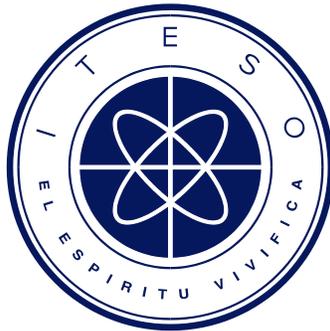


INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE

Reconocimiento de validez oficial de estudios de nivel superior según acuerdo secretarial 15018, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 29 de noviembre de 1976.

Departamento de Economía, Administración y Mercadología

MAESTRÍA EN MERCADOTECNIA GLOBAL



INVESTIGACIÓN APLICADA EN PERSONAS DE LA TERCERA EDAD EN LA ZMG

Trabajo recepcional que para obtener el grado de

MAESTRA EN MERCADOTECNIA GLOBAL

Presenta:

Sahara Magaña Flores, MG56353, MMG, sadifry@hotmail.com

Adriana Lizeth Jacome De Anda, MA697176, MBA, adriana_alja@hotmail.com

Jorge Romero Espinosa, MG42130, MMG, jorgere@iteso.mx

Asesor: Alberto Cuautli Flores Martínez

Tlaquepaque, Jalisco. A 12 de Mayo del 2016.

RESUMEN DEL PROYECTO FINAL

a) Descriptiva:



El Rincón es una idea que surge tras hacer una validación con el mercado potencial para poder entender las necesidades que este podría tener. Después de realizar 78 entrevistas, las conclusiones nos llevan a darnos cuenta que el mercado de la tercera edad tiene muchas carencias debido a que en nuestro país es un sector que tiene soluciones aisladas.

El segmento de mercado validado del NSE A/B+ de 60 a 69 años dentro de la ZMG fue a través de 68 entrevistas, mismo que representa alrededor de 7,960 hombres y 9,504 mujeres, tomando en cuenta que este nivel socio económico representa el 6.4% del total de la población en ciudades según datos del AMAI.¹

El mayor problema que tiene este segmento de mercado recae en que desconocen las soluciones que existen actualmente de productos y servicios para que puedan realizar actividades significativas, asimismo como conocer personas del mismo segmento de mercado con intereses similares para así poder activarse más, sentirse parte de una comunidad, mejorando su sentido de estatus y conveniencia.

En otras palabras, existen muchas empresas haciendo esfuerzos para ofrecer productos y servicios a este segmento de mercado, pero estos no están haciendo una estrategia de segmentación adecuada para llegar a ellos, lo que está ocasionando que este segmento de mercado no este disfrutando a nuestra percepción la mejor etapa de sus vidas.

La propuesta de solución validada a través de 10 entrevistas es el de "Lograr crear un espacio donde las personas de la tercera edad logren interactuar y así puedan crear nuevas experiencias a través de la unión con personas con intereses similares a los suyos." A lo que nos referimos es a generar comunidades de personas de la tercera edad que alienten la actividad y ayuden a su bienestar personal y social.

¹ Miembros del AMAI, *Quiénes somos*, n.d., desde http://amai.org/quienes_somos/quienes.php.

Los tipos de modelos de negocio son a través del **corretaje** ya que se busca ser una conexión entre todas las empresas y negocios que ofrecen productos o servicios que tienen como segmento de mercado a las personas de la tercera edad. A través de la **publicidad** ganaremos dinero por el uso de la plataforma y obtención de información valiosa del segmento de mercado meta.

En principio no existirá un modelo de negocio de comercio electrónico, ya que en nuestras validaciones únicamente el 40% del segmento de mercado meta tiene confianza en transacciones a través de internet, aunque el modelo puede ir evolucionando cuando exista un cambio demográfico de la población, como en los próximos 10 años se espera un crecimiento del 38% del segmento de mercado meta.

La lógica con que operará el negocio será a través de una plataforma web interactiva que sirva para que las personas de la tercera edad tengan en un solo sitio a los oferentes y demandantes de productos y servicios que promuevan las actividades para lo que consideramos que debería ser la mejor etapa de sus vidas, ya que se complementa la experiencia con la disponibilidad de tiempo.

El proceso o metodología con la cual validamos fue a través de: Lean Startup, Customer Development y herramientas como el experiment board, donde utilizamos nuestras hipótesis y supuestos más riesgosos a través de entrevistas personales con el segmento de mercado meta, el cual fuimos construyendo a través de 5 experimentos validando los problemas, antes de poder desarrollar una solución óptima o propuesta de valor y de formar nuestro lienzo de modelo de negocios.

Los principales aprendizajes fueron que es necesario salir del espacio donde uno desarrolla un proyecto para poder validar nuestros supuestos con nuestro segmento de mercado meta para poder ajustar la propuesta de valor y el segmento de mercado mismo en base a las necesidades reales de nuestros clientes, aprender de e nuestros clientes, no centrarnos solos en nuestras ideas, ya que al fin del día el segmento de mercado meta son los que van a pagar por nuestros productos y servicios.

b) Infografía:



PROBLEMA O NECESIDAD VALIDADO

a) Descripción general.

Las personas de la tercera desconocen las soluciones a sus problemas o necesidades que existen en la sociedad para que puedan interactuar, realizar actividades y conocer personas con intereses similares para sentirse parte de una comunidad.

Los 5 ¿Por qué? Es una técnica para realizar preguntas iterativas usadas, para explorar las relaciones de causa y efecto subyacentes a un problema particular.¹ El objetivo principal de la técnica es determinar la causa raíz de un defecto o problema repitiendo la pregunta "¿Por qué?". Cada pregunta forma la base de la siguiente pregunta. El "5" en el nombre se deriva de la observación empírica en el número de iteraciones típicamente requeridas para resolver el problema.²

Cinco Porqués

- ¿Por qué las personas de la tercera edad no hacen más actividades?
 - Porque desconocen de otras personas con intereses similares
- ¿Porque desconocen de otras personas con intereses similares?
 - Porque no encuentran un medio adecuado de cómo encontrarlos
- ¿Por qué no encuentran un medio adecuado de cómo encontrarlos?
 - Porque no hay ningún medio que consolide a los diferentes oferentes y demandantes.
- ¿Por qué no hay ningún medio que consolide los oferentes y demandantes?
 - Porque no han considerado el valor que tienen las personas de la tercera edad en la ZMG.
- ¿Por qué no han considerado el valor que tienen las personas de la tercera edad en la ZMG?
 - Porque no se ha desarrollado un modelo de negocio exitoso que tenga como punto central el satisfacer las necesidades de la tercera edad en la ZMG.

² *Los cinco ¿Por qué?* - *Wikipedia, la enciclopedia libre*, n.d., desde https://es.wikipedia.org/wiki/Los_cinco_%C2%BFPor_qu%C3%A9%3F .

b) **Proceso para validarlo (método usado, Criterio Mínimo de Éxito (CME), resultado y decisiones).**

- **Método Usado:** Buscando resolver el encaje del problema-cliente a través de la exploración por medio de entrevistas.
- **Criterio Mínimo de Éxito (CME):** 12/15 = 80%
- **Resultados:** 15/15 = 100%
- **Decisión:** (perseverar)
- **Aprendizaje:** las personas de la tercera edad buscan tiempo para ellos. Desean tranquilidad y pasar tiempo social. Les gusta sentirse parte de un círculo social de personas activas

- **Criterio Mínimo de Éxito (CME):** 12/15 = 80%
- **Resultados:** 13/15 = 86%
- **Decisión:** (perseverar)
- **Aprendizaje:** Las personas de la tercera edad si tienen un equipo para usar internet, regularmente un teléfono inteligente. Si usan frecuentemente el internet. Si usan WhatsApp como medio de comunicación.

- **Criterio Mínimo de Éxito (CME):** 8/10 = 80%
- **Resultados:** 10/10 = 100%
- **Decisión:** (perseverar)
- **Planteamiento:** Desarrollar una plataforma web que promueva comunidades con intereses similares y que lleve a las personas de la tercera edad a interactuar con el fin de crear nuevas experiencias.

CLIENTE/USUARIO O CONSUMIDOR FINAL VALIDADO

- a) **Descripción general.**
 - a. NSE A/B+ de 60-69 años en la ZMG
- b) **Proceso para validarlo (método usado, CME, resultado y decisiones).**
 - a. **Método Usado:** Buscando resolver el encaje del problema-cliente por medio de la exploración a través de entrevistas
 - b. **Criterio Mínimo de Éxito (CME):** 8/10 = 80%
 - c. **Resultados:** 10/10 = 100%
 - d. **Decisión:** Perseverar
 - e. **Planteamiento:** Desarrollar una plataforma web que promueva comunidades con intereses similares para los adultos de la tercera edad de 60-69 años en la ZMG, que lleve a estas personas a interactuar con el fin de crear nuevas experiencias.

SOLUCIÓN

a) Descripción general.

- a. Lograr crear un espacio donde las personas de la tercera edad logren interactuar y así puedan crear nuevas experiencias a través de la unión con personas con intereses similares a los suyos.

b) Forma en que presentaron la solución al cliente.

- a. Plataforma web en Wix que enseñe como pueden interactuar con otras personas de la tercera edad con intereses similares.

c) Proceso para validarlo (método usado, CME, resultado y decisiones).

- a. **Método Usado:** Minimum Viable Product: Product pitch buscando resolver el Encaje del Producto en el Mercado.

- b. **Criterio Mínimo de Éxito (CME):** $8/10 = 80\%$

- c. **Resultados:** $10/10 = 100\%$

- d. **Decisión:** Perseverar

- e. **Planteamiento:** Realizar el desarrollo de una plataforma que promueva el espacio donde las personas de la tercera edad puedan interactuar con el fin de lograr nuevas experiencias.

d) Soluciones que existan actualmente para resolver la problemática o necesidad validada.

- Creo que no habíamos explorado más de sólo lo básico
- Si hay lugares para los adultos mayores más bien no hay una difusión o publicidad correcta
- La UDG tiene la Universidad de la Tercera Edad
- La UDG tiene las actividades de la Casa del Jubilado
- El DIF Jalisco tiene centros de adultos mayores
- Existen más de 5,500 clubes de la tercera edad en todo el país.
 - Aulas Informativas
 - Bibliotecas
 - Museos
 - Viajes
- Centro de Día para la Tercera Edad Vidavi "Acompañamos a grandes personas" en Av. Moctezuma
 - A diferencia de los asilos, en Vidaví los Adultos Mayores asisten a nuestras instalaciones solamente durante el día, por el periodo de tiempo que ellos o sus familiares elijan, y al final del día se reintegran a su hogar y vida familiar.
 - De esta manera, nuestros Adultos Mayores ven en Vidaví una actividad que enriquece su vida diaria y los aleja de la monotonía.
 - Servicios en :
 - Atención médica especializada
 - Terapia Ocupacional Cognitiva
 - Fisioterapia e Hidroterapia

- Psicología
 - Equipo multidisciplinario
 - Escuela de Familias
 - Página Web <http://www.vidavi.mx/>
- Un adulto mayor se considera a partir de los 60 años.
La mayor cantidad de la población está entre 60 y 64 años (210K personas)
- Seguido por 65 a 69 años (155K personas)
- Existen Expos de la Tercera Edad en la Ciudad.³
Existen clubes de interacción, durante la tercera edad estas acciones se vuelven indispensables para sobrevivir.
- La actividad física es importante con el fin de mejorar las funciones cardio respiratorias, musculares, la salud ósea, funcional, y de reducir el riesgo de ENT (enfermedades no transmisibles), depresión y deterioro cognitivo
- Los adultos de 65 en adelante dediquen 150 minutos semanales a realizar actividades físicas moderadas aeróbicas, o bien algún tipo de actividad física vigorosa aeróbica durante 75 minutos, o una combinación equivalente de actividades moderadas y vigorosas.

Casa Hogar CADIP

Es un espacio creado y especializado para la atención del jubilado de más de 65 años, cuyo ingreso sea menor a los dos mil 500 pesos, se encuentre en abandono familiar, que no padezca enfermedades mentales y que cuente con persona responsable.

Los ancianos son albergados y reciben alimentos, atención médica especializada y pueden acudir a los talleres del CADIP.

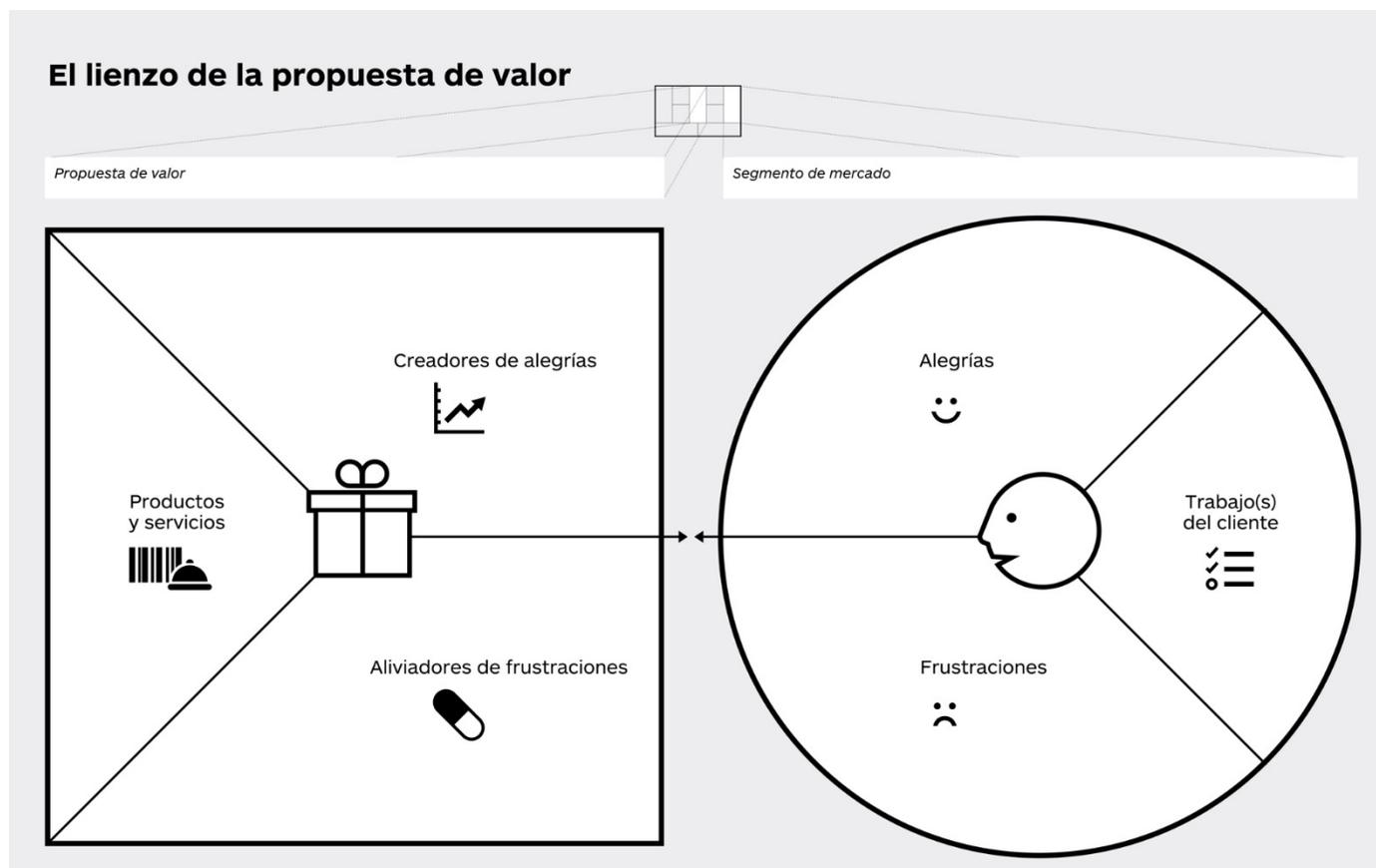
Centros de reunión para adulto mayor:

- * Terapia Ocupacional para Pensionados y Jubilados del ISSSTE
 - Calle Herrera y Cairo No. 1170
 - Colonia Centro, Guadalajara
- * Centro de Atención y Desarrollo Integral del Pensionado para ex trabajadores del gobierno del Estado
 - Avenida San Jorge No. 105
 - Residencial Patria, Zapopan
- * Centro de Día para Adultos Mayores
 - Avenida Bugambilias No. 2500
 - Colonia Bugambilias, Zapopan
- * Sindicatos de exempleados de la U de G
 - Administrativos: Juan Ruiz de Alarcón No. 138
 - Colonia Americana, Guadalajara
 - Académicos: José Parres Arias No. 550
 - Colonia Los Belenes, Zapopan

³ EL INFORMADOR / DJTG, *Clubes de interacción :: El Informador*, n.d., desde <http://www.informador.com.mx/suplementos/2009/132778/6/clubes-de-interaccion.htm> .

LIENZO DE PROPUESTA DE VALOR

Imagen 1. El lienzo de la propuesta de valor



Trabajos del Cliente

| | |
|--|--------------------|
| Salir de la rutina. | Funcional |
| Conocer nuevos lugares de entrenamiento. | Social |
| Vivir nuevas experiencias. | Social / Emocional |
| Tener ocio / distracciones. | Social |
| No tener depresión. | Emocional |
| Sentirse activos. | Funcional |
| Diversión y entrenamiento. | Social / Funcional |
| Crecimiento de la autoestima. | Emocional |
| Auto superación personal | Funcional |

Frustraciones

| | |
|---|-----------------------|
| Engaño o estafa. | Emocional |
| Incertidumbre o desinformación | Emocional |
| No estar presente en los eventos locales o de comunidad | Social |
| No tener asesoría y hacer actividades inadecuadas | Emocional / Funcional |
| Recibir mal servicio por falta de información | Emocional / Funcional |
| No poder pagar un servicio | Emocional / Funcional |
| Poca habilidad para el uso de la tecnología | Funcional |
| No poder trasladarse | Funcional |
| Actividades que no sean de su interés | Funcional |

Alegrías

| | |
|--|--------------------|
| Salir de la rutina y no tener planes tradicionales | Emocional |
| Poder elegir entre diferentes alternativas | Emocional |
| No malgastar su dinero | Funcional |
| Compartir sus experiencias | Emocional / Social |
| Libertad | Emocional |
| Tener planes semanales o de fines de semana | Social |
| Servicios de calidad | Funcional |
| Actualizarse como es usar un sitio web | Funcional |
| Variedad de Opciones | Social |

Productos y Servicios

- Plataforma integrada web de información relevante para personas de la tercera edad en la ZMG.
- Tablas de comparación de diferentes productos o servicios.
- Crear una integración social activa entre los usuarios.
- Crear una aplicación en teléfonos móviles con notificaciones relevantes en base a sus gustos, deseos e intereses.
- Poder hacer reservas y pagos de diferentes productos o servicios.

Aliviadores de frustraciones

- Dar alternativas u opciones.
- Amplio contenido de información.
- Consolidar información existente en la red para el beneficio del usuario final.
- Información interactiva y tecnológica.
- Una interface fácil de usar.
- Que la información este actualizada y sea relevante.
- Pagos seguros para los usuarios en línea.
- Dar cursos para uso de herramientas tecnológicas.
- Crear comunidades de usuarios de intereses relevantes.

Creadores de alegría

- Obtener productos o servicios de calidad.
- Ofrecer versatilidad en alternativas.
- Ofrecer promociones para producto o servicios.
- Ofrecer una asociación estrecha entre los ofertantes de productos o servicios y los consumidores finales.
- Poder pagar los productos o servicios en línea.

Planteamientos de Propuesta de valor

- Que las personas de la tercera edad tengan más opciones de actividades mediante una plataforma que sea amigable.
- Que las personas de la tercera edad socialicen a través de comunidades con intereses compartidos.
- Que las personas de la tercera edad o sus familias tengan la mejor experiencia para interactuar y organizarse.
- Conectar personas de la tercera edad.
- Lograr dar un espacio donde las personas de la tercera edad puedan crear nuevas experiencias.
- Llevar a las personas de la tercera edad a disfrutar la mejor etapa de sus vidas.
- Creación de un nuevo concepto donde se puede interactuar.
- Que las personas puedan atraer diferentes beneficios como tratos especiales, descuentos, bonificaciones entre otros.

MODELO DE NEGOCIO

a) Estructura en el lienzo de modelo de negocio

a. Propuesta de valor

- Lograr crear un espacio donde las personas de la tercera edad logren interactuar y así puedan crear nuevas experiencias que generen conveniencia y estatus para la unión de personas con intereses similares a los suyos, e inclusive una reducción de costos.

b. Segmentos de Clientes

El mercado final está enfocado en:

- i. A/B+ 60-69 años en ZMG
- ii. Viudas NSE A/B+ 65-80 años en ZMG
- iii. Retirados NSE A/B+ 65 – 80 años ZMG
- iv. Solteros NSE A/B+ 65-80 años en la ZMG

A pesar de que el negocio está enfocado en el segmento de mercado de la tercera edad, el cliente final serán intermediarios que pagarán por poder tener una interacción o una entrada a un consolidado segmento de mercado de la tercera edad y quieran publicitarse.

- v. Empresas que ofrezcan productos o servicios cuyo segmento de mercado meta sea el segmento de mercado de la tercera edad en la Zona metropolitana de Guadalajara

c. Relación con clientes

Directa y personal a través de la plataforma.

Por la naturaleza del negocio es importante que las relaciones con los clientes estén enfocados en motivar y atraer a la personas de la tercera edad. Por esta cuestión consideramos que este rubro tiene que ir evolucionando con el paso del tiempo sin embargo como inicio se establece lo siguiente:

- i. Foros constantes
- ii. Invitaciones
- iii. Creación de festivales y actividades.
- iv. Descuentos

d. Canales

Distribución: El canal principal por el que llegaremos al mercado meta es mediante nuestra plataforma

Promoción: para lograr que las personas de la tercera edad lleguen a la plataforma, se utilizarán a su vez otros canales alternos, como:

- i. Telefonía fija
- ii. Redes sociales
- iii. WhatsApp

e. Actividades clave

Las actividades claves tienen un enfoque en lograr que las personas de la tercera edad que recurran a nuestra plataforma quieran permanecer ahí y lo utilicen como una herramienta de la vida diaria que ayudará a hacerles la vida más sencilla y al mismo tiempo más dinámica.

- i. Campañas en las que se genere con ellos una Interacción constante
- ii. Creación de foros, eventos y grupos de discusión
- iii. Relación con instancias de gobierno que otorguen beneficios para la 3ra edad
- iv. Generación de dinámicas acorde a las características de los grupos con lo que se trabaje o los que se vayan formando.
- v. Creación de retos
- vi. Gestionar descuentos y preferencias para la 3ra edad

f. Recursos claves

Consideramos que nuestros recursos claves son el elemento principal del modelo de negocio ya que nuestro mercado estará cautivado por tener a nuestros recursos claves interactuando, interesados y en contacto con la plataforma.

- i. Base de Datos de Usuarios o Consumidores finales con una segmentación adecuada de gustos e intereses de productos o servicios que sea relevante para el cliente final.
- ii. Plataforma Web Multilateral con Usuarios y Clientes Finales.

g. Aliados estratégicos

Como aliados estratégicos nos enfocaremos a socios con los que actualmente las personas de la tercera edad tiene que lidiar y que le traen un valor agregado. De esta manera será fácil ubicarlos en la plataforma. Así mismo se buscará sociedad con instituciones que puedan promover convivencia y actividades que puedan interesar y ser recreativas para este sector de la población.

- i. Instancias de gobierno: DIF, INAPAM, SEDESOL
- ii. Casas de asistencia
- iii. Ticketmaster

h. Fuentes de ingresos

A diferencia de otros negocios, los ingresos principales no serán por parte del segmento de mercado meta, en este caso, provienen de las personas o empresas que deseen vender algo al mercado de la tercera edad.

- i. Cuota mensual a las empresas que quieran anunciarse o promocionarse en la herramienta.
- ii. Comisión en entrada de foros, festivales o eventos.
- iii. Dinámicas virtuales
- iv. Potencial: information as a service
- v. Pago por servicios por parte de las personas de la tercera edad.

i. Estructura de costos

La estructura de costos es sencilla ya que se refiere a la creación y al marketing de la plataforma donde se espera que toda la interacción se lleve a cabo.

- i. Creación, Desarrollo, Diseño de la plataforma
- ii. Actualizaciones y mantenimiento de plataforma
- iii. Marketing plataforma
- iv. Costos de vinculación

TIPO DE MODELO DE NEGOCIO

- Corretaje: se busca ser una conexión entre todas las empresas y negocios que tienen como segmento de mercado meta a las personas de la tercera edad y este mercado.
- Publicidad: se ganará dinero por la publicidad en la plataforma. No necesariamente se está hablando de una venta, aunque las ventas en línea no están en el modelo de negocio aún se puede pensar en agregarlas según las necesidades del mercado.

TÉCNICA PARA EL DISEÑO DEL MODELO DE NEGOCIO: ⁴

Aportaciones de los clientes

Esta técnica se basa en la percepción de los clientes y sus necesidades, saber escuchar qué es lo que ellos quieren y en base a ello crear un producto pero esto no significa que no se deba de ser selectivo con la información que se obtiene, es decir se debe definir y conocer que tipos de clientes nos interesan y que tipo de información proporcionada nos sirve para nuestro modelo de negocio.

En nuestro proyecto enfocado en el segmento de mercado de la tercera edad fue validado a través de 68 entrevistas, la propuesta de valor fue construida en base a escuchar y entender sus necesidades, llegando así a concluir que construir una plataforma que reúna a personas con intereses similares es un excelente primer paso.

Ideación

Es una de las técnicas con más auge hoy en día, pero también una de las técnicas que implican tener un mayor esfuerzo, porque la ideación o innovación significa crear un modelo de negocios desde cero es decir, no se trata de copiar lo que la competencia hace o tomarlos como punto de referencia, la ideación requiere aptitudes reales de imaginación e innovación, lograr formar de la nada todo un esquema de negocio, ya sea en base a un producto o servicio, y este puede ir enfocado a los recursos, a la demanda, a las finanzas etc.

En estos momentos nos encontramos en ideación en nuestro proyecto ya que estamos intentando construir un modelo de negocio desde cero, aunque estamos tomando como benchmarking mejores prácticas de modelos similares en otros países.

Pensamiento Visual

La técnica del pensamiento visual propone básicamente hacer todo por medio de imágenes, esquemas, diagramas, lienzos, etc., con la finalidad de lograr una mayor

⁴ Osterwalder, A and Pigneur, Y, *Business Model Generation*, John Wiley & Sons, Inc, New Jersey, 2010.

atención en las personas así como almacenamiento de la información, pues comúnmente cuando se utilizan imágenes o esquemas en lugar de texto la información logra quedar plasmada por más tiempo en la mente de las personas, además esta técnica nos puede ayudar mucho en la organización de nuestras ideas, pues comúnmente cuando creas o aplicas un modelo de negocio, no sabes por dónde incidir, y tienes diferentes ideas vagas, que con este tipo de herramientas visuales puedes lograr ligar de manera más fácil y obtener resultados mucho más favorables que si lo hicieras en una narración de texto.

En nuestro proyecto estamos utilizando métodos visuales como el lienzo de modelo de negocios y el tablero de experimentos para poder plasmar nuestras ideas de manera sencilla, y sirva para interactuar eficiente con nuestros miembros del equipo.

Creación de Prototipos

Esta técnica se puede considerar como un “borrador” para interpretar la idea de lo que se desea crear, no es solamente el borrador del proyecto, si no, el proyecto en sí, de una manera tangible. Para empezar el modelo de negocio, se requiere la creación de ciertos prototipos, algunos en diferentes niveles, así se puede observar y modificar para mejorar el modelo.

En nuestro proyecto creamos un mínimo producto viable (MVP por sus siglas en inglés) a través de una página de internet para poder demostrar a nuestro segmento de mercado meta cómo funcionaría y si esto es atractivo antes de desarrollarlo formalmente.

Narración de Historias

La narración de historias ayuda a explicar eficazmente en lo que consiste el modelo de negocios. Esta trata de dar a conocer lo nuevo, algo que jamás se haya puesto en práctica, para generar interés en el modelo. Siempre se debe encontrar la manera y el momento adecuado para narrar la historia del modelo para después poder explicar detalladamente este, así tratando de familiarizar al público con el modelo para que aumente su atención y curiosidad, también la historia se puede cambiar dependiendo el público, se puede narrar mediante el discurso y la imagen, un video, involucrándose con el público o de manera tangible mediante un storyboard, la manera en que mejor se considere que se vaya a vender la idea.

En nuestro proyecto desarrollamos un sales pitch para sensibilizar a nuestros posibles inversores acerca de las emociones que tiene nuestro segmento de mercado meta, y después desarrollando la posible solución para ayudar a mejorar su calidad de vida.

Escenarios

Esta trata de dar a conocer lo nuevo, algo que jamás se haya puesto en práctica, para generar interés en el modelo. Siempre se debe encontrar la manera y el momento adecuado para narrar la historia del modelo para después poder explicar detalladamente este, así tratando de familiarizar al público con el modelo para que

aumente su atención y curiosidad, también la historia se puede cambiar dependiendo el público, se puede narrar mediante el discurso y la imagen, un video, involucrándose con el público o de manera tangible mediante un storyboard, la manera en que mejor se considere que se vaya a vender la idea.

En nuestro proyecto desarrollamos un sales pitch para sensibilizar a nuestros posibles inversores acerca de las emociones que tiene nuestro segmento de mercado meta, y después desarrollando la posible solución para ayudar a mejorar su calidad de vida.

EPICENTRO DE INNOVACIÓN EN EL MODELO DE NEGOCIOS

- El epicentro de innovación se encuentra centrado principalmente el cliente que son las personas de la tercera edad.
- En ellos se encuentra centrada la propuesta de valor y la oferta de valor que se está ofreciendo.

MOTORES DE CRECIMIENTO DEL MODELO DE NEGOCIO

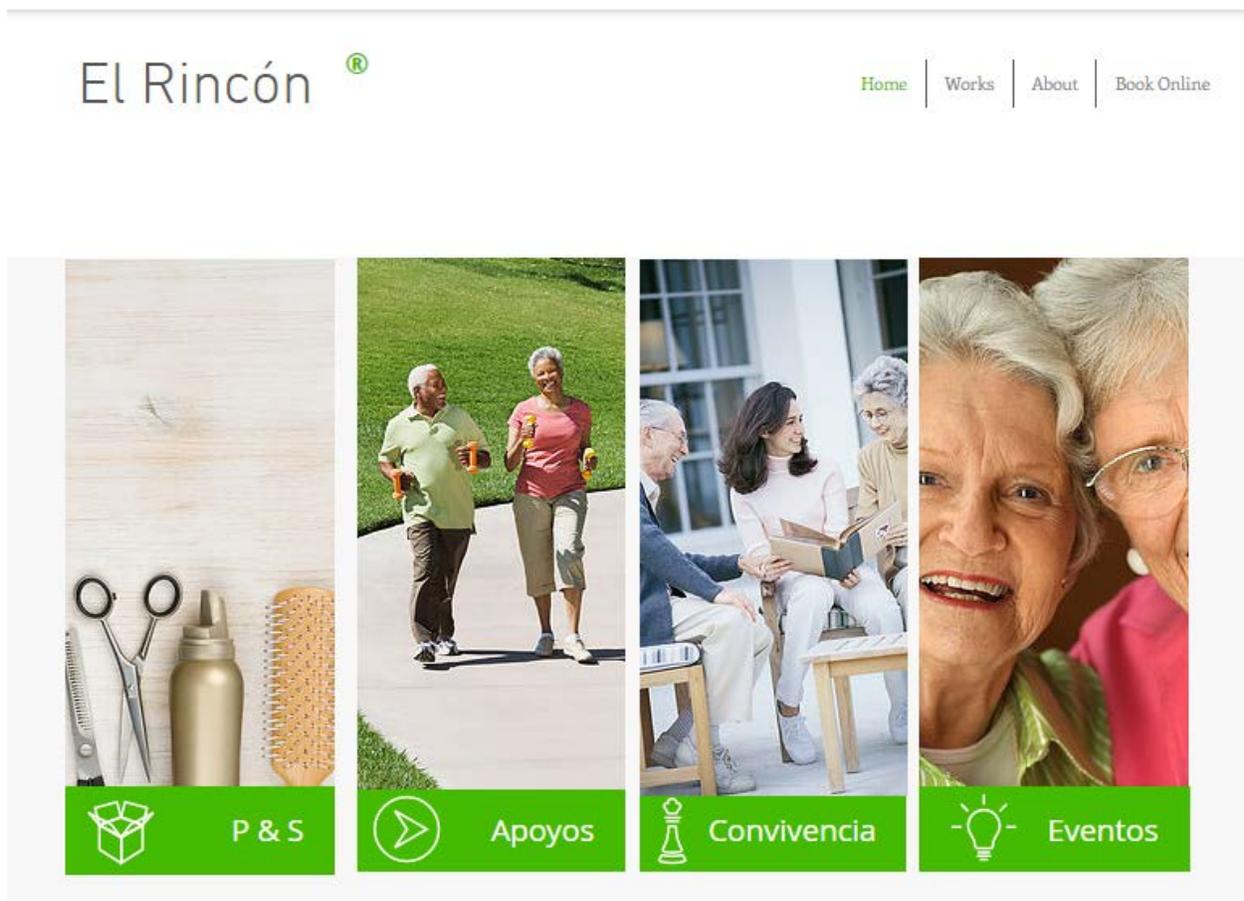
- b)** Motor (es) de crecimiento del modelo de negocio.
 - a. Modelo Pegajoso
 - i. Retener a nuestros clientes
 - b. Motor Viral
 - i. Los usuarios actuales, son los que se encargan de atraer nuevos usuarios.
 - c. Motor Pagado
 - i. Proveedores de Publicidad

Solución

DEMO:

Para la solución se propone una plataforma que atraiga la atención de las personas de la tercera edad y que sea exclusivamente para personas de esa edad. Para lograr esto la plataforma se dividirá en 4 secciones:

Imagen 2. Ejemplo de Plataforma Web de El Rincón



Productos y Servicios: En esta sección las personas de la tercera edad podrán encontrar productos y servicios de su interés, además de información de porqué es o no recomendable para ellos esos productos o servicios. Así mismo existirá una sección de descuentos que puedan apuntar un código de descuento o imprimirlo si desean cuando realicen sus compras.

Apoyos y programas: las personas de la tercera edad reciben diferentes tipos de apoyos e incentivos principalmente provenientes del gobierno. Aquí podrán tramitar

tarjeta del INAPAM y otros programas. Además se podrán hacer trámites como solicitar permisos especiales en estacionamientos para estacionarse en lugar de discapacitados, entre otros beneficios.

Convivencia: Esta es la sección que se espera que tenga un mayor flujo. Esta sección incentivará a que las personas permanezcan conectadas unas con otras constantemente. En esta sección habrá foros con temas relevantes para que todos participen, habrá chat en privado, las personas tendrán un perfil para que otras personas puedan conocerlos y se estarán realizando dinámicas para mantener la constante participación de las personas de la tercera edad.

Eventos: Esta sección es para promocionar la convivencia en vivo y la creación de contacto intrapersonal. Estos eventos serán organizados tanto por instituciones como por las mismas personas de la tercera edad y pueden ser festivales, conciertos, torneos, picnics, entre otros.

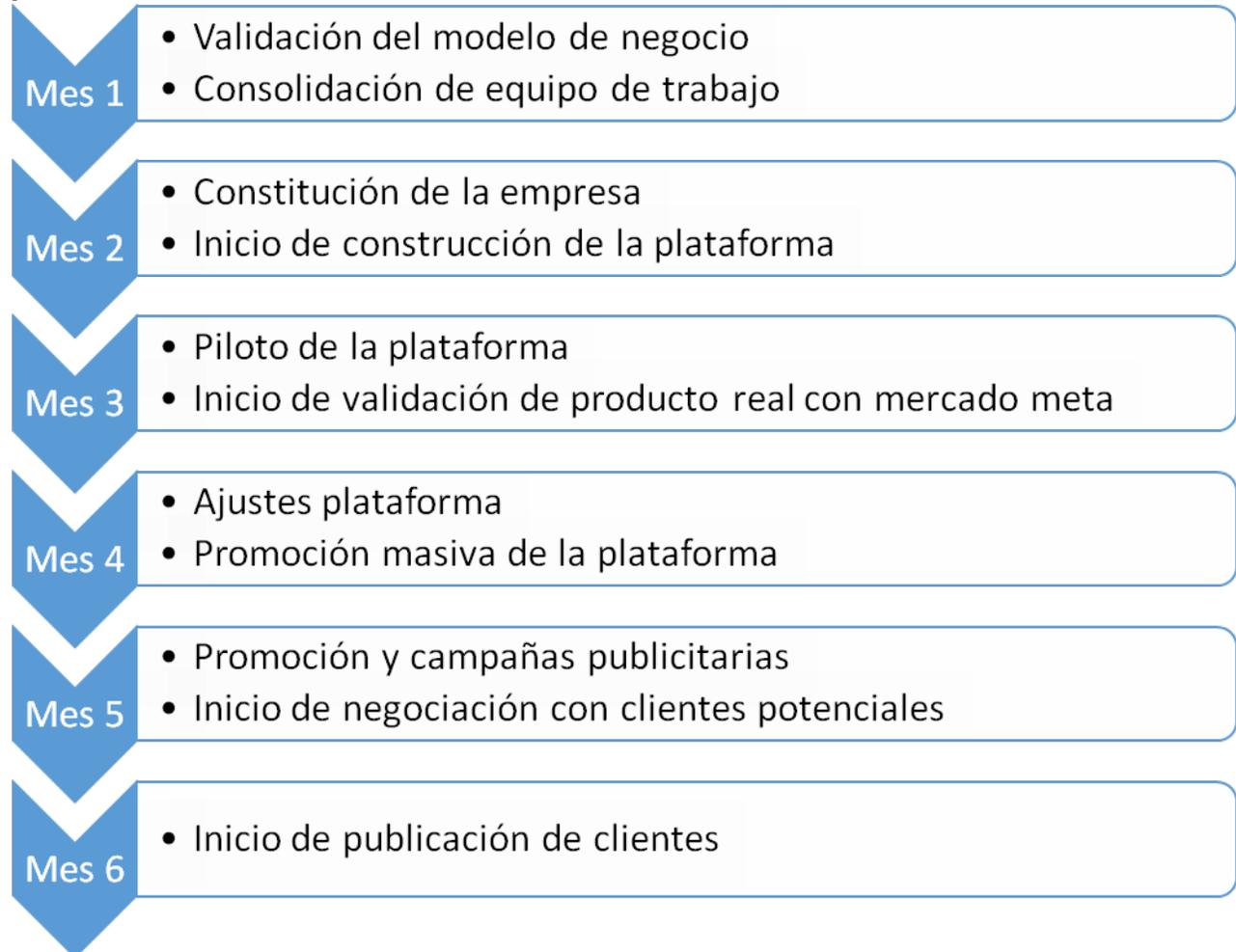
La idea principal de esta sección es lograr que se generen convivencias y actividades de interés de este sector de la población que actualmente por falta de conexión entre ellos no se lleva a cabo actualmente.

BENEFICIOS:

- Permite encontrar fácilmente productos y servicios que se necesiten
- Ofrecer descuentos por parte de nuestros clientes y en algunos casos de nuestros aliados estratégicos.
- Se facilitará a las personas de la tercera edad el cómo realizar algunos de los trámites más importantes gubernamentales para la obtención de apoyos.
- Generar una comunidad y “estatus”, es decir, generar un sentido de pertenencia a un grupo gregario afín.
- A través de la consolidación de información sobre eventos, festivales, foros, torneos, etc., se generará un sentido de “convencia” ayudando así a nuestros usuarios y clientes finales el uso óptimo de sus recursos en tiempo, dinero y esfuerzos.

Milestones: en los próximos 6 meses

Creación y desarrollo de plataforma



HISTÓRICO DE AVANCES DEL PROYECTO SEMANA CON SEMANA (A PARTIR DE LA SEMANA 7)

a) **Presentación realizada en la sesión presencial**

Imagen 3. Sesión del 21 de Abril del 2016

Diapositiva de Presentaciones Semanales – Grey Market

Una plataforma integral de información para personas de la tercera edad

El Rincón [®] [Home](#) [Works](#) [About](#) [Book/Online](#)

- Equipo
 - Sahara Rodríguez
 - Adriana Jácome
 - Jorge Romero



- Entrevistas esta semana: **15**
- Total de números de entrevistas: **61**

P & S Apoyos Convivencia Eventos

Imagen 4. Sesión del 28 de Abril del 2016

Diapositiva de Presentaciones Semanales – Grey Market

Una plataforma integral de información para personas de la tercera edad

El Rincón [®] [Home](#) [Works](#) [About](#) [Book/Online](#)

- Equipo
 - Sahara Rodríguez
 - Adriana Jácome
 - Jorge Romero



- Entrevistas esta semana: **16**
- Total de números de entrevistas: **77**

P & S Apoyos Convivencia Eventos

b) Gráficas de resultados

Sesión del 7 de Abril del 2016

Gráfica 1. Actividades Frecuentes



Gráfica 2. Medio más usado para hacer actividades



Gráfica 3. Donde contratar actividades



c) Tablas de resultados

Sesión del 7 de Abril del 2016

Tabla 1. A donde frecuentan asistir a hacer las actividades que te gustan

| Actividad más significativa | Número de personas | Total de personas | Porcentaje |
|-----------------------------|--------------------|-------------------|------------|
| Viajar | 6 | 15 | 40% |
| Dominó | 2 | 15 | 13% |
| Café | 1 | 15 | 7% |
| Gimnasio/Club | 2 | 15 | 13% |
| Amigas | 1 | 15 | 7% |
| Mercado | 1 | 15 | 7% |
| Peinar | 1 | 15 | 7% |
| Nada | 1 | 15 | 7% |

Tabla 2. Como te pones de acuerdo a hacer actividades que te gustan

| | | | | |
|--------------------------------|----------|----|----|-----|
| | | | | |
| Medio más significativo | Teléfono | 12 | 15 | 80% |
| | WhatsApp | 1 | 15 | 7% |
| | En Vivo | 1 | 15 | 7% |
| | Ninguno | 1 | 15 | 7% |

Tabla 3. Donde contratas las actividades que te gustan

| | | | | |
|--------------------------------|------------------------|---|----|-----|
| Medio más significativo | Agencias de Viaje | 4 | 15 | 27% |
| | Internet | 4 | 15 | 27% |
| | Yo me organizo | 2 | 15 | 13% |
| | En ningún lado | 2 | 15 | 13% |
| | Quiosco de PriceTravel | 1 | 15 | 7% |
| | DIF | 1 | 15 | 7% |
| | Preguntando | 1 | 15 | 7% |

d) Aprendizajes de esa sesión.

- Aprendizaje de la sesión del 31 de Marzo del 2016
 - Se realizaron más experimentos y exploraciones
 - Los sinodales nos aclararon que no son entrevistas, son entrevistas y que es muy importante manejar el vocabulario adecuado.
 - Las suposiciones tienen que ver con un problema en específico y para ello es necesario hacer validaciones
 - Claudia nos pide hacer un comparativo de un asilo privado y un público
 - Realizar el arquetipo del cliente, el cual se entregó el día 28 de abril del 2016
 - También nos comentó que sería muy bueno sumarnos a la competencia directa o indirecta y conocer lo que opinan
 - Juan Jose, nos pide que seamos más específicos con el segmento, en las últimas entrevistas abrimos el margen, de 65-70 años y lo ampliamos a 60-69 años, para obtener información más confiable y se apegue un poco mas
 - Pilar nos pide conocer más de las tendencias de la tercera edad y sus capacidades que tiene tanto físicas, económicas, etc.

- Aprendizaje de la sesión del 7 de Abril del 2016
 - El objetivo de esta sesión, se llega a la conclusión de que necesitamos hacer una investigación más para poder ver las opciones de solución para el proyecto
 - Dentro de las entrevistas realizadas a nuestro cliente de interés se encontró que la tendencia es lo viajar
 - El en feedback de Claudia, nos preguntó ¿Cómo Viajan los adultos mayores?, en la entrevistas obtuvimos información, que por lo general salen en grupos y alguien más joven pero con los mismo gustos es quien planea los viajes y excursiones locales o foráneas.
 - La siguiente pregunta que nos marco es ¿Cómo viajan, quien los paga y cómo?
 - Dentro de la misma entrevista obtuvimos la información para contestar a las dudas, por lo general ellos pagan sus viajes u encuentros, en caso de que sus hijos lo planeen, ellos les regalan esporádicamente algunos viajes, con el sentido más bien de gratificación o descanso para ellos.
 - En algunos casos los hijos pueden llegar a ser grandes influenciadores, pero no toman la decisión final.
 - Dependiendo el tipo de viaje es el transporte de usaran, la gran mayoría no llevan prisa por llegar a los destinos, su afinidad es gozar del viaje por ellos prefieren que sea autobús o automóvil/camioneta, les gusta la exploración y conocer nuevos lugares sin estar previstos en el programa.
 - Después de esta información, Claudia, hizo especial énfasis en que no nos encerremos solo en llevar nuestra idea a la solución de los viajes, ver otras alternativas ayudaría a despejar más y se visualizara una mejor solución para los adultos mayores, nos puso el ejemplo de ¿Por qué no un Starbucks para el “grey market”?
 - También nos pidió dar un paso atrás para ver el sentido del por qué “las actividades”: Propósito y en nuestras próximas entrevistas preguntarles ¿Qué SUEÑO les queda por hacer?
 - En la retroalimentación de Juan Jose, nos pide que para nuestras siguientes entrevistas, preguntemos ¿Qué actividades hacen cotidianamente? ¿Cuál recurrente son algunas de las actividades definidas?
 - Y nos enfatiza que el mercado de los adultos mayores tiene un potencial muy grande, el cual crecerá en los próximos años y que quizás preparar a

la personas maduras en información de cómo obtener productos y servicios ayudaría a que ellos tomen mejores decisiones y puedan sobrellevar una vejez más plena en sus futuros años.

- Nos plantea que el proyecto debe ser sostenible en el futuro y que tenemos que hacer más entrevistas, porque considera que hemos contaminado un poco el arrastre de las entrevistas con el tema de “actividades” y como dijo Claudia, no encerrar nuestro proyecto solo en viajes.
- Aunque él, considera que nos hemos enfocado en las soluciones, como equipo nos hemos mantenido herméticos en no pensar en ellas, porque consideramos que al término de la metodología enseñada, pueden salir muy buenas propuestas de solución, las cuales nos demostraran que tan viable o no, es el segmento de los adultos mayores.
- Y que si se deben considerar los 5 porque... antes de todo.
- En la retroalimentación de Pilar, nos comunicó una información que encontró en la plataforma del ITESO donde nos compartió, sobre la expectativa de vida de los adultos mayores, así como el aumento poblacional en los próximos años y que las mujeres tiene más posibilidades de vivir con mejores condiciones de vida y que tal vez las actividades solo son un pretexto para sentirse activos en el sentido de pertenencia de una sociedad, pero que realmente el “viajar no es una solución” y nos invitó a buscar en las próximas entrevistas a sobre cómo se puede sociabilizar entre los adultos mayores, y cuál sería el medio más amigable.
- Por último, Alberto considera que debemos investigar más solo los adultos mayores y obtener información de fuentes secundarias, sobre productos, servicios, gustos, actividades, planes etc. que puedan tener o adquirir los adultos mayores y utilizar el método de observación para analizar muy bien, que es lo que les motiva

- Aprendizaje de la sesión del 14 de Abril del 2016
 - Claudia nos dio algunas ideas sobre cuál podría ser nuestra solución. Comenta que podríamos considerar en realizar algo semejante a “Groupon” pero con la especialidad y la atención para la gente de la tercera edad, y ver si es lo que queremos hacer, porque finalmente se puede dar el caso de general valor a terceros, quienes puedan ser nuestros intermediarios.
 - Nos dio ejemplo de crear una APP o una plataforma semejante a Best Day, Expedia y la forma en que operan como comparadores de precios y ofrecer el mejor precio y ventajas competitivas ante la competencia.
 - También comenta que quizás el proyecto pueda operar como proveedor de servicios y segmento de clientes.
 - Nos recomienda conocer y especificar muy bien quien es nuestro segmento de mercado, además de crear un video corto como MVP para darle ideas al cliente y demostrar la funcionalidad.
 - A demás nos invita a crear una solución saliendo de la imitación y creando diferenciación.
 - Nos aconsejó Pilar, en que, una posible solución podría ser generar comunidades que sean de un mismo acuerdo e interés en donde se resuelvan y den solución a sus necesidad, nos compartió varios ejemplos ocurridos en Inglaterra y de cómo comunidades con problemáticas en común son fuentes activas de grandes ideas para proveerles de productos y servicios para dar solución a sus gustos y necesidades.
 - Alberto nos compartió y dio ejemplo de las plataformas y de como el del crowdfunding se convierten en los nuevos “marketplaces”, esta plataforma podría desarrollarse de esa forma (en su opinión).

- Aprendizaje de la sesión del 21 de Abril del 2016
 - Durante la sesión presentamos por primera vez una propuesta de solución que es desarrollar una “Plataforma Integral de Información para la tercera edad” que fue validada a través de las 15 entrevistas, misma que resultó en un perseverar ya que 13/15 o el 86% si ven como necesario.
 - Los aprendizajes fueron que las personas de la tercera edad:
 - Si tienen equipo para usar internet.
 - Si usan internet.
 - Usan regularmente WhatsApp.
 - Los sinodales nos retroalimentaron que era necesario:
 - Validar si únicamente buscan información relevante o buscan comunidades con intereses similares para interactuar.
 - Pensar en un modelo de negocios tipo Groupon para dar descuentos a las personas de la tercera edad.

- Aprendizaje de la sesión del 28 de Abril del 2016
 - Claudia nos pide que nos informemos de cómo manejar el tema de la seguridad y de cómo transmitirla a las personas de la tercera edad para que se sientan confiables y seguros al navegar por las redes sociales y las páginas webs.
 - También hacer un trabajo exhaustivo con los influenciadores de compra.
 - Los datos que suceden entre los usuarios y los proveedores es información de mercado que podría ser interesante y tal vez un modelo de negocio.
 - Nos pide que el proyecto lo trascendamos y que no solo se quede como un documental de la escuela tradicional.
 - Se observó que hay una satisfacción de los resultados de trabajo, cometa que tenemos la suficiente información e investigaciones para generar un verdadero negocio
 - JUAN JOSÉ:
 - Considera que el problema que plantean tal vez no es el problema, desea que le demos otro giro.
 - Comenta que le estamos dando demasiado peso a la plataforma y probablemente no está ahí la solución.
 - Considera que la plataforma no es la solución, sino la suma de comunidad, proveedores, web y que la propuesta de valor son los beneficios que se recibirían de ella.
 - También considera que nuestro proyecto está más sólido y de cierta manera maduro, con muchos detalles e información que puede ayudar al emprendimiento. Y que siguiendo la línea se puede hacer un negocio confiable y fuerte.

PRINCIPALES APRENDIZAJES DE LAS ASIGNATURAS IDI 3 Y 4 –

En lo individual (media cuartilla por participante)

Aprendizaje de Jorge Romero Espinosa

- El aprendizaje mayor que me llevo es método del tablero de experimentos para validar hipótesis de negocios con diferentes supuestos directamente a los clientes finales para poder incrementar la probabilidad de éxito de un proyecto de emprendimiento en el corto plazo.
- A través de las diferentes sesiones fue cambiando radicalmente la idea inicial del proyecto por un simple paradigma previo que tenía que es enamorarte de tu idea y no de tu cliente como no lo mencionó el sinodal Juan José durante una sesión que presentamos nuestro primero Modelo de Negocios CANVAS con referencia a una aplicación de publicidad para los teléfonos inteligentes enfocados en la generación millennial.
- Tuvimos que replantear nuestro proyecto y como equipo decidimos uno que no tuviera mucha relevancia individual o aplicación para poder aprender la metodología del tablero de experimentos y entender cómo puedes llegar a tener una mejor propuesta de valor para un segmento de mercado, y de ahí ya formar nuevamente nuestro Modelo de Negocios CANVAS.
- Personalmente me quedo un poco insatisfecho de no haber tenido el tiempo suficiente de poder haber validado cada punto del Modelo de Negocio CANVAS (i.e. Actividades Claves, Recursos Claves, etc.) para realmente sentirme listo a emprender cualquier tipo de negocio.
- Asimismo el no usar la herramienta de LaunchPad Central interactivamente con los sinodales me deja insatisfecho, ya que invertimos \$50 USD para una herramienta de aprendizaje que prácticamente no utilizamos, y no sirvió de acompañamiento del instructor con el alumno.

Aprendizaje de Sahara Magaña Flores

- En esta asignatura, tuve que cambiar mi perspectiva y mi visualización para la creación de un negocio, porque traía de raíz por la universidad el de crear un producto o servicio, antes de conocer el mercado y las necesidades de los clientes a profundidad, al inicio estaba convencida del proyecto que habíamos elegido, pero con el paso de las asistencias a clases, me aferraba en pensar solo en el producto, la solución, pero no en el cliente, sus necesidades y el entorno.
- Hicimos un alto total, e iniciamos un nuevo proyecto desde cero, en el cual no había soluciones, ni productos/servicios posibles.
- Quede sorprendida de la obtención de datos e información que íbamos recopilando semana con semana, lo que yo pienso, creo y quiero no es lo mismo que pueda pensar el que está a mi lado, entre cada persona encontramos una diversificación infinita.
- Las entrevistas nos fueron llevando de un lado a otro, filtrando posibles opciones y qué decir del “Experiment Board” validar cada una de las columnas un gran desafío, pero una genial experiencia.
- En definitiva lo de hoy y los próximos años no es crear nuevos negocios, sino lo que ya hay existente es, mejorarlos, dar soluciones y sacar lo mejor de ellos, diseñando y creando nuevos productos para generarles valor, que los clientes estén más satisfechos, informados, familiarizados y que cada vez puedan estar más a su alcance, con mayor facilidad, en el menor tiempo, a un precio competitivo y de calidad.
- Es muy interesante atender al segmento de mercado de los de la tercera edad, si bien hoy no son muchos, en el futuro serán cada vez más, pues la pirámide se invertirá.
- El ritmo de vida, la alimentación y las actividades físicas cada vez son más limitadas por las actividades de la escuela, el hogar y el trabajo. Los tiempos están cambiando y el mercado tiene que estar preparado para ofrecer soluciones a este nicho, para una mejor calidad de vida.

Aprendizaje de Adriana Jácome De Anda

- Esta clase ha dejado varios aprendizajes en mí. Primeramente es importante resaltar que en un inicio la motivación era muy baja ya que no sabía hacia donde iba dirigido el aprendizaje. Conforme pasaron las clases iniciamos a cambiar la idea de negocio que traíamos ya que empezamos a utilizar el Experiment Board. Esta herramienta nos ayudó a poder enfocarnos a un solo mercado y comenzar a interrogarnos que es lo que este mercado quería, como pensaba y que necesidades tenía.
- Algo que en lo personal me costó mucho trabajo era hacer a un lado las múltiples soluciones que se iban presentando en mi cabeza para evitar sesgar la información. Pero finalmente lo logré, y llegó el punto en el que dijimos tenemos que pensar en una solución y con toda la información recabada fue más fácil para mí poder pensar en una solución sustanciosa que pudiera llegar a ser lo que estábamos buscando.
- Gracias a las entrevistas que fuimos teniendo nos dimos cuenta que la necesidad que tenía este mercado eran muchas no sólo una, y así es como pudimos llegar a nuestra solución.
- Me hubiera gustado tener más tiempo para poder desarrollar y validar aún mejor la idea de negocio. Sin embargo que creo que con el trabajo realizado pude comprender el fin de la clase. De mi parte creo que el mejor aprendizaje es saber que es muy importante enamorarte de tu mercado y no de tu producto. Además de esto, esta clase me deja muchos aprendizajes que con certeza sé que utilizaré en un futuro cercano.

Aprendizaje del equipo (Una cuartilla)

- La clase de IDIs 4 suele ser una clase para cerrar varios temas que se vieron durante los IDIs previos, sin embargo, en nuestro caso creemos que esta clase fue como la más relevante de esas 4 materias, y no sólo eso sino que es la que nos deja por mucho un aprendizaje que estaremos usando para futuros proyectos.
- Con el uso del Experiment Board pudimos comprender la importancia que tiene el cliente o mercado meta al momento de querer iniciar a realizar una idea de negocio. El conocimiento de este sector es de suma importancia para poder emprender, sin embargo, gran parte de los emprendedores suelen llegar con una idea de negocio y buscan adaptar un mercado que pueda interesarse en su idea. Por el contrario el método aprendido nos enseña a primero conocer el mercado al que se quiere llegar mediante interacciones que se van teniendo y que van validando si las ideas o supuestos que se tienen de este mercado son verdaderas o no.
- Es así, como aprendimos que al conocer las necesidades y deseos que tiene un mercado se pueden desarrollar ideas nuevas a partir de esto.
- En nuestro caso fue impresionante darnos cuenta que la necesidad no era solamente una, por el contrario, nos dimos cuenta que este sector está sumamente descuidado, y que existen esfuerzos aislados por lograr cubrir estas necesidades, sin embargo, este aislamiento lleva a pensar que hay pocas actividades para las personas de la tercera edad.
- Gracias a esto, pudimos entonces pensar en diferentes soluciones que al final nos llevaron a darnos cuenta que este mercado quiere seguir activo y participando constantemente.
- Creemos que este razonamiento y estos aprendizajes además de este proyecto, nos pueden ayudar en proyectos personales que tenemos y a ver la manera de hacer negocios desde los zapatos de nuestros clientes.
- Así mismo, otro aprendizaje que tuvimos fue gracias a la retroalimentación constante que se tuvo durante el curso, ya que nos ayudó a pensar y replantear nuestra manera de trabajar. Inclusive cuando ya teníamos una solución, nos ayudaron a entender que nuestro proyecto podía ir aún más lejos de lo que lo habíamos pensado.
- Definitivamente creemos que el tiempo fue una de las grandes limitantes que tuvimos para poder concluir nuestro proyecto como nos hubiera gustado, sin embargo, estamos satisfechos del trabajo realizado y sabemos que queda en nosotros poder poner estos aprendizajes en práctica para que esta clase pueda rendir frutos y no sólo sea en conocimiento si no que se transforme en algo real para poder así entonces validar que lo que se hizo en clase se hizo de la manera correcta.

BIBLIOGRAFÍA

S/N. (2016). Bienvenidos a Cuéntame de México. 6 MAYO 2016, de INEGI Sitio web: <http://cuentame.inegi.org.mx/default.aspx>

Wom Martinez. (2016). Vidavi - Landing. 7 Abril 2016, de Vidavi Sitio web: <http://www.vidavi.mx/>

S/A. (2016). SAS Comfort México , Los zapatos más cómodos del mundo, amplia variedad en modelos para dama y caballero. Calzado de vestir, casual, sandalia, tenis, surtido de bolsas para dama. 30 MARZO 2016, de Sasmexico.mx Sitio web: <http://www.sasmexico.mx/>

S/A. (2016). Todo para sus Pies. 30 MARZO 2016, de Todoparasuspies.com Sitio web: <http://www.todoparasuspies.com/>

S/A. (2016). Productos para personas de la tercera edad, productos para adultos mayores, Productos para ancianos, Productos para abuelos, Vida Abuelo. 16 MARZO 2016, de Vida Abuelo Sitio web: <http://vidaabuelo.com/>

S/A. (2016). Dra. Marisa Covarrubias - Geriatra Guadalajara, Geriatras en Guadalajara. 20 MARZO 2016, de Geriatra Guadalajara, Geriatras en Guadalajara Sitio web: <http://www.geriatraguadalajara.com/dramarisacovarrubias/>

EL INFORMADOR / ZAIRA RAMÍREZ. (2013). Adultos mayores tendrán apoyo de 525 pesos mensuales. 12 MARZO 2016, de EL INFORMADOR Sitio web: <http://www.informador.com.mx/jalisco/2013/460424/6/adultos-mayores-tendran-apoyo-de-525-pesos-mensuales.htm>

Comunicación Social. (2016). Pensión universal para adultos mayores sin IMSS o ISSSTE antes de concluir esta administración: Meade Kuribreña | Sitio Web "Acercando el IMSS al Ciudadano". 12 MARZO 2016, de Imss.gob.mx Sitio web: <http://www.imss.gob.mx/prensa/archivo/201602/SEDESOL-IMSS2>

INEGI. (2015). Los adultos mayores ganan terreno en la población: Inegi. 25 MARZO 2016, de INEGI Sitio web: <http://expansion.mx/economia/2015/12/08/los-adultos-mayores-ganan-terreno-en-la-poblacion-inegi>

Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), . (2015). Para el 2050, más de la cuarta parte de la población en México será vieja. 20 ABRIL 2016, de Enes.unam.mx Sitio web: http://enes.unam.mx/?lang=es_MX&cat=sociedad&pl=para-el-2050-mas-de-la-cuarta-parte-de-la-poblacion-en-mexico-sera-vieja.

Leopoldo Hernández. (2015). Inegi: crece el número de adultos mayores. 9 FEBRERO 2016, de Economista.com.mx Sitio web: <http://eleconomista.com.mx/sociedad/2015/12/08/inegi-crece-numero-adultos-mayores>

CONAPO (2016), "Datos de Proyecciones", Secretaría de Gobernación, Visto en 11 de Mayo del 2016, http://www.conapo.gob.mx/es/CONAPO/Proyecciones_Datos

AMAI (2016), "Niveles socio económicos" Visto el 11 de Mayo del 2016, <http://nse.amai.org/nseamai2/>

EL INFORMADOR / DJTG, *Clubes de interacción*:: *El Informador*, n.d., desde <http://www.informador.com.mx/suplementos/2009/132778/6/clubes-de-interaccion.htm> .

Los cinco ¿Por qué? - *Wikipedia, la enciclopedia libre*, n.d., desde https://es.wikipedia.org/wiki/Los_cinco_%C2%BFPor_qu%C3%A9%3F .

Miembros del AMAI, *Quiénes somos*, n.d., desde http://amai.org/quienes_somos/quienes.php .

Osterwalder, A, and Pigneur, Y, *Business Model Generation*, John Wiley & Sons, Inc, New Jersey, 2010.

ANEXOS:

| | | |
|---|---|---|
|  | Principales problemas/necesidades que enfrenta | Estilo de vida |
| | <ul style="list-style-type: none">• No tienen claro donde contratar actividades• No hay comunidades con intereses similares• Tienen actividades repetitivas• Tiene miedo a estafa y engaño• Quiere socializar y no tiene los canales para hacerlo | <p>Valores: le gusta la tecnología Intereses: es activo, busca actividades, le gusta rodearse de gente. Le gusta experimentar cosas nuevas</p> <p>Motivaciones: permanecer joven. Estar actualizado. Estar rodeado de personas. Tener motivaciones para seguir día con día</p> <p>Metas: Disfrutar la vida Disfrutar de lo que tienen</p> |

Anexo 1: Arquetipo de cliente (cliente que validaron)

| Rango de edad: 60-69 Género: No relevante Escolaridad: No relevante Rango de ingresos: A+, A, B+ Estado Civil: Soltero, Viudo, Divorciado Ocupación: Sin ocupación / Jubilados Religión: Principalmente católicos | Momentos en los que presenta el problema/necesidad | ¿Dónde lo encuentro? |
|--|---|---|
| | 1. Día con día | En actividades al aire libre En centros comerciales Tomando clases Viajando Su casa |

Anexo 2: Experiment Board (Avances hasta la última sesión, en digital)

Imagen 2. Javelin Experiment Board

|  Experiment Board | | Project Name: | | Team Leader Name: | | | |
|--|---|--|---|-------------------|---|---|---|
| <p>Start here. Brainstorm with stickies, pull it over to the right to start your experiment.</p> | | Experiments | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <p>Who is your customer? Be as specific as possible. <small>Time Limit: 5 Min</small></p> | | Customer | | | | | |
| <p>What is the problem? Phrase it from your customer's perspective. <small>Time Limit: 5 Min</small></p> | | Problem | | | | | |
| <p>Define the solution only after you have validated a problem worth solving. <small>Time Limit: 5 Min</small></p> | | Solution | | | | | |
| <p>List the assumptions that must hold true, for your hypothesis to be true. <small>Time Limit: 10 Min</small></p> | | Riskiest Assumption | | | | | |
| <p>Need help? Use these sentences to help construct your experiment.</p> | | Method & Success Criterion | | | | | |
| <p>To form a Customer/Problem Hypothesis: I believe <u>my customer</u> has a problem <u>achieving this goal</u>.</p> | <p>To form a Problem/Solution Hypothesis: I believe <u>this solution</u> will result in <u>quantifiable outcome</u>.</p> | <p>GET OUT OF THE BUILDING!</p> | | | | | |
| <p>To form your Assumptions: In order for <u>hypothesis</u> to be true, <u>assumption</u> needs to be true.</p> | <p>To identify your Riskiest Assumption: The assumption with the least amount of data, and core to the viability of my hypothesis is...</p> | Result & Decision | | | | | |
| <p>Determine how you will test it: The least expensive way to test my assumption is...</p> | <p>Determine what success looks like: I will run experiment with <u># of customers</u> and expect a strong signal from <u># of customers</u>.</p> | Learning | | | | | |

Download Experiment Board and watch case studies at www.javelin.com

© 2014 Javelin. You are free to use it and earn money with it as an entrepreneur, consultant, or executive, as long as you are not a software company (the latter need to license it from us).

Tabla 4. Experiment Board

| ¿Quién es tu cliente? Ser tan específico como sea posible | |
|--|---|
| NSE A/B+ | |
| 65-80 años | |
| Casado c/hijos | |
| Vive dentro de la ZMG | |
| NSE A/B+ | |
| Viudas (os) | |
| 65-80 años | |
| Vive dentro de la ZMG | |
| NSE A/B+ | |
| Solterones (as) | |
| 65-80 años | |
| Vive dentro de la ZMG | |
| NSE A/B+ | |
| Retirados (as) | |
| 65-80 años | |
| Vive dentro de la ZMG | |
| NSE A/B+ | |
| 65-70 años | |
| No importa el estado civil | |
| Vive dentro de la ZMG | |
| NSE A/B+ | |
| 60-69 años | |
| No importa el estado civil | |
| Vive dentro de la ZMG | |
| ¿Cuál es el problema? Escríbelo desde el punto de vista de tu cliente | |
| • | Sufro de algún padecimiento físico o mental |
| • | No me siento útil |
| • | No comprendo la tecnología |
| • | Ya no puedo hacer grandes esfuerzos |
| • | No tengo que hacer día tras día |
| • | No identifico donde contrato actividades |
| • | No identifico actividades que realmente quiera hacer y pagar |
| • | No tengo comunidades con intereses similares para interactuar |
| • | No tengo quien me transporte para mis traslados |

- Me falta atención por falta de mis familiares

Define la solución únicamente después que tú hayas validado un problema que valga la pena resolver.

- Desarrollar una plataforma web integral de información para personas de la tercera edad
- Desarrollar una plataforma web que promueva la formación de comunidades con intereses similares.

Enlista las suposiciones que se deben de cumplir para que tu hipótesis sea aceptada.

- Tienen ilusiones, deseos, ganas y actitud
- No se sienten cansados para realizar nuevas actividades.
- No existe un lugar para contratar actividades que quieran hacer en la ZMG.
- No encuentran actividades significativas en internet.
- Si ingresarían a una plataforma web a interactuar con otras personas con intereses similares.
- No padecen de obesidad mórbida.
- Sus hijos ya se casaron y no viven con ellos.
- Ya se retiraron y no tienen trabajo.
- Se sienten útiles
- No tienen una incapacidad motriz.
- Viven solos en su casa.

Tabla 5. Experimentos de Validación para Personas de la Tercera Edad en la ZMG

| | | | | | |
|---|--|--|---|---|---|
| Cliente | NSE A/B+ 65-80 años Casado c/hijos ZMG | NSE A/B+ 65-70 años No importa el estado civil ZMG | NSE A/B+ 65-70 años No importa el estado civil ZMG | NSE A/B+ 60-69 años No importa el estado civil ZMG | NSE A/B+ 60-69 años No importa el estado civil ZMG |
| Problema | No tienen que hacer día tras día | No tienen que hacer día tras día | No identifican donde contratar las actividades | Identificar actividades que realmente quieran hacer y pagar | No tienen comunidades con intereses similares |
| Solución | | | | Plataforma Integral de Información para Personas de la Tercera Edad en la ZMG | Plataforma web que promueva comunidades con intereses similares |
| Supuesto más Riesgoso | Ya no tienen ilusiones, deseos, ganar o actitud | Se sienten cansados para realizar nuevas actividades | No existe un lugar para contratar actividades que quieran hacer | No encuentran actividades significativas | Si ingresarían a una plataforma web a interactuar con otras personas con intereses similares |
| Método y Criterio de Éxito | Exploración Entrevistas 12/15 = 80% | Exploración Entrevistas 12/15 = 80% | Exploración Entrevistas 12/15 = 80% | Exploración Entrevistas 12/15 = 80% | Exploración Entrevistas 8/10 = 80% |
| SALTE DEL EDIFICIO | | | | | |
| Resultado y Decisión | 7/16 = 44% Pívor (C) | 15/15 = 100% Perseverar | 3/15 = 20% Pívor (C) | 13/15 = 86% Perseverar | 10/10 = 100% Perseverar |
| Aprendizaje | Diferencias entre estar en un asilo y una casa Las personas que están en un asilo no son consumidores | Buscan tiempo para ellos Desean tranquilidad y pasar tiempo social Les gusta sentirse parte de un círculo social de personas activas | Contratan o realizan muchas actividades a través de los hijos Viajar es un gusto compartido por la mayoría Contratan agencia de viajes Disfrutan de actividades | Si tienen un equipo para usar internet, regularmente un teléfono inteligente Si usan frecuentemente el internet Si usan WhatsApp como medio de comunicación | Para las personas de la tercera edad si es interesante una plataforma web que promueva los intereses similares. Buscan información relevante en la plataforma web acorde a sus intereses. |

Anexo 3: Evidencias de trabajo en la plataforma Lean Launchpad

Imagen 3. Business Model Canvas de Lean Launchpad

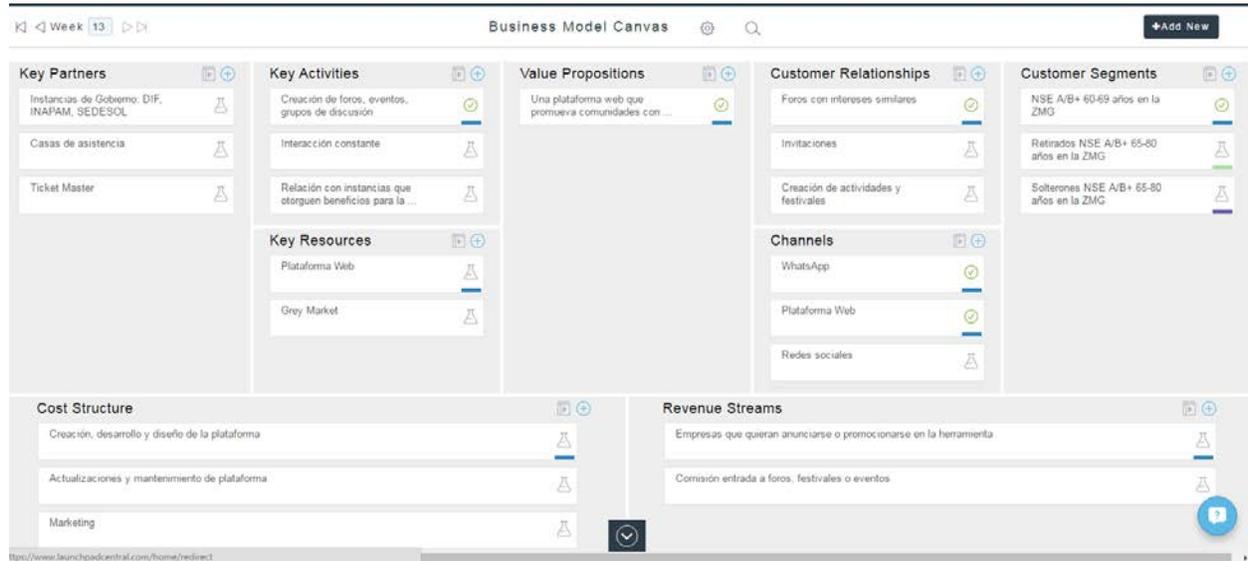


Imagen 4. Business Model Canvas de Lean Launchpad

Adriana Jacome, Member, Grey Market
04/27/2016

Validated Testing Invalidated

Delete

Experiments to test this hypothesis:

Help Video

• Cliente: 60 - 69 años Segmento A/B+ en la ZMG
 • Problema: No existen comunidades web con intereses similares en la ZMG para personas de la tercera edad
 • Solución: Plataforma web que promueva comunidades con intereses similares en la ZMG para personas de la tercera edad.
 • Supuesto más riesgoso: Usarían frecuentemente una plataforma web que promueva la plática entre personas de la tercera edad con intereses similares.
 • Criterio Mínimo de Éxito: 8/10 - 80%

Pass Fail

Feedback from Customer Interviews
Get out of the building, and get some feedback!

Reason for Validation

Jorge Romero, Member

04/28/2016

Resultado: 10/10 = 100% Perseverar Aprendizajes • Para las personas de la tercera edad si es interesante una plataforma web promueva los intereses similares. • Buscan información relevante en la plataforma web acorde a sus intereses.



add a comment...

Imagen 5. Business Model Canvas de Lean Launchpad

Customer Segments: NSE A/B+ 60-69 años en la ZMG 

Jorge Romero, Member, Grey Market

04/14/2016

Validated Testing Invalidated

Delete

You need to run experiments in order to test this hypothesis!

Feedback from Customer Interviews

Get out of the building, and get some feedback!

Reason for Validation

Jorge Romero, Member

04/28/2016

A través del método de una entrevista se validó el siguiente segmento: • Cliente: 60 - 69 años Segmento A/B+ en la ZMG • Problema: No existen comunidades web con intereses similares en la ZMG para personas de la tercera edad • Solución: Plataforma web que promueva comunidades con intereses similares en la ZMG para personas de la tercera edad. • Supuesto más riesgoso: Usarían frecuentemente una plataforma web que promueva la plática entre personas de la tercera edad con intereses similares. • Criterio Mínimo de Éxito: 8/10 - 80% El Resultado fue: 10/10 = 100% Perseverar Aprendizajes • Para las personas de la tercera edad si es interesante una plataforma web promueva los intereses similares. • Buscan información relevante en la plataforma web acorde a sus intereses.



add a comment...

Imagen 6. Business Model Canvas de Lean Launchpad

Key Activities: Creación de foros, eventos, grupos de discusión

Adriana Jacome, Member, Grey Market

04/27/2016

Validated Testing Invalidated

Delete

You need to run experiments in order to test this hypothesis!

Feedback from Customer Interviews
Get out of the building, and get some feedback!

Reason for Validation

Jorge Romero, Member

04/28/2016

Resultado: 10/10 = 100% Perseverar Aprendizajes • Para las personas de la tercera edad si es interesante una plataforma web promueva los intereses similares. • Buscan información relevante en la plataforma web acorde a sus intereses.

Imagen 7. Business Model Canvas de Lean Launchpad

Channels: WhatsApp

Adriana Jacome, Member, Grey Market

04/27/2016

Validated Testing Invalidated

Delete

You need to run experiments in order to test this hypothesis!

Feedback from Customer Interviews
Get out of the building, and get some feedback!

Reason for Validation

Jorge Romero, Member

04/28/2016

Resultado: 13/15 - 87% - Perseverar Aprendizajes • Si tienen un equipo para usar internet, regularmente un teléfono inteligente • Si usan frecuentemente el internet • Si usan whatsapp como medio de comunicación



add a comment...

Imagen 8. Business Model Canvas de Lean Launchpad

Customer Relationships: Foros con intereses similares

Adriana Jacome, Member, Grey Market

04/27/2016

Validated Testing Invalidated

Delete

You need to run experiments in order to test this hypothesis!

Feedback from Customer Interviews

Get out of the building, and get some feedback!

Reason for Validation

Jorge Romero, Member

04/28/2016

Se realizaron entrevistas donde se validó que las personas de la tercera edad si tienen interes en comunidades con intereses similares. Resultado: 10/10 = 100%
Perseverar Aprendizajes • Para las personas de la tercera edad si es interesante una plataforma web promueva los intereses similares. • Buscan información relevante en la plataforma web acorde a sus intereses.

Anexo 4: Evidencias de investigación del proyecto (Entrevistas del Experiment Board)

Experimento 1

Perfil del Mercado: 65-80 años, casados o viudos con hijos.

Acción: Generar Arquetipo de Cliente

Segmento de mercado - Observación de Tipo de Casa / Estilo de Vida

¿Dónde los Encuentro?

1. Segmento de Mercado

- ¿En qué año nació?
- ¿Cuántos hijos tienes?

2. Problema

- ¿Qué hace regularmente en un día?
- ¿Qué actividad le gusta realizar?

3. Supuesto más riesgoso

- ¿Cómo se siente el día de hoy?
- ¿Tiene algún plan para el día de mañana?

Tabla 6. Resumen de Entrevistas del Experimento 1

| Entrevista | ¿En qué año nació o u edad? | ¿Cuántos hijos tienes? | ¿Qué hace regularmente en un día? | ¿Qué actividad le gusta realizar? | ¿Cómo se siente el día de hoy? | ¿Tiene algún plan para el día de mañana? |
|------------|-----------------------------|------------------------|--|-----------------------------------|----------------------------------|--|
| 1 | 1954 | 3 | Desayuna a las 7 am, se va a tomar clases a las 8:30 am, regresa a las 3:00 pm a su casa, se pone a hacer tarea y pasa tiempo con su esposa. | Pasar tiempo con las nietas | Un poco cansado por tanta tarea. | Asistir a clases de la maestría. |

| | | | | | | |
|---|------|---------------------------|---|---|--|---|
| 2 | 1930 | 9 (4 hombres y 5 mujeres) | Se levanta, se baña, desayuna, va a la veterinaria, regresa a su casa, come, riega el jardín y ver novelas. | Dos veces a la semana viene una maestra para hacer ejercicios, es variable pero me gusta regar y salir al jardín. | Muy bien | Pues lo mismo de diario, voy a ir a peinarme que lo hago una vez por semana. |
| 3 | 1952 | 3 | Trabajar | Dar conferencias y capacitar | Segura y con mucha proyección | Sí. |
| 4 | 1955 | 3 | Quehacer de la casa y hacer la comida. | Ver la TV y caminar. | Tranquila porque ya no vive mi hija conmigo. | Ir al banco. |
| 5 | 1954 | No tengo | Me levanto, desayuno y me voy a trabajar al hospital. | Me gusta leer, aunque ahorita únicamente leo el periódico y me da pena. También me gusta bordar mucho. | Yo muy bien. | Mañana voy a ir a pagar el predial y luego a casa de mi hermana por el chorizo. |
| 6 | 1954 | 4 | Ama de Casa; estar al pendiente que la casa esté en orden y limpia, comprar la despensa que haga falta, hacer de comer, ir al gimnasio, leer, ver tv y descansar. | Caminar, escuchar radio mientras cocino. | Enferma de la tos y anginas. | Tratar de descansar para recuperarme de lo contrario ir al Doctor. |
| 7 | 1931 | 4 | Me levanto, rezo, mis hijos me hablan y mis nietos también a veces. | La jugadita y viajar mucho pero ya no tan lejos | Muy bien con los males de siempre | La siguiente semana se va de viaje a las Vegas con sus hijas y regresa y va a organizar un viaje a Orlando con sus hijos lo que Dios diga |
| 8 | 1929 | 0 | En las mañanas voy a misa y acompaño a mi hermana a sus pendientes y nos gusta ir de visita | Ver la tele y ver programas chistosos. De repente leer pero ya no veo tan bien entonces ya | Bien dentro de lo que cabe | |

| | | | | | | |
|----|---------|----|--|---|---|--|
| 9 | 83 años | 11 | En las mañanas salgo a caminar al parque y le doy 2 vueltas, en las tardes mis hijos se turnan para ir a comer a la casa y por las tardes me gusta ir a jugaditas o con mis amigas al café | no leo tanto. También escuchar mucho música de antes. Me gusta mucho nadar por eso me gusta ir al mar. Y me gusta mucho que me saquen a pasear | Muy bien aunque dicen que de repente se me olvidan las cosas pero yo me siento bien | Seguir jugando con mis nietos y viajar |
| 10 | 1946 | 4 | Cuidar a mi mamá, salir al súper y cuando se juntan mis amigas con las amigas | Me encanta cocinar | Cansada porque el fin de semana tuvimos fiesta pero bien | Uuuy si muchas cosas si mi mamá tiene 94 años creo que todavía me queda rato para hacer muchas cosas |
| 11 | 1940 | 5 | Leer periódico, ir a revisar el negocio (ya lo lleva un hijo) regreso a comer y en la tarde nos gusta salir a caminar | Ir a ver nuevas contrucciones | Muy bien | Me gustan mucho los viajes. |
| 12 | 69 años | 2 | Voy al mercado A la iglesia y los fines de semana voy a mi casa para limpiar y ver que todo esté bien | Tejer, hacer carpetitas | Enferma, cansada me duelen mis rodillas ya no puedo hacer mucho | Estar aquí e ir haciendo lo que vaya saliendo, no hay una actividad en específica |
| 13 | 68 años | 3 | Corto la yerbas del jardín ayudo un poco a la cocina y no me dejan salir | Ayudar a la cocina | Un poco aburrida no me dejan salir, porque tengo epilepsia, extraño salir | Lo de siempre |
| 14 | 70 años | 5 | Ayudo a diversas actividades del asilo y voy a la iglesia los fines de semana y algunas veces a mi casa | Leer y tomar un buen café | Quisiera que mi familia venga por mí, se han olvidado solo los veo 1 vez al mes | No mucho, seguir en las actividades asignadas |
| 15 | 68 años | 1 | Estar en mi habitación, | caminar | Me gustaría ver la tele | Solo tenemos |

| | | | | | |
|----|---------|---|--|--|--|
| | | | descansar Ir a misa Estar con las compañeras y ayudar a actividades diversas | pero tenemos 2 semanas sin cable, que porque no hay servicio | programado asistir a misa 2 veces por semana, el sacerdote viene aquí al asilo y ofrece la misa ... |
| 16 | 92 años | 2 | Por mis discapacidad no salgo, ya no veo y mi cadera no quedo bien, además tengo una placa en la cabeza, es complicado para mi hacer algo mas | Sin deseos, ni ganas de nada mi hijo está lejos y pues yo aquí esperando... | Pues, lo que sea ya me queda muy poco |

Resultados: 7/16 = 44% - Pívor (Cliente)

Aprendizajes:

- Diferencias entre estar en un asilo y una casa
- Las personas que están en un asilo no son consumidores

Experimento 2

- **Perfil del Mercado:** 65-70 años, segmento A/B+
- **Segmento de mercado**
 - ¿Dónde los Encuentro?
 - Observación de Vestimenta / Tipo de Casa / Estilo de Vida
- **Entrevista**
- **Segmento de Mercado**
 - ¿En qué año nació?
 - ¿Cuántos ingresos mensuales tiene?
- **Problema - No tienen que hacer día tras día**
 - ¿Qué actividades tiene planeadas por semana?
- **Supuesto más riesgoso - Se sienten cansados para realizar nuevas actividades**
 - ¿Estaría dispuesto a intentar nuevas actividades?
 - ¿Qué tipo de actividades le gustaría hacer?

Criterio Mínimo de Éxito (CME)

- **Muestreo:** 15 entrevistas
- **Validación:** 12/15 entrevistas (80%)

Tabla 7. Resumen de Entrevistas del Experimento 2

| | | | | |
|---|---------|--|--|--|
| 1 | 68 años | Nunca trabajé siempre estuve en mi hogar y sigo estando | Siempre me ha gustado mucho el ejercicio. Voy 2 horas diarias a clases de pilates y yoga. Me gusta mucho viajar con mi marido aunque el siga trabajando. | Aprender de la tecnología porque sólo se del WhatsApp y soy feliz imagínate si supiera más Seguir yendo al gimnasio me relaja mucho Tener a mi nieto más seguido conmigo |
| 2 | 70 años | Pues nunca tuve un trabajo. Tuve una tienda de regalos pero la mayor parte de mi tiempo me dediqué a mis hijos | Ir al cafecito con mis amigas Si si lo sigo haciendo Jugar tennis Más bien es algo que empecé ya hacer grande y lo sigo haciendo Que mis hijos y nietos vengan a la casa Todos los lunes vienen Leer | Arreglar mi casa hay varias cosas que voy dejando que no he hecho |

| | | | | |
|---|---------|--|--|--|
| 3 | 71 años | Fui maestra mucho tiempo. Daba clases de regularización de matemáticas y español | Me gustan mucho las novelas Dar clases siempre fue mi pasión Ya no lo hago pero si me gustaría seguir Me gusta la literatura De repente leo Ver la televisión programas de comedia Si lo hace Leer pero no noticias Si lo hace | Seguir dando clases Tal vez tomar clases de cosas nuevas para seguir aprendiendo |
| 4 | 68 años | No me he retirado sigo trabajando. Tengo una comercializadora | Me gustaba mucho la fiesta Ya no porque se le van acabando a uno las pilas Viajar Si lo sigo haciendo pero ya más por placer y a veces por trabajo Futbol Jugué en mi juventud pero como desde los 40 deje de jugar | Me gustaría aprender a jugar golf |
| 5 | 69 años | Trabaje de Ing. Civil en empresas de energía Eléctrica para Latinoamérica. Acabo de terminar el último proyecto en dic y no sé si ya retirarme o regresar. | Me gusta mucho la naturaleza, así que me gustaba mucho ir a lugares como la primavera o a viajar para ver las carreteras Si lo sigo haciendo, cuando podemos nos escapamos a pueblos o a playas de México | Seguir viajando hay mucho que conocer Me gustaría escribir un libro, que he estado empezando desde hace mucho pero no lo he podido concluir Convivir con mis nietos, aunque sólo tengo uno por lo pronto |
| 6 | 69 años | Maestra normalista por 30 años , además de estar en la coordinación y desarrollo de los planes de estudio | Caminar, leer No las sigo realizando porque me duelen mucho mis rodillas, tengo una operación en la izquierda y no quede muy bien, además me duelen con el frio Ahora tejo carpetitas para la iglesia | Descansa Ver la televisión Salir, caminar |
| 7 | 68 años | Limpiar casas, y después cuidando a los hijos de mi hija ya no me dejaban salir, y finalmente me mandaron al asilo | Tejer, nunca pude hacer nada, no puedo hacer nada, porque me dan ataques epilépticos , aunque tomo medicamento no me escapo de que alguna vez me de uno | Me gusta la jardinería, quietar las yerbas malas, cortar el pasto y tener flores Bailar banda... me gusta y las canciones rancheras Jardinería Baile, música |
| 8 | 70 años | Al hogar Muere mi hija de 12 | Cuidar a mis hijos Trabajar | Conocer los pueblitos del alrededor de |

| | | | | |
|----|---------|--|--|---|
| | | años y el doctor recomienda trabajar para no caer en depresión Mi esposo muere Me jubilo y me voy a vivir con mis hijos a USA Me sentí un estorbo y mejor me vine al asilo | Leer un buen libro, con un rico café Sigo leyendo...me gusta la novela, leo de todo | Guadalajara. Viajar |
| 9 | 68 años | Al hogar Viajar con mi marido, acompañarlo a sus negocios de trabajo | Ir a los bailes, Ejercicio, ahora ya no hago nada porque ya no puedo | Cocinar Ir al teatro |
| 10 | 71 años | Trabaje desde los 13 años en la pesca Después fui mesero, y poco a poco me muy haciendo socio del restaurante Adquirí después otros negocios Me case 2 veces Tengo 4 hijos | Bailes Carreras de autos (no profesional) Trabajar mucho Un poco de bicicleta Ya no las realizo, estoy muy viejo Fiestas... muchas fiestas | Ya no puedo hacer nada me faltan 2 tendones en el lado izquierdo del hombro (daño hombro a los 65) Solo veo la televisión, noticias y películas de la época de oro, camino un poco Me gustaría caminar un poco más para tener fuerza en mis piernas y algo que ayude a mi brazo a mejorarlo (masaje, spa) |
| 11 | 1952 | Trabajar como maestra de escuela normal y en deptos. administrativos | Escuchar música, platicar con amigas en Café, jugar boliche. Las primeras dos si, boliche ya no porque ya no tengo con quien ir. | Estudiar inglés, natación, practicar yoga y viajar . |
| 12 | 1945 | Estuve gerenciando Rh en varias empresas. | Estudie humanidades, filosofía, teología. Practique cuanto deporte se me ponía enfrente. También mucha lectura, muchos libros. Sigo leyendo mucho, especialmente de espiritualidad, filosofía y teología. | Seguir leyendo y sobre todo disfrutar mi vida con Mi esposa, hijos, nietos. Viajar en lo que me sea posible. |
| 13 | 1949 | Trabajo en mi despacho contable dictaminando empresas. | Me gustaba ver y jugar béisbol y viajar. | Las sigo haciendo, solo que ya no juego béisbol porque no tengo con quien, pero llevo a mi nieto a hacerlo, ahora me gustaría jugar béisbol o softbol en algún equipo. Viajar |
| 14 | 1950 | Vendo Pipas de | Hacer ejercicio, no ya | Si necesito una |

| | | | | |
|----|------|--|---|--|
| | | Alcohol a Empresas | hace mucho que no hago ejercicio, yo creo que en esta vida nada es pretexto, simplemente por mil cosas que tengo que hacer, darme prisa y eso me quitaba tiempo, ya no es la misma energía, iba 2 veces al día antes. | actividad, ya me dijo mi hijo, quiero ir a caminar pero ya está bien caro Los Colomos \$20 pesos y todavía lejos, no me gusta el Metropolitano. Asi que yo creo que Tejer. |
| 15 | 1952 | Soy Director de Planeación y Desarrollo de Grupo Recal | Deportes (Futbol, Tenis), vacaciones y diversiones con la familia, leer, escuchar música, ver películas. Actualmente cambié la lectura por documentales, películas de época y escuchar música por internet. | Viajar más y para retomar la impartición de cursos en universidades y asociaciones profesionales. |

Resultado: 15/15 = 100% = Perseverar

Aprendizajes:

- Buscan tiempo para ellos
- Desean tranquilidad y pasar tiempo social
- Les gusta sentirse parte de un círculo social de personas activas Contratan o realizan muchas actividades a través de los hijos

Experimento 3

- **Cliente/Perfil del Mercado:** 65-70 años A/B+ en la Z.M.G.
- **Problema:** No identificar donde contratar las actividades
- **Supuesto más riesgoso:** No existe un lugar para contratar que quieren hacer actividades en la Z.M.G.
- **Criterio Mínimo de Éxito (CME)**
- **Muestreo:** 15 entrevistas
- **Validación:** 12/15 entrevistas (80%)

Entrevista

- ¿En qué año naciste?
- ¿A dónde frecuentas asistir a hacer las actividades que te gustan?
- ¿Cómo te pones de acuerdo a hacer las actividades que te gustan? (I.e. Llamada telefónica, correo electrónico, WhatsApp, etc.)
- ¿Dónde contratas las actividades que te gustan que no puedes organizar con tus amigos y conocidos?

Tabla 8. Resumen de Entrevistas del Experimento 3

| | | | | |
|---|------|---|--|---|
| 1 | 1948 | Al gym y en el parque que está enfrente de mi casa | Pues generalmente cuando estoy haciendo mis pendientes voy al lugar o porque me lo recomiendan y si me dan el teléfono pues mejor. Con mis amigas si me pongo de acuerdo por el WhatsApp | Pues preguntando y como te digo viendo que me queda cerca de la casa o por donde ando haciendo mis pendientes. |
| 2 | 1946 | Me gusta mucho ir a cafecitos con mis amigas | Tenemos un grupo de WhatsApp y además hablamos siempre por teléfono. Ya sea con mis hijas o mis amigas | Pues busco en la sección amarilla o les pido a mis hijas que me busquen por internet. También me fijo mucho en que me recomiendan mis amigas. |
| 3 | 1951 | Al club, al fraccionamiento, a correr, días de campo aunque ya mis hijos no me hacen segunda. | Por teléfono principalmente | Mi esposa es la que se encarga siempre de todo, ella es un directorio. Ella se mete mucho a internet y organiza todo por ahí. |
| 4 | 1950 | Elevare (domingos) integración social a través de la música Clases de música. | WhatsApp | Kioscos de Price Travel Mis amigos Mis nietos e hijos |

| | | | | |
|----|------|---|---|---|
| 5 | 1946 | Viajar Me gusta mucho viajar . Ir al estadio con mi hijo. Me gustaría como una librería donde me pueda sentar a leer | En vivo | Busco en internet el teléfono y llamando generalmente. De repente me gusta ver las cosas en vivo y voy al lugar a ver si me agrada o me mueve |
| 6 | 1946 | DIF A la casa de las amigas o vecinas | Llamada telefónica (fijo o celular) Nos ponemos de acuerdo para reunirnos y platicarlo | En el DIF Con el organizador de actividades |
| 7 | 1950 | Parque Colomos (trotar-caminar) Pequeño parque de la colonia Misión San Antonio Ir a Mexico, Tapalpa, Michoacán, Gto. | Teléfono celular | Agencias mis hijos me las contratan |
| 8 | 1951 | (pueblitos) Viajar A la iglesia de nuestra Sra. De Santa Anita A la capilla que está enfrente de la iglesia A las kermeses y actividades del templo Viajar | teléfono local | Agencia de viajes Con el coordinar de actividades de la iglesia |
| 9 | 1947 | Ajjic Jocotepec Chapala Colomos Metropolitano Montenegro Alcalde Tapalpa Mazamitla Viajar | Internet, Teléfono correo | Agencia de viajes Internet Mis hijos me invitan o me llevan |
| 10 | 1951 | Sport Fitness palomar (box, sauna, poco ejercicio, vapor) Deje de ir , pero antes iba al club Bancario, por la alberca (instalaciones de buena calidad) Viajar | Teléfono | Internet Agencia |
| 11 | 1945 | A casas de varios amigos a jugar domino | Llamadas telefónicas. | En varios lugares que hacen comidas. |
| 12 | 1949 | Terraza a jugar | Llamadas telefónicas | A ningún lado |

| | | | | |
|----|------|---|---|---|
| 13 | 1945 | domino En ninguna parte | Por ningún medio | A ningún lado |
| 14 | 1951 | Ahorita ya no sé más que ir al mercado. | Por llamadas telefónicas | Yo me organizo |
| 15 | 1930 | Pues ir a que me peinen o ver televisión en mi casa | Por llamadas telefónicas o con mis hijas. | Yo no contrato, únicamente lo que mis hijas me hacen hacer. |

Resultado: 3/15 - 20% Pivot (Cliente)

Aprendizaje

- A través de los hijos desarrollan muchas actividades.
- El viajar es un gusto de las personas de la tercera edad.
- Le gusta hacer las contrataciones en agencias de viajes o quioscos de PriceTravel.
- El Teléfono es el medio para realizar actividades (12/15 - 80%)

Experimento 4

- **Cliente/Perfil del Mercado:** 60-69 años A/B+ en la Z.M.G.
- **Problema:** Identificar actividades que realmente quiera hacer y pagar.
- **Solución:** Plataforma integral de información para personas de la tercera edad.
- **Supuesto más riesgoso:** No encuentran actividades significativas.
- **Criterio Mínimo de Éxito (CME)**
- **Muestreo:** 15 entrevistas
- **Validación:** 12/15 entrevistas (80%)

Preguntas

- Tienes Tablet Celular o laptop?
- ¿Tu equipo tiene internet?
- ¿Hace compras por internet?
- ¿Con que frecuencia utilizas el internet de tu equipo?
- ¿Utilizas alguna app o red social?
- ¿De qué te arrepientes de la vida?
- ¿Cuál fue el sueño que se quedó trunco?
- ¿Qué le da sentido a mi vida?

Tabla 9. Resumen de Entrevistas del Experimento 4

| Entrevista | Edad o año de nacimiento, sexo | Tienes tablet, celular o laptop | Tu equipo tiene internet | Hace comparas por internet | Con que frecuencia usas el internet de tu equipos | Usas alguna app o red social |
|------------|--------------------------------|---------------------------------|---|----------------------------|---|---|
| 1 | 62 | Celular | si | no | En casa o lugares gratis | WhatsApp |
| 2 | 66 | Celular | si | no | En casa | WhatsApp, Facebook |
| 3 | 60 | laptop, celular | Ambos, mi celular lo uso como modem | si | Todo el tiempo | Viber, WhatsApp y Facebook |
| 4 | 63 | Si, laptop, celular | Celular plan y laptop en casa con le wifi | No, solo cotizo | Pocas veces | Sky, WhatsApp y Cinopolis |
| 5 | 69 | celular | No, solo en casa | no | Solo en casa | WhatsApp |
| 6 | 71 | Si, celular | no | no | Solo cuando me llaman o yo marco | no |
| 7 | 60 | Tablet, celular | Si | Si y además citas | Todo el tiempo | Si varios, mis nietas me ayudan con snapchat si |
| 8 | 65 | Celular | Si | no | La mayor parte del tiempo | |
| 9 | 65 | celular | si | no | Solo en mi casa | WhatsApp, Facebook |
| 10 | 70 | No | no | no | Cuando me ponen programas en la televisión | no |
| 11 | 61 | Tablet, celular | si | si | Todo el tiempo | WhatsApp, Facebook, viber, twitter |
| 12 | 63 | Laptop celular | si | Si, me ayudan si | Algunas veces | Si |
| 13 | 60 | Tablet y celular | si | si | Con mi familia, en las accesoría con los jóvenes universitarios, en lo personal | WhatsApp, Facebook, instagram |
| 14 | 62 | celular | si | Solo boletos del cine | Solo llamo y el WhatsApp | WhatsApp |
| 15 | 67 | celular | No , Solo en casa | No | Solo en casa | WhatsApp |

Resultado: 13/15 - 87% - Perseverar

Aprendizajes

- Si tienen un equipo para usar internet, regularmente un teléfono inteligente

- Si usan frecuentemente el internet
- Si usan WhatsApp como medio de comunicación $10/15 = 66\%$
- La segunda red que utilizan es Facebook $5/15 = 33\%$
- Tienen teléfono inteligente $14/15 = 93\%$
- No compran por internet $9/15 = 60\%$

Experimento 5

- **Cliente:** 60 - 69 años Segmento A/B+ en la ZMG
- **Problema:** No existen comunidades web con intereses similares en la ZMG para personas de la tercera edad
- **Solución:** Plataforma web que promueva comunidades con intereses similares en la ZMG para personas de la tercera edad.
- **Supuesto más riesgoso:** Usarían frecuentemente una plataforma web que promueva la plática entre personas de la tercera edad con intereses similares.
- **Criterio Mínimo de Éxito:** 8/10 - 80%

Preguntas

- ¿Actualmente utilizas internet para buscar actividades a realizar en la ZMG?
- ¿Actualmente utilizas internet para buscar otras personas con intereses similares en la ZMG?
- ¿Cuál sería el medio ideal para interactuar con otras personas con intereses similares utilizando el internet?
- ¿Sería interesante una plataforma web que promueva actividades con intereses similares?
- ¿Qué otra información te gustaría que estuviera disponible en esta plataforma web?
- ¿Qué tan frecuentemente utilizarías la plataforma web si tuvieras actividades con intereses similares?

Tabla 10. Resumen de Entrevistas del Experimento 5

| Entrevista | Edad | Actualmente utilizas internet para buscar actividades a realizar en la ZMG | Actualmente utiliza internet para buscar otras personas con intereses similares en al ZMG | ¿Cuál sería el medio ideal para interactuar con otras personas con intereses similares utilizando internet? | ¿Sería interesante una plataforma web que promueva actividades con intereses similares? | ¿Qué tan frecuente utilizaría la plataforma web si tuviera actividades con interés similar? | ¿Qué información te gustaría que estuviera disponible en esta plataforma? |
|------------|------|--|---|---|---|---|---|
| 1 | 58 | si | Solo los que ya conozco | Que no te engañen que sea real | si | Un rato por la tarde | Cocina Música Teatro herramientas |
| 2 | 61 | si | Lo que están registrados en mi cel. | Tener internet | si | Por las noches | Comida Jardinería restaurantes |
| 3 | 66 | no | no | Que sea fácil y con letras | Si, así ahorro dinero | 1 vez por semana | Futbol Deporte Periódico |

| | | | | | | | |
|---|----|----|--|--|------------------------|--|---|
| | | | | grandes | | | Carreras de caballos/autos Actividades diversas Deporte Cosas sin azúcar Noticias comida |
| 4 | 60 | no | Un amigo me presenta otro amigo y lo añado | Saber cómo mover los aparatos (como buscar) | si | Algunas horas en el día | |
| 5 | 62 | si | no | Casi no me gusta el internet, prefiero un café o plaza | si | Casi no, no sé cómo moverle | Pasteles Restaurantes Música Teatro danza pino |
| 6 | 59 | si | si | La formalidad y que sea serio | Sí, que den descuentos | Durante el día, si es como el FB que se actualiza todo el tiempo | Bares Música Comida amigos |
| 7 | 60 | si | no | Que la información este actualizada | si | Antes del fin de semana | Ropa Natación Comida Jardín carros |
| 8 | 63 | No | no | Que haya los medios como programas y esas cosas para escribir y enviar cuando la gente está lejos fotos, cartas y vernos | si | Si me gusta casi diario y normalmente una hora en toda la semana | Deportes de otros países Bares o lugares donde comer Algo para leer (noticias) |
| 9 | 61 | si | No, y si no los conozco menos | No lo se | si | En la semana | Lectura Audio Series Medicina Comida Autos noticias |

| | | | | | | | |
|----|----|---|--|---------------------------------------|---|--|---------------------------------|
| 10 | 60 | Si, cuando no encuentro algo pido ayuda | Mis hijos me ayudan poniendo a los sobrinos o mis hermanos en FB | Que sea serio y hablemos de lo mismo. | Sí, pero con seguridad, ya ve que hay mucho secuestro, no me gusta mucho dar información donde no se quién es la otra persona | En mi casa, ya que estén los hijos de mi hermano | Noticias Algo para entretenerse |
|----|----|---|--|---------------------------------------|---|--|---------------------------------|

Resultado: 10/10 = 100% Perseverar

Aprendizajes

- Para las personas de la tercera edad si es interesante una plataforma web promueva los intereses similares.
- Buscan información relevante en la plataforma web acorde a sus intereses.

Entrevistas a Clientes Potenciales de la Plataforma Web

Entrevista a Todo para sus pies

Es una empresa que ofrece servicios de manicure y pedicura para toda la familia, cuenta con más de 70 franquicias en México y centro América. Les interesa estar más cerca de los usuarios para ofrecer los productos y servicios que brindaran bienestar en sus pies y manos, consideran que el segmento de la 3era edad es un mercado potencial y con crecimiento a futuro.



Por ahora solo tiene apoyo publicitario es en las redes sociales más conocidas como: facebook, twitter, You Tube y spots en radio. Le agrada la idea de pertenecer a una una comunidad donde se esté actualizando la información constantemente y que cada día sean más los usuarios en esta página web en donde ofreceré sus productos y servicios lo hagan crecer, posicionarse en el mercado como la mejor opción de atención y cuidado a los adultos mayores, incluso comenta estar interesado en pertenecer también en revistas especializadas

Entrevista a: Vidavi

El programa Vidavi es joven, y único en Guadalajara, ayuda a dar atención, rehabilitación y tratamiento al adulto mayor, por medio de diferentes técnicas en la disciplina de geriatría, para proveer una mejor calidad de vida de acuerdo a sus necesidades, no es un encierro es una casa de descanso y recreación donde se les ayudada a tener mejores aptitudes físicas, cognitivas, sociales y psicológicas.



La mejor manera de ayudar a tu familiar, es dándole vida.

Sus días y horarios flexibles da una percepción de que este centro es amigable.

En cuanto a publicidad...

Solo participamos en la red social de facebook y el Messenger es de gran ayuda para resolver tu duda y proveer de información. Pensamos en crecer y poco a poco tener mas centros para el adulto mayor, consideramos que ser parte de una comunidad especifica nos pueda dar una gran oportunidad de apertura ante el mercado para que nos conozcan los clientes por ahora no tenemos promociones o descuentos, si participaría en ser parte de una web y me conozcan

Entrevista a Dentauro

Ofrecemos servicio y atención bucal para cualquier edad, pero nos especializamos en las personal mayores de 65 años que tengan problemas degenerativos, crónicos y las enfermedades que se asocian habitualmente con ellos. Para nosotros es muy importante la salud de nuestros adultos mayores y es un gusto verlos sonreír.



Generalmente se desconoce que existan este tiempo de servicios que nosotros ofrecemos, la diferencia entre un odontólogo general, es que nosotros cuidamos detalles de sensibilidad y conocemos aquellas enfermedades que se puedan tener, ocasionados por la toma de medicamentos, enfermedades muy específicas como la diabetes, hipertensión, cáncer etc. No se pueden usar los mismos equipos o herramientas que para los que no tienen enfermedades crónicas.

Por supuesto que me gustaría estar en la páginas de internet especializadas, actualmente tenemos facebook, twitter y pagina web propia, nuestra especialidad es atender clientes Estadounidense o canadienses que actualmente radican en Guadalajara, somos bilingües con 13 años de experiencia, nunca está de más la buena publicidad e ir sumando cada día mas clientes que a su vez nos recomienden y se multiplique el trabajo.

Otros datos solo informativos La UdeG cuenta con una especialización en el área de odontogereatria, hace un año aproximadamente en la Cd. De México inauguraron el centro más grande para la atención bucal-dental para el adulto mayor.

Geriatra Guadalajara
Dra. Marisa Covarrubias
Esquer
Contacto: vía telefónica



No puede contactar directamente a la doctora, pero su asistente comenta que los clientes llegan por 3 razones, por recomendación de otros pacientes, por la página de internet y por el facebook o twitter, considera que sería una buena oportunidad para que la Dra. tenga más pacientes, si se tiene publicidad por parte de alguien que administre un grupo o web, considera que en ocasiones hay muchas dudas de los pacientes y que podrían

contestarse por ahí de inmediato, ya que la doctora en ocasiones tarda en contestar sus correos por su agenda laboral, viajes y sus publicaciones en revistas.

Entrevista a: Calzado SAS Comfort Shoes

No es una franquicia, son tiendas de socios que originalmente iniciaron en Texas y se han expandido por el mundo, en Guadalajara hay dos sucursales, vendemos ahí modelos clásicos de zapatos, nada de lujo y modernidad, ofrecemos calidad, confort, suavidad, es calzado para aquellas personas que tiene varices, pie diabético, ulceroso, inflando por retención de líquidos, uñas enterradas, malformación genética, para aquellos que trabajan todo el tiempo parados o caminan sin descanso, para la gente de la tercera edad.



No somos muy conocidos, porque nuestros clientes son muy específicos, cuando los clientes ven en el aparador el calzado, sin pensarlo dos veces se van de inmediato, los colores que manejamos aquí, son clásicos y los modelos hasta cierto punto son toscos y nada atractivos, nos gustaría tener buenas referencias de nuestros clientes y que nos conozcan no por el modelo, si no por la comodidad, sería una buena idea y de gran ayuda ser parte de una web donde indirectamente estén asociados productos y servicios para las personas de la tercera edad, hay mucha gente con estas características, que te lo aseguro es difícil encontrar un calzado bajo las características requerías por ellos, los precios no son accesibles oscila entre los \$ 550 a las \$1,400 pesos, a cambio damos garantía de durabilidad, resistencia, finura, calidad es un calzado artesanal, pues aun está hecho a mano y no son producto que salen por lotes seriados. Si necesitamos la recomendación y darnos a conocer.

Entrevista a: Vida Abuelo

Es franquicia, lo que nos ha ayudado es nuestra página web para darnos a conocer, ya que ahí tenemos un espacio para compras en línea, las cuales se concentran en la matriz y de ahí nos dar un porcentaje a la ciudad de origen, para que nosotros entreguemos el producto al cliente, algo que también nos ha ayudado es dar información al cliente en sus dudas y orientar para la compra, consideramos que nuestras ventas pueden incrementar si nos conocieran en todo Guadalajara, ya que somos la única franquicia aquí con especialización para el adulto mayor, participar en una red como me lo platicas, nos daría oportunidad de vender en volumen y mejorar nuestros precios, ya me imagine vendiendo en una expo o para algunas compañías, la red de negocios es lo de hoy, y lo que yo necesite alguien mas me lo puede proveer y hacer un paquete de beneficios al cliente.



Nuestros productos hacen más fácil la vida de nuestros abuelos...

Anexo 5: Evidencias de la retroalimentación por parte de los evaluadores en cada sesión.

Retroalimentación de la sesión del 31 de Marzo del 2016

PROYECTO DE PERSONAS DE LA TERCERA EDAD

Las suposiciones tienen que ver con un problema en específico.

Validación contra experimentos

Conocer contra explorar

No son entrevistas, son entrevistas

CLAUDIA:

Arquetipo de cliente

Asilo privado contra público

Entrevistar a directores de asilos (públicos o privados?)

Sumarse a la competencia directa o indirecta

Conocer lo que opina

JUAN JOSÉ

¿Por qué ese proyecto segmento?

PILAR:

La gente de la tercera edad es una tendencia

¿Qué capacidades tienen?

Retroalimentación de la sesión del 7 de Abril del 2016

PROYECTO DE PERSONAS DE LA TERCERA EDAD (GREY MARKET)

Tendencia hacia que la gente de la tercera puedan viajar.

CLAUDIA:

¿Cómo viajan?

¿Cómo lo hacen, quién paga y cómo lo pagan?

Un starbucks para el “grey market”

No se claven sólo en viajes.

 Viajes cortos y viajes largos.

Los hijos en algunos casos son influenciadores.

A través de qué actividad son útiles?

Porqué vienes a este lugar (CEMAM)?

Tal vez es un tema de TRASCENDENCIA.

Qué SUEÑO les queda por hacer?

Dar un paso atrás para ver el sentido del por qué las actividades: Propósito.

JUAN JOSÉ:

Qué actividades hacen cotidianamente?

Cuán recurrente son algunas de las actividades definidas?

Preparar al mercado para sobrellevar la vejez

Pensar en que el proyecto pueda ser sostenible en el futuro.

Están un poco contaminados en cuanto el tema de “actividades”

Aparentemente se están enfocando demasiado en sus soluciones.

Qué les propones a partir de las actividades que NO están haciendo.

Técnica de los 5 porqués (5 whys)

PILAR:

Expectativa de vida (aumento)

GAP entre el hombre y la mujer

La mujer tiene más posibilidades de vivir con mejores condiciones de vida.

La iglesia metida en este tipo de eventos (viajes)

Tal vez la actividad solo es el pretexto.

SOCIALIZACIÓN puede ser un tema.

ALBERTO:

Innocentive

Tal vez puede ser un tema de PROPÓSITO.

The bucket list?

Hacer un poco más de información (investigación)

Fuentes secundarias.

Poner el video de la verdad acerca de los que nos motiva.

Retroalimentación de la sesión del 14 de Abril del 2016

PROYECTO DE PERSONAS DE LA TERCERA EDAD (GREY MARKET)

Una vez que los evaluadores terminaron de dar sus comentarios entonces si comenten los puntos que consideren importantes aclarar o buscar perspectiva de ellos. En términos generales, dejen hablar a los evaluadores y después van ustedes.

CLAUDIA:

Tal vez el modelo de negocio sea un groupon de la tercera edad.

Ser intermediario de valor (generar valor a terceros)

Tal vez la app podría ser un diferenciador contra lo que ya opera.

No se pierdan con el segmento de clientes tan amplio, acoten siempre.

No dejen de ver que el proyecto puede operar en dos sentidos:

1. proveedores de servicios
2. Segmento de clientes

Revisen opciones como: Best Day, Expedia y la forma en que operan.

Co creación con el cliente y el usuario para desarrollar la solución.

Generar un video corto como MVP para darle ideas al cliente y demostrar la funcionalidad.

Salir de la imitación a la diferenciación.

PILAR:

En países como Inglaterra hay comunidades con problemáticas comunes, muy activas con temas como la jardinería.

Comunidades donde resuelven cosas muy simples

Generar comunidades

ALBERTO:

Plataformas como el del crowdfunding se convierte en los nuevos "Marketplace", esta plataforma podría desarrollarse de esa forma.

Retroalimentación de la sesión del 21 de Abril del 2016

PROYECTO DE PERSONAS DE LA TERCERA EDAD (GREY MARKET)

CLAUDIA:

Competencia por valor, no por costo.

¿Qué opinan de un Groupon de la tercera edad?

Generan interacción entre ellos.

Lógica de la compra colectiva.

La conexión podría ser una tercera propuesta de valor.

Qué es lo que prioriza sus clientes.

Mantener la actualización

Facilitar procesos.

¿Quién alimentaría el portal con oferta?

Generar una masa crítica de clientes.

Los proveedores podrían ser los que pagan.

PILAR:

El pretexto era la colectividad.

Una necesidad muy fuerte es platicar.

La solución puede ser el vehículo para poder socializar

Generar aprendizaje colectivo

JUAN JOSÉ:

¿Dónde está la generación de comunidad?

¿Cómo generan clientes?

ALBERTO:

Valdría la pena ya validar esta plataforma y la forma de generar comunidad.

Anexo 6: Imágenes, fotografías, audio, video de las evidencias de las entrevistas.



Anexo 7: Presentación final del proyecto



GREY MARKET

Sahara Rodríguez
Adriana Jácome
Jorge Romero





273K personas

A large group of elderly people, mostly men, are sitting in a crowd. They are wearing various types of clothing, including hats and jackets. Some are looking towards the camera, while others are looking away. The crowd is dense, and the people are sitting on what appears to be a bench or a similar seating arrangement.

 38%



El Rincón [®] [Home](#) | [Works](#) | [About](#) | [Book Online](#)

 A grid of four images, each with a corresponding icon and text label below it:

- P & S**: An image of a wooden surface with a pair of scissors, a metal water bottle, and a brush.
- Apoyos**: An image of two elderly women walking outdoors on a paved path.
- Convivencia**: An image of a group of people sitting around a table, engaged in conversation.
- Eventos**: A close-up image of two elderly women smiling.

EL RINCON



Mapa de la ZMG

Mercado Potencial en la ZMG

7,960 9,504

NSE A/B+

Comisión por Foros, Eventos y Festivales

Cientes Potenciales

Vidavi

SAS

TENA

Vida Abuelo

Nestlé

GERIATRA GUADALAJARA

Information-As-A-Service para Empresas

2%

EL RINCON



EL RINCON

Siguientes Pasos

Mes 1

- Validación del modelo de negocio
- Consolidación de equipo de trabajo

Mes 2

- Constitución de la empresa
- Inicio de construcción de la plataforma

Mes 3

- Piloto de la plataforma
- Inicio de validación de producto real con mercado meta

Mes 4

- Ajustes plataforma
- Promoción masiva de la plataforma

Mes 5

- Promoción y campañas publicitarias
- Inicio de negociación con clientes potenciales

Mes 6

- Inicio de publicación de clientes



EL RINCON

Hay tres cosas en la vida que una vez que pasan ya no regresan:

- El Tiempo
- Las Palabras
- Y las Oportunidades

¡Muchas gracias por su tiempo!

Sales Pitch

Imagínate que ya llegaste a la tercera edad y ya estas retirado, es un lunes te despiertas, pones tu café desayunas son las 10am y te das cuenta que no tienes nada que hacer el resto del día... Le marcas a tu comadre, pero ella esta enferma y te dice que no puede salir así que te toca ir al parque sólo a caminar a pasear a los perros. Al estar en el parque se te rompe el bastón y no sabes a donde llevar arreglarlo y tu hijo único que le hace todo esta de viaje.

Impactante no?

Esta puede ser la realidad para 273k personas actualmente viven en la ZMG, tomando en cuenta que hay un crecimiento del 38% de la población que está por llegar a esa edad en los prox. 10 años.

Por esta razón hemos decidido crear "El Rincón", que es un lugar virtual donde se agrupan los productos y servicios enfocados especialmente en la tercera edad, además de que te permite interactuar y conocer a nuevas personas que pueden tener intereses similares tuyos.

¿Qué quiere decir esto?

Que es un espacio donde si te gusta la pintura puedes encontrar clases, donde comprar los materiales necesarios, recibir descuentos, agruparte con otros pintores, hasta puedes organizarte para hacer tu propia galería y al tener otras personas interesadas en lo mismo que tú hasta puedes encontrar público interesado en lo que haces.

¿Cómo funciona?

Es una comunidad de personas interactuando por medio de una plataforma:

Explicar el DEMO

Mercado potencial es de 17,500 personas en ZMG del sector A, B+

Que es lo valioso de nuestra plataforma: que vamos a tener un mercado cautivo en un mismo lugar donde hay 2 vertientes:

Las empresas pueden promocionar productos y servicios y llegar fácilmente a su mercado meta

La cantidad de información que se maneja en la plataforma permitirá tener un CRM

Los ingresos se planean obtener:

1. Por promoción de las empresas de productos y servicios

2. Comisión en entrada de foros, festivales o eventos
3. Dinámicas virtuales
4. Potencial: información as a service