



PONTIFICIA  
UNIVERSIDAD  
CATÓLICA  
DE CHILE

DISEÑO | UC  
Pontificia Universidad Católica de Chile  
Escuela de Diseño

# expertos

**Servicio de mentoría o asesoría por  
personas 60+ para emprendedores**

---

*Tesis presentada a la Escuela de Diseño de la  
Pontificia Universidad Católica de Chile para  
optar al título profesional de Diseñador.*

**Autor: Josefina Domeyko Vargas**  
**Profesor guía: Iván Caro**

Julio 2021 | Santiago, Chile



*Se prohíbe la reproducción total o parcial de este documento sin la autorización previa del autor o profesor guía.*

Quiero agradecer a mi familia por aguantarme en este proceso y en especial a mi papá por ser un actor clave en el desarrollo de este proyecto, ayudándome con todo lo que necesitaba, escuchándome y aconsejándome para el desarrollo de las ideas y la conceptualización del proyecto y siempre apoyándome y creyendo en mí. También a mi mamá por escucharme y ayudarme cuando necesitaba apoyo y desahogo por el proceso.

Por otro lado quiero agradecer a mi profesor guía Iván Caro, quien siempre confió en mí y en mi proyecto, impulsando siempre a creer en mí misma y mis habilidades, resolviendo mis inquietudes y siendo un apoyo fundamental para las decisiones que debía tomar.

Por último, gracias a las amistades que hice en la universidad que sin ellas mi vida universitaria no sería lo mismo. Por todas las pasadas de largo, las buenas y malas decisiones que hoy son motivo de risa, y por sobre todo agradecer por el mejor grupo de amigas que se podría tener.

# ÍNDICE

## 1. INTRODUCCIÓN

## 2. MARCO TEÓRICO

2.1 Situación de un Chile envejecido	10
2.2 Envejecimiento activo	12
2.3 Economía plateada	13
2.4 Impacto psicosocial de la jubilación	15
2.5 Beneficios re-inserción laboral	17
2.6 Emprendedor chileno	19
2.7 Beneficios relaciones intergeneracionales; combatiendo el edadismo	22

## 3. CONTEXTO Y USUARIO

3.1 Contexto	25
3.2 Usuario	26

## 4. FORMULACIÓN DEL PROYECTO

4.1 Metodología	32
4.2 Problema/ Oportunidad	33
4.3 Que, porque, para que	35
4.4 Objetivos	36
4.5 Antecedentes y referentes	37
4.6 Atributos de diseño	40
4.7 Patrón de valor	41

## 5. DESARROLLO DEL PROYECTO

5.1 Diseño de servicios	43
5.2 Brecha digital de las personas mayores	44
5.3 Levantamiento de información	46

## 6. PROCESO DE DISEÑO

6.1 M.V.P	51
6.2 Plan piloto	57
6.3 Página web	66

## 7. PROPUESTA FINAL

7.1 Nombre y logo	71
7.2 Tipografía y colores	72
7.3 Visión general del servicio	73
7.4 Mapa de viaje	74
7.5 Plataforma web	75

## 8. IMPLEMENTACIÓN

8.1 Modelo de canvas	85
8.2 Fondos concursantes y alianzas estratégicas	86
8.3 Tabla de costos	89
8.4 Proyecciones	91

## 9. CONCLUSIONES

9.1 Conclusiones de proyecto	93
9.2 Reflexión personal	94

## 10. BIBLIOGRAFÍA

10.1 Referencias	96
10.2 Anexos	100

# 1. INTRODUCCIÓN

# INTRODUCCIÓN

En el mundo y en Chile ha aumentado significativamente el número de personas mayores, sin embargo eso no quiere decir que estas sean menos activas. Un 85,8% de las personas mayores se denominan como autovalentes, eso quiere decir que no reportan dificultad para realizar actividades básicas (División Observatorio Social, 2020).

Además la edad de jubilación en Chile es de 60 años para las mujeres y 65 años para los hombres, que si se compara con la expectativa de vida al nacer, ésta llega a los 77 años en hombres y a los 83 años en mujeres, por lo tanto las personas tienen en promedio 17,5 años adicionales a la edad de jubilación, en esta nueva etapa.

A pesar del bajo número de dependencia en la población 60+, los estigmas sociales y estereotipos anticuados son una constante barrera que las personas mayores deben atravesar en su vida cotidiana.

Estos estereotipos no permiten que las personas jóvenes visualicen el valor que tienen las personas mayores, desaprovechando todo el conocimiento adquirido a lo largo de sus vidas tanto en su ámbito laboral como personal.

Sin embargo, los emprendedores necesitan constantemente asesoría y ayuda en el desarrollo de sus emprendimientos, ya sea en términos generales o resolución de problemas específicos. Aquí es donde la trayectoria laboral de las personas mayores adquiere un valor significativo. A través de un trabajo intergeneracional se permite brindarle a la persona mayor un nuevo motivo laboral y al emprendedor una alternativa para resolver los obstáculos que se le presentan en el desarrollo de su emprendimiento.

## **2. MARCO TEÓRICO**

## Situación de un Chile envejecido

Hoy día nos enfrentamos al constante envejecimiento de la población, HelpAge International (2014) asegura que existen cerca de 868 millones de personas con más de 60 años globalmente, este número representa casi el 12% de la población total mundial. En Chile la situación no difiere en este sentido, la ley N° 19.828 afirma que toda persona para efectos legales que ha cumplido los sesenta años es considerada una persona mayor.

Tomando en cuenta lo anterior, la INE (2018) proyecta que para el año 2050 este grupo etario duplique su presencia llegando a conformar un 25% de la población nacional. Gran parte de este segmento se concentra en la Región Metropolitana según el Ministerio de Desarrollo Social (2019), en el año 2017 llegó a conformar un 17,4%.

Esta cifra, ha ido en constante crecimiento, “el nivel de población adulto mayor de la región aumentó desde 512 mil personas en 1990 hasta 1 millón 255 mil personas durante 2017 (un crecimiento de 145,0% en sólo 27 años)” (Ministerio de desarrollo social, 2019).

Este cambio demográfico se debe al mejoramiento sostenido de las condiciones de salud en la población, los avances científicos y tecnológicos, la disminución en las tasas de mortalidad, el aumento de la esperanza de vida y la reducción de la tasa de fecundidad (Caro et.al, 2016).

### Proyección población personas 60+

(Fuente: INE, 2018)

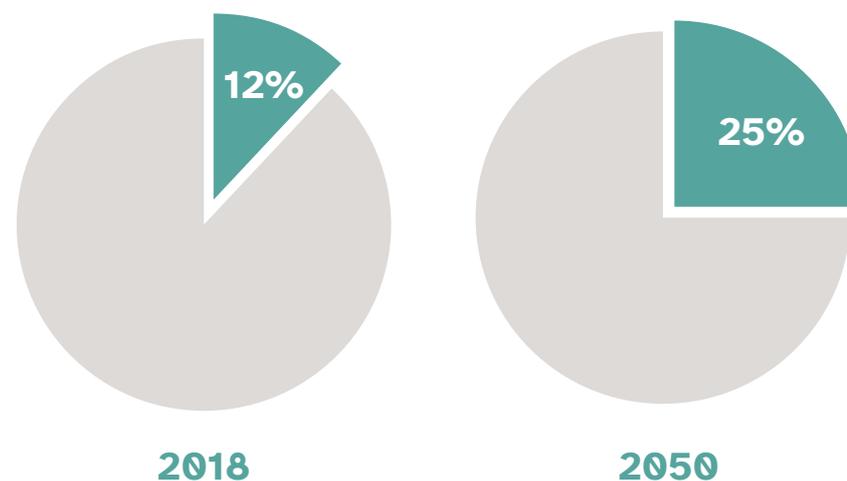


Figura 1: Elaboración propia en base a proyección población 60+

En base a todas las cifras anteriores se puede deducir que estamos presenciando un cambio demográfico el cual nos lleva a una sociedad envejecida que está en constante crecimiento. Estos cambios se hacen visibles en la esperanza de vida al nacer, según el INE (2002) el promedio de la expectativa de vida entre el año 2020 y 2025 es de 77,13 años en hombres y 83,35 en mujeres.

*“según datos de la última versión aplicada (2017) una proporción mayoritaria de las personas de 60 y más años un **85,8% se califica como autovalente**, es decir, no reporta dificultades para realizar actividades básicas” (División Observatorio Social, 2020)*

A pesar de esta alza en la esperanza de vida de las personas, la edad de jubilación establecida es para los hombres a los 65 años y para las mujeres a los 60 años (Decreto de Ley 3.500, 1980), dándole a este grupo etario un promedio de casi 17 años para esta etapa.

Si bien formamos actualmente parte de una población con un envejecimiento exponencial, el resto de las personas que no forma parte de este grupo etario, tiene percepciones y supuestos comunes basados en estereotipos anticuados, que traen consigo barreras que limitan la participación social y la contribución de las personas mayores.

Estos estereotipos sociales consideran que las personas mayores son dependientes y representan una carga para la sociedad (OMS, 2015), pero “según datos de la última versión aplicada (2017) una proporción mayoritaria de las personas de 60 y más años (85,8%) se califica como autovalente, es decir, no reporta dificultades para realizar actividades básicas” (División Observatorio Social, 2020)

En este nuevo contexto en el cual nos vemos enfrentados a una sociedad envejecida, replantear posturas a nivel cultural, personal y nacional como *“la aceptación de la diversidad e intergeneracionalidad, la preocupación por el bienestar, la calidad de vida, el desarrollo y la inclusión laboral constituyen importantes desafíos para las propias personas mayores, la sociedad en su conjunto, el Estado y las políticas públicas”* (Centro UC Estudios de Vejez y Envejecimiento & OTIC del Comercio, Servicios y Turismo, 2018).

Es por esto, que entender las nuevas necesidades de este grupo etario en pro del “vivir activamente” es imprescindible para otorgar nuevas oportunidades en base a sus requerimientos, contribuyendo en el desarrollo de una sociedad íntegra para todos y fomentando iniciativas que a futuro generen beneficios.

# ENVEJECIMIENTO ACTIVO



Imagen 2: obtenida de pexels

El envejecimiento activo es una nueva forma de mirar la vejez, una manera más positiva y dinámica, “tiene una relación directa con la autonomía, con la capacidad de prolongar, optimizar y utilizar las condiciones favorables de salud.” (Caro et.al., 2016), con el fin de poder aprovechar al máximo las oportunidades que presenta la vida para tener un bienestar físico, psíquico y social (Monteagudo, García & Ramos, 2016). Además la OMS invita a enfocar la atención mundial en el buen envejecer, lo cual deriva en la promoción de hábitos saludables de vida a lo largo del ciclo vital, con el fin de mantener la salud y la vigencia física y psíquica durante el mayor tiempo posible en los últimos años de vida. (OMS, 1999).

Estas denominaciones crean un nuevo paradigma y forma de ver la vejez, en el cual ésta ya no se clasifica únicamente como déficit o deterioro, sino también como nuevas posibilidades de desarrollo, optimización y compensación, buscando enfatizar en las conductas y estilos de vida que procuran mantener un rendimiento máximo a través de la actividad (Monteagudo, García & Ramos, 2016).

La nueva tendencia del buen envejecer trae consigo cambios en relación a la ocupación laboral de las personas mayores. Tal como se mencionó anteriormente, las edades de jubilación se sitúan a los 60 años en mujeres y 65 años en hombres (Decreto de Ley 3.500, 1980), sin embargo se puede observar un cambio en la empleabilidad de este grupo etario, en donde la encuesta Casen 2017 señala que el 31,8% de la población perteneciente a este rango etario de 60 años o más, sigue vigente en el mercado laboral.

Esta cifra entre el año 1990 y 2017 creció un 9,6%. Este porcentaje de ocupación laboral va disminuyendo a medida que las personas envejecen, entre las edades de 60 y 64 años tiene en promedio un 59,2% de ocupación, para luego disminuir a un promedio de 36,3% en el rango de 65 a 70 años y por último un 13,7% en personas sobre 70 años de edad (Ministerio de desarrollo social, 2017). A raíz del crecimiento del porcentaje de ocupación laboral de este grupo etario, se puede deducir que la población de personas mayores saludables y que siguen el concepto de envejecimiento activo, ha aumentado a lo largo de los años. Con esto, se puede inferir un interés en permanecer vigentes en el mercado laboral (Vives et.al., 2016).

# ECONOMÍA PLATEADA

A raíz del cambio demográfico producido por el envejecimiento de la población, se han creado nuevas oportunidades de negocio basadas en mejorar la calidad de vida de las personas mayores, centrado especialmente en las necesidades y demandas de este grupo etario (Grupo BID, 2020). El impacto económico y social del envejecimiento de la población supone un reto sin precedentes, estas oportunidades de negocio son reconocidas mundialmente como la economía plateada o silver economy. (García, 2020)

Este grupo etario está llegando cada vez mejor a esta etapa de la vida, por lo tanto cuentan con más posibilidades de poder seguir trabajando, estudiando y consumiendo. Tienen más energía y mejores condiciones físicas que la de los mayores de hace décadas, esto les permite disfrutar de la vida y poder seguir contribuyendo a la sociedad con sus actividades laborales (Grupo BID, 2020).

Este cambio en las oportunidades de negocio en relación al cambio demográfico de nuestra sociedad, cambia el panorama económico mundial en el cual *“las sociedades deben prepararse de cara al envejecimiento para aprovechar las nuevas oportunidades económicas, lo que incluye el desarrollo de los servicios y productos que engloban actividades pro-activas realizadas por los adultos mayores.”* (Grupo BID, 2020)

Como panorama mundial se estima que entre el 2015 y 2030 el 60% del crecimiento de consumo del Noreste de Asia y en Europa Occidente provendrá de las personas mayores. A su vez en América Latina y el Caribe el crecimiento es del 30% y las estimaciones muestran que irá en aumento.

Por lo tanto la economía plateada podría jugar un papel de locomotora económica como algo fundamental en nuestro continente ya que este grupo etario centro y sudamericano presenta un constante envejecimiento pero de manera mucho más apresurada de lo que fue este proceso demográfico en Europa y Noreste de Asia, estimando así que para el año 2090 sería nuestro continente que contenga la mayor cantidad de población de personas sobre 60 años, llegando a un 36% de la población total (Grupo BID, 2020).

La economía plateada como trae consigo además una necesidad de innovación para entre grupo etario, ya que *“los adultos mayores consumen bienes y servicios que son, al menos en parte, diferentes a los del resto de la población, y la satisfacción de sus necesidades ofrece importantes oportunidades de inversión y producción”* (Grupo BID, 2020).

De la misma manera que cada grupo etario tiene sus necesidades específicas y requerimientos de diseño, la economía plateada insiste en enfocar nuestros esfuerzos y creatividad hacia los mayores como una nueva oportunidad que cada día abordará a más y más personas.

Este modelo económico trae consigo desafíos y oportunidades que se pueden desarrollar en múltiples aspectos, sin embargo para el desarrollo de este proyecto, se especificará en el motivo laboral. Se analiza que al mayor porcentaje de personas mayores implica relativamente menos jóvenes en el mercado laboral, este cambio puede producir una escasez de fuerza laboral en numerosas industrias que lastra la productividad y el crecimiento económico.

Por lo tanto, promover la vida laboral en las personas mayores es fundamental no solo por la falta de fuerza laboral que se puede presentar sino también para que ellos desarrollen una mejor calidad de vida. Es importante mantenerse activo y evitar perder conocimientos técnicos como las experiencias de negocio y trayectoria, con el fin de traspasar ese conocimiento. (Grupo BID, 2020)



## Impacto psicosocial de la jubilación

Si bien vemos un cambio demográfico en la sociedad, además de eso como una oportunidad de desarrollo económico, es necesario comprender lo que significa para una persona mayor la jubilación, como un cambio de estilo de vida e ingreso a una nueva etapa. La Encuesta de Calidad de Vida de la Vejez (2019) expone que 1 de cada 5 personas jubiladas siente que se jubiló antes de lo que quería, este 20% del grupo etario presenta los impactos negativos que se pueden presentar en la jubilación.

Este proceso como tal tiene aspectos positivos y negativos, por un lado la persona tiene más tiempo para profundizar en sus amistades y familiares, desarrollar nuevos hobbies y también poner fin a los aspectos que le incomodaban de su trabajo (Corteza, 1990; Hermida & Stefani, 2011). Sin embargo, ya se puede observar un incremento de la inseguridad laboral percibida por las personas que se acercan a la edad de jubilación, entendida esta como la preocupación ante la eventual pérdida involuntaria del trabajo. Entre los 55 y 64 años de edad aumenta marcadamente esta incertidumbre, alcanzando un 52% en hombres y un 37% en mujeres (Vives et.al., 2016)

Por lo tanto el proceso de jubilación ya trae consigo antes de iniciar una inseguridad laboral, sumado a esto aparejadas rupturas que pueden resultar estresantes para la persona mayor, forzando a abandonar las tareas laborales que formaban parte de su rutina cotidiana, abandonando el rol laboral y proveedor que cumplió durante gran parte de su vida adulta. Esto trae consigo nuevos desafíos para el sujeto el cual debe encontrar un nuevo uso de su tiempo libre, otorgándole un lugar a la creación de un nuevo rol (Télez Rivera & Reyes Montoya, 2004; Biancotti et.al, 2001; Hermida & Stefani, 2011).



A su vez ocurre una pérdida de redes de apoyo social al momento de jubilar en donde el trabajo funciona como un lugar de intercambio social, en donde la persona mayor ha ido desarrollando a lo largo de casi toda su vida, una identidad en ese espacio. Por lo tanto la jubilación supone un quiebre en el contacto con las amistades forjadas en el ambiente laboral y fomentando así un posible aislamiento, que trae como consecuencia aspectos negativos psicosociales. (Téllez Rivera & Reyes Montoya, 2004; Fandiño Rojas, 2000; Hermida & Stefani, 2011).

A través de una entrevista con Olivia Larraín, psicología geriátrica, se hizo énfasis en la jubilación como un proceso que difiere en el género de la persona, especialmente en la generación actual de personas mayores, de forma generalizada, se podría decir que los hombres basaron su proyecto de vida en base al éxito laboral, mientras las mujeres, por la concepción social de la época, estaban destinadas a permanecer en casa y cuidar de los hijos. Por lo tanto, el hombre tiende a presentar más síntomas ansiosos al jubilarse porque no formaron grupos de apoyo fuera de su carrera laboral, mientras las mujeres han generado redes a lo largo de su vida en varios ámbitos de su vida personal y no solo laboral, siendo estas apoyo para su envejecer. (Entrevista a Olivia Larraín, psicóloga geriátrica, Noviembre 2020).

Además se enfatizó en la entrevista sobre la edad de jubilación en Chile y el pensamiento generalizado acerca de este tema en las personas mayores, en Chile las mujeres jubilan a los 60 años y los hombres a los 65 años, generalmente este grupo etario no tiene problemas con la edad de jubilación establecida por ley, ya que el ritmo laboral es bastante intenso, siendo muchas horas a la semana. Pero esto no quita el interés de mantenerse activo, sino que de otra forma, más flexible y con una menor intensidad. (Entrevista a Olivia Larraín, psicóloga geriátrica, Noviembre 2020)

Por lo tanto el problema identificado no es realmente la ocupación mental que trae el ámbito laboral sino más bien la forma que las personas mayores desean seguir insertos en este mercado, reajustando las condiciones, formatos y flexibilidades que traerán consigo un impacto positivo en la auto-percepción de sí mismo al momento de jubilar, como un motivo de cambio de formato laboral pero no de término profesional.

## BENEFICIOS RE-INSERTIÓN LABORAL

Actualmente en Chile el 65% de las personas mayores se define a sí mismo como jubilado, en el cual en ocasiones el trabajo coexiste con la jubilación, el 26% de los jubilados sigue trabajando y entre los que no han jubilado, un 56% sigue inserto en el mercado laboral (V Encuesta de la Calidad de Vida en la Vejez, 2020).

**65%**

de las personas mayores se define a sí mismo como **jubilado**

**26%**

de los jubilados sigue trabajando

Por lo tanto, hay un interés en las personas mayores activas en mantenerse vigentes en el mercado laboral, ya sea por necesidades económicas o para mantenerse activos, así como menciona Eduardo Valenzuela, Decano de la Facultad de Ciencias Sociales UC, *“si bien la necesidad económica pareciera ser la principal razón para mantenerse en la fuerza laboral, la investigación especializada ha demostrado insistentemente que las personas que trabajan suelen tener mejor calidad de vida.”* (Centro UC Estudios de Vejez y Envejecimiento & OTIC del Comercio, Servicios y Turismo, 2018).

La vigencia de las personas mayores en el mercado laboral trae consigo una alza en su calidad de vida de manera monetaria o de permanencia activa, pero esta no solo aporta personalmente al sujeto, sino que también tiene un factor influyente de manera positiva en la organización en la cual este inserto, la OMS asegura que *“en todos los entornos, sin im-*

*portar el nivel de recursos, las personas mayores contribuyen de diversas maneras que son menos tangibles económicamente, por ejemplo, al prestar apoyo emocional en momentos de estrés o aconsejar sobre problemas difíciles”* (OMS, 2015).

Además este grupo etario aporta con distintas cualidades al ambiente laboral contribuyendo con experiencia, responsabilidad, buen trato y confiabilidad al mundo del trabajo, asimismo presentan una alta valoración del trabajo y una auto-exigencia por brindar el mejor servicio posible. (Centro UC Estudios de Vejez y Envejecimiento & OTIC del Comercio, Servicios y Turismo, 2018)

A su vez esto se complementa con el alto nivel de resiliencia mostrado en la V Encuesta de Calidad de la Vida en la Vejez (2020), en el cual un 67,2% de los encuestados cree que puede aprender cosas positivas cuando enfrenta situaciones difíciles o desafiantes, un 68,8% dice que independientemente de lo que suceda cree que puede controlar sus reacciones y por último un 59,8% busca formas creativas de enfrentarse a las situaciones difíciles.

**Por consiguiente se puede decir que las personas mayores se auto perciben a sí mismos capaces de enfrentar situaciones complejas o desafiantes y pueden aportar de manera positiva en situaciones bajo estrés, aportando a su vez con conocimientos basados en la experiencia siempre desde la responsabilidad y la búsqueda del mejor resultado posible.**



En cuanto a la vida personal de la persona mayor, el trabajar le permite mantener una independencia económica, característica significativa para poder sentirse y mantenerse activos y vigentes. El ámbito laboral para ese grupo etario significa además de una independencia monetaria, un desarrollo y mantención de la autonomía y la vida saludable.

A medida que las personas van envejeciendo, la forma más recurrente de inserción laboral es el trabajo por cuenta propia, esta forma adquiere progresiva y sostenidamente más peso a medida que van pasando los años, conducido por una marcada caída del trabajo asalariado o en relación a la dependencia de la persona. Entre las personas mayores este modo de trabajo alcanza a un 47,5% en mujeres y 55% en hombres (Vives et.al., 2016).

El Centro UC Estudios de Vejez y Envejecimiento & OTIC del Comercio, Servicios y Turismo (2018) plantean que el proceso de envejecimiento y jubilación es algo que los trabajadores deben prepararse y adaptarse a su nueva situación, entendiendo su futura situación económica, la posibilidad de seguir con la actividad profesional, especialmente de manera parcial o constituirse como trabajador de cuenta propia, e intentar de vivir el proceso de la vejez desde una perspectiva activa y pro-activa para así intentar tener una salud adecuada.

# EMPREENDEDOR CHILENO

Hoy día el emprender en Chile dejó de ser una segunda opción ante la búsqueda de nuevas oportunidades o de la cesantía, actualmente se consolida como parte de la carrera profesional de millones de chilenos (Ascencio, 2019), llegando a ubicarse en el tercer lugar en la Actividad Emprendedora según GEM 2018-19 (Corfo, 2018).

Para que un país logre incentivar el emprendimiento en sus ciudadanos es fundamental según el GEM 2019 *“el reconocimiento de la población al rol de los emprendedores en la sociedad es fundamental para el fortalecimiento de una sociedad más emprendedora e innovadora. A medida que la sociedad valore positivamente el emprendimiento, la legitimización social reforzará la motivación de que un individuo decida emprender”* (Guerrero & Serey, 2019). Sumando a lo anterior se refuerza el poder emprendedor ya que el 80% de los chilenos se consideran personas creativas y el 76% de poseer las capacidades necesarias para emprender (Guerrero & Serey, 2019).

El perfil del emprendedor en Chile ha ido evolucionando a lo largo del tiempo, en el año 2001 el promedio de edad del emprendedor llegaba a los 55 años, en cambio, en el año 2018 el promedio etario fue de 35 años de edad, esto se debe a que hay un mayor número de jóvenes profesionales que buscan desarrollar su emprendimiento como carrera profesional (CORFO, 2018). Por lo tanto podemos apreciar como cambio la cultura emprendedora convirtiéndose ahora el emprender una opción laboral factible en vez de emplearse, distinto a como era hace 10 años atrás, que se emprendía una vez ya haber estado varios años empleado.

## Promedio de edad del emprendedor

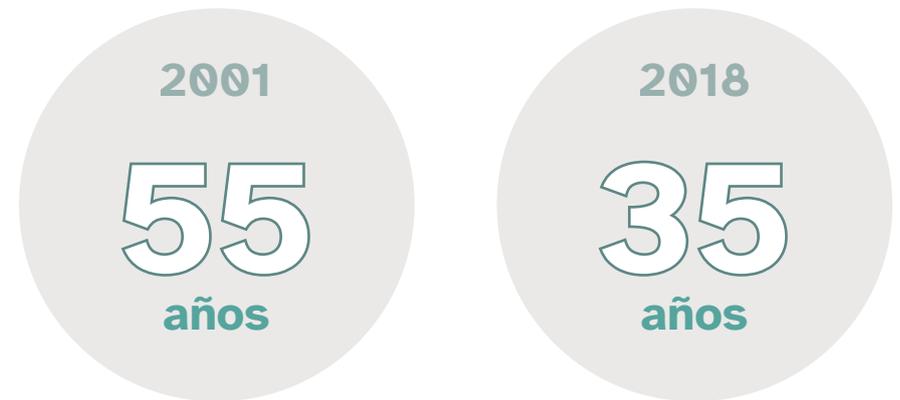


Figura 4: Elaboración propia en base a edad promedio del emprendedor (CORFO)

## MICROEMPRESAS



## PYMES

Pequeñas y medianas empresas



## GRANDES EMPRESAS



El Ministerio de Economía clasifica las empresas en tres categorías; micro empresas, pymes y grandes empresas. Las pymes están constituidas por las pequeñas y medianas empresas, que según la clasificación del ministerio, se define una pequeña empresa como aquella que vende al año productos o servicios por valores entre 2.400 y 25 mil UF, mientras que la mediana empresa vende entre 25 mil y 100 mil UF al año (BCN, 2013).

Esta clasificación empresarial en el año 2017 llegó a conformar el 52,2% de las empresas en Chile, conformando el 20,6% del total de los ingresos de ese año. Estas ganancias se concentraron principalmente en el área de comercio, manufactura y transporte y almacenamiento (División de Política Comercial e Industrial, 2019).

Desafortunadamente a pesar de la motivación que hay de los chilenos por emprender, lograr ser exitoso tiene sus dificultades. Las posibilidades de estancarse en la ventas o no elegir el producto adecuado y quedarse con sobre stock arriesgan la quiebra de cualquier emprendimiento, sin embargo es algo común, desafortunadamente en Chile, ocho de cada diez emprendimientos fracasan al primer año de vida. (Núñez, 2018).

Figura 5: Elaboración propia en base a clasificación de empresas (División de Estudios)

## ***“El 70% de aquellos que cuentan con un mentor, sobreviven el doble de tiempo versus aquellos que no lo tienen” (Lasen, 2021)***

Los problemas más significativos que presentan las pymes a la hora de su funcionamiento son las deficiencias en la gestión, problemas de asociatividad, influencias negativas en las variables del entorno y por último la falta de crédito y apoyo gubernamental (Zapata, 2004). Además de los problemas que pueden presentar, hay factores que dificultan el crecimiento de las pequeñas y medianas empresas, siendo los más recurrentes *“la alta competencia en el mercado (80,8 %), demanda limitada (70 %) y el considerar que la escala de producción de la empresa es la adecuada (63,8 %)”* (División de Política Comercial e Industrial, 2019).

La RAE define a un mentor como una persona que aconseja o guía, y el apoyo de un mentor para una pyme se ha demostrado ser una de las herramientas más importantes para un emprendedor, tanto en lo profesional como en lo emocional ya que el emprender tiende a ser una actividad bastante solitaria (Lasen, 2021). Además del apoyo que le puede dar el mentor al emprendedor se ha demostrado que *“el 70% de aquellos que cuentan con un mentor, sobreviven el doble de tiempo versus aquellos que no lo tienen”* (Lasen, 2021). Por lo tanto el asesorarse con alguien para una pyme, puede ser algo definidor para el éxito de su desarrollo.

## Beneficios relaciones intergeneracionales; combatiendo el edadismo

Se definen las relaciones intergeneracionales como aquellas interacciones que se dan entre personas de distintas generaciones, estas son inherentes a la condición humana. Sin embargo, a pesar de ser una conducta indispensable en la vida humana, este contacto entre generaciones es una realidad que se ha ido ausentando en las sociedades actuales (Gutierrez y Hernandez, 2013).

Las personas mayores son las que más se ven afectadas por la disminución de la relación con las otras generaciones, la inversión demográfica que se expuso anteriormente, supone una disminución de los recursos de apoyo familiar, siendo la familia una fuente importante de apoyo para las personas mayores. (Gutierrez y Hernandez, 2013; Abellán y Ayala, 2012)

Los medios de comunicación han contribuido a su vez negativamente con el imaginario social actual, en donde han idolatrado la juventud mostrándola como un periodo de vitalidad, belleza, deseo, etc, mientras que han situado a la vejez como un escenario de pasividad y aislamiento, incitando las interpretaciones negativas de la vejez relacionándolo con el declive de las personas de manera biológica, psicológica y social (Gutierrez y Hernandez, 2013). *“Comienza a verse a las personas mayores como improductivas, como una carga económica... Los mayores percibidos como personas rígidas, como incapaces de aprender nuevas cosas y con dificultad de adaptación a los cambios, se exponen a una de las formas de discriminación más potente que existen en la sociedad actual: el “edadismo””* (Gutierrez y Hernandez, 2013).





Sin embargo, esta percepción de la vejez es completamente errónea, tanto mayores como jóvenes pueden ser activos, realizar actividades similares y formar parte de proyectos nuevos y novedosos dándole un sentido a sus vidas. La cultura contemporánea separa la vida en etapas; estudiante, empleado, jubilado, etc. Estas etapas traen consigo un conjunto de rasgos estereotipados que a menudo son falsos, artificiales y generales a cada una de ellas.

Sumado a lo anterior, hoy día los jóvenes viven en una sociedad de constantes cambios y adaptaciones, marcado por la rapidez y la instrumentación, dificultando el espacio para el desarrollo de las relaciones intergeneracionales ya que en ellas entra en juego la transmisión del pasado, la escucha y la “pérdida de tiempo”. (Gutierrez y Hernandez, 2013)

A pesar de las percepciones que tengan los jóvenes sobre generar una relación con personas de otras generaciones, los programas intergeneracionales se presentan como una oportunidad para que personas de distintas edades se unan no necesariamente por los elementos que las separan sino más bien lo que las une; actividades o tareas que ambas generaciones quieren realizar en el mismo espacio y tiempo.

Este deseo que los une se convierte en una oportunidad para el desarrollo entre ellos de algo en común a través de una experiencia conjunta, reduciendo las distancias que se han generado en las sociedades actuales (Gutierrez y Hernández, 2013).

El trabajo entre generaciones, permite que jóvenes y mayores compartan experiencias, posibilitando que las personas mayores se contagien de la vitalidad, alegría y actividad que se asocia a los jóvenes, mientras que los jóvenes se contagien con la tranquilidad y lentitud que parece caracterizar a los mayores.

Se genera un momento en común, espacios que posibilitan que muchos estereotipos o percepciones atribuidas a las edad, se entiendan como casos individuales y posibilitando comprender que los elementos que los unen o separan no tienen tanto que ver con la edad sino en lo particular y específico de cada ser humano (Gutiérrez y Hernández, 2013).

## 3. USUARIO Y CONTEXTO

# CONTEXTO

Hace un par de años proponer un programa digital para las personas mayores habría sido impensable, ya sea por la poca accesibilidad que contaba este grupo etario a internet, el poco interés de ellos de aprender o el miedo e incertidumbre que le tenían al mundo digital. Sin embargo hoy en el año 2021, hemos visto un cambio en el comportamiento de las personas mayores, que tras un año y medio de pandemia los ha impulsado a salir de sus zonas de confort y entrar en el mundo digital, ya sea por necesidad de permanecer conectados a sus seres queridos, el mundo o mantenerse actualizado.

Esto sumando a la constante búsqueda de las personas mayores de seguir trabajando, reinventarse, aportar a la sociedad, nos abre un millón de posibilidades de acción. Este segmento es el que más experiencia tiene en comparación a cualquier generación, no solo en lo personal sino que también en lo laboral, pudiendo aportar consejos y conocimientos valiosos en algunas temáticas.

Esta digitalización de las personas 60+ nos permite conectar generaciones completamente distintas, para el beneficio propio de cada uno y aprendiendo a su vez de la generación contraria. Los emprendedores se benefician en todo sentido de este sistema, en el cual a través de un modelo rápido, seguro y eficiente pueden resolver sus dudas teniendo al otro lado de la pantalla alguien con 40 años de experiencia en el rubro que se está descendiendo.

## USUARIO

Se identificaron dos usuarios para el desarrollo de este proyecto; las personas mayores y los emprendedores.

### **USUARIO 1:**

Personas mayores (expertos)

Se identifica al usuario como hombres y mujeres sobre 60 años de edad, jubilados, en proceso de jubilación o que ya no se encuentre tan activo en el mercado laboral. Que mantenga un estilo de vida activo, que sea autovalente y quiera seguir aportando a la sociedad con sus conocimientos.

Cuenta con una trayectoria laboral significativa, queriendo decir que se considera experto en ciertas áreas no solo por conocimiento como tal sino también por la experiencia de vida adquirida a lo largo de su desempeño laboral.

### **USUARIO 2:**

Emprendedores

Se identifica al usuario como hombres y mujeres emprendedores entre 25 y 40 años que sean dueños de una pequeña o mediana empresas (pymes), que requieran de mentorías o asesorías para la resolución de problemas o la recreación de aristas que conforman su empresa.

Fue participe o está pensando en participar en un fondo concursable para impulsar su negocio, cuenta con poco tiempo extra, pero valorando cualquiera ayuda que pueda tener para desarrollar de mejor manera su emprendimiento.

**MAPA DE EMPATÍA**

A continuación se expone el mapa de empatía que refleja los pensamientos, sentimientos e influencias que presenta el usuario relacionado a la situación planteada, además de los esfuerzos que tendría que hacer para usar el servicio así como los beneficios que puede ganar de este.



Figura 6: Elaboración propia, mapa de empatía

## ESFUERZOS

- Digitalización completa para formar parte de expertos
- Superar los estigmas que podrían tener sus familiares
- Confiar en sí mismo y sus capacidades

## RESULTADOS

- Se mantiene activo laboralmente y además recibe una gratificación monetaria
- Ayuda a los emprendedores con sus conocimientos y experiencia, entregándole un sentido de pertenencia y aporte
- Se le da valor a sus años de trayectoria, como algo empoderante

Figura 7: Elaboración propia, mapa de empatía

## MAPA DE EMPATÍA

A continuación se expone el mapa de empatía que refleja los pensamientos, sentimientos e influencias que presenta el usuario relacionado a la situación planteada, además de los esfuerzos que tendría que hacer para usar el servicio así como los beneficios que puede ganar de este.

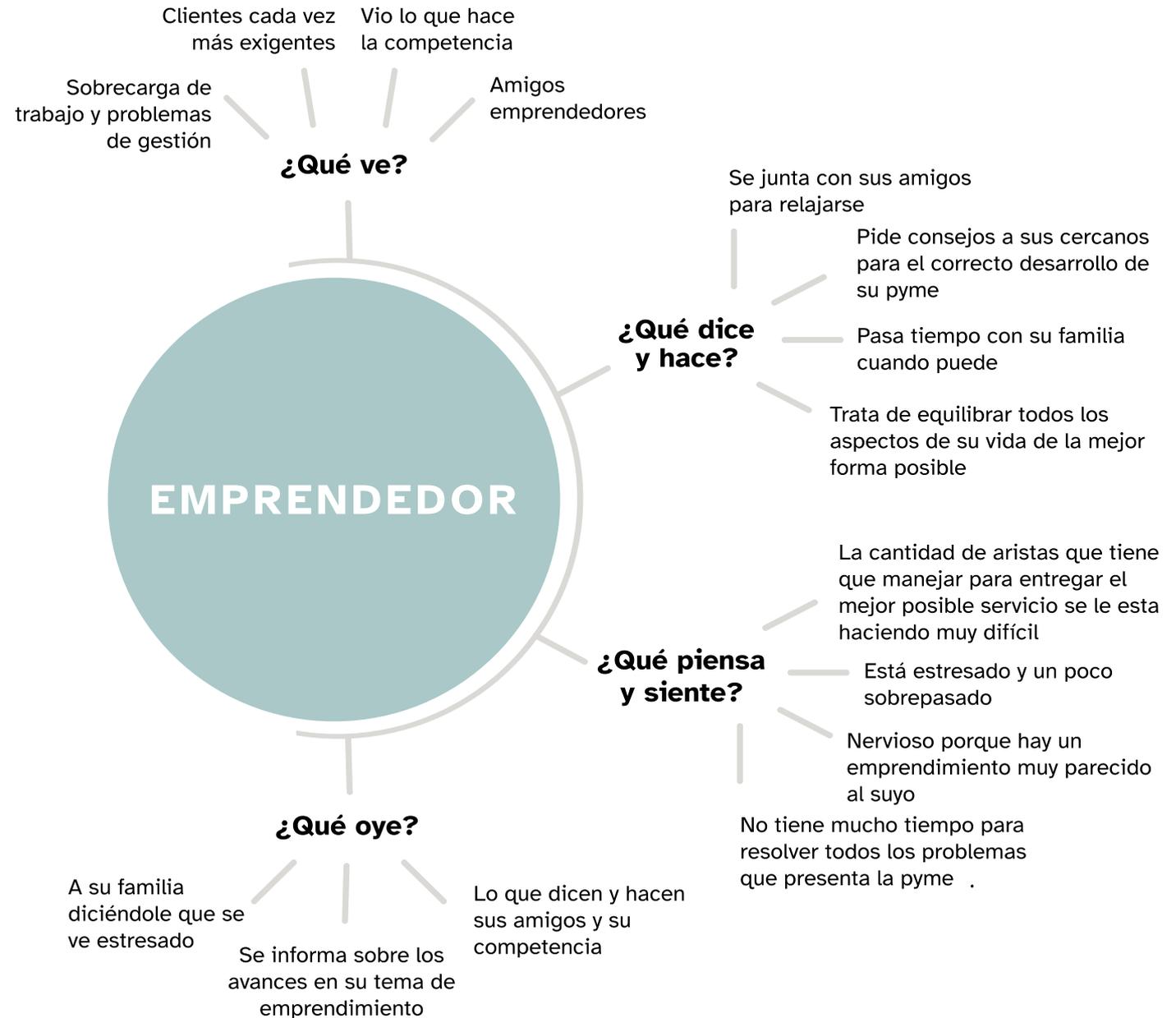


Figura 8: Elaboración propia, mapa de empatía

## ESFUERZOS

- Superar los estigmas ante las personas jubiladas como personas autónomas y capaces
- Tomar la decisión de asesorar e invertir en esta
- Hacerse el tiempo para poder ir a la reunión

## RESULTADOS

- Logra entender de mejor manera los desafíos que necesita resolver
- Conoce tips más allá de lo técnico, sino más bien basados en la experiencia de los expertos
- Aprende a apreciar la capacidad de los expertos como una herramienta para el aprendizaje.

Figura 9: Elaboración propia, mapa de empatía

## **4. FORMULACIÓN DEL PROYECTO**

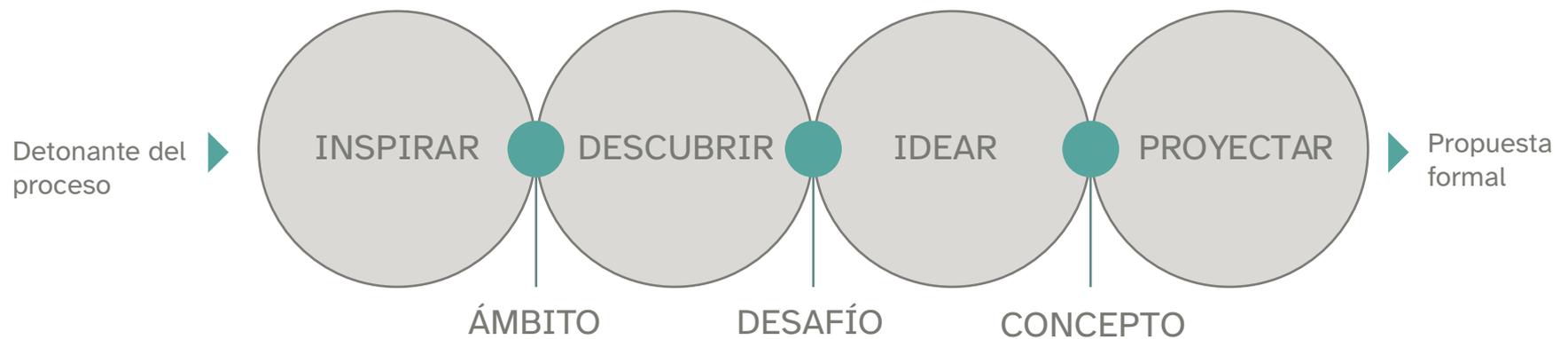


Figura 10: Metodología diseño de servicios (Wuth, Negrete, 2017)

## METODOLOGÍA

Para el desarrollo de este proyecto se utilizó principalmente la metodología creada por Paula Wuth y Sebastián Negrete “Diseño para innovar” creada el año 2016. Esta cuenta con 4 etapas de desarrollo; inspirar, descubrir, idear y proyectar.

Para el desarrollo de este proyecto se realizó una investigación de fuentes secundarias, abarcando material gubernamental, informes estadísticos, estudios por instituciones fundamentales del rubro y todo tipo de documentación fidedigna que permitiera comprender en profundidad la problemática. En segundo lugar se realizó un levantamiento de información mediante entrevistas a profesionales y actores claves del rubro, sumado a encuestas y entrevistas al público objetivo. Con el fin de comprender en mayor profundidad al usuario con todas sus especulaciones y expectativas sobre el proyecto y en relación a la problemática.

En la parte de idear se utilizó también la metodología de Lean Startup, la cual a través de un sistema de construir - medir - aprender se busca descubrir el problema que se debe resolver desarrollando un MVP (mínimo producto viable). Por lo tanto para esta etapa se desarrolló un MVP que midiera el nivel de interés de las personas, a su vez con la creación de la redes sociales y la primera página web.

En proyectar se realizó el plan piloto del proyecto, en el cual se testeó el flujo del servicio, contando con la sesión de mentoría o asesoría. Además se testeó la página web final con los participantes del plan piloto, sumado a una encuesta más general enviada a emprendedores y expertos.

# PROBLEMÁTICA

Las personas mayores entran cada vez de mejor manera a esta nueva etapa de sus vidas, en donde muchas veces a pesar de tener un abanico de posibilidades para reinventarse, el mercado laboral no trae necesariamente opciones viables para que les permitan seguir desarrollándose en ese ámbito, ya sea por políticas de empresas, edad de jubilación, formas de trabajo, capacidad física, entre otros.

Sin embargo, el mantenerse activo tras la jubilación en el mercado laboral para las personas mayores si es una opción que varios tomarían, ya sea como complemento económico o como alternativa para mantenerse activo y continuar aportando a la sociedad.

Por otro lado, los emprendedores enfrentan diariamente dificultades y obstáculos que les entorpecen desarrollar de la mejor manera posible sus proyectos. Es por esto que los emprendedores buscan asesores o mentores expertos en el área que necesiten para que los ayuden a crecer y enfrentar los problemas que presentan diariamente en sus emprendimientos.

1.

Necesidad de las personas mayores de mantenerse activos y vigentes en el mercado laboral

2.

Pocas opciones laborales actuales para los 60+

3.

Emprendedores tienen necesidades de resolver dudas o problemas de su emprendimiento



Figura 11: Elaboración propia

## OPORTUNIDAD DE DISEÑO

Se identifica un posible puente entre ambos usuarios, en donde por un lado se lograría entregarle a la persona mayor una nueva opción para reinventarse y seguir vigente y activo en el mercado laboral enseñando sobre lo que más conoce y se ha dedicado toda su vida. Y por otro lado, el emprendedor se beneficia directamente de la experiencia y trayectoria de la persona mayor, como herramienta clave para evitar problemas y enfrentar situaciones complejas que el experto ya ha vivido por lo tanto sabe cómo enfrentar ciertas situaciones que se pueden presentar.

Para lograr generar la interacción entre ambos usuarios, se diseñará a través del diseño de servicios una plataforma web amigable, simple e intuitiva que permita a la persona mayor conectarse, lograr ese sentido de pertenencia y mantenerse activo, y por otro lado le de una opción accesible, fácil y rápida al emprendedor de solucionar los problemas que este experimentando. En esta instancia el diseño cumple una función de articulador logrando conectar a dos grupos etnográficos completamente distintos entre ellos, encontrando el valor del punto de contacto entre ambos usuarios como herramienta clave para el diseño del tangible del servicio.

## ¿QUÉ?

Plataforma de revalorización de la experiencia laboral de las personas mayores autónomas a través de una web tipo puente de mentoría o asesoría a pymes, como un medio de aprendizaje y fortalecimiento de las áreas débiles de las pequeñas y medianas empresas.

## ¿POR QUÉ?

Chile es un país envejecido, las personas mayores representan un 12% de la población, número que va en constante crecimiento, dentro este grupo etario, el 85,8% es autovalente, por lo tanto activas y con mucho que entregar a la sociedad. Además, las pymes necesitan asesorías constantemente en temas específicos para enfrentar las dificultades que presentan diariamente en el desarrollo de sus empresas.

## ¿PARA QUÉ?

Para que las personas mayores mantengan un buen desarrollo cognitivo y mejoren su calidad de vida y sigan aportando a la sociedad a través de la revalorización de su experiencia y trayectoria en apoyo de pymes que requieran ayuda específica.

## OBJETIVO GENERAL

Desarrollar un servicio que a través de una plataforma logre conectar a personas mayores jubiladas con una extensa trayectoria laboral con emprendedores que necesiten de asesorías o mentorías específicas.

### OBJETIVO 1:

Entregarles una nueva oportunidad de desarrollo en un ámbito laboral a las personas mayores tras su jubilación.

**IOV:** Inscripción de personas mayores al programa.

### OBJETIVO 2:

Generar un vínculo entre la experiencia de la persona mayor y la audacia de la pyme, para lograr un puente de trabajo enriquecedora.

**IOV:** Entrevista a ambos usuarios luego de una sesión de mentoría/asesoría.

### OBJETIVO 3:

Lograr algún cambio de perspectiva en la toma de decisiones en base a las mentorías personalizadas en la pyme.

**IOV:** Entrevistar al emprendedor luego de la sesión para ver qué tan satisfecho quedó con las soluciones propuestas tras la sesión con la persona mayor.

### OBJETIVO 4:

Lograr una plataforma web que sea atractiva, intuitiva y sencilla para las personas mayores y para los emprendedores.

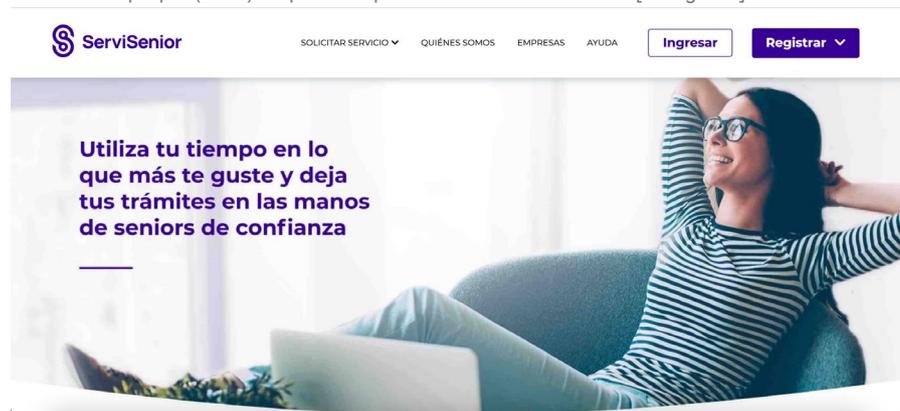
**IOV:** Testeo de la página web con ambos usuarios.

## ANTECEDENTES Y REFERENTES

Se entiende este proyecto como una oportunidad para las personas mayores de mantenerse activos en el mercado laboral, por lo tanto como antecedente de este proyecto se expondrán las opciones actuales que tienen las personas mayores para seguir activos laboralmente hoy en día. Además por el lado de los emprendedores se expondrá también las opciones actuales que tienen para encontrar mentorías.

## ANTECEDENTES

Elaboración propia (2021). Captura de pantalla Home ServiSenior. [Fotografía].



ServiSenior es una plataforma que ofrece servicios básicos como realización de oficios, trámites o tareas simples realizados por personas mayores para personas particulares o empresas. Este antecedente refleja una de las oportunidades por la que podría optar una persona mayor para complementar su economía y/o mantenerse activo.

Sin embargo, al ser tareas básicas no se aprovecha realmente el potencial, conocimientos y experiencia de este grupo etario.

Elaboración propia (2021). Captura de pantalla Home Trabajo Senior. [Fotografía].



Trabajo Senior es un banco laboral creado para las personas mayores, que a través de ofertas laborales ingresadas por personas particulares o empresas, la persona mayor encuentra una manera de mantenerse activo en el mercado laboral.

La plataforma en sí, sigue el concepto de revalorizar la trayectoria laboral de las personas mayores, pero las ofertas al no tener ningún tipo de restricción provoca que suban a la página todo tipo de trabajo exponiéndose a trabajos poco dignos y una plataforma difícil para la persona mayor encontrar una oferta razonable.

Elaboración propia (2021). Captura de pantalla Home Fundación Más. [Fotografía].



La fundación más tiene como propósito rescatar el valor de la experiencia aportándole al proyecto con un impacto social, con el objetivo de contribuir junto a otros a mejorar la calidad de vida de las personas mayores.

Esta fundación si bien ofrece de cierta manera resolver la problemática abordada, el grupo de mentores es acotado y exclusivo, y es más bien una acción social para después de la jubilación de las personas que no necesitan un aporte económico.

Elaboración propia (2021). Captura de pantalla Home Mentores por Chile. [Fotografía].



Mentores por Chile es una empresa que se dedica a realizar mentorías a emprendedores, los mentores son empresarios exitosos. La plataforma es una buena opción para los emprendedores, sin embargo, tiene restricciones de postulación para los emprendedores; como estar adjudicado a un fondo CORFO y estar solamente dedicado al emprendimiento. Además el servicio cuenta con 5 sesiones por 6 meses no permitiéndoles optar por menos o más sesiones, sumado a un cobro de \$500.000 que para algunos emprendedores puede salirse de su presupuesto.

Elaboración propia (2021). Captura de pantalla Home Simón de Cirene. [Fotografía].



Es una institución que tiene como misión acompañar a organizaciones y personas a que logren sus propósitos a través de la buena gestión y generando vínculos entre diversos mundos. Además ofrece servicios como charlas de temas comunes que enfrentan los emprendedores y también con una red mentores para emprendedores, las cuales son 8 sesiones en 4 meses.

Nuevamente esta opción para los emprendedores sí es una buena oportunidad, pero no permite que el emprendedor elija a su mentor y también al ser tan fijo el periodo de trabajo no permite tener más o menos sesiones además de no contar con la opción de contratar a un asesor.

## REFERENTES

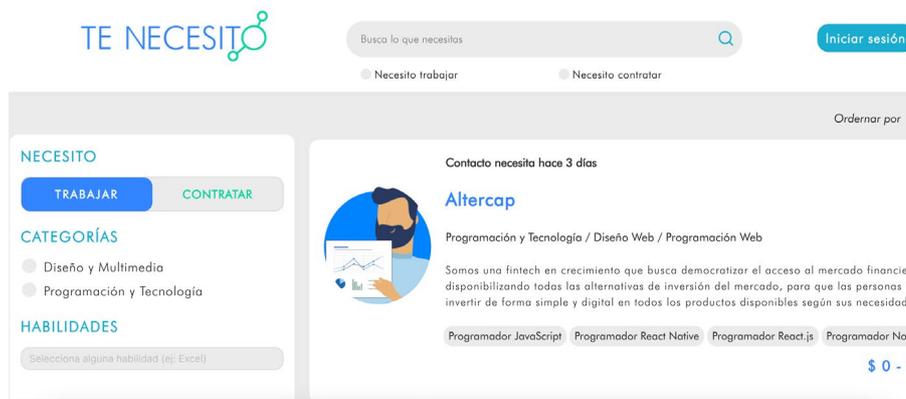
Elaboración propia (2021). Captura de pantalla Home Tinder. [Fotografía].



Tinder es una aplicación que permite a las personas solteras encontrar amor, salir con gente nueva o tener un encuentro casual a través de un sistema de búsqueda que te permite seleccionar a la persona que te llama la atención según sus fotos, información personal e intereses.

Se utiliza como referente por el “match” que se genera entre las personas, de manera ergonómica y simple, cualidades que se deben tener en cuenta en el flujo del servicio.

Elaboración propia (2021). Captura de pantalla Home Te Necesito [Fotografía].



Elaboración propia (2021). Captura de pantalla Home Doctoralia [Fotografía].



Doctoralia es una página web que ofrece el servicio de conectar doctores con pacientes, filtrando por especialidad médica y lugar en donde se quiere tener la cita. Además cuenta con una versión online que les permite tener citas médicas de manera remota. Ambos métodos de búsqueda tienen el mismo sistema de agendamiento en donde el doctor dispone sus horas disponibles y el paciente agenda.

Se utilizó esta página web como referente porque especialmente con las sesiones online logra conectar a dos usuarios a través de un servicio remoto, rescatando el flujo de diseño en la página web.

Te necesito es una plataforma web que conecta a diseñadores con personas o empresas que necesiten desarrollar algo relacionado con el área del diseño. Permite a los diseñadores como a los empresarios postear sus para ser contratados o contratar.

Se utilizó esta página web como referente porque logra de manera ergonómica conectar a ambos usuarios, además de contar con una gráfica limpia y minimalista.

## ATRIBUTOS DE DISEÑO

1

Página web que logre su función de la manera más simple, limpia e intuitiva

2

Gráfica atractiva para atraer a ambos usuarios

3

Interacciones entre usuarios a través de un sistema amigable, que logre generar confianza

4

Eficiencia en el proceso de calendarización y elección de mentor

5

Libre elección de expertos para el emprendedor

## PATRÓN DE VALOR

A diferencia de las opciones actuales en el mercado laboral para ofrecerle trabajo a las personas mayores, expertos permite que la persona maneje sus tiempos e intensidad de trabajo logrando una ser una opción real y amigable con la jubilación para personas que quieren seguir activos en el mercado laboral.

En relación a otras plataformas que ofrecen servicios de mentorías, expertos en primer lugar valora la trayectoria laboral de la persona mayor para ponerla a disposición de los emprendedores, además los emprendedores pueden elegir ellos mismos a quien quieren que los mentores o si prefieren que la web lo haga también tienen la opción.

Y por último, expertos apunta a ser un servicio eficiente y rápido, en el sentido que en plazos cortos se puede agendar una sesión con un asesor o mentor, ayudando a los emprendedores a solucionar problemas urgentes o decisiones importantes con plazos establecidos, sumado a que se puede volver a recurrir al experto todas las veces que quieran.

Además la página web cuenta con un servicio seguro, en el cual si el experto no se presenta, la página responde devolviendo el dinero al emprendedor, y en el caso de que el emprendedor no se presente, el pierde su dinero, evitando de esta forma conflictos de no pago y teniendo un sistema de respuesta ante cualquier eventualidad que ocurra.

## **5. DESARROLLO DEL PROYECTO**

# DISEÑO DE SERVICIOS

El área del diseño que acoge a este proyecto es el diseño de servicios, para las definiciones y conceptualización de esta disciplina se expone los conceptos desarrollados en el libro “Creando Valor a través del diseño de Servicios” escrito por Bernardita Figueroa, Katherine Mollenhauer, Mercedes Rico, Rocio Salvatierra y Paula Wuth.

El diseño de servicios es una sub-disciplina del diseño que busca generar valor para las personas que reciban o requieran de un servicio, como también para quienes lo proveen. Esto logra proyectar experiencias significativas a través de propuestas útiles, deseables y memorables para las personas, siendo a su vez eficientes y efectivas para las organizaciones. El diseño de servicios se hace cargo del desarrollo estratégico, abarcando una propuesta de valor, conceptualización y sistematización, del diseño de las cosas tangibles como intangibles que logran una interacción entre los usuarios y la organización proveedora. (Figueroa et.al, 2017)

Esta forma de diseñar se define por cinco pilares distintos, en primer lugar esta disciplina se centra en el usuario, comprendiendo su identidad, considerando su contexto cultural y social, sus hábitos y motivaciones y cualquier característica significativa en su vida. Se considera también como usuario a quienes usan el servicio como a quienes lo proveen, a través de una comprensión dual e integrada (Figueroa et.al, 2017).

En segundo lugar, esta disciplina es una narrativa que genera procesos dinámicos que ocurren en un cierto periodo de tiempo y en un determinado espacio, conectados en base a una estrategia desde una lógica conceptual que haga sentido tanto a la organización como a sus clientes. Debe ser percibido como una secuencia de acciones interrelacionadas con una personalidad propia, teniendo un inicio, clímax y desenlace (Figueroa et.al, 2017).

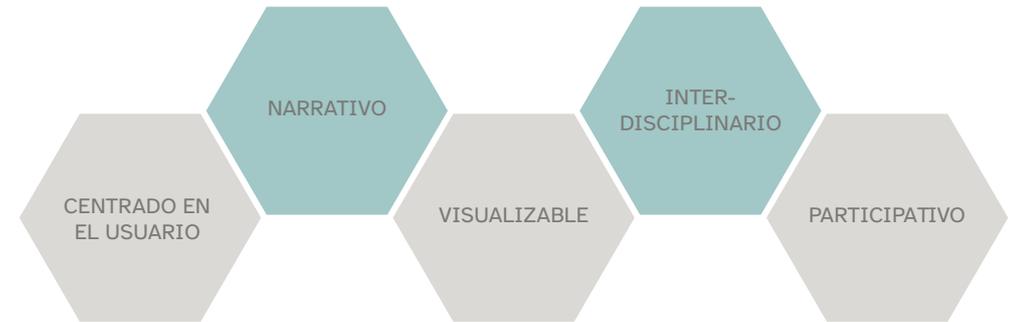


Figura 12: Elaboración propia en base a Creando Valor a través del diseño de Servicios

En tercer lugar debe ser visualizables, las evidencias físicas permiten generar asociaciones y vínculos con los usuarios poniendo así en evidencia el servicio y se logra que el pueda ser visualizado de mejor manera. En cuanto lugar esta disciplina es interdisciplinaria, dado el amplio espectro que ocurren los eventos, con las experiencias humanas en ellos, habla de una complejidad en los servicios que para lograr entregar una solución integral es necesario convocar distintas áreas profesionales o de conocimiento para enfrentar los desafíos que propone el servicio (Figueroa et.al, 2017).

Por último, este diseño es participativo “integra activamente en su metodología y en sus resultados a los actores involucrados en el contexto interno (organización) y el contexto externo (usuario final) del servicio que se creará o mejorará.” (Figueroa et.al, 2017) generando un sentido de pertenencia con el proyecto que traerá como consecuencia un aumento en el compromiso a largo plazo con la propuesta final y su implementación (Figueroa et.al, 2017).



Figura 13: Obtenida de pexeles

## BRECHA DIGITAL DE LAS PERSONAS MAYORES

La brecha digital de las personas mayores no es algo nuevo, entre que no les interesa aprender y conectarse hasta el miedo que les da enfrentarse a este nuevo mundo. Sin embargo, la pandemia fue un factor clave para que las personas mayores dieran el paso y aprendieran a conectarse, según la encuesta realizada por Chile 3D de GfK Adimark, el año 2016 solo un 38% de este grupo etario tenía conexión a internet, el año 2020 llegó a un 63% de conectividad en las personas mayores. (Munita, 2021).

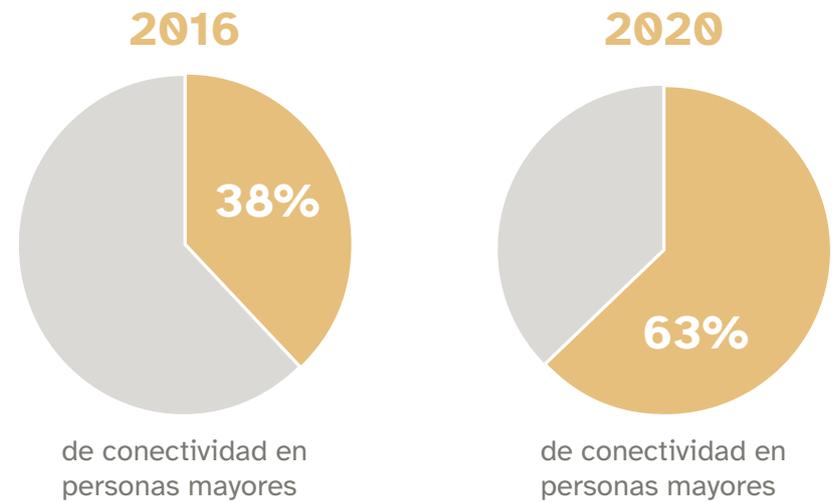


Figura 14: Elaboración propia en base a cifras Chile 3D Adiamark (Munita,2021)



Según Jacqueline Seemann, directora y coordinadora de comunicaciones de travesía 100, empresa B impulsada por el movimiento social en el cual busca apoyar e incidir en el reconocimiento y empoderamiento de las personas 60+, ayudándolos con la decisión de reinventarse y aprender con pasión y propósito (Travesía 100, s.f). Jackie afirma que la brecha digital ha sido lo más complejo de la pandemia, haciendo que las personas mayores que estaban rendidos ante la digitalización hayan tenido que salir de su zona de confort y aprender. Ella recalco que “si no aprendían no iban a poder estar en contacto con el mundo, la gente estaba tan interesada en no quedarse fuera, no quedarse sola, que se empezaron a sumar rápidamente” (Seemann, 2021. Entrevista).

Empezó a ser algo de necesidad para ellos, para que pudieran estar en contacto con sus seres queridos pero también tener una mayor independencia, haciendo sus compras del mes, pagar las cuentas, reservar horas médicas y hasta manejar sus pensiones (Munita, 2021).

Si bien pudo haberles resultado incómodo o estresante para las personas mayores tener que digitalizarse, es algo que afecta positivamente al desarrollo de este proyecto, permitiendo llegar a un mayor número de personas mayores para que sigan activos en esta etapa de sus vidas.

# LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN

## ENTREVISTAS PERSONAS DEL RUBRO

*“la gran mayoría quiere seguir trabajando, puede ser porque necesitan la plata, necesitan complementar o porque todavía se sienten muy vigentes y creen que pueden ser muy útiles para la sociedad” (Seemann, 2021)*

Además se entrevistó a Jacqueline Semmann, Directora y Coordinadora de comunicaciones de Travesía 100. Con ella se discutieron todos los temas en contingencia respecto a las personas mayores; jubilación, empleabilidad, reinversión personal, la discriminación por edad y el trabajo intergeneracional.

Se conversó sobre que cuando llegas a la edad de jubilación, el mercado laboral te invita a hacerlo pero muchas veces las personas no están listas para jubilarse, es distinto que quieras cambiar el ritmo, trabajar mejor, pero otra cosa es que quieras no hacer ninguna actividad en absoluto. Sumado a lo anterior Jacqueline afirma que “la gran mayoría quiere seguir trabajando, puede ser porque necesitan la plata, necesitan complementar o porque todavía se sienten muy vigentes y creen que pueden ser muy útiles para la sociedad” (Seemann, 2021)

Otro de los temas conversados fue el edadismo, concepto que habla de

la discriminación por edad. Jacqueline recalcó que hay una percepción social general de que este segmento es súper vulnerable, cayendo muchas veces en el asistencialismo o el infantilismo de las personas. Este tipo de discriminación es algo que no se visualiza de la misma manera que se visualizan otros tipos de discriminación. Es por esto que hay que empezar a visualizar que la tercera edad no significa asistencialismo, si bien hay personas que desgraciadamente la salud no los acompaña en esta etapa, la gran mayoría tiene autonomía completa.

Y por último se conversó sobre el trabajo intergeneracional, en el cual ella comentó de un proyecto que se realizó entre jóvenes y personas mayores y mencionó lo gratificante que fue para ambos segmentos. Sumado a eso, comentó que la templanza que te da la vida y la edad es algo que los jóvenes que van tan apurados se pueden beneficiar directamente “Ese traspaso de experiencia, si tu lo escuchas puede ser súper útil” (Seemann, 2021)

## ENCUESTA EMPRENDEDORES

Se realizó una encuesta a 19 emprendedores, en la cual se les preguntó sobre sus emprendimientos y si habían recurrido a contratar a algún mentor o asesor a lo largo del desarrollo de sus pymes, pidiendo que compartieran sus experiencias y razones por las que habían contratado o no el servicio. Luego se les preguntó si estarían interesados en tener una sesión con una persona mayor, preguntando por sus expectativas, miedos e incertidumbres. Por último se les preguntó si estarían dispuestos a pagar por un servicio de mentoría/asesoría con una persona mayor.

Se les preguntó a los emprendedores que cualidades harían a un buen asesor según la opinión de ellos y las principales respuestas coincidieron con experiencia, conocimiento profundo del tema que ellos necesitan, redes de contacto y consejos.

Respecto a los miedos o incertidumbres que podrían presentar al tener una sesión con una persona mayor, una de las respuestas más recurrentes fue que no fueran capaces de adaptarse al contexto actual pandémico y no pudieran tener la sesión vía remota, se vio también en los comentarios miedos a tener un mentor o asesor que sea muy terco o reacio a conversar. Se puede ver que por lo general los miedos o incertidumbres de los emprendedores es más que nada basada en estereotipos negativos y especulaciones que no son necesariamente ciertas.

Cree que una persona mayor con una trayectoria laboral significativa sería un buen asesor para su proyecto  
Un 20% cree que tal vez.



Está dispuesto a pagar por una asesoría en el área que más necesita  
Un 32% tal vez  
Un 5% no



Figura 15: Elaboración propia en encuesta emprendedores

Se destaca el siguiente comentario respecto sobre los miedos e incertidumbres;

*“No entiendo esta pregunta, porque alguien va aceptar de mentor a una persona que le da miedo o le genera incertidumbre, ya sea jubilado, pensionado o activo. Se supone que son personas exitosas, especialmente en conocimientos que la Universidad no entrega.” (S.N, 2021)*

## ENCUESTA EMPRENDEDORES

Se entrevistaron a dos emprendedores los cuales se les hicieron preguntas similares a la encuesta, pero con el fin de profundizar un poco más en las respuestas. Las conclusiones fueron similares, sin embargo, en estas entrevistas se pudo visualizar una arista que no se había captado anteriormente; la necesidad de los emprendedores de generar redes de contacto en el rubro y lo difícil que es tener a alguien a quien preguntar.

Tomás Valenzuela uno de los entrevistados, comentó que para resolver dudas técnicas sobre su temática, a través de contactos propios buscaba que le recomendaran una persona que lo pudiera ayudar. Si bien a Tomás este sistema le ha funcionado bien, expertos puede resolver esa problemática del emprendedor que no tiene necesariamente una red de contactos amplia, brindándole opciones de manera más accesible y simple.

## DIFERENCIA ENTRE MENTOR Y ASESOR

Al tener entrevistas y encuestas con los emprendedores, se pudo identificar a través de ellos que existe una diferencia entre lo que es un mentor y un asesor. Si bien no todos conocían la diferencia entre estas dos formas de ayudar, se quiso enfatizar y utilizar esta diferenciación como una opción del servicio.

Un mentor es considerado una persona que acompaña al emprendedor a través de un proceso, que en varias reuniones completan el objetivo. Acompaña y aconseja más en el proceso de creación e ideación en los proyectos. Por otro lado un asesor, es alguien que es experto en un área específica y se tiene una reunión con él para aclarar dudas de algún tema en particular, como algo más puntual.

*“Mientras mayor sea la persona por mayores situaciones ya va a haber pasado, más proyectos con tu va a haber conocido y te puede contactar y se va a haber caído más veces también entonces saben en lo que tu te puedes caer.” (Valenzuela, 2021)*

Cada emprendedor necesita distintos tipos de asesoría o mentoría, o ambas a lo largo del desarrollo de sus proyectos, es por esto que se decidió darles la opción de elegir entre ambas opciones; un mentor o un asesor.

Un experto puede cumplir ambos roles, realizar mentorías y tener varias sesiones con un emprendedor o responder preguntas individuales de temas en específicos cumpliendo así su rol de asesor.

## **6. PROCESOS DE DISEÑO**



**1.**

**MVP**

**2.**

**PLAN  
PILOTO**

**3.**

**ENCUESTAS**

El proceso de diseño para este proyecto se divide en tres etapas, en primer lugar se realizó un MVP para identificar el interés del usuario por participar en el proyecto, para posteriormente con las personas que se lograron levantar en la primera fase realizar un plan piloto en el cual se simuló una sesión de asesoramiento, para finalmente realizar entrevistas a los usuarios que participaron y validar la interacción entre los usuarios.

Paralelamente al proceso de validación del proyecto, se fue desarrollando la página web por la cual se realizarían las sesiones de mentorías entre los usuarios. Este desarrollo tuvo tres etapas también, el primer prototipo fue realizado en la etapa del MVP, pero más que lograr la interacción se utilizó como medio de difusión y suscripción de usuarios. El segundo prototipo se intentó demostrar el flujo de diseño que iba a tener la página web, sin embargo no se logró el resultado esperado por las limitaciones del programa por el cual se realizó. Por lo tanto, se decidió realizar el tercer prototipo en el programa Adobe XD para demostrar como se quería realmente producir la página web.

# M.V.P

Se decidió para comenzar el proceso de diseño, utilizar la metodología Lean Startup, este proporciona un enfoque científico para crear y administrar nuevas empresas logrando a su vez que el producto llegue más rápido a las manos del cliente. Esta metodología evita el error que comenten muchas startups, crear un producto que creen que la gente quiere sin mostrarse nunca. Esto trae muchas veces como consecuencia el fallo de la empresa porque no se logró comprender completamente la necesidad del usuario. (Ries, s.f)

Al utilizar este enfoque se proporcionan herramientas para probar una visión de forma continua. Esta metodología no se trata solamente de gastar menos dinero o de fallar rápido o fallar barato, se trata de un proceso de aprendizaje en torno al desarrollo del producto que se está creando.

De esta manera cuando el producto esté listo para distribuirse ampliamente ya va haber resuelto problemas reales y se entenderá lo que se necesita mejorar, sumado a que ya tendrá clientes establecidos.

Por lo tanto siguiendo esta metodología que funciona con un ciclo de construir-medir-aprender, se construyó un MVP que permitiera entender el real interés de las personas por participar en un proyecto como el que se plantea.

Para lograr esto se desarrollaron perfiles en redes sociales, cada una de ellas mostrando contenido dirigido a personas mayores en el caso de linkedin o facebook, y en instagram se dirigió a emprendedores. Se esperaba generar con el lanzamiento de las redes sociales del proyecto una primera aproximación al usuario, para comprender y entender el real interés que se lograba levantar a través de estos medios, resolviendo dudas sobre el servicio y cómo funciona.

Sumado a la creación de las redes sociales se desarrolló una página web que explique de manera más detallada sobre el proyecto, permitiéndole al usuario ahí mismo suscribirse a la página web para obtener más información sobre el proyecto y la etapa de desarrollo en la que se encuentra. Todas las redes sociales invitaban a los usuarios a ingresar y suscribirse en la página web.

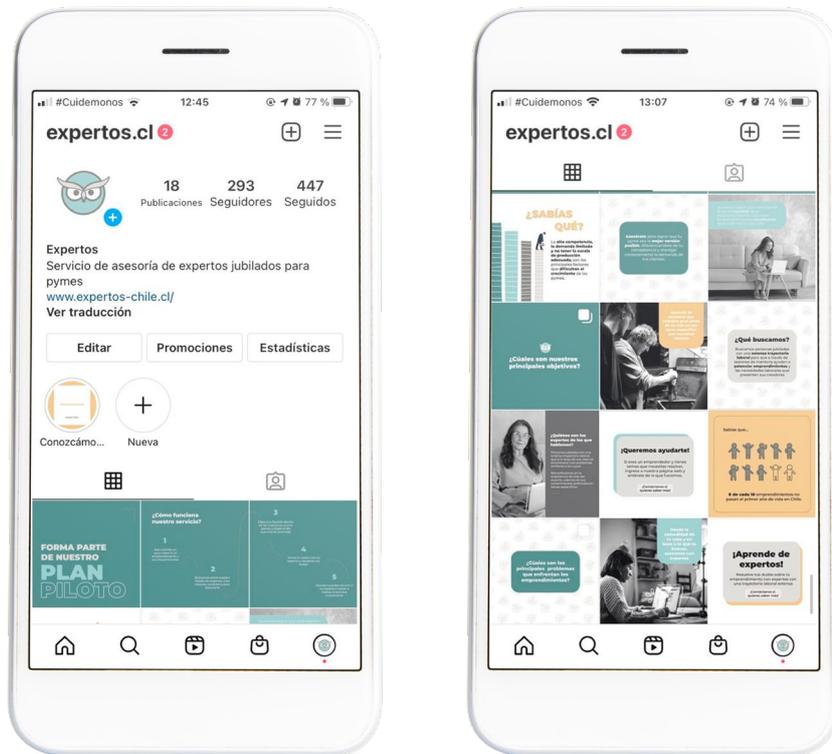


Figura 17 y 18: Elaboración propia redes sociales

## REDES SOCIALES

En cada red social se fue creando contenido acorde a quién iba dirigido, siguiendo la metodología del MVP; construir, medir, aprender, con el fin de ir creando y probando posts, que fueran cada vez más llamativos para el usuario al cual se estaba intentando llegar.

### INSTAGRAM:

Se decidió utilizar esta red social para atraer emprendedores, ya que en esta plataforma según el estudio de “El Chile que viene; redes sociales” realizado por Cadem y Jelly (2019) Instagram es la plataforma que más compras atrae en promedio de la generación milenial y Z, por lo tanto es uno de los medios más recurrentes por el cual el emprendedor muestra sus productos para su venta. En este caso, se buscó captar el interés de este segmento para dar a conocer el proyecto, resolver dudas que podrían presentarse y medir el interés.

Se subieron un total de 18 publicaciones, más 10 historias, todas siguiendo la línea gráfica del proyecto y siguiendo el método del MVP, creando, probando, aprendiendo, para así ir generando piezas gráficas más llamativas para el usuario acorde a las interacciones que se tenían. Para esta red social se crearon específicamente para emprendedores por lo tanto se compartieron datos sobre emprendimiento, y explicaciones sobre el servicio que se estaría ofreciendo.

## FACEBOOK Y LINKEDIN:

Se decidió utilizar la red social de facebook porque según el estudio “El Chile que viene; redes sociales” realizado por Cadem y Jelly (2019), Facebook es la segunda red social más utilizada por la generación baby boomers (entre 52 y 71 años) después de WhatsApp, mientras que LinkedIn al ser un portal de trabajo, apunta a encontrar a esas personas mayores que están buscando formas de mantenerse activos en el mercado laboral. El objetivo era atraer a una pequeña cantidad de personas para medir el nivel de interés y poder hacerles entrevistas sobre sus expectativas y dudas sobre el proyecto.

Para estas redes sociales, se buscó llamar la atención de las personas mayores, para esto se crearon post más que nada hablando del servicio que se ofrece y planteándolo como una oportunidad laboral para este segmento etario.

Si bien se realizaron publicaciones parecidas a Instagram, en estas redes sociales no se subieron post con forma de carrusel, sino que toda la información en una sola publicación.

### FACEBOOK

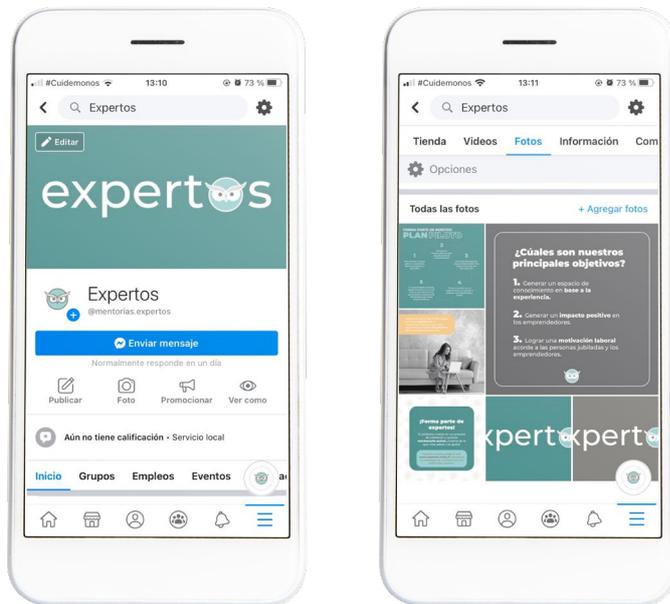


Figura 19 y 20: Elaboración propia redes sociales

### LINKEDIN

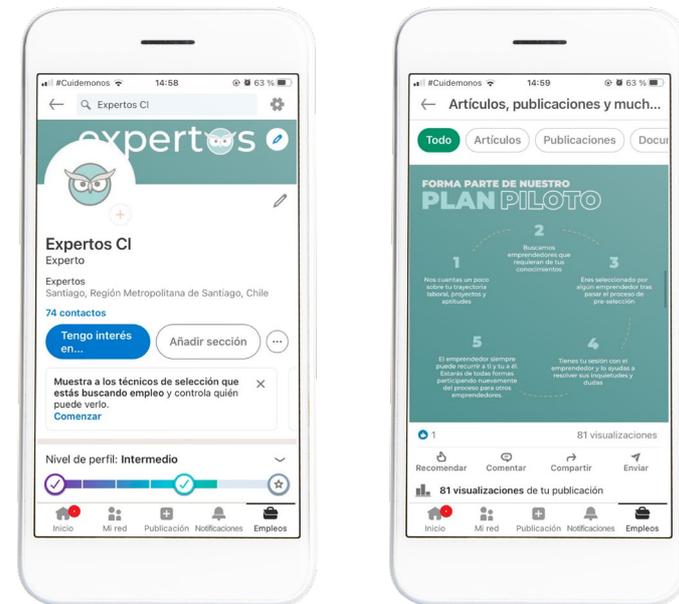


Figura 21 y 22: Elaboración propia redes sociales

## PÁGINA WEB

Todas las redes sociales invitaban a los usuarios a dirigirse a la página web para que puedan informarse con mayor detalle sobre el servicio que se ofrecía. En esta página las personas podían suscribirse introduciendo su email para que le llegaran emails con más información sobre el proyecto. Que se suscribieran personas era fundamental para poder desarrollar bien la etapa siguiente del desarrollo del proyecto.

Elaboración propia (2021). Captura de pantalla Home Expertos [Fotografía].



## RESULTADOS

A través de este testeo se logró captar a 9 personas mayores, que se suscribieron a la página web. Además por instagram se logró captar la atención de 5 emprendedores que hicieron preguntas sobre el servicio. Sin embargo estos números no reflejan el alcance que tuvieron las publicaciones, en instagram se llegó a los 293 seguidores, y varias publicaciones con más de 100 interacciones por foto. Lo mismo en facebook, si bien hubo poca respuesta de los usuarios, las publicaciones tuvieron un alcance en promedio de 700 personas y con 15 interacciones.

Se puede concluir de esta etapa que el proyecto en primera instancia si levantó interés en las personas, pero se estipula que por no contar con el apoyo de alguna institución y no tener el proyecto finalizado, era demasiada la incertidumbre del usuario para comprometerse con su participación.

## SÍNTESIS DEL MVP

<b>OBJETIVO DEL EJERCICIO:</b>	Con el MVP, se quiso lograr atraer la atención de los usuarios y darse a conocer. Con el fin de validar el interés real de las personas por participar en este proyecto.
<b>CÓMO SE REALIZÓ:</b>	Para el desarrollo del MVP, se crearon cuentas en diversas plataformas web, con el fin de llegar a los emprendedores a través de Instagram y a los expertos a través de LinkedIn y Facebook. Sumado a esto se realizó una página web informativa, que todas las redes sociales invitaban a acceder a esta y suscribirse (las suscripciones a la página web fueron útiles para el plan piloto). Las publicaciones fueron modificándose para ir entendiendo la gráfica que llama la atención del usuario.
<b>QUÉ SE LOGRO:</b>	Se logró a través de este ejercicio, que 9 personas se suscribieran a la página web (todos expertos), mientras que por el otro lado 5 emprendedores mostraron interés sobre el servicio a través de Instagram. A pesar de los números bajos, las publicaciones en todos los medios tuvieron un alto alcance de personas.
<b>CONCLUSIONES:</b>	Se concluye de este ejercicio que si bien se logró captar a un número pequeño de personas, se destaca mucho más el alcance que tuvieron las publicaciones, demostrando así que sí hay un interés del usuario, pero era mucha la incertidumbre de formar parte de un proyecto que no estuviera respaldado por ninguna institución formal y que además estuviera en desarrollo.

Figura 23 Elaboración propia

## PLAN PILOTO

Como segunda etapa del proceso de diseño se desarrolló un plan piloto, en el cual se realizó una sesión de asesoría la cual se buscó validar la interacción entre los usuarios, además de simular las acciones principales del mapa del viaje del usuario.

Después del desarrollo del MVP, se les hizo un seguimiento a las personas mayores a través de emails en el cual se les invitaba a formar parte del plan piloto rellenando un formulario, además de seguir promocionando por las redes sociales del proyecto el desarrollo del plan piloto. Además se buscó por medios externos a las redes sociales contactos de emprendedores y personas mayores, con el fin de contar con un mayor número de personas para lograr el mejor match entre los usuarios según los requerimientos de los emprendedores.

Este plan piloto contaba con 5 pasos de desarrollo, el emprendedor cuenta sobre su emprendimiento y sus necesidades para tener la mentoría, para luego buscar dentro del listado de expertos a los candidatos que cumplan con sus requisitos. Como tercer paso se le muestran al emprendedor las 3 mejores opciones para que ellos elijan al que más les llame la atención, para luego tener la sesión participativa. Por último se les realiza una entrevista sobre sus expectativas antes de la sesión, sus sensaciones al tener la reunión y por último cómo se sintió después, si logró resolver sus inquietudes.

## PASO 1

Para el paso 1 del proceso a través de redes sociales y los suscriptores de la página web a través de mailing, se invitó a participar del proceso del plan piloto. Si bien se logró identificar usuarios correspondientes a los dos segmentos buscados, se optó también buscar por contactos propios emprendedores o personas mayores que estuvieran interesados en formar parte de este proyecto. En este paso se logró obtener 24 suscriptores en total de los cuales 9 eran expertos y 15 emprendedores.

### POST INSTAGRAM



### POST FACEBOOK Y LINKEDIN



### MAILING

**expertos**

**¡Te invitamos a formar parte de nuestro plan piloto!**

Como les hemos comentado anteriormente, Expertos es un proyecto que se encuentra en desarrollo. Para lograr generar el mejor servicio posible, necesitamos de su ayuda para **comprender profundamente sus necesidades** respecto a cómo funciona nuestro servicio.

Para poder lograr esto, necesitamos conocer un poco más sobre su **trayectoria laboral, proyectos importantes que hayan desarrollado, aptitudes laborales y todo lo que nos quieran comentar**. Es sumamente importante para nosotros generar el mejor match posible, para que la sesión funcione de la mejor manera posible y sea algo positivo para ambos lados.

**FORMA PARTE DE NUESTRO PLAN PILOTO**

## PASO 2

En el paso dos, se analizó la información de los formularios que rellenaron teniendo los detalles de 6 emprendedores y 5 expertos. Se buscaron características en común, cumpliendo los requerimientos de los emprendedores con lo que el experto tiene para entregar con el fin de encontrar un emprendedor y un experto para que tengan una sesión.

Lo que se quería lograr en este paso era conocer las necesidades de cada emprendedor, las áreas que necesita mentoría/ asesoría, en qué consiste su emprendimiento y lo que busca en un mentor. Por otro lado se buscó que los expertos rellenen un formulario con su CV, áreas en las que podrían hacer mentorías y sus fortalezas y debilidades.

### EXPERTOS



#### ÁREA DE EXPERTIS

- Coaching
- Turismo
- Planificación estratégica
- Comercial/ gestión estratégica

### EMPRENDEDORES



#### EMPRENDIMIENTOS Y ÁREA QUE NECESITAN ASESORAMIENTO

- Palpa (ventas)
- Surco (logística)
- Agroinventario (modelo de negocio)
- SC Cejas (marketing)
- Rosso (finanzas)
- Goodfellas (modelo de negocio)

## PASO 3

Se eligió a Josefa Cortes como la emprendedora para la sesión, su emprendimiento es palpa, un dispositivo para la ducha que ayuda a insertar el autoexamen de mamas en la rutina de las mujeres jóvenes. Ella necesitaba asesoría en el área de modelo de negocio y proyecciones.

El experto que se le asignó fue Gianfranco Zecchetto, experto de 68 años, se especializa en el área comercial y gestión estratégica. Se le envió a Josefa un mail solicitando brindar la información que quisiera compartir con Gianfranco antes de la sesión, con el fin de generar las mismas interacciones que sucederían en la plataforma.

Para generar el vínculo que se quiere lograr con el flujo del servicio a través de la plataforma web, se le solicitó a Josefa concretar los temas de los cuales se querían conversar para que Gianfranco pueda llegar más preparado para la sesión y se agilicen las introducciones. Sumado a eso se quería lograr que tuvieran la sensación de que ya se conocen para así lograr un vínculo más profundo.



Imagen 24: Fotografía enviada por Gianfranco

### GIANFRANCO ZECCHETTO

#### ÁREA DE EXPERTÍAS

- Ventas
- Gestión Estratégica

#### ASESOR/ MENTOR

- Asesor

#### FORTALEZAS

- Experiencia
- Trabajo en equipo
- Visión estratégica



### PALPA

Imagen 25: Fotografía enviada por Josefa

### JOSEFA CORTÉS

#### ÁREA REQUERIDA

- Ventas

#### ASESOR/ MENTOR

- Asesor

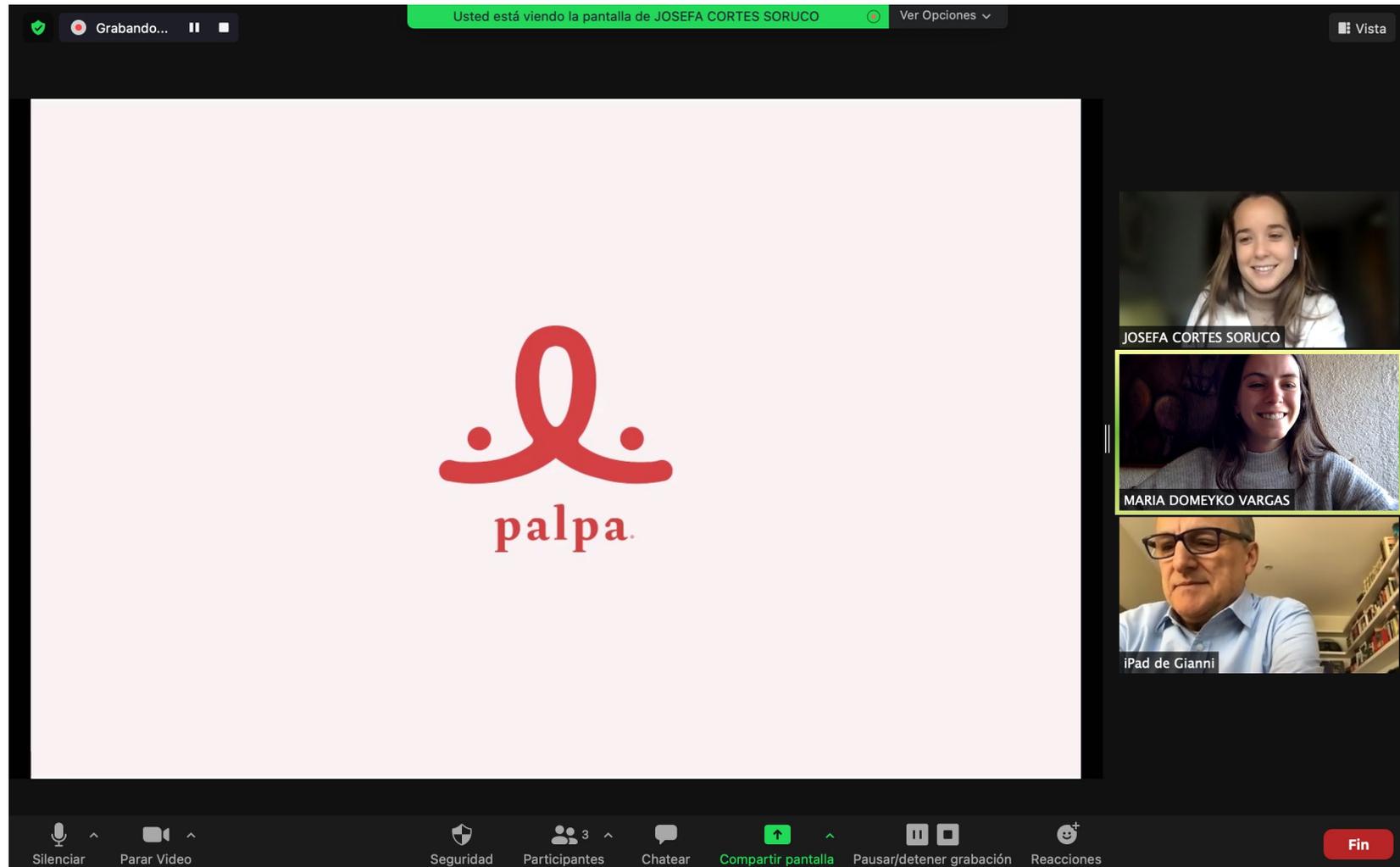
#### CUALIDADES DEL EXPERTO

- Cercano
- Profesional

## PASO 4

Tuvieron la sesión de asesoría a través de la plataforma zoom, en la cual se mostró también la plataforma web para ir respondiendo y tomando feedback sobre las preguntas o comentarios que tuvieran. Luego se prosiguió con la sesión como tal en la cual Josefa expuso su problemática y Gianfranco le aconsejó y ayudó con los temas solicitados.

Imagen 26: Elaboración propia [screenshot]



## PASO 5

El paso 5 del plan piloto, se les agradeció a ambos participantes por ayudar en el proceso de prototipado del proyecto, se les compartió el contacto de cada uno para que siguieran en contacto después de la sesión por si querían seguir trabajando los temas expuestos en la sesión.

Además se les solicitó responder un cuestionario para validar las interacciones y sensaciones que se esperaban generar con el flujo del servicio y validar si realmente sucedía lo que se esperaba.

Imagen 27: Elaboración propia [screenshot]



## RESULTADOS ENCUESTAS

Tras la sesión con Gianfranco y Josefa, se les solicitó responder una encuesta sobre el proceso del plan piloto, la sesión, y las percepciones con las que quedaron después de haber tenido la sesión.

### RESULTADOS GIANFRANCO

1. Se le preguntó a Gianfranco si usaría expertos como una opción real laboral. “Encuentro muy buena la idea y te felicito por eso. Sí es algo que utilizaría si es que estuviera activa, me gustó mucho poder ayudar a la Josefa logrando a que llegue a más personas”(Zecchetto, 2021)
2. En segundo lugar se le preguntó acerca del plan piloto y del flujo de servicio, en el cual Gianfranco enfatizó que le gustó haber formado parte del proceso. Encontró fundamental poder tener información acerca de las ventas de palpa para no llegar “colgado” a la reunión y poder estudiar antes un poco los números. Siente que la plataforma hará más simple la visualización de los pasos del programa.
3. En tercer lugar se le preguntó sobre la gráfica de expertos, en el cual respondió que le parecía bien la gráfica, la encontró limpia y sencilla. Pero le habría gustado ver en algún lugar de la página un poco más detalles de en qué consiste el proyecto.

## RESULTADOS JOSEFA

1. En primer lugar se le preguntó a Josefa si le había encontrado un valor agregado a que Gianfranco sea una persona mayor. “Admito que estaba un poco dudosa de la sesión, pero Gianfranco me sorprendió todo lo que sabía sobre ventas y como venderle a empresas grandes. Me transmitió mucha tranquilidad y me quitó un poco la frustración de unas cosas que no estaban resultando.” (Cortés, 2021)
2. En segundo lugar Josefa comentó sobre que los consejos que le había dado Gianfranco, y para ella la información que le entregó fue muy valiosa, ya que él se ha movido gran parte de su vida en empresas grandes y Josefa quiere lograr llegar a ese segmento empresarial. “Me dió unos tips muy valiosos de cómo acercarme a estas grandes empresas” (Cortés, 2021)
3. En tercer lugar se le preguntó acerca del plan piloto y del flujo de servicio. Nos comentó que le gustó mucho el que le haya mandado antes de la sesión un resumen que ella tenía ya armado con lo que es palpa, entonces la sesión misma, si bien hubo una introducción igual, no fue tan extensa.
4. En cuarto lugar se le preguntó sobre la gráfica de expertos, en el cual respondió que le gustaba la paleta de colores, que le transmitía algo formal pero no aburrido, que las ilustraciones las cambiaría quizás por algo un poco más llamativo y distintivo.

## SÍNTESIS PLAN PILOTO

<b>OBJETIVO DEL EJERCICIO:</b>	Con el plan piloto se quería desarrollar un plan en el cual simularía de cierta manera el flujo de diseño de la página web, en el cual se registran usuarios, se analizan perfiles, se hace un match, se tiene la sesión y se realizan encuestas del servicio. Todo esto para validar las interacciones clave entre los usuarios.
<b>CÓMO SE REALIZÓ:</b>	Para el desarrollo de este paso, se utilizaron las redes sociales de la página para invitar al usuario a formar parte del plan piloto. Luego se les solicitó rellenar un formulario con su información, la cual rellenaron 4 expertos, 6 emprendores. Luego se buscó entre los perfiles dos que coincidieran para luego comentarles que quedaron seleccionados. Se les envió emails para tener un intercambio de información, se tuvo la sesión vía Zoom, en donde se respondieron las problemáticas del emprendedor. Y por último, se les solicito rellenar una encuesta para validar el proceso de diseño.
<b>QUÉ SE LOGRO:</b>	Se logró testear una cómo sería una sesión entre un experto y un emprendedor, logrando identificar que el experto sí se registraría en la plataforma, que sí lograron generar un vínculo entre ellos antes de la sesión y que sí se generó un traspaso de información valiosa entre el experto y el emprendedor (que se le preguntará más adelante por resultados concretos).
<b>CONCLUSIONES:</b>	Se concluye de este ejercicio que se logró validar los objetivos específicos del proyecto a través de la simulación del mapa de viaje que tendría en la página web. Pudiendo corroborar en este caso que si se logró captar al experto, se generó un vínculo entre ellos y el emprendedor encontró valiosa la información que le traspasó el experto. Además fue reconfortante poder presenciar el trabajo colaborativo que hubo entre ellos.

Figura 28: Elaboración propia

# PÁGINA WEB

El desarrollo de la página web de este proyecto tuvo tres etapas. La primera etapa se desarrolló una plataforma utilizando shopify para la etapa del MVP, en la cual se buscaba explicar brevemente el proyecto para atraer a usuarios a que se suscriban dejando sus emails para poder enviarles mayor información sobre el proyecto, y considerarlos para el plan piloto.

Como primera aproximación, la página cumplió con sus objetivos que fueron informar y atraer al usuario. Se probó una gráfica simple, imágenes estándar y la paleta de colores.



Elaboración propia (2021). Captura de pantalla Home Expertos [Fotografía].

expertos

Encuentra el Experto que

Necesitas

MÁS INFORMACIÓN



El segundo paso del desarrollo de la web, fue desarrollar el flujo de la página web de ambos usuarios y para identificar las interacciones claves del usuario con la plataforma se utilizó nuevamente Instagram para identificar la forma por la cual los emprendedores querían elegir a los expertos. Prefiriendo que el servicio elija el experto o que el emprendedor elija por quien quiere ser mentoreado o asesorado.

Sin embargo, los porcentajes de preferencia no fueron tan considerables como para escoger uno sobre otro, por lo que se optó por darles ambas opciones, elegir ellos mismos con ciertos filtros, o rellenar un formulario para darle 3 opciones de sus mejores candidatos y ellos elegir dentro de un marco más pequeño y especializado.

Se utilizó la página wordpress para desarrollar el prototipo, se logró una aproximación de cómo sería el resultado de la página web, sin embargo,

no se logró el resultado esperado en el diseño de la interfaz de la plataforma.

Hubieron limitaciones en los presets que se tenían disponibles, teniendo que hacer una inversión mayor para poder tener todas las funciones que se querían, como el reservar horas, agregar un link para zoom o teams, un sistema que filtra los perfiles de manera más eficiente y limitaciones en el diseño gráfico de la página. Este desarrollo sirvió para entender la inversión que se necesita para desarrollar el proyecto y las limitaciones que podría tener la página web.

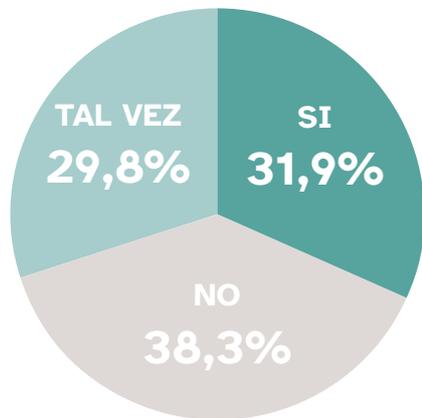
La tercera etapa consistió en el re-diseño y propuesta final de la plataforma, para esta se desarrolló a través de Adobe XD debido a las limitaciones que se presentaron en el testeo anterior. En la sección de propuesta final se expone el diseño final con sus interacciones.

# ENCUESTA GRÁFICA WEB

Se realizó una encuesta a 47 personas para testear la gráfica final de la página web, buscando validar los conceptos que se creían estar logrando.



Si fueras a contratar a un mentor/asesor para el desarrollo de tu emprendimiento, ¿Necesitas más información que la expuesta en la fotografía?



Cómo se puede ver en el gráfico la información expuesta sobre el experto no fue suficiente para casi un 60% de los encuestados. Se identificó en primer lugar que las personas preferían ver un resumen de su experiencia a simple vista para no tener que descargar todos los CV de cada experto que revisen. Sumado a eso, algún tipo de referencia de algún otro emprendedor para ver que tal es y si les habían servido la(s) sesión(es).

También se comentó que sería bueno tener como algún tipo de calificación, como el número de veces que ha tenido sesiones, para que genere más confianza.

Sumado a la encuesta, se decidió poner las fotos en blanco y negro para estandarizar un poco más las fotografías que suban los expertos y que eso no le dé tanta ventaja o desventaja a algunos.

Les gustó la gráfica de la plataforma

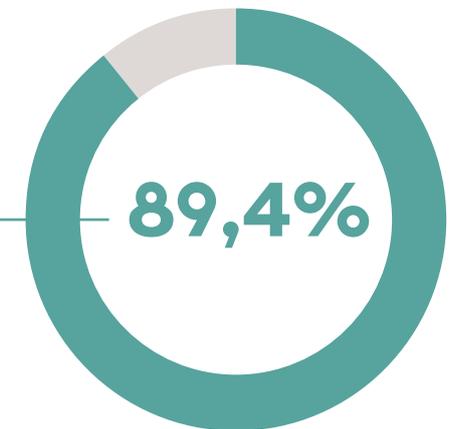


Figura 29 y 30: Elaboración propia en base a encuesta

Se le preguntó a los encuestados sobre qué les transmite la gráfica del landing page de la plataforma web y estas fueron sus respuestas.



Figura 31: Elaboración propia en base a encuesta

## **7. PROPUESTA FINAL**

## NOMBRE Y LOGO

La RAE define la palabra experto como “dicho de una persona: Especializada o con grandes conocimientos en una materia”, con eso en mente, para la elección del nombre se quiso hacer énfasis en el valor de la experiencia de las personas mayores, convirtiéndolos en unos expertos en el área que más se especializan.

Por lo tanto el nombre expertos refleja lo que el emprendedor busca, una persona que sepa mucho del tema que necesitan resolver, a su vez es lo que la persona mayor tiene para entregar. Se pensó también nombres como SeniorExperts o ExpertoSenior, pero se descartó el primero por ser un nombre en inglés y además en ambos se quiso evitar usar la palabra Senior en el nombre del proyecto para evitar prejuicios y estereotipos que no benefician la interacción.

Para la definición del isotipo se decidió buscar en el reino animal algún animal que refleje sabiduría, para esto se utilizó instagram para ver que animal las personas encontraban que reflejaban el concepto. Tras varias respuestas, los más nombrados fueron el elefante y el búho, a raíz de eso se les pidió a los seguidores que eligieran entre estas dos opciones llegando al resultado de que el búho representa la sabiduría con 183 votos conformando un 65%.

Por lo tanto se decidió sintetizar un búho que además reemplazaría la “O” en la palabra Expertos. Este tuvo dos rediseños corregidos con el profesor guía para llegar al logo actual.

## LOGO FINAL E IMPLEMENTACIÓN

Logo principal

Versión en blanco

## ISOTIPO

Isotipo principal



Versión en blanco



## ESPECIFICACIONES

Áreas de espacio libre



# TIPOGRAFÍA Y COLORES

Para la elección de tipografías se eligió para el logo Montserrat Alternates y para títulos y cuerpos se eligió la tipografía Atkinson Hyperlegible.

Las personas a partir de los 40/50 años de edad empiezan a presentar dificultades para ver objetos de cerca, esto se conoce como presbicia. Al cabo del tiempo casi todas las personas llegan a padecer esta condición visual, necesitando gafas para leer, por lo tanto la gran mayoría de las personas mayores tienen algún grado de presbicia. Además con el envejecimiento, la visión en condiciones de semioscuridad resulta ser más difícil de ver con claridad, esto es debido a que el cristalino del ojo se pone más denso y la retina se vuelve menos sensible. Por lo tanto para las personas 60+ se hace necesario una luz más intensa para poder leer, ellos necesitan tres veces más luz que las personas de 20 años para leer. (Besdine, 2019)

A raíz de lo anterior, las capacidades visuales de las personas mayores se convierten en requisitos fundamentales para la página web. Es por esto que se eligió la tipografía Atkinson Hyperlegible, esta fuente tipográfica se diferencia del diseño de tipografía tradicional ya que “se centra en la distinción de la forma de las letras para aumentar el reconocimiento de caracteres y, en última instancia, mejorar la legibilidad” (Braille Institute Staff, 2020). Por lo tanto el uso de esta tipografía accesible, permite a las personas mayores navegar por la página web sin problemas de legibilidad, la hace accesible para todos.

Se decidió utilizar esta paleta de colores para poder llegar a ambos usuarios, atrayendo a los expertos y a los emprendedores, proponiendo colores que funcionan para demostrar algo laboral pero no anticuado. Son colores que a su vez cumplen con los estándares de accesibilidad, generando un buen contraste entre ellos.

## Tipografía logo

Montserrat  
Alternate bold

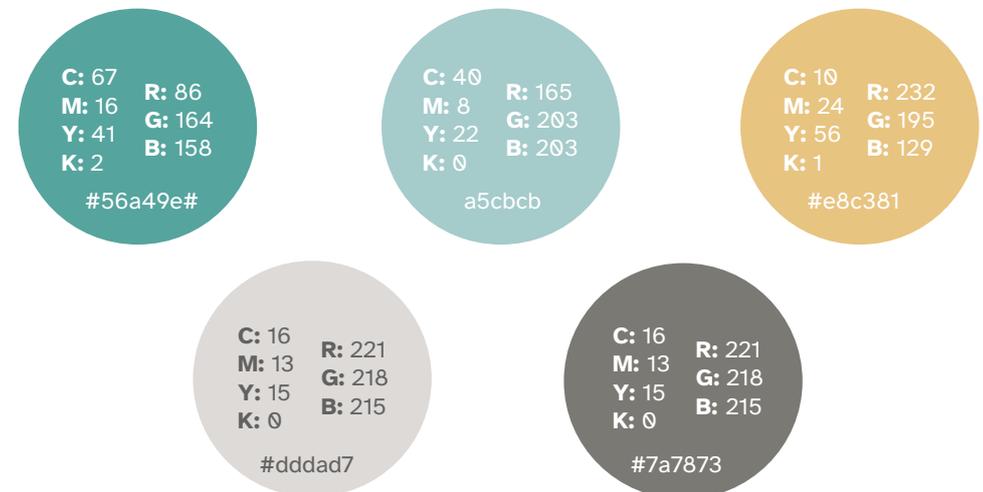
ABCDEFGHIJKLMN  
ÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnño  
pqrstuvwxyz  
1234567890

## Tipografía

Atkinson Hyperlegible

ABCDEFGHIJKLMN  
ÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnño  
pqrstuvwxyz  
1234567890

## Paleta de colores



# VISIÓN GENERAL DEL SERVICIO

Expertos es una plataforma web que permite a personas 60+ mentorear o asesorar a emprendedores. Está enfocada en darle una opción laboral a las personas mayores y ser una herramienta accesible para los emprendedores para el desarrollo de su negocio.

A continuación se presentan las etapas de pre, durante y post servicio y los puntos más importantes de cada una.

## PRE SERVICIO

El pre-servicio es el cómo los usuarios se enteran del servicio e ingresan a la plataforma por primera vez a entender su función, los expertos en búsqueda de una oportunidad laboral y los emprendedores en búsqueda de ayuda en el desarrollo de su emprendimiento.

## SERVICIO

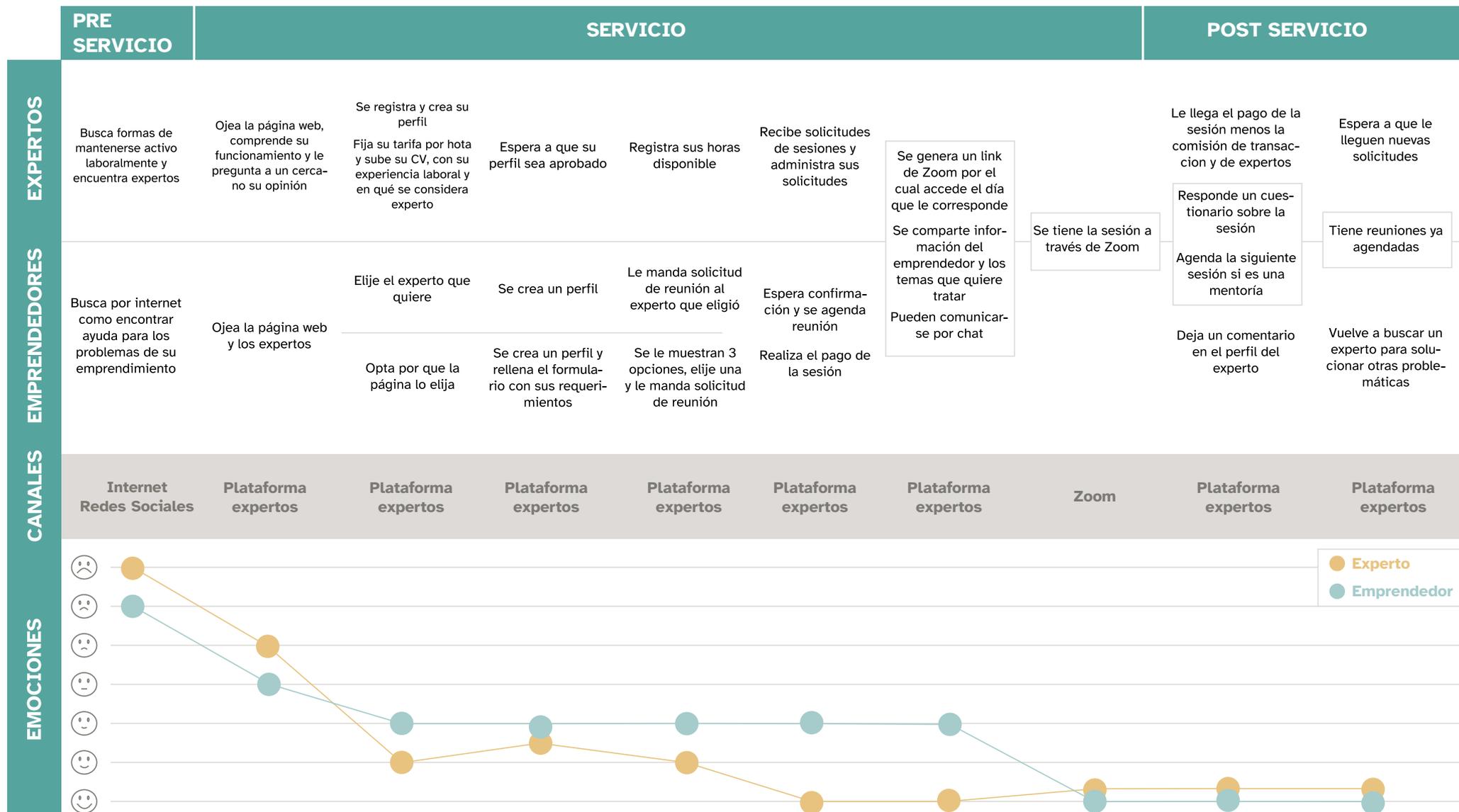
En esta etapa el experto se registra y crea su perfil ajustando sus horas disponibles, mientras que el emprendedor busca entre los expertos su candidato o rellena un formulario para que la página le elija su top 3. Después se genera el match entre ambos y queda agendada al hora, en el periodo pre sesión se le recomienda al emprendedor que le envíe al experto la información sobre su emprendimiento para agilizar el proceso durante la sesión. Tienen la sesión a través de zoom, y terminan la sesión respondiendo un breve cuestionario sobre la sesión, si es que hubo algún problema y el emprendedor deja un comentario en el perfil del experto.

## POST SERVICIO

el experto espera a que le lleguen más solicitudes o agenda las que tiene pendiente, mientras que el emprendedor busca nuevamente si es que tiene alguna otra necesidad. Si es que están haciendo una mentoría, agendan la próxima sesión.

# MAPA DE VIAJE

Figura 32: Elaboración propia, mapa de viaje



# PLATAFORMA WEB

Para ver el video del flujo de la página web presiona aquí 

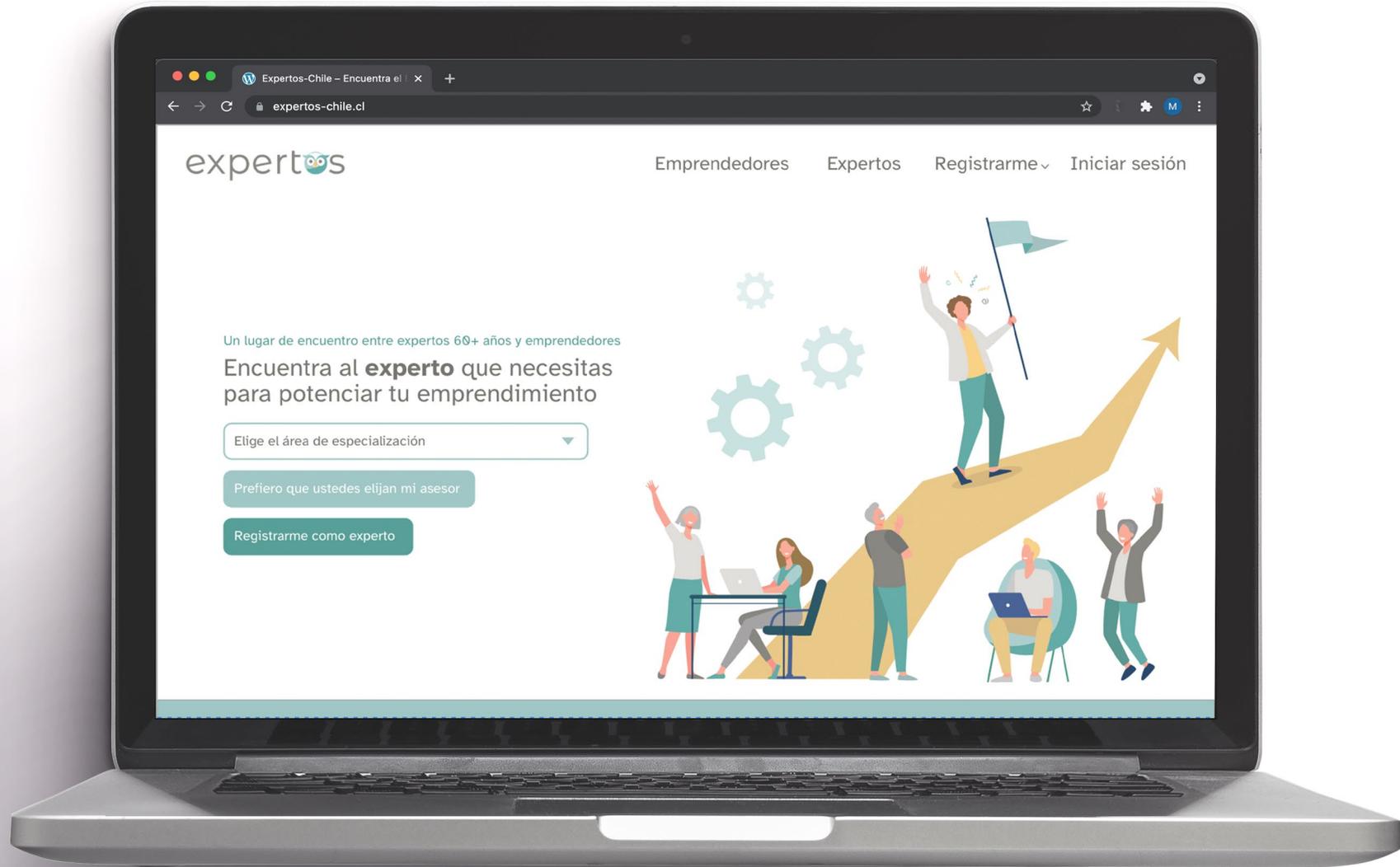
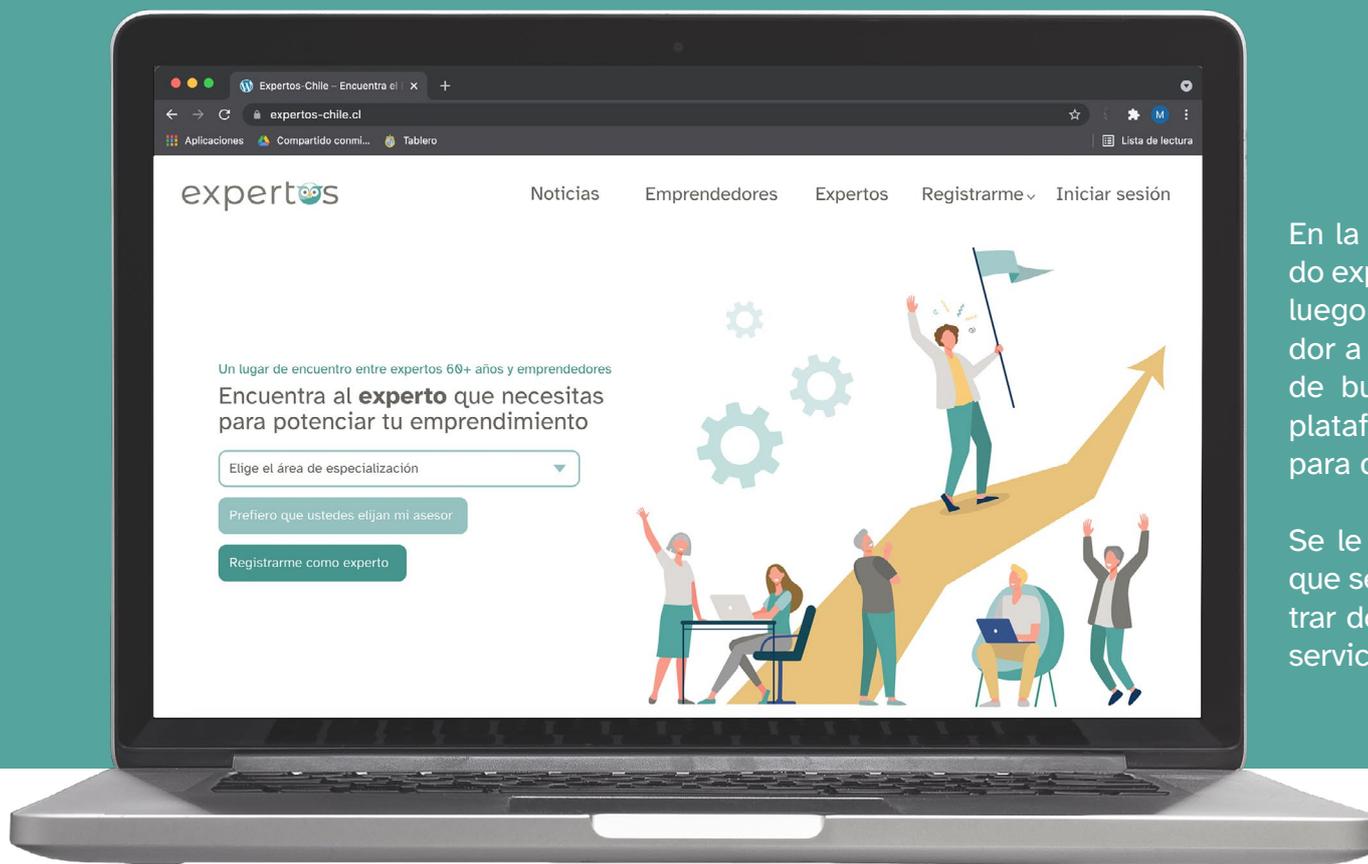


Figura 33: Elaboración propia, mockup

Para demostrar cómo funciona idealmente la página web, después del segundo testeó que no resultó como se esperaba, se hizo un prototipo en Adobe XD. Se optó por este medio para visualizar como funcionaria sin hacer la inversión todavía para la implementación de esta, ya que para desarrollar una web con las características que se quieren dar se necesita un experto en desarrollo de páginas web y una inversión en las funcionalidades.

La plataforma cuenta con un sistema de agendado simple, inspirado en cómo funciona la toma de hora de las Clínicas, atribuyéndose a métodos ya conocidos. Se busca que toda interacción entre los usuarios sucedan dentro de la misma plataforma, a excepción de la reunión como tal que se realizará a través de zoom. El sistema de pago será a través con el sistema de transbak, así que también los pagos serán dentro de la página asegurando al usuario su pago y evitar situaciones que no se cumplan estos.

Se utilizó una gráfica sencilla y limpia, priorizando los fondos blancos para que fuera más luminosa permitiendo una buena legibilidad de los conceptos y posibilitando interactuar fácilmente con la plataforma según los requisitos gráficos de las personas mayores. Buscando a su vez una fácil navegación, cumpliendo con la rapidez del emprendedor con la templanza de la persona mayor.



En la página de inicio aparece un encabezado explicando brevemente la interacción, para luego tener un título llamando al emprendedor a encontrar al experto que necesita. Puede buscar por área especialización, que la plataforma le busque su asesor y la opción para que el experto se registre.

Se le agregó el botón extra del experto para que sea más sencillo para las personas encontrar donde debe apretar para formar parte del servicio.

Figura 34: Elaboración propia, mockup

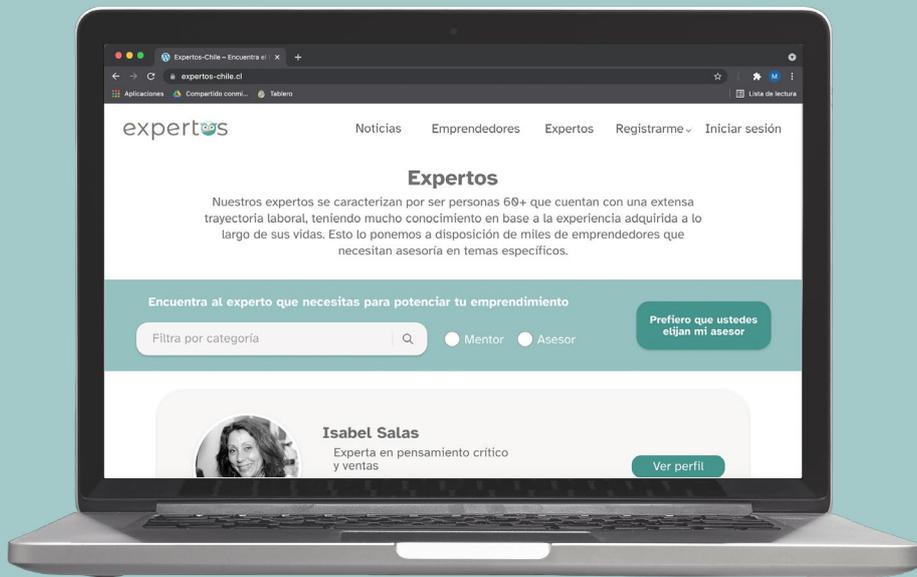


Imagen 35: Elaboración propia, mockup



Imagen 36: Elaboración propia, mockup

En el menú de expertos despliega una breve descripción sobre el perfil de los expertos, comentando su rango etario y lo que se busca rescatar de ellos. Después una barra que le permite al emprendedor filtrar el tipo de experto que busca contratar, filtrando por especialidad y si busca un mentor o asesor. También tiene un botón que lo lleva a un formulario para rellenar, si es que quiere que la plataforma busque por él 3 candidatos que cumplan con sus requerimientos. Todos los perfiles de los expertos tiene al lado un botón que lleva a los emprendedores a ver todos los detalles del experto, como su CV, en qué es experto, experiencia laboral, valor de la sesión, la cantidad de sesiones que ha realizado y las referencias de otros emprendedores que han tenido sesiones con ese experto.

Por otro lado está el menú de emprendedores, el cual se dirige completamente al emprendedor que busca un mentor/asesor para solucionar problemas de su negocio, dirigiéndolos al menú de expertos o al formulario para que la plataforma lo haga por ellos.

A través de estos formularios ambos usuarios pueden registrarse y crear un perfil mientras lo rellenan, en el caso del emprendedor se le pregunta sobre el área que esta buscando ayuda, en qué consiste su emprendimiento, las características que debe tener el experto, si es que quiere una mentoría o asesoría (Entiéndase como mentor una persona que te ayuda en un proceso y tienen varias sesiones, y asesor una persona para resolver dudas en algún tema más específico) y los datos de su tarjeta de crédito para agilizar el proceso de pago.

En el caso del experto, el crea un perfil mientras se registra también, ingresa las áreas en las que está más capacitado para realizar las sesiones de mentoría o asesoría, cómo cree él que puede aportar en esa área, sus fortalezas, debilidades, si es que se considera cómo mentor, asesor o ambos, fijar su tarifa por hora y por último que suba su CV en formato pdf.

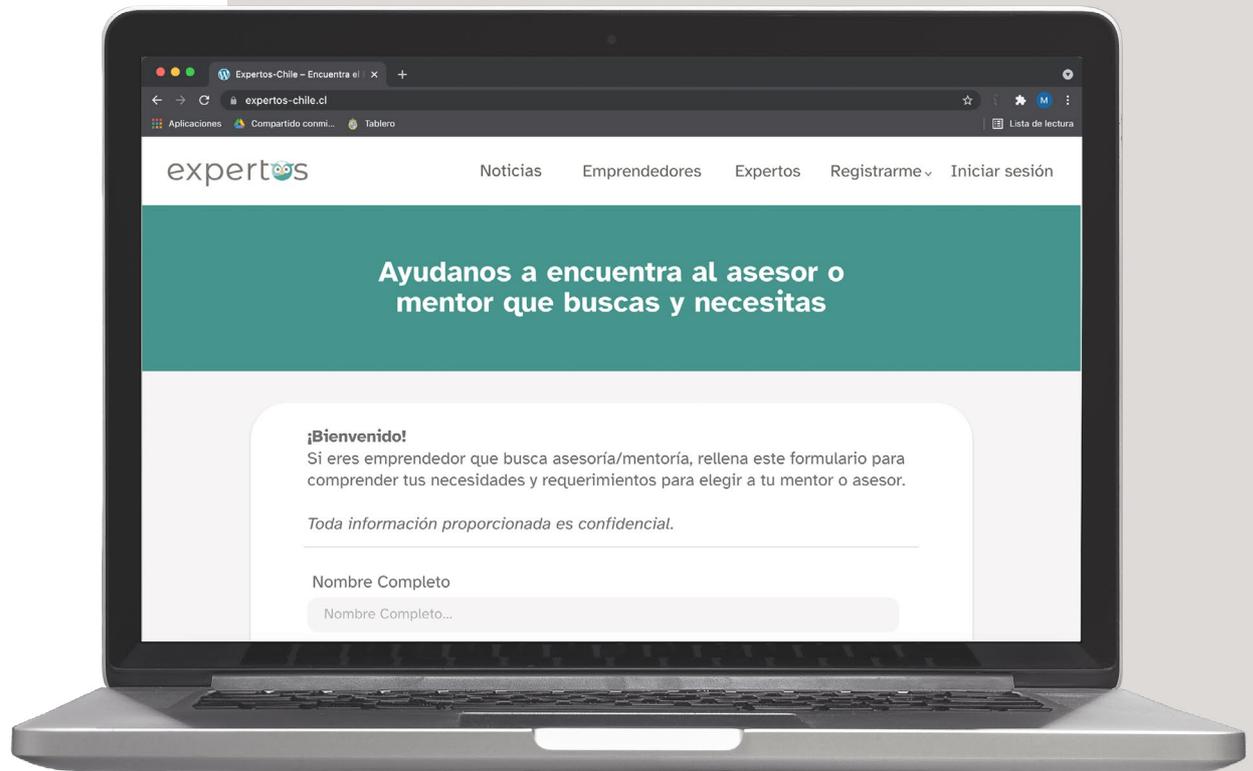
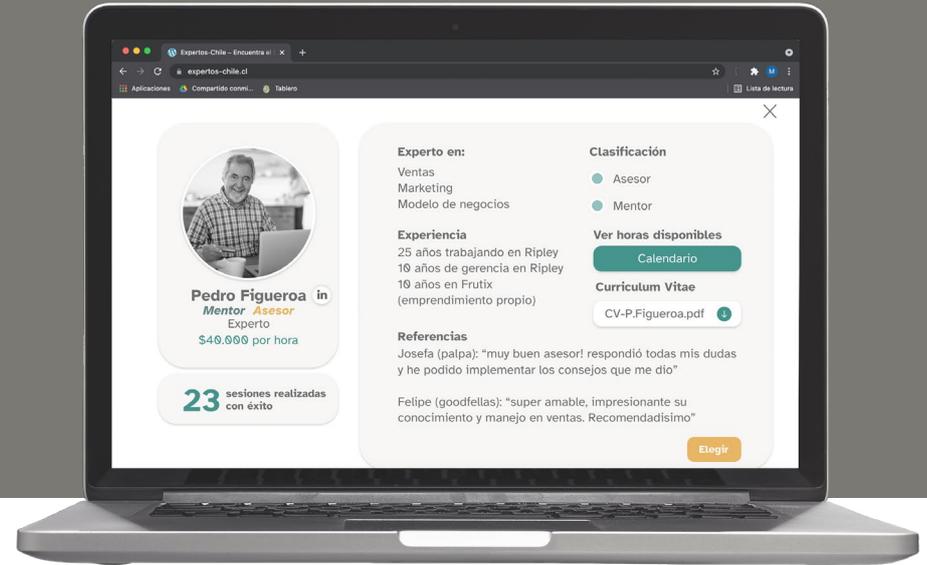
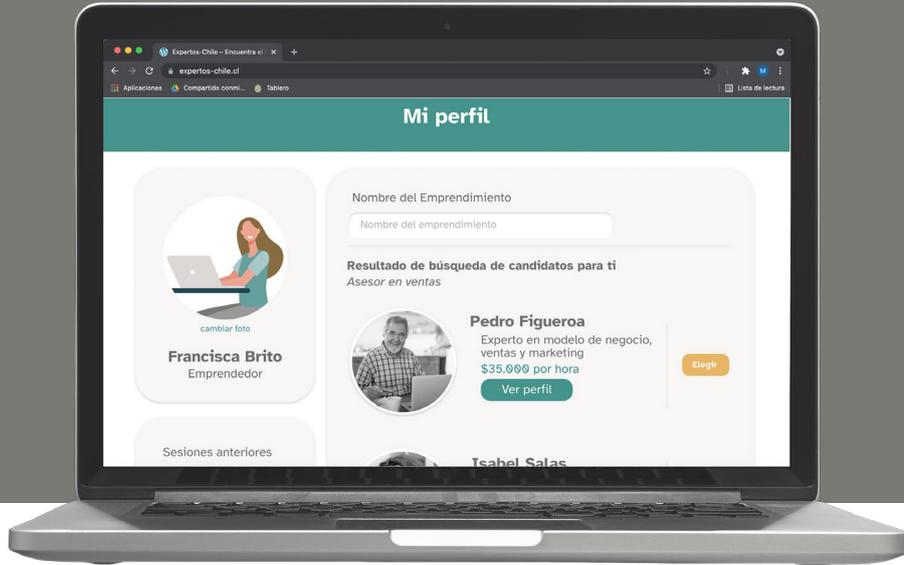


Imagen 37: Elaboración propia, mockup

# PERFIL EMPRENDEDOR

Imagen 38 y 39: Elaboración propia, mockup



Una vez rellenado el formulario, se crea el perfil del emprendedor dónde puede visualizar las tres opciones de expertos que la plataforma seleccionó para ellos, pueden ver el perfil de cada experto para decidir.

Deben poner el nombre de su emprendimiento en la parte superior y pueden subir una foto. En su perfil pueden ver las sesiones que tuvieron anteriormente con otros expertos para ver la grabación, sesiones programadas, cambiar el método de pago, editar el perfil y cerrar sesión.

En el perfil público de cada experto aparecen los datos expuestos en la imagen superior; su nombre, si es mentor, asesor o ambos, la cantidad de sesiones realizadas, en qué es experto, su experiencia, su calendario con horas disponibles, su CV y referencias de otros emprendedores que hayan tenido sesiones con él.

## PERFIL EMPRENDEDOR

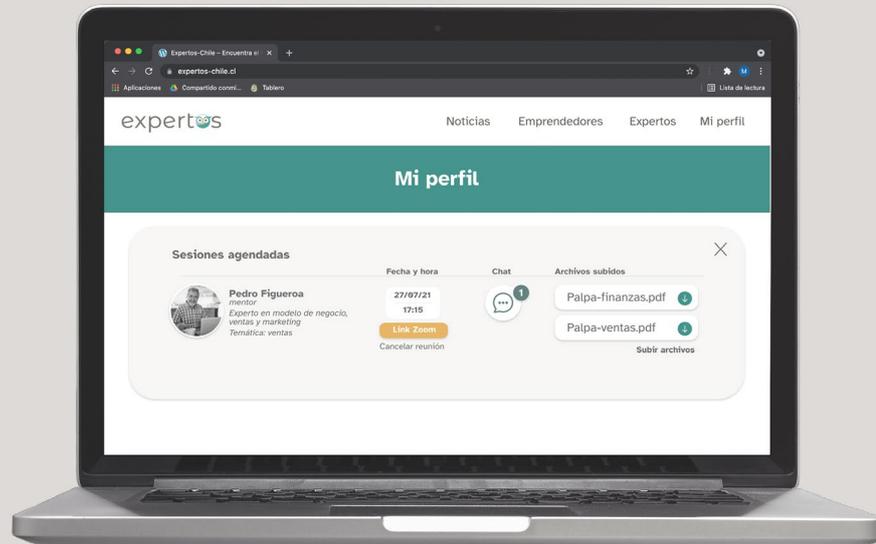
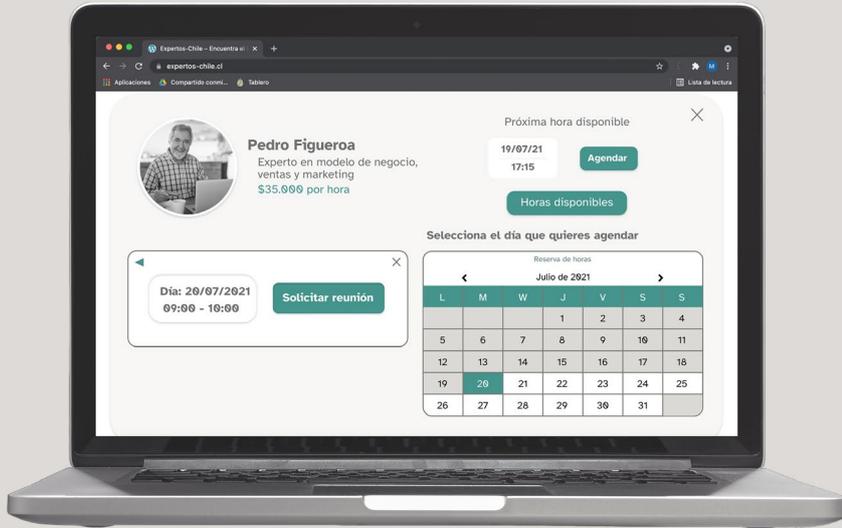


Imagen 40 y 41: Elaboración propia, mockup

## RESERVA DE HORAS Y PAGO

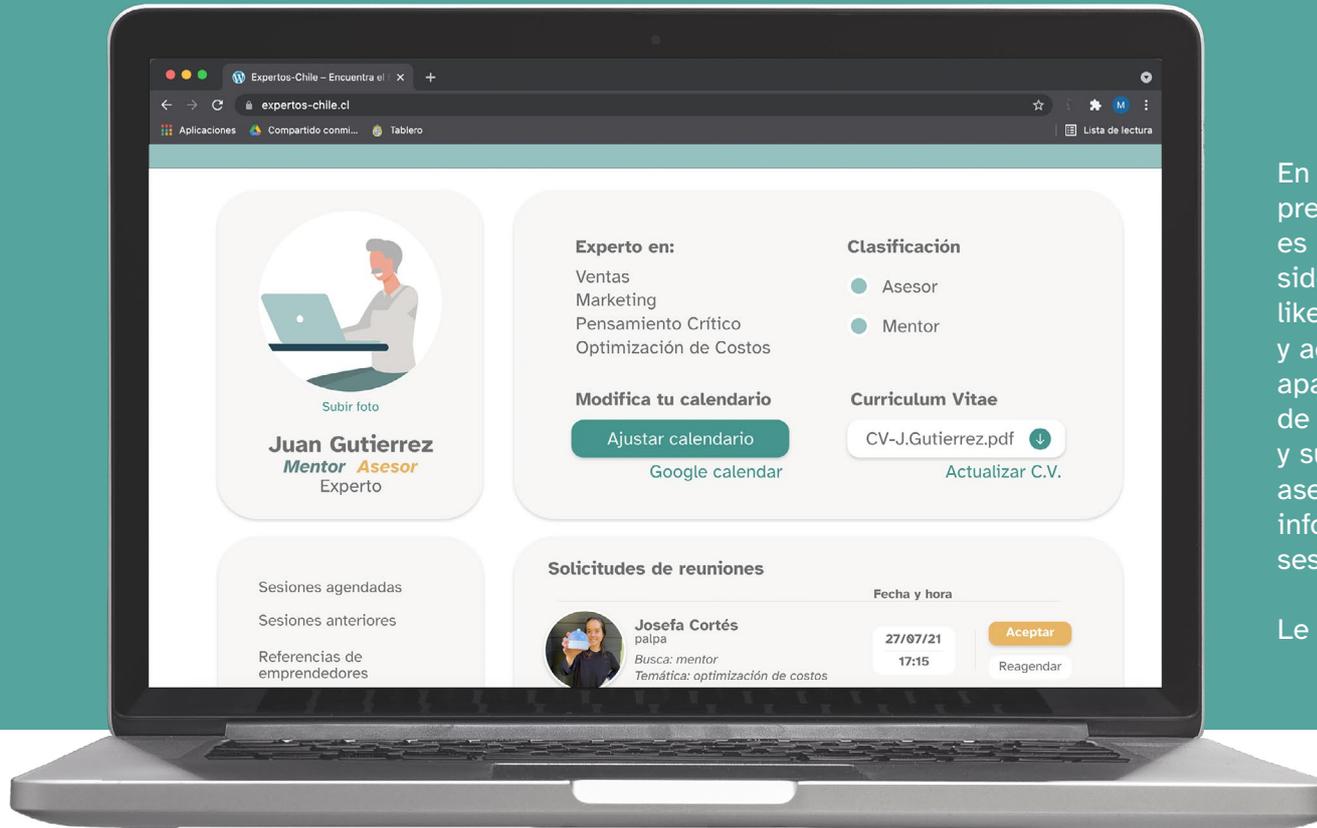
El experto rellena su calendario con las horas que tiene disponibles para que el emprendedor pueda verlas y así agilizar el proceso de agendamiento. El emprendedor solicita una sesión al experto según las horas que él tenga disponible, le llega una solicitud al experto, él puede aceptarla o re-agendarla; en el caso de ser aceptada la sesión el emprendedor debe realizar el pago de esta. En el caso de ser reagendada, el experto propone una nueva fecha y el emprendedor debe aceptarla ya efectuar el pago.

El emprendedor paga la tarifa que el experto estableció, pero al experto se le descuenta un 14,5% de comisión; 10% de comisión por servicio de la plataforma y un 4,5% por la transacción de transbak (ese porcentaje va directo a transbank).

Una vez realizado el pago, se despliega un menú con las sesiones agendadas y se desbloquea el link de zoom. Además cuentan con un chat para conversar antes de la sesión y generar un mejor vínculo entre los usuarios antes de la sesión, también pueden compartir archivos con los expertos sobre el tema que se quiere trata o un resumen de su emprendimiento, con el fin de optimizar el tiempo en sesión y utilizarlo en las dudas que se tienen y no en explicar el emprendimiento.

En el caso de que se cancele la sesión o el experto no se presente a la sesión, se le devuelve el dinero al emprendedor. En el caso de que el emprendedor no se presente a la sesión, se le efectúa igual el pago al experto.

## PERFIL EXPERTO



En la siguiente imagen se puede visualizar el perfil del experto. Se especifica su nombre, si es mentor, asesor o ambas, en qué se considera experto, puede ajustar su calendario o likearlo a google calendar, y descargar su CV y actualizarlo cuando desee. Además abajo le aparecen las solicitudes de reuniones, en donde se especifica en nombre del emprendedor y su emprendimiento, lo que busca (mentor o asesor), la temática, y la fecha y hora. Con esa información el puede aceptar o reagendar su sesión.

Le llega el pago tras tener su sesión.

Imagen 42: Elaboración propia, mockup

## PERFIL EXPERTO

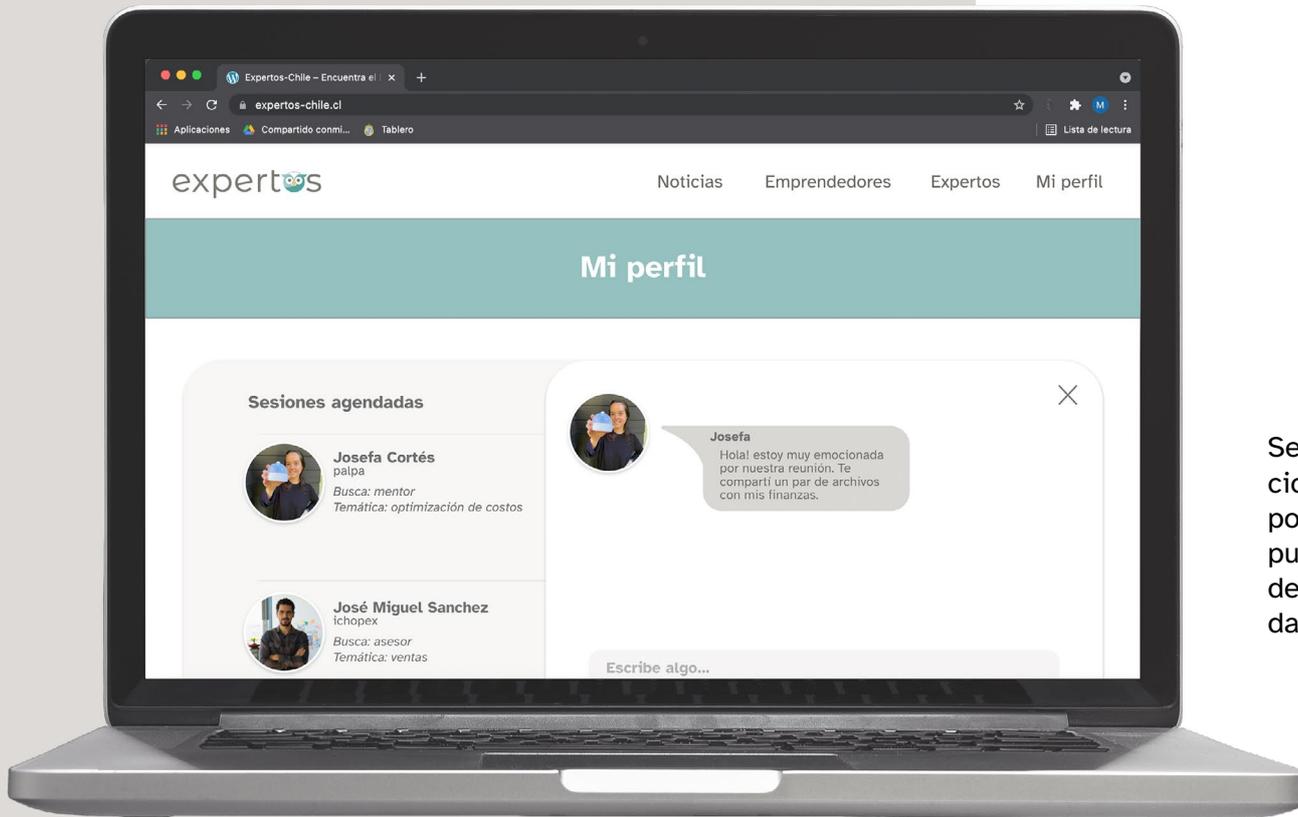


Imagen 43: Elaboración propia, mockup

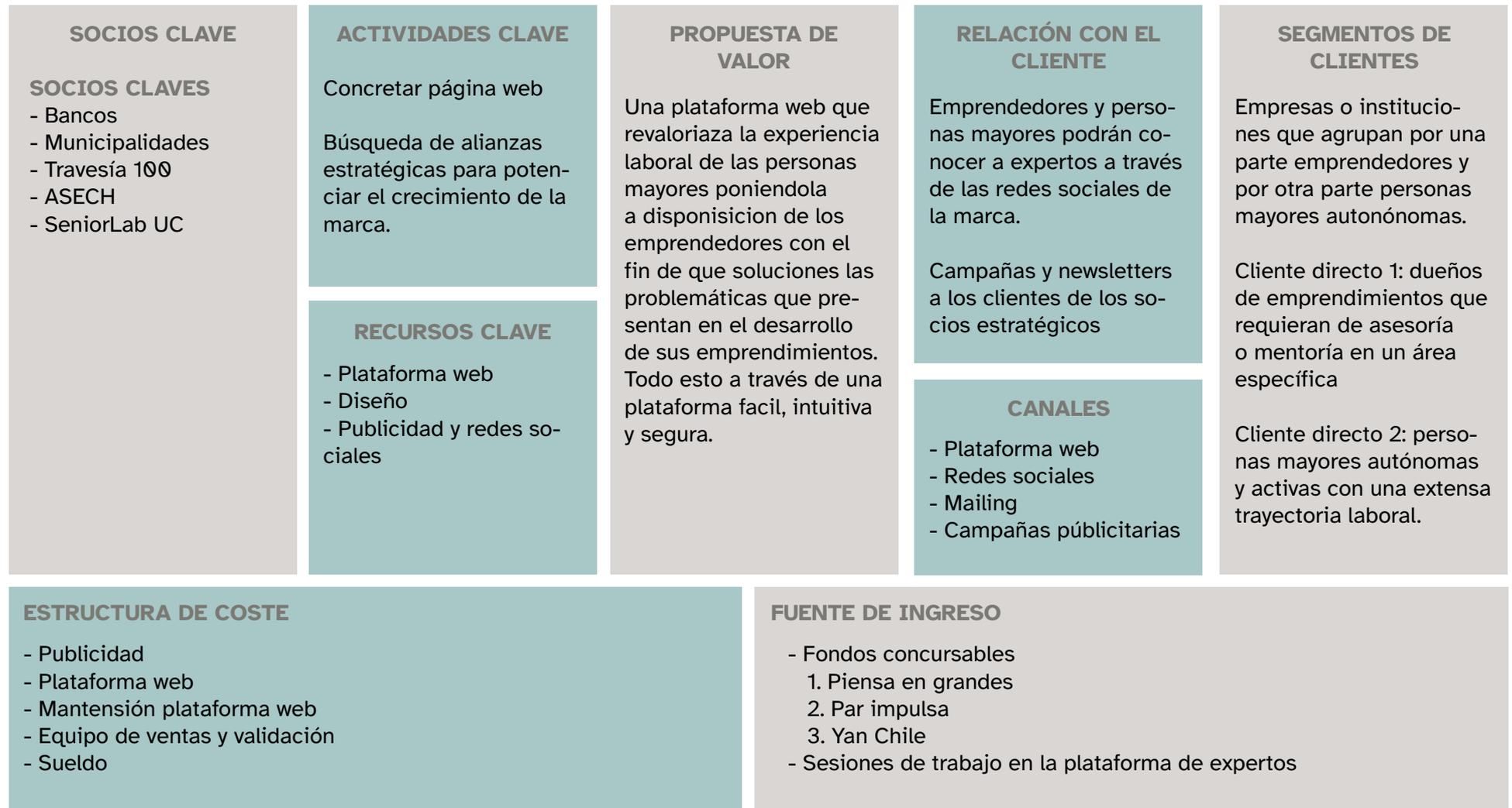
Se puede visualizar en la imagen como funcionaría el chart, en este caso se está exponiendo el perfil del experto, en el cual se pueden observar los detalles de los emprendedores con los que tiene sesiones agendadas y el mensaje que recibió de Josefa.

## 8. IMPLEMENTACIÓN

# MODELO CANVAS

A continuación se muestra una tabla basada en el Business Model Canvas y posteriormente se especificarán algunos elementos de la tabla.

Figura 44: Elaboración propia, modelo canvas



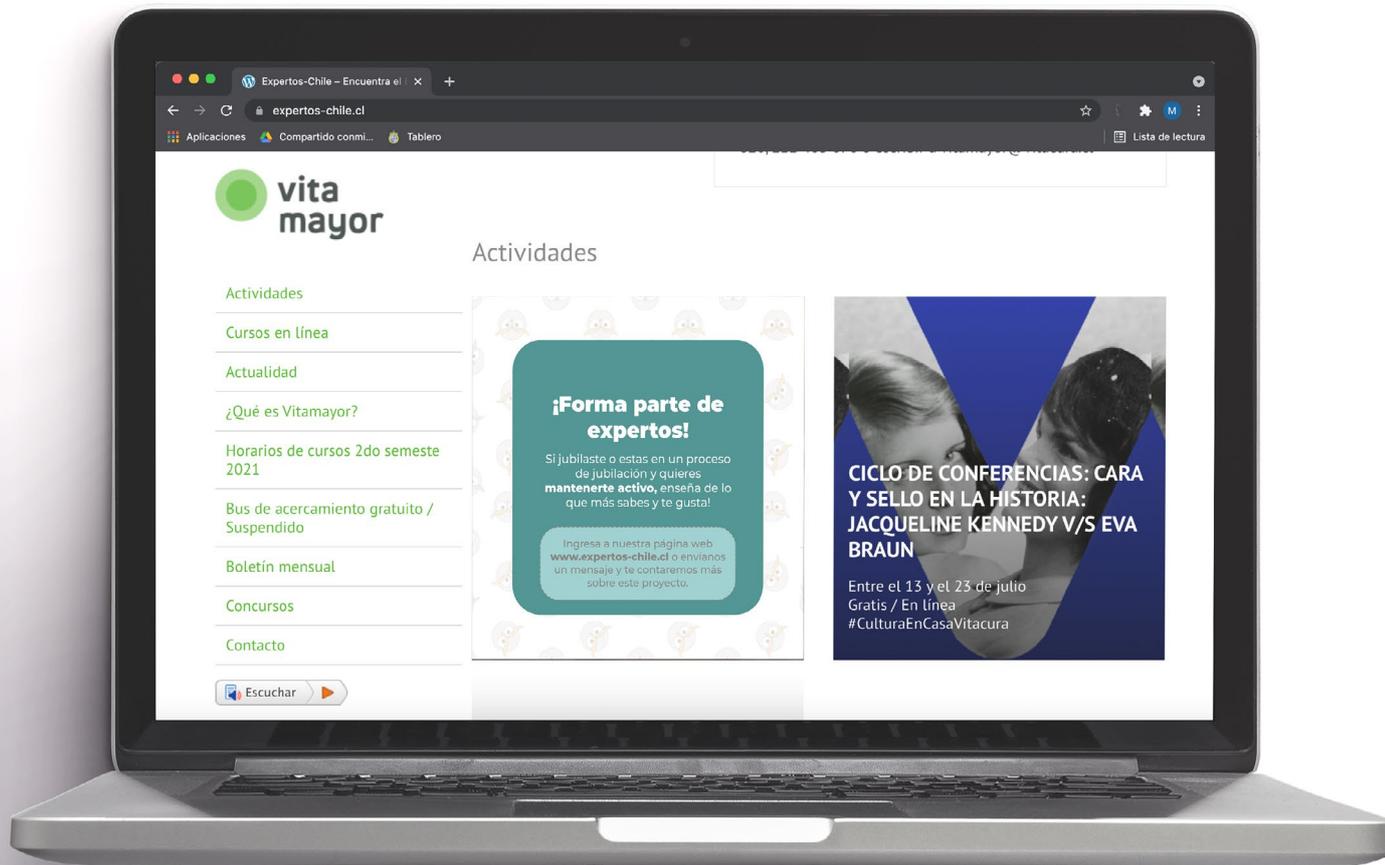
## POSTULACIÓN A FONDOS Y ALIANZAS ESTRATÉGICAS

Para que este proyecto sea más exitoso es necesario generar alianzas estratégicas con algunas empresas clave que podrían jugar un rol potenciador en la ventas de expertos. Sumado a esto, la postulación a fondos es algo que también es necesario para poder ir mejorando y actualizando constantemente la plataforma por la cual se desempeñan las sesiones. A continuación se exponen los principales actores que cumplirían ese rol.

### ALIANZAS ESTRATÉGICAS

- 1. BANCOS:** La alianza con bancos es un muy buen actor por el cual guiarse, todos los bancos o un gran porcentaje de ellos cuentan con cuentas bancarias de pymes y también de personas mayores, los bancos tienen por lo tanto mucho potencial de usuario, pudiendo llegar a ellos a través de campañas con el banco que se logre la alianza. Por lo tanto realizar una alianza estratégica con algún banco sería un importante impulso para el crecimiento de los usuarios registrados.
- 2. MUNICIPALIDADES:** Las municipalidades al igual que los bancos son instituciones que cuentan con un amplio rango de clientes, algunas municipalidades cuentan con proyectos que ayudan a emprendedores y también con proyectos que impulsan el buen envejecer. Por lo tanto, asociarse con municipalidades puede ser una alianza fundamental para poder llegar a un mayor número de personas.

- 3. TRAVESIA 100:** Travesía 100 es una empresa B que se dedica a potenciar el envejecimiento activo, a través de talleres y cursos que motivan y ayudan a las personas a seguir aportando e reinventándose para poder tener un buen envejecer. La alianza con esta empresa tiene un valor importante, pudiendo llegar a personas mayores que están buscando formas de mantenerse activo, en ese sentido es llegar de alguna manera mucho más directa a la persona mayor.
- 4. ASECH:** ASECH es la Asociación de Emprendedores de Chile, página que ayuda a todo tipo de emprendedores intentando brindarles a todos las mismas oportunidades de crear y desarrollar una empresa. Esta sería una alianza clave para expertos para poder llegar a miles de emprendedores a través de la asociación de emprendedores más grande de Chile.
- 5. SENIORLAB UC:** SeniorLab UC se dedica a impulsar emprendimientos que abarquen el tema de la vejez e innovación en este ámbito. La alianza con esta institución sería clave para llegar a más personas mayores y tener asesoría respecto al tema de la vejez y el envejecimiento, con el fin de comprender aún más a las personas mayores.



Mock up de publicidad en el sitio web de la municipalidad de Vitacura

Figura 45: Elaboración propia, mockup

## POSTULACIÓN A FONDOS

Existen múltiples fondos concursables enfocados en la innovación social a los cuales Expertos puede postular, como fondo concursable “Piensa en grandes” que busca “Impulsar soluciones innovadoras que mejoren la calidad de vida de las personas mayores y su ecosistema a nivel nacional. Soluciones que tengan el potencial para escalar.” (AFP Habitat et al., 2021).

Adicionalmente, existen diversos fondos concursables destinados a potenciar e impulsar pymes o emprendimientos de diversas áreas. El nuevo programa CORFO “Par Impulsa” corresponde a uno de ellos, el cual “busca incentivar los emprendimientos liderados por mujeres, financiando planes de trabajo para la inversión de capital y desarrollo de capacidades para pymes”(CORFO, 2020). Otro fondo concursable al cual Expertos podría acceder, es el financiamiento para emprendedores Yan Chile, que es una red de emprendedores e innovadores sociales chilena creada por la “Universidad Andrés Bello y Instituto Profesional AIEP a través del cual, cada año se reconoce el trabajo en Chile de 10 emprendedores sociales jóvenes en beneficio de su comunidad.” (YANChile, 2021)

## TABLA DE COSTOS

A continuación se expone la forma de cobro de expertos. Se establece un mínimo de \$40.000 y un máximo de \$70.000 de esta manera fijando un rango de valor más fijo. Estos rangos son especulaciones, no necesariamente son diferenciaciones de \$5.000 entre cada experto, cada uno puede fijar su valor por hora dentro de ese rango (ej: 52.500). Para este ejercicio se hace establecen de esta manera el rango de valores, para definir un promedio de ganancia de la persona mayor, pensando que son menos los que cobran \$70.000 al ser el rango más alto, se hace una distinción entre el experto 5 y 6 demostrando ser menos los que fijan un precio tan alto.

Se llegó a un promedio de \$53.333 de ganancia por persona mayor que utilice la plataforma de experto, sin embargo en la tabla inferior se detalla el cobro de comisiones que se le realizan a experto tras usar la plataforma. Se le cobra un 4,5% de comisión por la transacción de transbank y un 10% de comisión por el servicio de expertos, llegando al resultado de \$45.600 pesos en promedio de ganancia por hora de trabajo.

Por ultimo, la tabla inferior se muestra la inversión inicial que se debe realizar para inciar el desarrollo del proyecto, registrando la marca y creando la página web.

Figura 46: Elaboración propia, tabla de costos

Rango de valor por sesión	
Experto 1	\$ 40.000
Experto 2	\$ 45.000
Experto 3	\$ 50.000
Experto 4	\$ 55.000
Experto 5	\$ 60.000
Experto 6	\$ 70.000
	\$ 53.333

Valor promedio por hora al Experto	\$	53.333
Comisión Transbank	-\$	2.400
Comisión Expertos	-\$	5.333
	\$	45.600

Inversión Inicial	
Registro de Marca	\$ 200.000
Página Web	\$ 1.200.000
	\$ 1.400.000

En el gráfico inferior se muestran los costos y las ganancias generadas del proyecto, teniendo como costos la mantención y actualización de la página web, publicidad, sueldo, contratación de un equipo, costos administrativos y los costos anuales de la página web (dominio y hosting).

Se puede ver que Expertos lograría en ventas en el primer año \$16.960.800, generando una utilidad de 3.000.850, llegando para el segundo año a vender \$35.653.333 generando una utilidad de 8.633.383, por lo tanto se puede concluir que expertos es una plataforma que si generaría ganancias y podría crecer en el tiempo

En los anexos se pueden ver en mayor detalle del excel.

		Año 1		Año 2
Ingreso	\$	177.600.000	\$	373.333.333
Comisión Transbank	- \$	7.992.000	- \$	16.800.000
Ingreso Neto Efectivo	\$	169.608.000	\$	356.533.333
Ingreso Expertos	\$	16.960.800	\$	35.653.333
Mantención Web	- \$	960.000	- \$	1.440.000
Publicidad	- \$	1.440.000	- \$	2.880.000
Gerenciamiento	- \$	7.500.000	- \$	12.000.000
Equipo de Venta y Validaciones	- \$	3.200.000	- \$	9.600.000
Costos administración	- \$	600.000	- \$	840.000
Costos Web	- \$	259.950	- \$	259.950
<b>Total Costos</b>	<b>- \$</b>	<b>13.959.950</b>	<b>- \$</b>	<b>27.019.950</b>
<b>Utilidad</b>	<b>- \$</b>	<b>3.000.850</b>	<b>- \$</b>	<b>8.633.383</b>

Figura 47: Elaboración propia, tabla de costos

# PROYECCIONES

Durante el desarrollo de este proyecto se logró visualizar el alcance que podría llegar a tener a futuro si se llegase a implementar. Ocurrieron dos reuniones que podrían ser claves para la implementación y generación de alianzas claves, Travesía 100 en primera instancia tras una reunión con Jacqueline Seemann, directora y coordinadora de comunicaciones, se solicitó que se enviará el proyecto una vez que estuviera completamente listo para ser analizado. Por otro lado hubo una reunión con Carlos Román, quien forma parte de SeniorLab UC dedicada a impulsar proyectos innovadores en relación a la vejez, se conversó de mantener la comunicación si es que el proyecto se llevará a cabo para ver posibles implementaciones con el programa.

Además se profundizará en las interacciones del usuario con la plataforma, actualizando constantemente sus funcionalidades para que sea lo más accesible posible con la idea de llegar a una mayor cantidad de personas mayores. Se crearán también, ilustraciones propias de la marca con el fin de englobar de mejor manera la esencia del proyecto con una imagen más distintiva. Además de crear las alianzas que se expusieron anteriormente para poder llegar a un mayor número de personas, creando a su vez campañas de publicidad en espacios estratégicos.

## **9. CONCLUSIONES**

## CONCLUSIÓN DEL PROYECTO

El envejecimiento de la población mundial y en Chile, es un factor demográfico que no hay que pasar por alto, cada vez va a haber una mayor cantidad de personas de este grupo etario. Sumado a eso, los estigmas sociales son barreras que no permiten que este grupo se desarrolle y desenvuelva en la sociedad de manera plena. Es por esto que se hace fundamental enfrentar esta problemática y darle soluciones concretas y viables para este segmento.

En este caso se estudió el desempeño en el ámbito laboral de las personas mayores para así también ser un aporte para otros segmentos de la sociedad. Revalorizar y rescatar los conocimientos y experiencias de las personas mayores, tal como se hacía en culturas ancestrales, se vuelve algopreciado para la sociedad, que si se dispone para otros segmentos tiene mucho que entregar. Es por esto que el emprendedor es un beneficiado de la vida de la persona mayor, rompiendo así con este proyecto barreras sociales que se habían impuesto en este grupo etario.

La pandemia a pesar de ser un momento muy complejo para todos, trajo consigo cambios estructurales de la sociedad. Antes la persona mayor no necesitaba realmente utilizar la tecnología, sin embargo después del año y medio de pandemia, se vieron obligados a insertarse en el mundo digital. Si bien para ellos pudo haber generado estrés o incertidumbre, esta nueva conducta abre el espacio para que puedan insertarse en este mundo, y así traer consigo una amplia gama de posibilidades de crecer, aportar y enseñar.

Expertos es una de las soluciones que se plantean para resolver esta problemática y oportunidad planteada, y tras todo el proceso de creación se pudo rescatar el interés de las personas de ambos segmentos de participar en un proyecto como este, que brinda seguridad económica y validación personal a las personas mayores y al emprendedor otorga conocimientos, consejos, experiencias en base a toda una vida. Seguir desarrollando proyectos hacia este segmento se vuelve fundamental para el buen desarrollo de nuestra sociedad.

## REFLEXIÓN PERSONAL

Trabajar en este proyecto por un año me cambió la perspectiva de la vejez. Uno está acostumbrado a mirar este segmento con lástima, o asumiendo que necesitan ayuda en su vida cotidiana. Si bien hay personas mayores que sí necesitan ayuda, hay muchas que no, que son autónomas, libres, activas y con ganas de seguir aportando a la sociedad. Este proyecto me entregó una nueva perspectiva sobre las etapas de la vida y lo que cada etapa tiene para entregar.

Conocí personas realmente inspiradoras de este segmento, que tienen las mismas ganas que uno de formar parte de la sociedad y aportar de la manera que se pueda. Estos actores claves del segmento me inspiraron a querer ser como ellos en un futuro, auténtico en la realidad de cada uno, enseñándome a parar un poco, escuchar y absorber las cosas que la realidad nos entrega día a día.

Agradecida de haber elegido esta temática de la sociedad, que me aportó mucho más de lo que esperaba.

## **10. BIBLIOGRAFÍA**

## REFERENCIAS

- Ascencio, D. (2019, 22 marzo). Opinión. El nuevo perfil del emprendedor chileno. Recuperado 12 de noviembre de 2020, de <https://pyme.emol.com/14048/opinion-el-nuevo-perfil-del-emprendedor-chileno/>
- AFP Habitat, Hogar de Cristo, & Vinson Consulting. (2021). Piensa en Grandes. <https://www.piensaengrandes.cl/>.
- Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. (2013, julio). *¿Cómo crear una PYME?* Recuperado de [https://obtienearchivo.bcn.cl/obtienearchivo?id=recursoslegales/10221.3/4688/23/Ficha\\_Iniciar-una-\\_empresa%20\\_1\\_.pdf](https://obtienearchivo.bcn.cl/obtienearchivo?id=recursoslegales/10221.3/4688/23/Ficha_Iniciar-una-_empresa%20_1_.pdf)
- Braille Institute Staff. (2020, 2 diciembre). Download the Atkinson Hyperlegible Font. Recuperado 9 de julio de 2021, de <https://brailleinstitute.org/freetfont>
- Cadem & Jelly. (2019, marzo). *El Chile que viene; uso de redes sociales*. Recuperado de [https://www.anda.cl/wp-content/uploads/2019/04/Estudio-El-Chile-que-Viene\\_Redres-Sociales.pdf](https://www.anda.cl/wp-content/uploads/2019/04/Estudio-El-Chile-que-Viene_Redres-Sociales.pdf)
- Caro, V., Hernández, C., Abusleme, M. T., Pinto, C., & San Martín, V. (2016, febrero). *Mercado laboral, adulto mayor y personas próximas a jubilar en Chile: Línea base y recomendaciones de diseño programático para los sectores comercio, servicios y turismo, con foco en mujeres*. Recuperado de <http://www.senama.gob.cl/storage/docs/Mercado-laboral-adulto-mayor-y-personas-proximas-a-jubilar-en-Chile-2016.pdf>
- Centro UC Estudios de Vejez y Envejecimiento (CEVE - UC) & OTIC del Comercio, Servicios y Turismo. (2018, marzo). *Trabajo y personas mayores en Chile: Lineamientos para una política de inclusión laboral*. Recuperado de <https://sociologia.uc.cl/wp-content/uploads/2018/03/trabajo-y-psms-en-chile-web.pdf>
- CORFO. (2019, 22 enero). Cambio en el perfil emprendedor: Jóvenes buscan desarrollar su carrera con el emprendimiento. Recuperado 9 de diciembre de 2020, de [https://www.corfo.cl/sites/Satellite?c=C\\_NoticiaNacional&cid=1476723280246&d=Touch&pagename=CorfoPortalPublico%2FC\\_NoticiaNacional%2FcorfoDetalleNoticiaNacionalWeb](https://www.corfo.cl/sites/Satellite?c=C_NoticiaNacional&cid=1476723280246&d=Touch&pagename=CorfoPortalPublico%2FC_NoticiaNacional%2FcorfoDetalleNoticiaNacionalWeb)
- CORFO. (2020). Par Impulsa. [https://www.corfo.cl/sites/cpp/movil/ryt-par-impulsa\\_2020](https://www.corfo.cl/sites/cpp/movil/ryt-par-impulsa_2020).
- Díaz De Quijano, D. (2016, 18 mayo). MVP, Producto Viable Mínimo. Recuperado 8 de julio de 2021, de <https://comunidad.iebschool.com/metodologiasagile-senindustriatradicional/2016/05/18/5/>
- División de Política Comercial e Industrial. (2019). *Boletín ELE-5: Principales resultados*. Recuperado de [https://www.economia.gob.cl/wp-content/uploads/2019/03/ELE-5-Principales\\_resultados.pdf](https://www.economia.gob.cl/wp-content/uploads/2019/03/ELE-5-Principales_resultados.pdf)
- División Observatorio Social & Subsecretaría de Evaluación Social. (2020, julio). *Documento de resultados: Personas mayores, envejecimiento y cuidados*. Recuperado de [http://observatorio.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/documentos/Documento\\_de\\_resultados\\_Personas\\_mayores\\_envejecimiento\\_y\\_cuidados\\_31.07.2020.pdf](http://observatorio.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/documentos/Documento_de_resultados_Personas_mayores_envejecimiento_y_cuidados_31.07.2020.pdf)
- Figuroa, B., Mollenhauer, K., Rico, M., Salvatierra, R., & Wuth, P. (2017). *Creando valor a través del diseño de servicios*. Recuperado de <http://www.dsuc.cl/pdf/Creando-valor-a-traves-del-Diseno-de-Servicios-DSUC.pdf?pdf=Publicacion>
- García, S. & 1er Congreso de la Economía Plateada. (2020, 3 marzo). El impacto económico y social del envejecimiento, un reto sin precedentes. Recuperado 3 de diciembre de 2020, de <https://www.economiaplateada.org/sala-de-prensa/el-impacto-economico-y-social-del-envejecimiento-un-reto-sin-precedentes/>
- Gutiérrez, M., Hernández, D (2013, Septiembre). *“Las relaciones intergeneracionales en la sociedad actual: un imperativo necesario”*. Educación Social. Revista de Intervención Socioeducativa, 55, p. 135-145 recuperado de [https://www.researchgate.net/publication/284993184\\_Las\\_relaciones\\_intergeneracionales\\_en\\_la\\_sociedad\\_actual\\_un\\_imperativo\\_necesario](https://www.researchgate.net/publication/284993184_Las_relaciones_intergeneracionales_en_la_sociedad_actual_un_imperativo_necesario)
- Grupo BID. (2020). *Economía plateada en América Latina y el Caribe; el envejecimiento como oportunidad para la innovación, el emprendimiento y la inclusión*. Recuperado de <https://publications.iadb.org/es/la-economia-plateada-en-america-latina-y-el-caribe-el-envejecimiento-como-oportunidad-para-la>
- Guerrero, M., & Serey, T. (2019). *GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR Reporte Nacional de Chile 2019*. Recuperado de <https://negocios.udd.cl/gem-chile/reportes/reportes-nacionales/>

HelpAge. (2014). *Índice global de envejecimiento, AgeWatch 2014 informe en profundidad*. Recuperado de <https://www.helpage.org/silo/files/ndice-global-de-envejecimiento--informe-en-profundidad.pdf>

Hermida, P., & Stefani, D. (2011). La jubilación como un factor de estrés psicosocial. Un análisis de los trabajos científicos de las últimas décadas. *Perspectivas en Psicología: Revista de Psicología y Ciencias Afines*, 8(2), 101-107. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=483549017015>

Instituto Nacional de Estadísticas. (2002). *CHILE: Estimaciones y proyecciones de población por sexo y edad. Regiones 1990-2020*. Recuperado de [https://www.ine.cl/docs/default-source/proyecciones-de-poblacion/metodologia/proyecciones-anteriores/base-2002/base-2002-proyecciones-1990-2020\\_regiones\\_metodolog%C3%ADa.pdf?sfvrsn=8e4e02f3\\_3](https://www.ine.cl/docs/default-source/proyecciones-de-poblacion/metodologia/proyecciones-anteriores/base-2002/base-2002-proyecciones-1990-2020_regiones_metodolog%C3%ADa.pdf?sfvrsn=8e4e02f3_3)

Instituto Nacional de Estadísticas. (2018, diciembre). *Estimaciones y proyecciones de la población de Chile 1992-2050. Total país*. Recuperado de <https://www.censo2017.cl/descargas/proyecciones/sintesis-estimaciones-y-proyecciones-de-la-poblacion-chile-1992-2050.pdf>

Lasen, M. D. (2021, 12 abril). Columna egresados: María Dolores Lasen. Recuperado 30 de junio de 2021, de <http://economiyadministracion.uc.cl/columna-egresados-maria-dolores-lasen/>

Manuales MSD, & Besdine, R. W. (2019, julio). Cambios corporales relacionados con el envejecimiento. Recuperado 9 de julio de 2021, de [https://www.msmanuals.com/es/hogar/salud-de-las-personas-de-edad-avanzada/envejecimiento-del-organismo/cambios-corporales-relacionados-con-el-envejecimiento#v8967858\\_es](https://www.msmanuals.com/es/hogar/salud-de-las-personas-de-edad-avanzada/envejecimiento-del-organismo/cambios-corporales-relacionados-con-el-envejecimiento#v8967858_es)

Ministerio de Desarrollo Social. (2017). *Casen 2017; adultos mayores síntesis de resultados*. Recuperado de [http://observatorio.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/casen-multidimensional/casen/docs/Resultados\\_Adulto\\_Mayores\\_casen\\_2017.pdf](http://observatorio.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/casen-multidimensional/casen/docs/Resultados_Adulto_Mayores_casen_2017.pdf)

Ministerio de Economía Fomento y Turismo & División de Política Comercial e Industrial. (2014, abril). *Antecedentes para la revisión de los criterios de clasificación del Estatuto Pyme*. Recuperado de <https://www.economia.gob.cl/wp-content/uploads/2014/04/Boletin-Revision-Clasificacion-Estatuto-Pyme.pdf>

Monteagudo, R. A. M., García, Y. M., & Ramos, M. M. A. (2016). El envejecimiento activo: Importancia de su promoción para sociedades envejecidas. *Revista Archivo Médico de Camagüey*, 20(3). Recuperado de <http://scielo.sld.cu>

Munita, J. (2021, 4 marzo). *Por una tercera edad más digitalizada / Brecha digital y avances para una mayor integración* [Comunicado de prensa]. Recuperado de <https://pactoglobal.cl/2021/por-una-tercera-edad-mas-digitalizada-brecha-digital-y-avances-para-una-mayor-integracio/>

Núñez, L. (2018, 22 abril). Ocho de cada 10 emprendimientos fracasan en Chile: Experto entrega claves para evitar errores. Recuperado 24 de junio de 2021, de <https://www.emol.com/noticias/Economia/2018/04/22/903519/Asesor-de-emprendedores-Hoy-toda-venta-tiene-que-centrarse-en-hacerle-la-vida-mas-facil-al-cliente.html>

Organización Mundial de la Salud. (1999, mayo). *Envejecimiento activo; 52 asamblea mundial de la salud*. Recuperado de <https://apps.who.int/iris/bits-tream/handle/10665/84566/s7.pdf?sequence=1>

Organización Mundial de la Salud. (2015). *Resumen: Informe mundial sobre el envejecimiento y la salud*. Recuperado de [https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/186466/9789240694873\\_spa.pdf?sequence=1](https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/186466/9789240694873_spa.pdf?sequence=1)

Programa adulto mayor UC & Centro UC estudios de Vejez y envejecimiento. (2020, octubre). *Chile y sus mayores; resultados V encuesta nacional calidad de vida en la vejez 2019 UC-Caja los andes*. Recuperado de [http://www.senama.gob.cl/storage/docs/QUINTA\\_ENCUESTA\\_NACIONAL\\_DE\\_CALIDAD\\_DE\\_VIDA\\_EN\\_LA\\_VEJEZ\\_2019.\\_CHILE\\_Y\\_SUS\\_MAYORES\\_2019.pdf](http://www.senama.gob.cl/storage/docs/QUINTA_ENCUESTA_NACIONAL_DE_CALIDAD_DE_VIDA_EN_LA_VEJEZ_2019._CHILE_Y_SUS_MAYORES_2019.pdf)

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: Diccionario de la lengua española, 23.<sup>a</sup> ed., Recuperado 09 de Julio de 2021 [versión 23.4 en línea] de <https://dle.rae.es>.

Ries, E. (s. f.). *The Lean Startup | Methodology*. Recuperado 9 de julio de 2021, de <http://theleanstartup.com/principles>

SENAMA. (s. f.). Servicio Nacional del Adulto Mayor. Recuperado 5 de diciembre de 2020, de <http://www.senama.gob.cl/servicio-nacional-del-adulto-mayor#:~:text=La%20Ley%20N%C2%BA%2019.828%20que,las%20personas%20mayores%20del%20pa%C3%ADs>

Seremi de Desarrollo Social y Familia Metropolitana, & Gajardo, S. (2019, octubre). *Región metropolitana de Santiago adultos mayores: Resultados Casen 2017*. Recuperado de [http://www.desarrollosocialyfamilia.gob.cl/storage/docs/DOCUMENTO\\_ADULTO\\_MAYOR\\_RMS\\_CASEN\\_2017.pdf](http://www.desarrollosocialyfamilia.gob.cl/storage/docs/DOCUMENTO_ADULTO_MAYOR_RMS_CASEN_2017.pdf)

Vives, A., Molina, A., Gray, N., & Gonzalez, F. (2016, noviembre). *Envejecimiento y trabajo en Chile: Propuesta para el monitoreo de la salud laboral*. Recuperado de <https://politicaspUBLICAS.uc.cl/wp-content/uploads/2017/04/CAP.-1.pdf>

Wuth, P., Negrete, S., Guevara, G., & Hojman, A. (2019, julio). *Diseño + innovación*. Recuperado de [https://diseno.uc.cl/wp/wp-content/uploads/2019/07/Disen%CC%83oInnovacio%CC%81n\\_compilacio%CC%81n.pdf](https://diseno.uc.cl/wp/wp-content/uploads/2019/07/Disen%CC%83oInnovacio%CC%81n_compilacio%CC%81n.pdf)

Zapata, E. E. (2004). Las PyMES y su problemática empresarial. Análisis de casos. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 52, 119-135. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20605209>

Imágenes, íconos y mock up:

Aurelius, M. (2021). [Man Busy Using His Laptop] Pexels. <https://www.pexels.com/photo/man-busy-using-his-laptop-6787680/>

chat by Jony from the Noun Project

click by IconMark from the Noun Project

Mockup psd created by rawpixel.com - [www.freepik.com](http://www.freepik.com)

Money by Giselle Pereira from the Noun Project

person by ngamlerdlek.design from the Noun Project

Piacquiadio, A. (2021). [Senior working]. Pexels. <https://www.pexels.com/@olly>

Psd de Maqueta creado por customscene - [www.freepik.es](http://www.freepik.es)

Rodnae Production. (2021). [s.n.]. Pexels. <https://www.pexels.com/es-es/foto/hombre-gente-mujer-relajacion-8124376/>

Shvets, A. (2020). [Senior work]. Pexels. <https://www.pexels.com/es-es/foto/ligero-mujer-ordenador-portatil-navegando-5257554/>

# ANEXOS

## Detalle tabla de costos

Sesiones mensuales	30	60	100	140	200	250			
Precio promedio sesión	\$ 53.333								
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio			
Ingreso	\$ 1.600.000	\$ 3.200.000	\$ 5.333.333	\$ 7.466.667	\$ 10.666.667	\$ 13.333.333			
Comisión Transbank	-\$ 72.000	-\$ 144.000	-\$ 240.000	-\$ 336.000	-\$ 480.000	-\$ 600.000			
Ingreso Neto Efectivo	\$ 1.538.000	\$ 3.056.000	\$ 5.093.333	\$ 7.130.667	\$ 10.186.667	\$ 12.733.333			
Ingreso Expertos	\$ 152.800	\$ 305.600	\$ 509.333	\$ 713.076	\$	\$ 1.273.333			
Mantenimiento Web	-\$ 80.000	-\$ 80.000	-\$ 80.000	-\$ 80.000	-\$ 80.000	-\$ 80.000			
Publicidad	-\$ 120.000	-\$ 120.000	-\$ 120.000	-\$ 120.000	-\$ 120.000	-\$ 120.000			
Gerenciamiento	-\$ 500.000	-\$ 500.000	-\$ 500.000	-\$ 500.000	-\$ 500.000	-\$ 500.000			
Equipo de Ventas y Validaciones					-\$ 400.000	-\$ 400.000			
Costos de administración	-\$ 50.000	-\$ 50.000	-\$ 50.000	-\$ 50.000	-\$ 50.000	-\$ 50.000			
Costos Web									
	300	350	400	450	500	550	3.330	7.000	
	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	Total	
16.000.000	\$ 18.666.667	\$ 21.333.333	\$ 24.000.000	\$ 26.666.667	\$ 29.333.333	\$ 29.333.333	\$ 177.600.000	\$ 373.333.333	
720.000	-\$ 840.000	-\$ 960.000	-\$ 1.080.000	-\$ 1.200.000	-\$ 1.320.000	-\$ 1.320.000	-\$ 7.992.000	-\$ 16.800.000	
15.280.000	\$ 17.826.667	\$ 20.373.333	\$ 22.920.000	\$ 25.466.667	\$ 28.013.333	\$ 28.013.333	\$ 169.608.000	\$ 356.533.333	
1.528.000	\$ 1.782.667	\$ 2.037.333	\$ 2.292.000	\$ 2.546.667	\$ 2.801.333	\$ 2.801.333	\$ 16.960.800	\$ 35.653.333	
80.000	-\$ 80.000	-\$ 80.000	-\$ 80.000	-\$ 80.000	-\$ 80.000	-\$ 80.000	-\$ 960.000	-\$ 1.440.000	
120.000	-\$ 120.000	-\$ 120.000	-\$ 120.000	-\$ 120.000	-\$ 120.000	-\$ 120.000	-\$ 1.440.000	-\$ 2.880.000	
500.000	-\$ 500.000	-\$ 500.000	-\$ 500.000	-\$ 500.000	-\$ 500.000	-\$ 500.000	-\$ 7.500.000	-\$ 12.000.000	
400.000	-\$ 400.000	-\$ 400.000	-\$ 400.000	-\$ 400.000	-\$ 400.000	-\$ 400.000	-\$ 3.200.000	-\$ 9.600.000	
50.000	-\$ 50.000	-\$ 50.000	-\$ 50.000	-\$ 50.000	-\$ 50.000	-\$ 50.000	-\$ 600.000	-\$ 840.000	
							-\$ 259.950	-\$ 259.950	
							\$ 3.000.850	8.633.383	

Logos anteriores



