000	22.9%	
Total, costos operativos	22.700.000	100%	

Nota. Costos operativos desglosa los costos operativos del proyecto, clasificándolos en costos fijos y variables, y mostrando el monto mensual y el porcentaje del total de cada categoría.

Análisis del Punto de Equilibrio - Club Vital

El punto de equilibrio se alcanza cuando los ingresos totales igualan a los costos totales actualmente los ingresos son de \$26,600,000, se está al 57.5% del punto de equilibrio lo cual no indica que los ingresos deben ser de un 73.8% para alcanzar el punto de equilibrio deseado.

Cálculo del punto de equilibrio

$$\text{Punto de equilibrio en ventas} = \text{Costos fijos} / \% \text{ Margen ponderado} = \$18,352,182 / 0.397 = \$46,227,158$$

Esto significa que Club Vital necesita generar ventas mensuales de \$46,227,158 para cubrir todos sus costos fijos, lo que equivale a:

132 membresías integrales

1,156 consultas médicas

2,311 talleres recreativos

Con la mezcla actual de servicios se necesita llegar a:

87 membresías integrales (65.8% de \$46,227,158) = \$30,417,470

193 servicios por demanda (16.9% de \$46,227,158) = \$7,812,390

236 talleres (9.8% de \$46,227,158) = \$4,530,261

Productos por valor de \$3,467,037 (7.5% de \$46,227,158)

Una vez alcanzado el punto de equilibrio, cada membresía adicional genera una utilidad de \$138,000.

Conformación del Equipo de Trabajo

Figura 3

Organización de Personal Remunerado Inicial



Fuente. Autoria propia

Tabla 23
Organización de Personal Remunerado Inicial

Cargo	Tipo de Vinculación	Sueldo Base (estimado)	Costo Total (52%)
Director/a General	Tiempo completo - Permanente	\$3.000.000	\$4.560.000
Coordinador/a de Programas	Tiempo parcial - Permanente	\$2.500.000	\$3.800.000
Asistente Administrativo	Medio tiempo - Permanente	\$1.200.000	\$1.824.000
Talleristas y Profesionales	Por prestación de servicios	\$100.000/sesión aprox.	No aplica (sin prestaciones)
Psicólogo/a	Honorarios (1–2 veces/semana)	\$150.000/sesión aprox.	No aplica (sin prestaciones)
Voluntarios y Practicantes	Convenio (rotativo)	N/A	No aplica

Nota. La tabla muestra la organización de personal remunerado inicial. Fuente. *Autor.*

Criterios Considerados para Infraestructura con Capacidad Diaria de 50 Personas

Capacidad operativa diaria: Diseño de espacios físicos (salones, oficinas, baños, comedor) dimensionados para atender cómodamente a 50 personas cada día, evitando aglomeraciones o tiempos de espera prolongados.

Distribución funcional de espacios: Zonas diferenciadas para recepción, atención, talleres, áreas administrativas y descanso, garantizando fluidez en la atención diaria de los usuarios.

Servicios sanitarios suficientes: Cantidad y calidad de baños y lavamanos ajustados a la norma para uso frecuente por 50 personas/día, con materiales resistentes a desgaste y fáciles de limpiar.

Capacidad de atención profesional: Número de personal (psicólogos, talleristas, administrativos) adecuado para garantizar atención efectiva y personalizada a 50 usuarios cada día.

Mobiliario y equipamiento funcional: Mobiliario ergonómico y durable, y recursos tecnológicos suficientes para cubrir sesiones simultáneas o consecutivas durante el día.

Salubridad e higiene: Protocolos de limpieza y desinfección frecuentes, considerando la alta rotación diaria de usuarios y la prevención de riesgos sanitarios.

Seguridad y accesibilidad: Infraestructura segura (salidas de emergencia, señalización, accesibilidad universal) para un tránsito fluido y seguro de las personas cada día.

Logística de alimentación (si aplica): Si se proveen alimentos, la cocina y el comedor deben estar preparados para producir y servir 50 raciones diarias con cumplimiento de normas sanitarias.

Sostenibilidad operativa: recursos humanos, financieros y materiales planificados para asegurar el funcionamiento eficiente y continuo con esta carga diaria.

Tabla 24

Servicios y Costos en Club Vital

Servicios	Costos en Club Vital
Membresía integral mensual	\$350.000
Consulta médica integral	\$40.478
Terapias físicas (Individuales o grupales)	\$40.478
Servicio de transporte (Ida y vuelta)	\$40.478
Talleres recreativos grupales	\$19.196
Talleres de estimulación cognitiva grupales	\$19.196
Atención psicológica individual	\$40.478
Control y monitoreo de signos vitales y peso corporal	\$40.478

Nota. La tabla muestra los servicios y los costos en Club Vital. *Fuente.* Autor.

Definición de un Cronograma de Actividades y Metas Alcanzables

Tabla 25

Cronograma de Actividades

Mes	Actividad	Acciones	Meta alcanzable	Responsable
Mes 1	Construcción legal y arrendamiento	-Registro legal del centro. -Firma del contrato de arriendo. -Inicio de adecuaciones básicas	Club registrado legalmente y sede asegurada	Director/General
	Diagnostico final del local	-Verificación de accesibilidad -Validación de normas NTC6047	Informe de viabilidad y funcional	Coordinador/a de programas
Mes 2	Adecuación de infraestructura	-Instalación de rampas, baños, señalización. -Compra e instalación de mobiliario base	Espacio adaptado al 80% para operación	Proveedor + dirección
	Reclutamiento de personal	-Convocatoria y selección del equipo básico (director, asistente, coordinador, instructores)	Equipo mínimo contratado	Dirección general
	Capacitación interna	-Capacitación en atención geriátrica y uso del sistema de gestión -Simulación de actividades	Personal capacitado y cronograma de piloto listo	Coordinador/a de programas
Mes 3	Implementación tecnología	-Instalación de sistema de gestión, pantallas, tabletas. -Testeo de plataforma digital “abuelos digitales”	TIC operativos al 100%	Asistente administrativo/ Proveedor TI
	Campaña de prelanzamiento	-Diseño de imagen corporativa -Publicidad digital y física -Alianzas iniciales	Al menos 100 interesados inscritos	Área de comunicaciones

Mes 4	Pruebas piloto y ajustes	-Simulación con 10-15 adultos mayores invitados -Recopilación de retroalimentación -Reuniones con alcaldía, empresas privadas.	Validación de servicios y procesos internos	Coordinador/a de programas
	Firma de convenios y patrocinios	-Firma de mínimo 2 convenios	Asegurar mínimo 10M de apoyo mensual	Director general
	Lanzamiento oficial	-Evento inaugural -Inicio formal de servicios	Operación al 60% de capacidad (30-35 usuarios)	Todo el equipo

Nota. El cronograma de actividades para el club vital a corto plazo será a 4 meses. A

continuación, se presenta como será su puesta en marcha. *Fuente.* Autor.

Metas Globales en 4 Meses

Centro legalmente constituido y operativo.

Infraestructura adaptada al 100%.

Personal básico contratado y capacitado.

Al menos 30 usuarios activos inscritos.

Alianzas institucionales que cubran el 60% del déficit proyectado.

Proyecciones de Ingresos

Para definir las proyecciones de ventas se parte analizar el comportamiento actual de demanda, con el objetivo de determinar el volumen de productos bienes o servicios que se estaría dispuestos a adquirir, en este sentido, se parte por la recopilación de datos sobre sus gustos, preferencias, motivos de compra y costumbres. En el caso que el producto o servicio, sea el sustituto de uno actual se puede tomar datos sobre las proyecciones de consumo actual de dicho producto o servicio. El objetivo es sustentar con cifras la existencia de un mercado real.

Tabla 26*Cálculo de la Demanda*

Población objetivo	343.011 (Telencuestas, 2024)
Consumo promedio (mensual o anual)	77.2% (Chalapud Narváez & Molano Tobar, 2021)
Total, consumo	264.804
Porcentaje de captura (% de mercado al que desean llegar)	16%
Total, demanda potencial	54.755 adultos mayores (Telencuestas, 2024)

Nota. Cálculo de la demanda presenta el cálculo de la demanda del servicio, proyectando un crecimiento. *Fuente.* Autoria propia

Tabla 27*Proyecciones de Ventas*

Mes	Año 1
Total	1592
Enero	100
Febrero	105
Marzo	110
Abril	116
Mayo	122
Junio	128
Julio	134
Agosto	141
Septiembre	148
Octubre	155

Noviembre	163
Diciembre	171

Nota. Proyecciones de ventas (unidades) muestra las proyecciones de ventas en unidades a lo largo de un año, con un incremento proyectado del 5% mensual. *Fuente.* Autor.

En caso de que, la demanda del producto sea estacional se debe sustentar cuáles son y en qué meses se podría presentar.

Precio de Venta

Se debe presentar el precio de venta que se tendrá para el producto o servicio. Desde la perspectiva de costos el precio de venta deberá permitir los costos fijos y variables de la empresa y dejar un margen de utilidad. No obstante, es necesario considerar otros aspectos como:

El precio promedio de productos sustitutos o productos similares en el mercado

El precio estimado que estarían dispuestos a pagar por el producto en el mercado

Las estrategias de mercadeo enfocadas al precio

Mensualidad: \$100.000

Tabla 28

Punto de Equilibrio

Elemento	Año 1
Total, costos fijos	\$13'700.000
Total, costos variables	\$7'900.000
Número de unidades	1592
Costo total promedio unitario	\$13.571,29
Costo promedio unitario	\$8.607,08

Costo variable unitario	\$4.963,61
Precio de venta sin IVA	\$100.000
Precio de venta con IVA	\$100.000
Margen de utilidad promedio	86.49%
Punto de equilibrio en unidades	145

Nota. Punto de equilibrio calcula el punto de equilibrio del proyecto, mostrando los costos fijos y variables, el número de unidades, los costos unitarios, el precio de venta y el margen de utilidad.

Fuente. Autor.

Los servicios prestados por centros de acondicionamiento físico están excluidos de IVA.

$$CT = CF + CV = \$ 21.600.000$$

$$\text{Costo Total Promedio Unitario} = \frac{\text{Costo Total de Producción}}{\text{Cantidad Total de Unidades}} = \frac{\$21'600.000}{1592} = \$13.570,29$$

$$\text{Costo Promedio Unitario} = \frac{\text{Costos Fijos de Producción}}{\text{Cantidad Total de Unidades}} = \frac{\$13'700.000}{1592} = \$8.607,08$$

$$\text{Costo Variable Unitario} = \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Cantidad Total de Unidades}} = \frac{\$7'900.000}{1592} = \$4.963,61$$

$$\begin{aligned} \text{Utilidad Neta por Unidad} &= \text{Precio de Venta} - \text{Costo Total Promedio Unitario} = \$100.000 \\ &- \$13.567,84 = \$86.432,16 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Margen de Utilidad Neta Unitario} &= \frac{\text{Utilidad Neta por Unidad}}{\text{Precio de Venta}} = \frac{\$86.432,16}{\$100.000} * 100 \\ &= 86,43\% \end{aligned}$$

$$\text{Utilidad Neta Total} = \$86.432,16 * 1592 = \$137.690.903,52$$

$$\begin{aligned} \text{Ingresos Totales} &= \text{Precio de Venta sin IVA} * \text{Número de Unidades} = \$100.000 * 1592 = \\ & \$159'200.000 \end{aligned}$$

$$\text{Margen de Utilidad Neta Total} = \frac{\text{Utilidad Neta Total}}{\text{Ingresos Totales}} = \frac{\$137.690.903,52}{\$159.200.000} * 100 = 86,49\%$$

$$\begin{aligned}\text{Punto de Equilibrio en Unidades} &= \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\text{Precio de Venta Unitario} - \text{Costo Variable Unitario}} \\ &= \frac{\$13'700.000}{\$100.000 - \$4.963,61} = 144.16 \text{ unidades} = 145 \text{ unidades}\end{aligned}$$

Proyecciones Ingresos por Ventas

Tabla 29*Proyecciones de Ingresos por Ventas*

Ventas esperadas miles												
	E	F	M	A	M	N	L	A	S	O	N	D
Tota l, vent as	\$10' 000. 000	\$10' 500. 000	\$11' 000. 000	\$11' 600. 000	\$12' 200. 000	\$12' 800. 000	\$13' 400. 000	\$14' 100. 000	\$14' 800. 000	\$15' 500. 000	\$16' 300. 000	\$17' 100. 000
Des cuen tos por vent as (5% men sual)	\$500 .000	\$525 .000	\$550 .000	\$580 .000	\$610 .000	\$640 .000	\$670 .000	\$705 .000	\$740 .000	\$775 .000	\$815 .000	\$855 .000
Vent as neta s	\$9'5 00.0 00	\$9'9 75.0 00	\$10' 450. 000	\$11' 020. 000	\$11' 590. 000	\$12' 160. 000	\$12' 730. 000	\$13' 395. 000	\$14' 060. 000	\$14' 725. 000	\$15' 485. 000	\$16' 245. 000
% de vent as a cont ado	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Nota: La naturaleza de los servicios de un gimnasio y en este caso, siendo el pago por mensualidad el principal modo de venta, significa que el modelo de crédito tradicional no sea aplicable. *Fuente.* Autor.

Tabla 30*Proyecciones de Ingresos por Ventas*

	Año 1
Total, ventas	\$159'300.000
Descuentos por ventas	\$7'965.000
Ventas netas	\$151'335.000

Nota. Proyecciones de ingresos por ventas presenta las proyecciones de ingresos por ventas anuales, los descuentos por ventas y las ventas netas. Fuente. *Autor.*

Sustentación Plan de Trabajo

Figura 4

Flujo de Caja Mensual

	E	F	M	A	M	JN	JL	A	S	O	N	D
Ingresos	\$ 462.270,00	\$ 440.257,14	\$ 420.245,45	\$ 398.508,62	\$ 378.909,84	\$ 361.148,44	\$ 344.977,61	\$ 327.851,06	\$ 312.344,59	\$ 298.238,71	\$ 283.601,23	\$ 270.333,33
Ventas	100	105	110	116	122	128	134	141	148	155	163	171
Total ingresos	\$ 46.227.000,00	\$ 46.227.000,00	\$ 46.227.000,00	\$ 46.227.000,00	\$ 46.227.000,00	\$ 46.227.000,00	\$ 46.227.000,00	\$ 46.227.000,00	\$ 46.227.000,00	\$ 46.227.000,00	\$ 46.227.000,00	\$ 46.227.000,00
Egresos	\$ 43.911.333	\$ 43.911.333	\$ 43.911.333	\$ 43.911.333	\$ 43.911.333	\$ 43.911.333	\$ 43.911.333	\$ 43.911.333	\$ 43.911.333	\$ 43.911.333	\$ 43.911.333	\$ 43.911.333
Compra material prima e insumos	\$ 4.333.333	\$ 4.333.333	\$ 4.333.333	\$ 4.333.333	\$ 4.333.333	\$ 4.333.333	\$ 4.333.333	\$ 4.333.333	\$ 4.333.333	\$ 4.333.333	\$ 4.333.333	\$ 4.333.333
Remuneración personal operativo	\$ 23.580.000	\$ 23.580.000	\$ 23.580.000	\$ 23.580.000	\$ 23.580.000	\$ 23.580.000	\$ 23.580.000	\$ 23.580.000	\$ 23.580.000	\$ 23.580.000	\$ 23.580.000	\$ 23.580.000
Gastos generales de operación	\$ 1.891.000	\$ 1.891.000	\$ 1.891.000	\$ 1.891.000	\$ 1.891.000	\$ 1.891.000	\$ 1.891.000	\$ 1.891.000	\$ 1.891.000	\$ 1.891.000	\$ 1.891.000	\$ 1.891.000
Remuneración administrativos	\$ 6.700.000	\$ 6.700.000	\$ 6.700.000	\$ 6.700.000	\$ 6.700.000	\$ 6.700.000	\$ 6.700.000	\$ 6.700.000	\$ 6.700.000	\$ 6.700.000	\$ 6.700.000	\$ 6.700.000
Gastos de administración	\$ 3.416.000	\$ 3.416.000	\$ 3.416.000	\$ 3.416.000	\$ 3.416.000	\$ 3.416.000	\$ 3.416.000	\$ 3.416.000	\$ 3.416.000	\$ 3.416.000	\$ 3.416.000	\$ 3.416.000
Gastos financieros	\$ 2.216.000	\$ 2.216.000	\$ 2.216.000	\$ 2.216.000	\$ 2.216.000	\$ 2.216.000	\$ 2.216.000	\$ 2.216.000	\$ 2.216.000	\$ 2.216.000	\$ 2.216.000	\$ 2.216.000
Gastos de marketing	\$ 875.000	\$ 875.000	\$ 875.000	\$ 875.000	\$ 875.000	\$ 875.000	\$ 875.000	\$ 875.000	\$ 875.000	\$ 875.000	\$ 875.000	\$ 875.000
Otros gastos	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000
Total egresos	\$ 43.911.333	\$ 43.911.333	\$ 43.911.333	\$ 43.911.333	\$ 43.911.333	\$ 43.911.333	\$ 43.911.333	\$ 43.911.333	\$ 43.911.333	\$ 43.911.333	\$ 43.911.333	\$ 43.911.333
Flujo mensual (diferencia entre los ingresos y los egresos)	\$ 2.315.667,00	\$ 2.315.667,00	\$ 2.315.667,00	\$ 2.315.667,00	\$ 2.315.667,00	\$ 2.315.667,00	\$ 2.315.667,00	\$ 2.315.667,00	\$ 2.315.667,00	\$ 2.315.667,00	\$ 2.315.667,00	\$ 2.315.667,00

Nota. Flujo de caja mensual muestra el flujo de caja mensual del proyecto.

Figura 5

Saldos Acumulados

	E	F	M	A	M	JN	JL	A	S	O	N	D
Flujo mensual	\$ 2.315.667,00	\$ 2.315.667,00	\$ 2.315.667,00	\$ 2.315.667,00	\$ 2.315.667,00	\$ 2.315.667,00	\$ 2.315.667,00	\$ 2.315.667,00	\$ 2.315.667,00	\$ 2.315.667,00	\$ 2.315.667,00	\$ 2.315.667,00
Flujo mensual acumulado	\$ 2.315.667,00	\$ 4.631.334,00	\$ 6.947.001,00	\$ 9.262.668,00	\$ 11.578.335,00	\$ 13.894.002,00	\$ 16.209.669,00	\$ 18.525.336,00	\$ 20.841.003,00	\$ 23.156.670,00	\$ 25.472.337,00	\$ 27.788.004,00

Nota. Saldos acumulados (en miles) Presenta los saldos acumulados del proyecto.

Tabla 31

Inversión total

Rubro	Concepto	Valor
Activos fijos	Maquinaria y equipo	No Aplica
	Equipo de oficina	\$ 5.650.000
	Terrenos	No Aplica

	Muebles y enseres	\$ 20.100.000
	Equipo de transporte	No Aplica
Instalaciones y puesta en marcha	Estudios de investigación	No Aplica
	Adecuación del local o espacio de producción	\$ 486.905
	Gastos legales de constitución	\$ 2.500.000
	Marketing	\$ 10.500.000
	Arriendo	\$ 4.800.000
	Sueldos	\$ 10.600.000
Capital de trabajo		
Total		\$ 54.636.905

Nota. Inversión total detalla la inversión total del proyecto, incluyendo activos fijos como equipo

de oficina. *Fuente.* Autor.

Fuentes de Financiamiento

Membresía solidaria:

Sistema de pago según capacidad económica (hasta \$80.000).

Para miembros sin recursos, la tarifa puede ser subsidiada por entidades aliadas.

Negocios internos:

Cafetería comunitaria.

Tienda de productos esenciales para adultos mayores.

Alquiler de espacios para eventos comunitarios.

Actividades productivas de los adultos mayores:

Huerta comunitaria con venta en mercados locales.

Productos artesanales, con un modelo de distribución de beneficios (70% para el artesano, 30% para la sostenibilidad del programa).

Donaciones y campañas solidarias:

Programa de padrinos y campaña “Adopta un Abuelo”.

Donaciones en especie (alimentos, medicamentos, materiales).

Alianzas estratégicas:

Convenios con entidades gubernamentales (como el Programa Colombia Mayor).

Acuerdos con universidades, ONG, cooperativas agrícolas y empresas privadas.

Ingresos digitales:

Venta online de productos elaborados por los adultos mayores.

Potencial implementación de una mensualidad anticipada como ahorro joven para la vejez.

Fuentes de Capital de Inversión Identificadas

Alianzas institucionales:

Gobierno local y nacional: apoyo a través de programas como *Colombia Mayor*.

Secretaría de Salud Municipal: para equipamiento y habilitación de servicios médicos.

Universidades: con aportes en especie (infraestructura, talento humano en práctica profesional).

ONG y fundaciones: como la Fundación Saldarriaga Concha o HelpAge Colombia.

Apoyo del sector privado:

Empresas con responsabilidad social empresarial (RSE) que puedan financiar parte de la infraestructura o equipamiento (ej. Grupo Éxito, Fundación SURA).

Cooperativas locales: como proveedores o patrocinadores para áreas como cafetería y tienda.

Donaciones en especie:

Campañas comunitarias para recibir mobiliario, equipos médicos básicos, materiales para talleres, etc.

Recursos propios y autofinanciación:

Aportes iniciales del equipo promotor del proyecto.

Venta anticipada de membresías o “ahorros jóvenes para la vejez” como forma de prefinanciación.

Créditos blandos o capital semilla:

Posibilidad de acceder a fondos de inversión social o convocatorias de emprendimiento promovidas por entidades como el BID, SENA, Fondo Emprender, entre otros.

Voluntariado estructurado:

Disminución de la carga económica inicial mediante la participación de voluntarios universitarios o profesionales jubilados, lo que reduce la inversión en talento humano.

De dónde proviene el dinero necesario para financiar la operación y sostenibilidad del centro.

Ingresos Propios (Autogenerados)

Sistema de membresía solidaria: aportes mensuales de los usuarios según su capacidad económica.

Venta de productos y servicios:

Productos de la huerta comunitaria.

Artesanías elaboradas por los adultos mayores.

Servicios en cafetería y tienda de productos especializados.

Alquiler de espacios para eventos comunitarios.

Talleres pedagógicos para cuidadores y formación profesional.

App digital (futura) con servicios premium o asociados.

Donaciones y Patrocinios

Campañas solidarias:

“Adopta un Abuelo”.

Programa de padrinos.

Donaciones en especie y monetarias de familias, empresas y ciudadanos.

Fundaciones y ONGS: apoyo de entidades como Fundación Saldarriaga Concha, Fundación SURA, Cruz Roja, entre otras.

Recursos Públicos (Subsidios y Programas Estatales)

Programa Colombia Mayor.

Subsidios de la Secretaría de Salud y Bienestar Social municipal y departamental.

SENA y programas de emprendimiento estatal.

Ministerio TIC para iniciativas de inclusión digital.

Alianzas Estratégicas

Convenios con universidades (practicantes reducen gastos en personal).

Cooperativas agrícolas y comerciales (proveen insumos o financian actividades productivas).

Empresas privadas con programas de RSE (apoyo económico, materiales, tecnología).

Créditos o Fondos Especiales

Capital semilla de fondos como:

Fondo Emprender (SENA).

BID (Banco Interamericano de Desarrollo).

Programas de inversión social nacional o internacional.

Tabla 32

Fuentes de Capital de Inversión – Club Vital

Fuente	Tipo de capital	Operación / Estrategia	Monto estimado (COP)	Costo de capital / Condición
1. Aportes propios	Capital propio	Aporte inicial del equipo emprendedor para constitución legal y arranque mínimo.	\$10.000.000	Sin costo de capital (aportación directa)
2. Donaciones de terceros	Capital de terceros	Donaciones en especie o efectivo de familiares, comunidad o campañas de micro financiación (ej. “Adopta un abuelo”).	\$5.000.000	No reembolsable
3. Entidades gubernamentales	Capital de terceros	Participación en convocatorias del SENA, Fondo Emprender o Programa Colombia Mayor.	\$20.000.000	No reembolsable (capital semilla condicionado a sostenibilidad)
4. Fundaciones y ONGs	Capital de terceros	Apoyo financiero por parte de Fundación SURA, Saldarriaga Concha, Cruz Roja, etc.	\$15.000.000	No reembolsable o en forma de convenios
5. Empresas privadas (RSE)	Capital de terceros	Alianzas con empresas locales (ej. Grupo Éxito, Alpina) para financiamiento de mobiliario, tecnología, etc.	\$10.000.000	Patrocinio (sin interés financiero, con visibilidad social)
6. Créditos blandos	Capital de terceros (deuda)	Préstamos con condiciones favorables con cooperativas u organismos como Bancóldex.	\$20.000.000	Tasa preferencial estimada: 0.8%-1.2% mensual

7. Universidades aliadas	Aportes en especie	Prácticas profesionales, asesoría técnica, uso compartido de espacios o equipos.	\$5.000.000 (estimado)	Sin costo financiero (valor aproximado de servicio aportado)
--------------------------	--------------------	--	------------------------	--

Nota. La tabla muestra fuentes de capital de inversión – Club Vital. *Fuente.* Autor.

Proyección Total Estimada de Inversión Inicial: \$85.000.000 COP

Capital de Terceros

80% del capital se buscará a través de terceros: subsidios, patrocinios, donaciones y créditos blandos.

El capital propio cubrirá principalmente constitución legal y operación básica inicial.

La deuda (en caso de usarse) se mantendría en niveles manejables para no comprometer la viabilidad operativa en los primeros 12 meses.

Criterio de priorización: primero se gestionarán recursos no reembolsables (donaciones, subsidios) y luego deuda blanda si es estrictamente necesario.

Conclusiones

"Club Vital" se presenta como una solución integral y necesaria para abordar las múltiples problemáticas que enfrentan los adultos mayores en Popayán, como el aislamiento social, la falta de espacios adecuados para la recreación y socialización, las limitaciones en la movilidad, la escasa participación en actividades productivas y los problemas de salud física y mental.

La metodología Design Thinking ha demostrado ser una herramienta efectiva para comprender en profundidad las necesidades de los adultos mayores y diseñar un modelo de emprendimiento social que responda de manera innovadora y centrada en el usuario, promoviendo su bienestar físico, mental y social.

La viabilidad de "Club Vital" se sustenta en un modelo de negocio sostenible que combina diversas fuentes de ingresos, incluyendo membresías, negocios internos, actividades productivas de los adultos mayores y alianzas estratégicas con entidades gubernamentales, ONG y empresas privadas, lo que garantiza su sostenibilidad a largo plazo.

El proyecto tiene el potencial de generar un impacto social significativo en la comunidad de Popayán, al mejorar la calidad de vida de los adultos mayores, reducir el aislamiento social, promover el envejecimiento activo y saludable, fomentar la inclusión digital y crear oportunidades económicas

La implementación de "Club Vital" requiere de una planificación cuidadosa y la consideración de diversos factores, como las tendencias del mercado, la competencia, los riesgos y contingencias, y la gestión eficiente de los recursos, para asegurar su éxito y sostenibilidad a largo plazo.

Referencias Bibliografía

- Boero, C. (2020). *Evaluación de proyectos*. Jorge Sarmiento Editor - Universitas. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/172500>
- Cavazos Arroyo, J. (2019). *Gestión de empresas sociales: creación del valor social y económico para conseguir el cambio social* (capítulo 1 y 2). Editorial Miguel Ángel Porrúa. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/191619>
- Cavazos Arroyo, J. (2019). *Gestión de empresas sociales: creación del valor social y económico para conseguir el cambio social* (pp. 135–158). Editorial Miguel Ángel Porrúa. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/191619?page=136>
- Galindo, G. (2019). El *Design Thinking: una técnica que conquista nuevos mercados; Design Thinking: a technique that conquers new markets*. *Grado Cero*, 1(2019). <https://publicacionescientificas.uces.edu.ar/index.php/grado/article/view/858>
- Giraldo Oliveros, M. E., Ortiz Velásquez, M., & De Castro Abello, M. (2021). *Marketing: una versión gráfica*. Universidad del Norte. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/185006>
- Herrero Vicente, D., O'Callaghan Muñoz, X. (Il.), & Vicente Díaz, M. (Coord.). (2021). *Marketing para abogados*. Wolters Kluwer España. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/175778>
- Level Communications, H., Maciá, F. (Dir.), & Santoja, M. (Dir.). (2018). *Marketing en redes sociales*. Difusora Larousse - Anaya Multimedia. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/122932>

- Pacheco Coello, C. E. (2021). *Metodología en casos reales de evaluación de proyectos*. Instituto Mexicano de Contadores Públicos. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/130238>
- Peña Huaytalla, E. (2019). *Design Thinking - 3*. Universidad Continental; Repositorio Institucional-Continental. <https://hdl.handle.net/20.500.12394/6673>
- Quaranta, N. (2020). *Planes de negocio*. Editorial Universidad Adventista del Plata. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/130238>
- Sánchez de Puerta, P. (2019). *Fundamentos del plan de marketing en marketing*. COMM025PO. IC Editorial. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/124250>
- Uribe Palacios, V. J. (2021). *Manual del emprendedor: la caja de herramientas para crear tu modelo y plan de negocios*. Editorial Uniagustiniana. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/199380>