



ESCUELA DE HOSPITALIDAD Y TURISMO

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE
ESPARCIMIENTO TIPO WELLNES EN LA PARROQUIA DE PUEMBO,
QUITO

AUTOR

PAOLA ESPINOSA GUARDERAS

AÑO

2020



ESCUELA DE HOSPITALIDAD Y TURISMO

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE
ESPARCIMIENTO TIPO WELLNESS EN PUEMBO, QUITO.

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos
establecidos para optar por el título de "Licenciada en Administración de
Empresas Turísticas y Hotelera"

PROFESOR GUÍA

Francisco Javier Mena Galárraga

AUTORA:

Paola Espinosa Guarderas

Año

2020

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

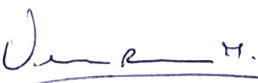
“Declaro haber dirigido el trabajo, Plan de Negocio para la Creación de un Centro de Esparcimiento tipo Wellness en la Parroquia de Puembo, Quito, a través de reuniones periódicas con la estudiante Paola Espinosa Guarderas, en el semestre 2020, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”.



Francisco Javier Mena Galárraga
C.I. 1707785455

DECLARACIÓN DEL PROFESOR CORRECTOR

"Declaro haber revisado este trabajo, Plan de Negocio para la Creación de un Centro de Esparcimiento tipo Wellness en la Parroquia de Puembo, Quito, de la estudiante Paola Espinosa Guarderas, en el semestre 202020, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación".


FP. 
1707480297

Agurtzane Goyarzu De La Serna

C.I. 1754521050

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigente”.


Paola Espinosa Guarderas
C.I. 1715082325

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a mi familia y a todos los que me han apoyado siempre durante toda mi vida y mi carrera universitaria. También, agradezco a Dios por darme la oportunidad de cumplir con mis metas y seguir adelante.

DEDICATORIA

Dedico a mi familia por siempre ser mi principal apoyo y mis modelos a seguir.

RESUMEN

El presente trabajo de titulación tiene como objetivo presentar un Plan de Titulación para la Creación de un Centro de Esparcimiento tipo *Wellness* en Puenbo, Quito, mismo que se divide en 5 capítulos los cuales respalda los temas referentes al tema.

En primer lugar, se desarrolló el marco teórico, donde se redacta la historia y origen del *wellness*, así como su importancia, palabras clave y conceptos sobre la temática, que ayudan a entender más sobre ésta nueva tendencia. Después, se realizó la planeación estratégica, en el cual se planteó la naturaleza del negocio, misión, visión, objetivos empresariales a corto, mediano y largo plazo. De igual modo, se realizó un análisis PESTAL, PORTER Y FODA, con el propósito de tener un mayor conocimiento de diferentes circunstancias o situaciones internas y externas a las que se puede afrontar la empresa.

Por otra parte, se realizó un plan de marketing en el cuál se llevó a cabo 81 encuestas estructuradas a mujeres de entre 20 a 49 años de edad que residen en Quito, con el fin de recopilar mayor información sobre la acogida del proyecto. Asimismo, se realizó 4 entrevistas a expertos para poder tener un mayor entendimiento de cada sub tema, del tema general, con respecto a la situación actual y de qué manera el proyecto pueda ser más atractivo para los clientes. Además, se analizaron las 7p's de marketing para desarrollar estrategias, objetivos y acciones con respecto a una misma visión.

También se creó un plan operativo, diseñado para redactar los diferentes horarios de operación y atención de cada área, la capacidad máxima (aforo) que tiene la cafetería y la distribución espacial de todas las áreas de uso. Igualmente, se realizó un diagrama de flujo de operaciones para representar la secuencia de las actividades.

Por último, se creó un plan financiero donde se analizaron diferentes variables como la inversión inicial, estructura de costos, estado de pérdidas y ganancias y más, con el fin de obtener el VAN y TIR y determinar si el proyecto es viable o no.

ABSTRACT

The objective of this project is to present a Business Plan for the Creation of a *Wellness* type Recreation Center in Puenbo, Quito, which is divided into 5 chapters that support the topics related to the research.

In first instance, the theoretical framework was developed, where the history and origin of *wellness* is written, as well as its importance, keywords and concepts on the subject, which will help to understand more about the new trend. Then, strategic planning was carried out, in which the nature of the business, mission, vision, short, medium and long-term business objectives were raised. Likewise, a PESTAL, PORTER and SWOT analysis was performed, in order to have a better understanding of different internal and external circumstances or situations that the company may face.

On the other hand, a marketing plan was carried out in which 81 structured surveys for women between 20 and 49 years old residing in Quito were performed, in order to gather more information about the project's reception. Similarly, 4 interviews were conducted with experts so as to have a better understanding of each sub- topic, of the main topic, regarding the current situation and how to make the project more attractive to clients. In addition, the 7p's of marketing were analyzed to develop strategies, objectives and actions regarding the same vision.

An operational plan was also created, designed to draft the different hours of operation and service for each area, the maximum capacity of the cafeteria and the spatial distribution of all areas of use. Furthermore, an operations flow diagram was made to represent the sequence of activities.

Finally, a financial plan was created where different variables such as the initial investment, cost structure, profit and loss statement and more, were analyzed in order to obtain the net present value (NPV) and the internal rate of return (IRR), to determine if the project is viable or not.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
OBJETIVOS.....	3
General	3
Específicos	3
JUSTIFICACIÓN	4
MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.....	5
1. CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO.....	7
2. CAPÍTULO II: PLANEACIÓN ESTRATÉGICA.....	13
2.1. Naturaleza del Negocio	13
2.3. Misión.....	15
2.4. Visión	15
2.5. Objetivos Empresariales	16
2.6. Estructura organizacional y breve descripción de puestos	17
2.7. Información Legal.....	18
2.7.1. Centro de Esparcimiento <i>Wellness</i>	18
2.7.1.1 Creación de la empresa.....	18
2.7.1.2. LUAE.....	20
2.7.2. Cafetería.....	20
2.8. Análisis del Entorno (PESTAL).....	21
2.9. Análisis de Competitividad (PORTER)	24
2.9.1. Rivalidad en el mercado	24
2.9.2. Poder de negociación de los compradores	25
2.9.3. Poder de negociación de los proveedores	26
2.9.4. Nuevos competidores	26
2.9.5. Productos Sustitutos.....	26
2.10. Matriz de los factores internos y externos (FODA)	27
2.11. Propuesta de valor/ ventaja competitivo	28
3. CAPÍTULO III: PLAN DE MARKETING.....	29
3.1 Análisis del Mercado	29
3.1.1. Análisis cuantitativo	30
3.1.2. Análisis cualitativo	32
3.1.3. Perfil del cliente	34
3.2. Imagen Corporativa	35
3.2.1. Logo.....	35
3.2.2. Eslogan.....	35
3.3. Producto y Servicio.....	36

3.4. Plaza/ Distribución	37
3.5. Promoción.....	37
3.6. Precio	38
3.7. Personal	39
4. CAPÍTULO IV: PLAN OPERATIVO.....	40
4.1. Estrategia de Operación.....	40
4.2. Localización.....	41
4.3. Capacidad Instalada.....	41
4.3.1. Aforo	41
4.3.2. Horarios de Operación.....	42
4.3.3. Horarios de Atención	43
4.4. Distribución Espacial y Necesidades de Equipamiento.....	44
4.4.1. Distribución Espacial	44
4.4.2. Equipamiento.....	44
4.5. Ciclo de Operaciones/ Diagrama de Flujo de Operaciones	46
4.6. Política de Calidad.....	51
5. CAPÍTULO V: PLAN FINANCIERO	52
5.1. Inversión Inicial, estructura de capital	53
5.2. Estructura de costos fijos y variables	54
5.3. Capital de Trabajo.....	55
5.4. Presupuesto de nómina proyectada a 5 años	56
5.5. Establecimiento de precios.....	57
5.6. Proyección de ventas a 5 años.....	58
5.7. Estado de situación inicial.....	59
5.8. Estado de pérdidas y ganancias a 5 años	60
5.9. Flujo de caja proyectada	61
5.10. Punto de equilibrio	62
5.11. Evaluación de rentabilidad mediante VAN y TIR.....	63
6. CONCLUSIONES.....	64
REFERENCIAS	65
ANEXOS	66
ÍNDICE DE FIGURAS	
Figura 1. Fórmula de Muestreo	6

Figura 2. Estructura Organizacional.....	17
Figura 3. Logo de la empresa	
Figura 4. Logo de la cafetería	35
Figura 5. Adaptado de Google Maps- Ubicación Quinta La Lomita.....	41
Figura 6. Distribución espacial Centro Wellness.....	44

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Descripción de Cargos	17
Tabla 2. Análisis PESTAL Centro de Esparcimiento tipo Wellness	21
Tabla 3. Análisis de la Competencia	25
Tabla 4. Análisis FODA.....	27
Tabla 5. Respuestas encuesta pregunta 12.....	31
Tabla 6. Análisis Producto.....	36
Tabla 7. Análisis Plaza/ Distribución	37
Tabla 8. Análisis Promoción.....	37
Tabla 9. Análisis Precio.....	38
Tabla 10. Horarios de Operación por área.....	42
Tabla 11. Horarios de atención por área.....	43
Tabla 12. Inversión Inicial.....	47
Tabla 13. Financiamiento	47
Tabla 14. Costos Fijos y Variables.....	47
Tabla 15. Capital de Trabajo.....	47
Tabla 16. Nómina proyectada a 5 años	47
Tabla 17. Receta Estándar.....	47
Tabla 18. Costo Potencial de la carta	47
Tabla 19. Pronóstico de Ingresos.....	47
Tabla 20. Pronóstico Ingresos Cafetería.....	47
Tabla 21. Pronóstico Ingresos Arriendo	47
Tabla 22. Estado de Situación Inicial	47
Tabla 23. Estado de Resultados	47
Tabla 24. Flujo de Caja	47
Tabla 25. Punto de Equilibrio	47
Tabla 26. VAN y TIR	47

INTRODUCCIÓN

Según el psicólogo Arturo Torres en su blog Psicología y Mente, lo que ahora se entiende como *wellness* viene de las ideas del estadístico estadounidense Halbert L. Dunn, considerado el padre del *Wellness Movement*. En los años 50, Dunn desarrolló la idea que el bienestar humano debe ir más allá de lo que actualmente conlleva el ámbito de la salud, si no, se debía incluir, "además del correcto funcionamiento del organismo, la capacidad para optar a varias vías de autorrealización". De este modo el *wellness* del que habla Dunn puede ser entendido como la dinámica y estilo de vida mediante la cual el potencial humano es llevado a su máximo en las esferas de lo físico, lo mental y lo espiritual" (Torres, s.f). Es por eso que, "el término procede de la palabra *well-being* (bienestar), *fitness* (buena forma física) y *happiness* (felicidad)" (Rodero, 2017); llamado también como bienestar holístico. Según Plenilunia Salud Mujer (2011), cuando se habla de bienestar holístico, se refiere a estar bien en todos los sentidos; no solamente desde el punto de vista físico o fisiológico, sino también en lo espiritual y en lo emocional.

Siendo el *wellness* (salud y bienestar), una de las tendencias que ha ganado bastante importancia y popularidad en la población a nivel mundial en especial en Estados Unidos y Europa. Esto se debe a que según Torres, esta manera de entender el bienestar no nació por casualidad, y recién aparece por primera vez a mediados del siglo XX. Puesto que, los cambios en las condiciones sociales son las responsables de que se extienda la filosofía *wellness* y la salud integral, generando multitud de centros que operan hace no más de un siglo (Torres, s.f). Según Global Wellness Institute (2018), la industria de la salud mundial creció un 12.8% a partir del 2015- 2017, en un mercado de \$4.2 billones de dólares, en el que la industria de la salud representa un 5.3% de la producción económica mundial.

Ecuador, a través de las campaña "Ecuador is Wellness", se promocionó al país como destino *wellness* en el evento "Termatalia 2018*" en Brasil. En la que

“Asimismo, los representantes del país adquirirán mayor conocimiento de las tendencias de este mercado” (Ministerio de Turismo , 2018). Dado a que el país recién en los últimos años se ha educado sobre ésta nueva tendencia, ya podemos encontrar en Quito más de 20 centros de pilates y yoga (Google Maps, 2020), donde el 85% de los que asisten son mujeres (A. Trujillo, comunicación personal, 19 de abril de 2020). Estos dos deportes están orientados con el *wellness* ya que, el yoga es un deporte que ayuda a la pérdida de peso, flexibilidad, aumenta la capacidad pulmonar y mejora la respiración (ABC, 2018), y el pilates aumenta la flexibilidad, fuerza, ayuda con la postura, permite dormir mejor y relaja. Siendo también una tendencia que ayuda a reducir los niveles de estrés que actualmente se viven en el siglo XXI, por ser una sociedad exigente orientada directamente al éxito (Usfq, 2014). Es por eso que según la INEC (2010), en una población de 15,407 mujeres de entre 15 a 49 años, el 16,20% practican deporte; y según el Ministerio de Deporte (2012) el 30% practican deporte para mejorar su salud. De igual manera, en Quito se puede encontrar aproximadamente 20 cafeterías con un enfoque saludable (Google Maps, 2020). Por ejemplo, Superfoods y Freshi; donde se encuentra varias opciones de *brunch* y almuerzos. Promoviendo y concientizando la alimentación saludable, ya que dos de cada tres ecuatorianos entre los 19 y 59 años presenta sobrepeso y obesidad (Organización Panamericana de la Salud , 2018).

Quito, siendo una ciudad que se caracteriza por estar siempre a la vanguardia de las tendencias, el *wellness* se encuentra en crecimiento. En especial tiene una gran acogida ya que la población de clase social media- alta o B, el cual representa el 11,2% de la población según la INEC (2011); y la clase social alta o A que representa el 1,9%; el 99% tiene acceso al internet, el 76% está registrado en una página social en internet, el 80% cuenta por lo menos con un vehículo de transporte privado (INEC, 2011) y tiene mayor accesibilidad a viajes al extranjero. Por lo que tienen mayor conocimiento de las tendencias en otros países. Es por eso que de acuerdo con Mariela Mociulsky (2007), consultora CCR de *Télam*, en la página INFOBAE menciona que la clase alta marca la tendencia del consumo. El lujo está más relacionado con tener tiempo para vivir y disfrutar de la vida que en el consumo específico. La belleza, la

posibilidad de reinventarse y de transformarse se convierte en algo aspiracional (consumir como el otro, con la ilusión de ser como el otro). Donde también se puede ser aspiracional con equilibrio entre múltiples demandas y roles, a través de prácticas sanas como el yoga, pilates y *thai chi* (Infobae, 2007). No obstante, la construcción del aeropuerto de Tababela "es una puerta de acceso a nuevos consumidores que por curiosidad, conocimiento, cultura se trasladan hacia la parte noroccidental... con fines de entrenamiento y relax" (Cabanilla, 2011).

Por lo mencionado anteriormente, se puede ver que el concepto *wellness* es una tendencia nueva y que está en crecimiento en Quito. Sin embargo, existe una demanda insatisfecha, ya que, no hay centros *wellness* del tipo holístico al aire libre. Donde se puede aprovechar de una nueva experiencia donde la mente se desconecte de las tareas, se activen los sentidos, liberar tensiones y que el cuerpo absorba la energía de la naturaleza y haya una mayor oxigenación (Saldaña, 2015), captando de mejor manera el significado de *wellness*.

Por lo tanto, se propone desarrollar como plan de negocio un centro de esparcimiento de tipo *wellness* como emprendimiento, para un nicho de mercado de clase socioeconómica A y B. Añadiéndole una ventaja competitiva, que es el primer centro *wellness* en Puembo exclusivo, puertas afuera y que tiene un enfoque holístico. Donde las personas podrán encontrar actividades para el mejoramiento de la salud en aspectos físicos, mentales y emocionales.

OBJETIVOS

General

1. Elaborar un plan de negocio para la creación de un centro de esparcimiento tipo *wellness* ubicado en la parroquia Puembo, Quito.

Específicos

2. Definir una planeación estratégica para garantizar el adecuado funcionamiento del centro de esparcimiento.

3. Plantear estrategias de marketing adecuadas para el proyecto.
4. Establecer un plan operativo para el buen funcionamiento del centro de esparcimiento.
5. Elaborar un plan financiero para definir la viabilidad del centro de esparcimiento.

JUSTIFICACIÓN

Según Katherine Johnston, investigadora *senior* del Global Wellness Institute (2018); actualmente el significado de lo que antes se entendía como bienestar está cambiando de manera rápida. Hace unos años las personas se conformaban con ir solo al gimnasio o darse un masaje de vez en cuando. Pero ahora, el bienestar engloba todo lo que es cuerpo físico, mental y emocional. La alta demanda de esta nueva tendencia ha provocado que se multiplique la apertura de nuevos centros de yoga y pilates; ya que de un 100% solo 10% cierra, 25% se mantiene y un 60% crece cada año (Castro, 2018).

El cambio en los hábitos de las personas es inmediato no solo físico sino también alimenticio, asegura Andrea Miño, propietaria del restaurante Alikay donde utilizan procesos de cocción sin químicos y reducción en el uso de azúcares. "Al terminar de comer este tipo de preparaciones no te da sueño, llenura ni cansancio" (Veintimilla, 2016).

El presente proyecto se alinea al eje 1 del "Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 Toda una Vida", objetivo 5: "Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria" (pg. 80). Así mismo a la política "5.2": "Diversificar la producción nacional, a fin de aprovechar nuestras ventajas competitivas, comparativas y las oportunidades identificadas en el mercado interno y externo, para lograr un crecimiento" (Desarrollo, Secretaria Nacional de Planificación y, 2017, p. 83).

Además, se acopla a la línea "Salud y Bienestar" de la Universidad de Las Américas, a la línea de la Escuela de Hospitalidad y Turismo (EHYT) "Creación

y mejora continua de empresas turísticas y/o de hospitalidad” (Universidad de Las Américas, 2019).

MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Esta investigación es del tipo exploratorio y mixto. Es exploratorio ya que según Sampieri (2018), los estudios exploratorios se llevan a cabo cuando el propósito de examinar un fenómeno o problema de investigación nuevo o poco estudiado. Además, el tipo de investigación exploratoria determina tendencias, ambientes, contextos y situaciones de estudio, más no un fin en sí mismo (Sampieri, 2018).

Por otro lado, esta investigación por sus datos es del tipo cuantitativa ya que “Las investigaciones cuantitativas se inician con problemas y objetivos muy elaborados y definidos, así como también con diseño metodológico que previamente establecen la estrategia y procedimientos que se utilizarán” (Posso, 2013, p. 34). De igual manera, es del tipo cualitativo ya que, “procura por lograr una descripción holística, esto es, que intenta analizar exhaustivamente, con sumo detalle, un asunto o actividad en particular” (Vera, 2008).

Para el desarrollo del proyecto se utilizará un enfoque mixto, en el cuál para la obtención de la información cuantitativa se utilizará el método de encuestas estructuradas online, con preguntas cerradas. Las cuáles se basan en “la realización de ciertas preguntas encaminadas a obtener determinados datos... para lograr un mayor acopio de información” (Metodología de la investigación UNIVIA, 2012). Por otro lado, para la obtención de información cualitativa se utilizará el método de entrevistas con expertos semi- estructuradas donde; “Las preguntas que se realizan son abiertas. El informante puede expresar sus opiniones, matizar sus respuestas, e incluso desviarse del guión inicial...” (UJAEN, s.f).

Para determinar la población de estudio del presente proyecto, se lo realizó por medio de un análisis sobre los segmentos de mercado al cuál esta

investigación se va a dirigir. Por lo tanto, según la INEC (2010) Quito cuenta con una población de 1.150.380 mujeres, de las cuales 726.010 son de edades entre 14 a 49 años. De las cuales el 16,2% practican un deporte y el 13,10% pertenecen al grupo socioeconómico nivel A y nivel B en todo el Ecuador (INEC, 2010).

Por otro lado, para determinar la muestra del presente proyecto se utilizó la siguiente fórmula dada por la Universidad de Las Américas. Donde N significa el número de la población y el margen de error del 5%. Una vez obtenido el dato de la fórmula, se saca el 20,8% del total para realizar 81 encuestas.

$$n = \frac{N}{e^2(N - 1) + 1}$$

Figura 1. Fórmula de Muestreo

Tomada de Departamento de Matemáticas UDLA, 2018.

$$n = \frac{726,010 * 16,2\%}{(0,05 * 0,05) (15407 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{117,613 * 13,10\%}{(0,05 * 0,05) (15407 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{15407}{(0,05 * 0,05) (15407 - 1) + 1}$$

$$n = 390$$

Sondeo de Opinión 20,8% =81 encuestas

1. CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

¿De qué sirve estar en forma si no se es feliz? Actualmente, ya no se trata solo de estar en forma si no también, de buscar un equilibrio entre el cuerpo y la mente (Cosmetólogas, 2017). Según la Enciclopedia Salud (2016), *wellness* (salud y bienestar) es un término subjetivo que se refiere al estado vital de una persona. Busca el equilibrio tanto del cuerpo como de la mente para lograr un estado de bienestar, aceptación y complacencia. Se caracteriza por, "estar satisfecho con la propia vida, experimentar con frecuencia emociones positivas y disfrutar de una salud física y psíquica ajustada a las propias expectativas" (Salud, 2016).

Según el artículo de la página web Cosmetólogas (2017), el *wellness* es considerado como un enfoque positivo de la vida, que hace hincapié a la persona en su totalidad. Además del reconocimiento de que todo lo que se piensa, hace, cree y siente tiene un impacto en el estado de la salud. Varios estudios demuestran que las personas que consideran el *wellness* como una filosofía de vida, tienden a cuidarse más de sí mismo, son más productivos, tienden a faltar menos al trabajo y demandan menos servicios médicos. Es por eso que los hábitos de las personas, así como su expectativa de vida saludable a cambiado.

Tener una vida saludable se trata de "buscar la felicidad, aprender a conocerse uno mismo, gestionar mejor nuestro tiempo libre, aprender a relajarnos, meditar, dormir bien, aprender a respirar correctamente, etc." (Cosmetólogas, 2017). Por lo que, se hace un enfoque en específico en los tres cuerpos, el físico, el mental y el emocional, ya que todos se conectan y dependen del otro. Buscando la manera de utilizarlos a favor de cada persona, sin generar estrés, para conseguir un propósito común: la felicidad (Mikhailova, 2017).

Dentro del bienestar físico (lo que se ve) involucra el ejercicio físico y la buena nutrición (Cosmetólogas, 2017). Según la experta May Morón en el artículo del blog de María Mikhailova (2017), el cuerpo físico es el que está relacionado a los cinco sentidos y al que se da mayor importancia. Esto se debe a que, es el que se puede controlar y manipular de alguna manera. Es por eso que para las personas es tan importante la imagen y lo externo. Ya se vive a través del cuerpo físico y es importante cuidarlo, alimentarlo bien, darle movimiento y descanso. Pero, sin olvidarse de su conexión con la parte mental y emocional.

El yoga es un excelente ejemplo de los tres cuerpos conectados, ya que según la Revista de Ciencias del Ejercicio y la Salud (2007, pg. 42), se atribuye beneficios tanto físicos como psiquiátricos a causa de sus posturas y relajación, que son parte de esta actividad. El yoga es un deporte que ayuda a reducir los niveles de estrés, mejora la flexibilidad, la fuerza, reduce la ansiedad y mejora la concentración y la auto-aceptación (Montonya, Araya, & Salazar, 2007).

Por otro lado, el pilates es otra actividad física que actualmente en el siglo XXI se encuentra de moda gracias a su fama alrededor del mundo. Además, es un

deporte que ha ganado bastante prestigio por el fortalecimiento físico y emocional que genera. Su creador Joseph Hubertus Pilates, padecía de asma y fiebre reumática, por lo que lo llevó a estudiar el cuerpo humano. Debido a estudios de movimientos de animales, filosofías orientales y métodos de entrenamiento de los antiguos griegos y romanos desarrolló esta actividad que ha beneficiado a miles de personas. Dando fuerza muscular abdominal y a la espalda baja, que son denominados como los "centros de fuerza", ya que a través de su fortalecimiento se ejercita el resto del cuerpo. Siendo el pilates una actividad física que beneficia tanto en la postura, respiración, relajación, flexibilidad, desarrollo de musculatura, etc. (Voll Pilates Group, 2017).

Según Carmen Garijo en la página Glamour (2014), el *Mindful Eating* es un movimiento, pensamiento y un estilo de vida que te lleva a conocer tu cuerpo. Se trata de detectar tus sensaciones y, a través de la meditación y otras técnicas de entrenamiento mental, ser consciente de la cantidad de alimento que necesitas en cada momento (Garijo, 2014). Éste tipo de técnicas junto con una alimentación balanceada y saludable son uno de los hábitos más importantes que todas las personas deberían llevarla a cabo en su vida cotidiana. Según el Equipo de Nutrición de Alimerka (2015), la comida no es solo una fuente de energía para la rutina diaria, pero también una fuente de salud que influye en la manera en la que envejece el organismo. Es por eso la importancia de mantener una alimentación saludable con un estilo de vida adecuada. Otros beneficios también son que ayuda a mantener la mente despierta, mantener el peso, controlar enfermedades cardíacas y mejora el estado de ánimo (Alimerka, 2015).

El beneficio mental o espiritual (lo que se piensa) involucra poder desarrollar un fuerte sentido de los valores personales y éticos. Los pensamientos son lo que define a una persona. Cada persona crea sus propios pensamientos según el estado de ánimo, entorno, experiencias y creencias. Aquellos tienen consecuencias porque generan emociones, sentimientos, comportamientos y acciones, que si se repiten pueden convertirse en hábitos (Mikhailova, 2017).

Los pensamientos disfuncionales e improductivos se crean ya que uno se distrae en pensamientos del pasado y del futuro, más no del presente. Según

Lourdes Hernández en su libro *La cinta invisible 5 hábitos para romperla* (2019), así como los músculos del cuerpo necesitan entrenamiento para mantenerse sanos, se debe entrenar también el alma y espíritu. Esto se puede lograr por medio de la meditación y el *mindfulness*. Con la meditación al "silenciar la mente de pensamientos y ruidos exteriores, podemos escuchar nuestro interior" y aprender a silenciarlo de pensamientos pasados o futuros. Es por eso que dentro de este tipo de meditación se aplica el *mindfulness* para tener presencia y pensar en el aquí y ahora. El *mindfulness* "nos instala en la permanencia, la sentimos, la entendemos, y vivimos al máximo sin otras preocupaciones ni estímulos". Dentro de sus beneficios está poder observar lo que está pasando sin juzgar, observar lo que está fuera de uno mismo y lo que está dentro, observar las metas, acciones, pensamientos y emociones que se experimenta internamente, dando la opción de tomar buenas decisiones y saber cómo reaccionar (2019, pg. 112- 114).

El beneficio emocional (lo que se siente) trata de poder manejar las emociones de una forma constructiva y positiva. Cuando una persona no está en conexión con uno mismo, no sabe escuchar ni distinguir las señales del cuerpo. Es por eso que por distintas influencias los humanos se han convertido en "comedores emocionales" al momento de estar tristes, estresado, aburridos, ansioso, etc. Las emociones son neutras, ni buenas ni malas, pero lo importante es el uso que se les da. No se las debe tapar sino, observarlas, sentirlas, vivirlas y entenderlas para aprender de donde vienen y que hacer (Mikhailova, 2017). Es un proceso que se debe seguir, ya que se debe generar un cambio en la forma en la que pensamos y expresamos nuestras emociones. Según la psicóloga clínica Andrea Sevilla (2020) en la entrevista realizada, existen tres tipos de terapias enfocadas en el *mindfulness*, la Terapia Cognitiva- Conductual, Terapia Humanista y Terapia Gestalt. Son terapias que se pueden realizar de manera grupal o individual que tienen un beneficio en común, tener una vida sana y mejorar el bienestar en base a las emociones, a la percepción y al comportamiento. Ver entrevista completa en el anexo #5.

Teniendo claro las tres dimensiones principales del *wellness*, existen tres dimensiones más que son parte del bienestar y que están evolucionando con el

tiempo. Estas dimensiones son, el bienestar intelectual, social y medioambiental. Se encuentran creciendo como parte de la tendencia *wellness*, ya que intervienen en la vida cotidiana, quizá sin darnos cuenta. Dentro del bienestar intelectual es aprender a ampliar el conocimiento, mantener una mente activa y receptiva, que busque nuevos retos y sea creativa, curiosa y con ganas de aprender siempre. El bienestar social se basa en habilidades para interactuar con otras personas en armonía, con respeto y tolerancia, además de la forma de hablar y expresarse. Por último, el bienestar medioambiental, se refiere a contribuir a la sostenibilidad del lugar en el que se vive, conservando los recursos naturales y el bienestar común (Cosmetólogas, 2017).

La industria del *wellness* en el 2017 facturó 3.7 trillones de dólares a nivel mundial, con un crecimiento aproximado del 10% anual. Dentro de las categorías que más dinero están generando es la de comida saludable, nutrición y pérdida de peso con \$648 billones y el *fitness* con \$542 billones. Estos números se deben a que la sociedad cada vez está demandando más lugares donde el bienestar sea el corazón de todas las actividades. De igual manera, uno de los factores principales del crecimiento tan grande y rápido de esta tendencia es la tecnología. Grandes empresas como Google o Amazon, ya tienen servicios o productos dirigidos al bienestar de las personas. También ya se puede encontrar robots que contribuyen a la mejora del sueño, nutricionistas virtuales, ropa inteligente para la actividad física y más (Club Crecimiento , 2018).

Según el artículo de la página web Cosmetólogas (2017), cada vez es más usual encontrar centros donde además de poder entrenar, se pueden encontrar actividades relacionadas a la relajación como spa y saunas, clases colectivas como el yoga y pilates y acudir a zonas de ocio y descanso como cafeterías. Esparcimiento se refiere al período de distracción o diversión, en especial para descansar o alejarse por un tiempo establecido del trabajo o de las preocupaciones (Lexico, s.f). Convirtiéndose en un espacio en el que las personas pueden realizar actividades que generen energía positiva sin generar estrés a si mismo.

Según El Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas (2018), una cafetería es un "Establecimiento donde se elaboran, expenden y/o sirven alimentos de elaboración rápida o precocinada, pudiendo ser fríos y/o calientes que requieren poca preparación..." (Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas, 2018, p. 8). Las cafeterías, como bien lo mencionan Julián Pérez y María Merino en la página web Definición (2016), las cafeterías más allá de su función en el área de alimentos y bebidas, tienen una gran relevancia social. Esto se debe a que son lugares de encuentro, donde muchas reuniones de diferentes tipos se llevan acabo. Es por eso que actualmente, se puede encontrar cafeterías adentro de lugares con gran afluencia de gente en donde se puede beber un café, consumir algún alimento o solo descansar (Merino, Pérez, 2016).

Dentro de esta investigación se desarrollará un plan de negocio para el desarrollo de un centro de esparcimiento tipo *wellness* en Puenbo. Un plan de negocio consiste en establecer un documento donde se presenta tanto el valor de una empresa, como su valor diferencial en una oportunidad de negocio. El objetivo principal es la planificación, donde se desarrolla cada área de la empresa así como sus estrategias necesarias para conseguir el objetivo. Está formado por una serie de estudios (estudio de mercado, legal, técnico administrativo y financiero) y la toma de decisiones necesarias de cada uno de éstos ámbitos para la creación de la empresa (Varela, 2017).

2. CAPÍTULO II: PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

2.1. Naturaleza del Negocio

Empresa enfocada en la tendencia *wellness* que ofrece actividades físicas y de alimentación orientadas a la salud y bienestar para mujeres, ubicada en Puenbo. Ofreciendo un espacio amplio rodeado de naturaleza donde se ofrece arriendo a empresas con enfoque en el bienestar físico (yoga, pilates y

consultorio nutricional), mental (meditación) y emocional (consultorio de psicología). En la que se va a trabajar como una comunidad *wellness*, donde los clientes puedan disfrutar de servicios creados por empresas que tienen un mismo fin, el bienestar en su totalidad. Además, de una cafetería que ofrece un menú saludable, operada por la misma empresa.

2.2. Estrategia Genérica

Según Alfonso Peiro en Economipedia (s.f), las estrategias genéricas de Porter se utilizan para describir la ventaja competitiva de una empresa frente a sus competidores. Estas estrategias son: estrategia en liderazgo de costes, diferenciación de producto y segmentación de mercado. La empresa utilizará dos estrategias genéricas para generar una ventaja competitiva con respecto a otros centros de esparcimiento. La primera estrategia es la de diferenciación, ya que es el primer centro de esparcimiento tipo *wellness* en Puembo para mujeres que ofrece actividades con un enfoque al bienestar y relajación al aire libre. Siendo un atractivo para las posibles empresas que trabajen dentro del establecimiento, como los posibles clientes de ciertas empresas. Puesto que, es un espacio para incentivar a las personas a llevar un mejor estilo de vida, donde diferentes profesionales (entrenadores, nutricionistas, psicólogas y chefs) pueden aportar con su conocimiento profesional. Por otro lado, cuenta con una cafetería saludable exclusiva para los clientes. Dentro de la cual, se va a ofrecer seguridad alimentaria por medio de la implementación de buenas prácticas de manufactura y HACCP (*Hazard Analysis and Critical Control Points*).

Finalmente, la cafetería va a manejarse en función a un menú con platos y productos recomendados por la nutricionista del establecimiento. Esto se debe a que, las personas van a tener acceso a consultas con una nutricionista profesional enfocada en la mujer y el deporte. Con el fin de aprender a comer productos, platos ricos y nutricionales que beneficien el cuerpo antes y después de realizar ejercicio, aplicando el movimiento *mindful eating*. A más de consultas, talleres y terapias con enfoque psicológico dentro del establecimiento para las alumnas que quieran una experiencia completa.

La segunda estrategia será la de segmentación de mercado, ya que de un amplio mercado se elegirá un segmento en especial. Dentro de este público objetivo se aplicará estrategias de marketing, con el fin de reducir costes y lograr una ventaja competitiva en un segmento ya determinado. Con el objetivo de ofrecer un producto y servicio que realmente necesitan y busca este segmento, logrando resultados más rápidos y satisfactorios (Peiro, s.f). (Sy, 2019)

Por otro lado, se seleccionará después de un análisis a las empresas que trabajarán dentro del establecimiento que cumplan con ciertos parámetros y tengan una misma visión. Donde se van a crear ciertas estrategias de beneficio mutuo, con el fin de crear un ambiente laboral satisfactorio, seguro y respaldado para las empresas que conformarán la comunidad. Esto se realizará por medio de contratos de arrendamiento de 5 años, descuentos en la cafetería, asignación de espacios abiertos como cerrados, parqueadero gratis y exclusivo para el personal de todos los locales, manuales de comportamiento que se deben cumplir de manera obligatoria y más. Además se fomentará el marketing del centro de esparcimiento como empresa en general y también a las empresas que conformarán esta comunidad. Con el propósito de darse a conocer en el mercado y sacar provecho de los clientes de cada empresa, para impulsar todos los negocios que conformen el centro de esparcimiento con enfoque *wellness*.

2.3. Misión

Somos una empresa de bienestar en Puembo, que ofrecemos actividades físicas y alimentación enfocados en la tendencia *wellness* para personas que quieran vivir una experiencia saludable dentro de un ambiente natural.

2.4. Visión

Posicionarnos para el año 2026 en el mercado entre las tres primeras opciones de centros saludables mediante, la calidad en nuestros servicios y productos naturales, así como la fidelización de nuestros clientes.

2.5. Objetivos Empresariales

Corto plazo:

1. Desde la construcción del centro *wellness* hasta su funcionamiento tomar medidas de cuidado medioambiental.
2. Crear una comunidad *wellness* dentro del establecimiento, donde se trabaje con profesionales que tienen una misma visión, enfoque y forma de trabajo.
3. Contar con todo personal capacitado en las respectivas áreas de trabajo, desde el primer día de funcionamiento.
4. Crear fidelización con los clientes y posibles clientes de la cafetería, para ser su primera opción en comida saludables.
5. Alcanzar el punto de equilibrio hasta finales del primer trimestre de funcionamiento.

Mediano plazo:

1. Recuperar la inversión hasta el año 2023.
2. Generar utilidad considerable y llamativa dentro de los primero dos años de funcionamiento.
3. Incrementar un 5% de ventas anualmente, con respecto al año anterior en la cafetería.
4. Crear una mentalidad *wellness* y nutrición en nuestra comunidad, promoviendo el cuidado, salud y el bienestar en las mujeres.
5. Hacer un seguimiento y actualización a los cinco años de funcionamiento para mantenerse a la vanguardia de nuevas tendencias.
6. Estudio de mercado para un nuevo posible segmento de mercado.
7. Fidelizar a las empresas que trabajen dentro del centro de esparcimiento.

Largo plazo:

1. Para el año 2030 ser líder en el mercado del *wellness* en Puenbo.
2. Analizar sobre nuevas tendencias *wellness* en el mundo para ver la reacción de nuestro mercado meta y poder implementarlo.

2.6. Estructura organizacional y breve descripción de puestos

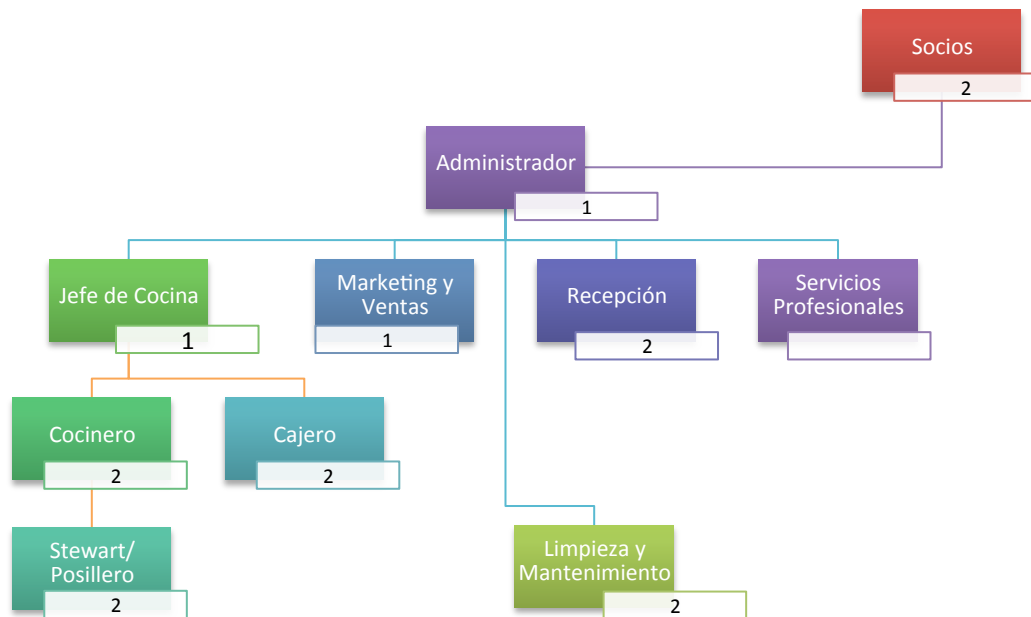


Figura 2. Estructura Organizacional

Nota: El Administrador es encargado de los Servicios Profesionales, pero no se les cuenta como parte de la nómina de la empresa.

Tabla 1

Descripción de Cargos

Cargo	Función (es)
Socios	Encargados de la inversión inicial y toma de decisiones.
Administrador	Encargada de guiar y manejar el personal de la empresa (cargos y funciones), contratación del personal, planeación de estrategias, relaciones públicas, compras, recepción de mercadería y almacenamiento de materia prima.
Limpieza y mantenimiento	Encargados de la limpieza de las áreas públicas y recepción, jardinería, espacios ordenados y limpios.
Jefe de Cocina	Encargado de realizar el inventario en la cocina, cocinar, organizar los horarios de trabajo semanalmente, establecer funciones y actividades al cocinero y posillero, crear menú y recetas estándar.
Cocinero	Encargado de preparar platos del menú, realizar la limpieza de la

	cocina, hacer el <i>mise en place</i> y entregar pedidos listos.
Cajero	Encargado de servicio al cliente, apertura y cierre de la cafetería, cobrar, colaborar con la realización de inventarios, cierre de caja y facturación.
Posillero	Encargado de limpiar las mesas, limpiar la cafetería por fuera y dentro, lavar y pulir vajilla.
Marketing y Ventas	Encargado de la publicidad, marketing digital, estrategias de marketing, vender los productos del centro, responder clientes por medio de redes.
Recepción	Encargado de dar información a los clientes, reservación de mesa en la cafetería, clases y citas.
Servicios Profesionales	Se contratará un contador encargado de llevar todo proceso contable financiero de la empresa y prestación de la documentación requerida por el SRI.
Empresas Arrendatarias	Empresas que no son parte de la nómina del negocio, pero deben pagar un arriendo mensual y manejar ciertos estándares mínimos propuestos por el Centro de Esparcimiento. Empresa de pilates, yoga y meditación, nutricionista deportiva, psicóloga clínica.

2.7. Información Legal

2.7.1. Centro de Esparcimiento *Wellness*

2.7.1.1 Creación de la empresa

La creación del centro de esparcimiento *wellness* se lo realizará por medio de una Compañía Limitada, conformada por mínimo de dos y hasta máximo quince socios. El nombre de la compañía debe establecerse por la denominación objetiva o la razón social que debe tener relación a la naturaleza de la actividad que se va a realizar. El capital de la compañía será formado por las aportaciones que hagan los socios y debe ser pagado por lo menos el cincuenta por ciento al constituirse la compañía. Así como el saldo del capital deberá integrarse en un plazo no mayor a 12 meses o desde la fecha de constitución de ésta (Ley de Compañías, 2017, pp. 23- 35).

Según la página de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (s.f) del Ecuador, se puede constituir una compañía en línea por medio de su

página web siguientes los siguientes pasos. Se debe ingresar al portal web Supercias donde se digita el usuario y contraseña, luego llenar el formulario de constitución de compañías y adjuntar los documentos habilitantes y realizar el pago correspondiente en el Banco del Pacífico. El notario se encargará de ingresar al sistema y validar la información asignando una fecha y hora para las firmas de la escritura y los nombramientos. Una vez firmados los documentos el sistema enviará automáticamente la información al Registro Mercantil que también validará la información y facilitará la razón de inscripción de la escritura y los nombramientos. El sistema generará un número de expediente y remitir la información de este trámite al SRI (Servicio de Rentas Internas), que de manera inmediata dará el número de RUC para la compañía. El sistema notificará que el trámite de constitución ha finalizado.

Además, ciertos requisitos obligatorios para hacer el trámite de "Emisión de Registro Turístico para Recreación, Diversión y Esparcimiento, Centros de Convenciones para el Distrito Metropolitano de Quito son:

1. Solicitud Registro Turístico General
2. Copia legible y actualizada del Registro Único de Contribuyentes (RUC), con la actividad económica y nombre comercial a registrar.
3. Copia legible y actualizada (vigencia 30 días) Certificado de Búsqueda Fonética de no encontrarse registrada el nombre comercial. Dirección Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI): Av. República y Diego de Almagro – Edificio FORUM 1er. Piso) (\$16,00).
4. Copia del inventario valorado y/o balance de la empresa firmado por el propietario o representante legal.
5. Copia del formulario de declaración de activos fijos para la cancelación del UNO POR MIL (sellado por el Ministerio de Turismo)
6. Copia del comprobante de pago sobre la declaración de activos fijos para la cancelación del UNO POR MIL, en las ventanillas de Quito Turismo.

Importante: En caso de personas jurídicas adjuntar lo siguiente a los anteriores requisitos generales:

7. Copia certificada de la escritura de la constitución de la compañía, aumento de capital o reforma de estatuto;

8. Copia del nombramiento del representante legal debidamente inscrito en el Registro Mercantil;

Nota: Se recomienda al usuario consultar en Quito Turismo, la verificación del nombre comercial para evitar la repetición o similitudes con nombres de establecimientos ya registrados” (Gobierno Autónomo Descentralizado del Distrito Metropolitano de Quito, 2019).

2.7.1.2. LUAE

Se debe realizar el pago municipal de la patente para sacar la LUAE (Licencia Única de Actividades Económicas) que se lo realiza por medio del municipio de Quito. Se debe llenar los formularios de “Solicitud de Registro para Recreación, Diversión y Esparcimiento Centros de Convenciones Quito (Anexo #1) para lograr obtener la “Emisión de Registro Turístico para Recreación, Diversión y Esparcimiento, Centros de Convenciones para el Distrito Metropolitano de Quito” junto con el formulario correspondiente para hacer la “Emisión de Permiso de funcionamiento para Restaurantes/ Cafeterías”. Donde se deben ingresar los requisitos generales en las ventanillas de Quito Turismo, donde ellos realizarán a verificación en el establecimiento. Se realiza el pago en las instituciones bancarias con las que el Municipio de Quito mantiene convenio y se retira la LUAE en el caso que sea un nuevo establecimiento (Gobierno Autónomo Descentralizado del Distrito Metropolitano de Quito, 2019).

2.7.2. Cafetería

Según el Ministerio de Gobierno (s.f), para sacar el permiso de funcionamiento de una cafetería de primera categoría, que se encuentra dentro de la categoría de locales de consumo de alimentos preparados para su consumo inmediato, se debe pagar un total de \$240 por el trámite. En el que los requisitos obligatorios para presentar son:

1. Cédula de ciudadanía (ecuatoriana)

2. Patente Municipal (\$20,00)
3. Permiso de ARCSA (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, para cafeterías de primera categoría, tiene un costo de \$231,60) (controlsanitatirio.gob, 2018).
4. Permiso de Cuerpo de Bomberos
5. RUC de la empresa.

2.8. Análisis del Entorno (PESTAL)

Tabla 2

Análisis PESTAL Centro de Esparcimiento tipo Wellness

Análisis de Entorno PESTAL		
Político	Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación	Los emprendimientos que sean calificados en el Registro Nacional de Emprendimientos podrá ser beneficiario de los distintos programas y beneficios amparados en la presente ley.
	Constitución de la República del Ecuador, artículo 66, numeral 15.	"... se reconoce y garantiza a las personas el derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental" (Proyecto de Ley Orgánica de Emprendimiento , 2018).
Económico	Inflación	Según el Banco Central del Ecuador (2020), se registró una variación mensual de enero del 0,23%, revirtiendo el registro negativos de los meses de noviembre y diciembre 2019. Donde la ponderación de bienes y servicios, alimentos y bebidas no alcohólicas obtuvo una ponderación de 22,45%.
	Producto Interno Bruto (PIB) del Ecuador	"Para el año 2020, la economía ecuatoriana recuperará paulatinamente la senda de crecimiento al prever una tasa de variación de 0,69%, alcanzando un PIB constante de USD 72.309 millones y un PIB nominal de USD 109.667 millones" (Banco Central del Ecuador , 202).
	Empleo/ Desempleo	Según la INEC (2019), en diciembre a nivel nacional de la población total, el 71,1% se encuentra en edad para trabajar. El 65,3% se encuentra económicamente activa, donde el 96,2% son personas con empleo.
Socio-	Población de mujeres en	Según la INEC (2017), Quito en el 2020 es el cantón más poblado del país con 2,781.641 habitantes, donde

cultural	Quito	el 53,2% de las mujeres de la capital se encontrarán en etapa reproductiva, es decir, entre los 15 y 49 años con gustos y necesidades diferentes que se deben analizar.
	Innovación	En Quito, está claro que es una sociedad que le gusta estar a la vanguardia de nuevas tendencias y modas. Las personas siempre están en busca de innovación y de experiencias diferentes ya sea en el ámbito de alimentos y bebidas y/o de experiencias para el mejoramiento personal. Mucho de esto se debe a al amplio acceso que se tiene al internet y redes sociales actualmente, donde los consumidores se han convertido en "expertos" al momento de calificar las opciones que se les presentan.
	Comportamiento	El comportamiento del consumidor ha cambiado de manera importante debido a estas nuevas tendencias de consumo del año 2019, donde menos es más. Los consumidores buscan productos y experiencias alternativas que sean auténticas o exclusivas, alejándose del materialismo o de productos genéricos, a cambio de simplicidad y productos que sean de mejor calidad (Angus, Westbrook, 2019).
	Tendencias	Otra nueva tendencia es de el consumidor consciente con lo que compra. Las personas prefieren estilo de vida saludable y ético donde se mantiene una dieta a base de vegetales por la preocupación del bienestar animal. Por otro lado, los consumidores se preocupan más por cuidar su bienestar mental, como desconectarse de la tecnología y dar prioridad a lo que realmente quieren hacer (Angus, Westbrook, 2019).
	Estilo de Vida	Estas nuevas tendencias de consumo se debe a que gran parte de la sociedad es más selectiva en sus elecciones. Las actividades o alternativas que les permita mantener un estilo de vida libre son las más llamativas, ya que son las que permiten que el consumidor se enfoque en lo que realmente es importante para aquél. Es una generación que siente la necesidad de empoderarse de manera más fuerte que otras (Angus, Westbrook, 2019)
Tecnología	Conocimiento	"... a través del Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, promueve el desarrollo en la sociedad con servicios tecnológicos de primera, por medio del acceso al internet, dotación de equipamiento y capacitación a niños, jóvenes y adultos del país" (Ministerio de Telecomunicaciones y de la

		Sociedad de la Información, s.f).
	Acceso	Según El Universo (2018), tres de cada diez ecuatorianos cuentan con un <i>Smartphone</i> o teléfono inteligente, pero las barreras de asequibilidad hacen que solo el 59,56% de la población a nivel nacional cuenten con un celular. De igual manera con el acceso a las computadoras, en el 2017 el 14% de los hogares con menores ingresos tenían computadoras y el 11% tenía acceso al internet. Mientras que en los hogares con mayores ingresos, el 65% contaba con una computadora y el 62% disponía de internet.
	Redes Sociales	Los jóvenes de entre 18 y 24 años son los que más utilizan sus celulares inteligentes, revisando sus dispositivos 53 veces al día. Donde las redes sociales que más se utilizan son Facebook, Twitter, Instagram y WhatsApp, las que por sus notificaciones motivan al usuario a estar en constante revisión del dispositivo (El Comercio , 2015).
	Métodos de Pago	Los métodos de realizar pagos han cambiado de manera importante con la implementación de nuevas tecnologías y teléfonos inteligentes. Se han multiplicado las opciones y cada vez son más populares. Por ejemplo, la facilidad de hacer transferencias bancarias desde el celular, implementación de <i>Apps</i> o un nuevo sistema de pago llamado Contactless. Éste sistema, te permite pagar sin tener que introducir la tarjeta de crédito o débito en el datafono, solo con acercar la tarjeta dispositivo de cobro para que se lleve a cabo el pago (Rubén, 2019).
	Beneficios	El centro de esparcimiento <i>wellness</i> será beneficiado de la tecnología. Ya que es una empresa que va a manejar su publicidad por medio de redes sociales como Facebook, Instagram y Whatsapp. Además de una página web donde las personas van a poder apreciar todos los servicios que incluyen y reservar sus horarios de clases, consultas, talleres o eventos. Por otro lado, es un lugar donde se implementaran métodos de pago de fácil uso para beneficio del cliente.
Ambiental	Punto Verde	Según el Ministerio de Turismo (s.f), cada día más empresas del Ecuador están sumándose al compromiso ambiental para participar en la iniciativa del "Punto Verde". El objetivo del proyecto es que cada vez existan más empresas del sector público y privado que empleen nuevas y mejores prácticas con respecto

		al cuidado del medioambiente. El "Punto Verde" es una certificación o reconocimiento que se le otorga a cualquier empresa de producción y servicios que logre demostrar una reducción de la contaminación en sus actividades y procesos.
	Certificado	Para que las empresas obtengan este certificado, deben someterse voluntariamente a un proceso de evaluación con el fin de medir la calidad de las actividades y los procesos que se estén realizando. Es un certificado que implica bastantes beneficios medioambientales, como también para las empresas por el prestigio que se les da como organizaciones reconocidas por su responsabilidad social y ambiental.
	Objetivo	El objetivo, es transmitir que no solo se trata de como organización aplicar prácticas para el cuidado del medioambiente, pero también involucrar a la comunidad a hacer lo mismo dentro del establecimiento y afuera en sus vidas cotidianas. Desde la construcción de tal, a su funcionamiento se tomarán medidas y se utilizarán materiales que sean de bajo impacto al medioambiente.

2.9. Análisis de Competitividad (PORTER)

2.9.1. Rivalidad en el mercado

En el sector de Cumbayá, Tumbaco y Puembo, se encuentran tres establecimientos que se pueden caracterizar como centros de esparcimiento. Donde ofrecen sus espacios para arrendar a diferentes empresas teniendo diferentes enfoques, pero un mismo propósito. Estas son, El Potrero de Lumbisí, La Tejedora y Garden House, los cuáles se convertirían en competidores directos.

Así como las posibles empresas que se podrían incorporar dentro del centro de esparcimiento se puede encontrar a Shantaya Studio Yoga/ Pilates en El Potrero, Flow Hot Yoga en La Tejedora, Fit and Flex y Hundred Pilates, los cuales son locales independientes.

Tabla 3

Análisis de la Competencia

Empresa	Lugar	Paquetes	Precio	Aforo
<i>Competencia Directa</i>				
El Potrero (Shantaya Studio Yoga/Pilates)	Lumbisí, Cumbayá	Mix yoga 4 clases + 4 clases mensual	\$87	20 personas
		Mix ilimitado yoga y pilates mensual	\$97	
		Lunes clase de meditación	Gratis	
Flow Hot Yoga	La Tejedora/ Tumbaco	Clase de yoga dependiendo el tipo de yoga	\$10- \$15	20 personas
		Meditación 45 minutos la clase	\$7	
<i>Competencia Indirecta</i>				
Fit and Flex	Miravalle/ Cumbayá	Mix pilates + trx+ pesas + programa nutricional mensual	\$160	25 personas
		-Pilates+ hidratación facial + cita nutricional mensual	\$165	
Hundred Pilates	Monteserrín / Quito	-Mix pilates y trx ilimitado mensual	\$60	20 personas

2.9.2. Poder de negociación de los compradores

El poder de negociación de los compradores es de nivel medio, ya que todavía no hay una gran cantidad de población viviendo en Puembo, la mayoría se encuentra viviendo en Cumbayá actualmente. Es por eso que muchas personas pueden preferir quedarse por allá y no ir hasta Puembo. Sin embargo, en algunos años puede cambiar ya que Puembo se encuentra en evolución y tiene potencial con el segmento de mercado que el proyecto está enfocado.

Por otro lado, en nivel de los compradores con respecto a los arrendatarios es de nivel medio. Esto se debe que pueden haber muchos centros de ejercicio, psicología y nutrición, pero que sean reconocidos por su eficiencia y que

tengan una afluencia alta no hay tantos. Es por eso que muchos de ellos van a requerir de ciertos parámetros exigentes, pero estar dentro de una comunidad con enfoque a su giro de negocio les beneficia llegando a nuevos mercados y ganando más prestigio.

2.9.3. Poder de negociación de los proveedores

El poder de negociación de los proveedores es de nivel medio, con respecto a la cafetería. Esto se debe a que hay ciertos productos que se requieren que solo hay uno o dos proveedores, pero también hay otros productos que se pueden conseguir en varios lugares.

2.9.4. Nuevos competidores

Debido a esta nueva tendencia de comer saludable y aprender a estar bien de manera física, como mental y emocional, otras quintas podrían aprovechar de sus espacios y ubicación en Puembo y realizar algo similar. Como también lo podrían hacer en lugares más cercano a las ciudades. Es una idea de negocio que se requiere de acomodaciones para la instalación de las empresas, por lo que se puede decir que tiene un costo medio para la creación de un negocio como tal.

Por otro lado, la ventaja del centro de esparcimiento *wellness* que va a ser el primero en Puembo donde la investigación y el tiempo de experiencia no favorece, además de la ubicación, ya que el Chaquiñán tiene acceso directo al lugar. Con esto se puede decir que la entrada de nuevos competidores es media.

2.9.5. Productos Sustitutos

Según Helmut Sy (2019) en la página web Líder, los productos sustitutos, son aquellos que se asemejan a cualquier producto o servicio que satisfaga en su

totalidad o parcialmente las necesidades del cliente. En este caso, los productos sustitutos es que hay personas que hacen ejercicio y comen sano desde casa, existen otros centros que tienen un enfoque específico ya sea físico, mental o emocional donde las personas van por un tema en específico. Aún así a las personas les gusta salir de casa y cambiar de ambiente y rutina, así como facilitarles la vida donde pueden encontrar un lugar que abarque los tres. Es por eso que se puede deducir que los productos sustitutos son del nivel bajo. Por otro lado, El Club Arrayanes que se encuentra en Puembo, se convertiría en un competidor indirecto. Convirtiéndose en un nivel medio, porque así no sean centros de esparcimiento enfocados específicamente en el *wellness*, si cuentan con ciertas actividades similares.

2.10. Matriz de los factores internos y externos (FODA)

Tabla 4

Análisis FODA

<u>Fortalezas</u>	<u>Debilidades</u>
<ol style="list-style-type: none"> Innovación: Primer centro de esparcimiento tipo <i>wellness</i> en Puembo. Infraestructura: Espacio amplio para realizar actividades tanto dentro como afuera, lugar cerrado, seguro y parqueadero. Privacidad: Cada empresa tiene su espacio personal y acceso con facilidad. Salud: Menú de comida saludable hecho por la misma nutricionista del centro. 	<ol style="list-style-type: none"> Distancia: Distancia a Puembo para un gran porcentaje de personas sigue siendo lejos para ir entre semana. Inversión: Alta inversión para la construcción y remodelación para cada local. Organización: Problemas con el número de parqueaderos requeridos, así como molestia del ruido en eventos.
<u>Oportunidades</u>	<u>Amenazas</u>
<ol style="list-style-type: none"> Ubicación: El Chaquiñán se encuentra en el paso. Crecimiento: Puembo tiene mucho potencial a futuro con respecto a negocios de este estilo. Tendencia <i>wellness</i>: Es parcialmente nueva en Quito y se 	<ol style="list-style-type: none"> Pandemias mundiales: que afectan la salud y la vida cotidiana de las personas. Nuevos competidores: en Puembo con lugares similares. Servicios Sustitutos: El Club Arrayanes, que ofrece más

<p>encuentra en bastante crecimiento.</p> <p>4. Clima: Cálido para hacer actividades al aire libre.</p> <p>5. Comunidad: A las empresas les atraer trabajar en comunidad.</p> <p>6. Segmento: Abrir para un potencial segmento, hombres.</p>	<p>opciones y actividades.</p> <p>4. Seguridad: actualmente la seguridad en Puenbo no es tan buena.</p>
---	--

2.11. Propuesta de valor/ ventaja competitivo

La propuesta de valor del centro de esparcimiento *wellness*, es la calidad. Es un modelo de negocio fácil de copiar, pero difícil de mantener la calidad en su servicio.

Se va a brindar un espacio tanto para las empresas como para los clientes donde se pueden relajar y entender la importancia del *wellness* holístico en su totalidad. Es un centro donde todas las empresas se conectan entre sí, para brindarle una experiencia única a la persona. Tiene un enfoque de bienestar no solo de manera física o alimenticia, como se encuentra en la mayoría de lugares, si no que se implementan otras actividades para el bienestar mental y emocional. Se va a caracterizar por las empresas que van a trabajar dentro, dando así un servicio exclusivo y completo. Las empresas van a mantener dentro de sus manuales de comportamiento la personalización de cada persona, ya que se va a ofrecer además consultas nutricionales y de psicología. Logrando que cada persona entienda y se sienta como un mundo completamente único y no juzgado, manteniendo un balance entre todas las actividades.

Por otro lado, cuenta con una cafetería en la que el menú va a ser totalmente creado por la nutricionista deportiva, donde se va a crear un balance de los tipos de platos que se van a ofrecer. Es un valor que se le va a agregar a la cafetería, por lo que las clientes van a poder encontrar la mayoría de alimentos que se les asesoró en la consulta nutricional. Ya que el propósito del centro de esparcimiento es guiar a las personas y no dar una consulta o una clase y dejarlas a la deriva.

Además, se dará a entender de manera general, pero sin dejar de lado, las otras 3 dimensiones del *wellness*. Las cuáles son; medioambiental, social e intelectual. Las personas sin darse cuenta van a aprender a manejarlas de la manera correcta generando un sentimiento de satisfacción y felicidad. Con el fin de no sentirse bien solo al momento de ir al centro, pero en su vida cotidiana.

3. CAPÍTULO III: PLAN DE MARKETING

3.1 Análisis del Mercado

El principal mercado del centro de esparcimiento *wellness* en Puembo, son las mujeres de Quito de entre 20 a 49 años de clase A y B. Que requieren un lugar

fuera de la ciudad con un enfoque al bienestar, para salir de la rutina diaria. Donde se puedan encontrar actividades físicas enfocadas en la relajación, así como un lugar de comida saludable pero rica y tener un valor agregado que puedan asistir a consultas nutricionales y/o psicológicas en el mismo lugar.

3.1.1. Análisis cuantitativo

Después de realizar 81 encuestas, se puede analizar que el segmento de mercado con mayor porcentaje se encuentra en Quito y Cumbayá con el 76,3%, ya que en Puembo se tuvo un alcance solo del 3,7%. En el rango de edades de entre 21 y 42 años con un 69,1%. El 60,5% del mercado ya conocen sobre la tendencia *wellness*, por lo que ya entienden sobre la importancia del bienestar integral con un 97,5%, por otro lado todavía existe un 39,5% que hay que educar.

Dentro del segmento estudiado, el 47% de la población practica yoga y/o meditación y el 32,1% practica otra actividad, siendo un alto indicador que si hay un gran potencial para ser un centro donde a futuro se puede considerar agregar más actividades físicas. Además, que el 47% practica una actividad física entre 1 a 4 veces a la semana.

Para tener una mejor entendimiento sobre las preferencia del mercado con respecto a cuánto pagarían por un paquete mensual que incluya yoga, pilates y meditación ilimitadas más una cita nutricional, el 96,3% estaría dispuesto a pagar entre \$100 a \$139 y el 2,5% entre \$140 a \$179. Donde el 65,4% prefiere hacer éste tipo de actividades afuera, con una diferencia del 34,6% que prefiere adentro. Con esto, se puede deducir que si hay un gran potencial de ofrecer ciertas actividades tanto puertas afuera como puertas adentro aprovechando el buen clima de Puembo.

Por otro lado, con respecto a la cafetería se utilizarán los principales cinco platos que las personas prefieren después de realizar ejercicio para crear menús saludables. Los cuáles son, con un 65,4% tostadas con aguacate y *toppings*, el 59,3% Parfait, el 53,1% Açaí, el 46,9% jugos detox y por último un

37% huevos benedictinos. Donde el 87,7% estarían dispuestas a pagar entre \$3 a \$8,99 por un combo que incluya uno de sus platos preferenciales más una bebida.

Por último, se hizo un análisis si las personas estarían dispuestas a ir a un centro *wellness* ubicado en Puembo solo para mujeres, donde encuentren actividades físicas de relajación y una cafetería saludable en medio de un espacio rodeado de naturaleza. En el que, el 53,1% respondieron que si asistirían a una diferencia de 46,9% que no. Éstos resultados se proyectaron en la respuesta 12 donde las personas describieron por qué si asistirían o no.

Tabla 5

Respuestas encuesta pregunta 12

Respuestas			
Si asistirían (53,1%)		No asistirían (46,9%)	
Razones por las que sí asistirían	Porcentaje	Razones por las que no asistirían	Porcentaje
Afuera de la ciudad	15%	Distancia	39,9%
Asistir los fines de semana	2%	Solo para mujeres	1%
Experiencia/ Bienestar	9%	No es de mi interés	3%
Solo para mujeres	1,1%	Productos Sustitutos/ Club	2%
Ubicación/ nuevo en Puembo	15%	Precio	1%
Llama la atención la idea	8%		
Cafetería de alimentos saludables	3%		

Como resultado de la pregunta doce, se puede analizar que la mayoría de personas si asistirían, ya que les gusta que sea un lugar afuera de la ciudad, con actividades al aire libre, una experiencia de bienestar integral y en Puembo por ser el primer centro de éste estilo allá. Por otro lado, según los datos obtenidos la mayoría de personas no irían a un centro del tipo *wellness* en Puembo por la distancia. Para muchas personas todavía les suena Puembo como un lugar muy lejano a la ciudad, cuando no se dan cuenta que es mucho

más fácil y rápido llegar allá que a otros lugares dentro de la ciudad. Es por eso que, es el principal tema que se debe manejar de educar a las personas de la facilidad y rapidez que es llegar a Puembo.

3.1.2. Análisis cualitativo

Se llevaron a cabo cuatro entrevistas, una de ellas fue a la entrenadora de Hundred Pilates Ana Trujillo y quien ayudó con información sobre lo que es llevar un centro de pilates. La segunda entrevista se la hizo a la nutricionista deportiva Gabriela Vizcaíno, quien ayudó con información sobre la importancia de llevar una alimentación balanceada. La tercera entrevista se hizo a la psicóloga clínica Andrea Sevilla, quien aportó con información acerca de la importancia de la salud mental y emocional de las personas. Por último, se realizó la cuarta entrevista a Agustín Ponce, quien fue el creador y gerente general de Giardinello Caffè Bar, una cafetería que está localizada en La Tejedora, quien ayudó con información de su experiencia trabajando en comunidad con diferentes empresas.

Ana Trujillo mencionó que el pilates tiene infinidad de beneficios para la salud y el bienestar físico de las personas, es por eso de su prestigio y gran demanda. Esto se debe a que el pilates fue creado para prevenir y mejorar lesiones, pero con el tiempo se fue adaptando al mundo *fitness*, ya que afina y mejora el tono muscular del cuerpo, reduce medidas, mejora la flexibilidad y por el bajo impacto puede aliviar lesiones. También comentó, que en el pilates existe una falsa creencia de que es solo para mujeres, pero ella en su centro tiene un 85% mujeres y 15% son hombres deportistas que han visto muchas mejoras en su deporte que con otro tipo de entrenamiento funcional. Finalmente, Ana siendo ya una entrenadora de pilates por aproximadamente 12 años, comenta que la condición física va ligada estrechamente a la condición mental y emocional de una persona. Esto se debe a que el movimiento es salud y bienestar, y la salud y bienestar te hacen sentir como un individuo más completo. (Entrevista completa Anexo # 3).

Posteriormente, se realizó la entrevista a las nutricionista deportiva Gabriela Vizcaíno quien actualmente está haciendo un curso de alimentación consciente

o *mindful eatings*. Ella comenta que, las personas que realizan o no realizan algún deporte la alimentación puede afectar en el estado de ánimo durante todo el día, ya que ésta funciona como un combustible para el cuerpo dando la energía que necesita para funcionar de la manera correcta. Por otro lado, la alimentación adecuada en las personas que practican deporte es sumamente importante, ya que eso va a definir que tan buen desempeño tiene en la actividad que realice. Es importante tener una alimentación personalizada, ya que esto puede evitar riesgos de lesiones, fatiga temprana o no desempeñarse de la manera correcta.

Gabriela se empeña mucho la idea que cada persona es un mundo diferente y que no se puede generalizar, porque lo que le hace bien a una persona a otra le puede hacer daño. Es por eso, la importancia que según el estilo de vida que lleva cada persona es importante tener una consulta con una nutricionista especializada y aprender a mejorar malos hábitos. Además, menciona que las personas no toman éste tema con tanta importancia, siendo posiblemente el núcleo de varios problemas físicos, mentales y/o emocionales. (Entrevista completa Anexo # 4).

La tercera entrevista se realizó a la psicóloga clínica Andrea Sevilla, quien es especializada en psicología educativa y una maestría en arte terapia. Andrea menciona que la salud es algo integrado. Existe una idea en la sociedad de que si el cuerpo físico se ve bien todo el resto está bien, pero eso no es totalmente correcto. Una persona debe trabajar y aprender a sanar emociones y a la mente para poder tener un bienestar mejor e integral. Además que cuando algo internamente está fallando, se prenden síntomas físicos llamados la somatización, es por eso que está comprobado que todo está conectado. Por otro lado, Andrea menciona que ella conoce sobre la sociedad quiteña y que todavía no es muy abierta al tema de terapias psicológicas. Es por eso que ella implementa técnicas que son más lúdicas y prácticas para diferentes personas y edades, como el arte terapia que las personas son mucho más abiertas a expresarse de esa manera. Así dando las dos opciones para las diferentes necesidades de cada individuo. Según sus criterio, la idea de hacer un centro *wellness* con un enfoque holístico, es una idea que rompe con los estigmas a lo

que es visto como salud y bienestar, y puede traer muchos beneficios a las personas sin darse cuenta. (Entrevista completa Anexo # 5).

Por último en la entrevista de Agustín Ponce, mencionó que su experiencia trabajando en La Tejedora en comunidad con más empresas fue positiva. Esto se debe a que, fue el único lugar que les apoyo en su pequeño emprendimiento ya que comenzaron con un triciclo parqueado en el parqueadero. Pero, ya al momento de construir la cafetería en uno de los locales disponibles fueron flexibles con las decisiones. Por lo que, aprovecharon la gran afluencia de clientes de otras empresas que iban allá y paraban en la cafetería, además de los propios empleados que hacían ahí sus reuniones y tomaban un descanso. Es por eso, que se beneficiaron mucho ya que la mayoría de sus clientes eran clientes de otros locales y empleados de las mismas empresas que estaban ahí y había un amplio parqueadero gratis para sus propios clientes. Por otro lado, se podía aprovechar del marketing y publicidad en comunidad, donde todos se beneficiaban.

Si bien es cierto, que fue una buena experiencia, también hubo ciertos desacuerdos con respecto a la administración del lugar. Uno de ellos fue cuando otras empresas hacían eventos grandes que ocupaban todo el parqueadero sin dejar espacio al resto de personas que querían acceder a los otros locales. Según, Agustín sería interesante un centro de esparcimiento *wellness*, principalmente por las personas que viven ahí y un nuevo mercado para enfocarse que puede interesar a otras empresas.

3.1.3. Perfil del cliente

Basándose en los datos obtenidos en la investigación de mercado realizada en el mes de Abril 2020, se determinó los perfiles de clientes para el centro de esparcimiento *wellness* ubicado en Puembo.

El primero segmento de mercado son los clientes, en este caso las mujeres de Quito, de edades entre los 20 y 48 años de clase social A y B. Las mujeres que hacen algún deporte como yoga y pilates, y además tengan interés sobre su

bienestar físico, emocional y mental. Además, que en promedio gasten de entre \$3 a \$12 por un desayuno en una cafetería. Por otro lado, mujeres que vivan en Puembo y puedan asistir entre semana, como también las que viven más lejos y puedan asistir los fines de semana.

El segundo segmento de mercado son los empresarios que van a llevar sus empresas al establecimiento. Siendo específicamente un centro de yoga, pilates y meditación, un consultorio de psicología y nutrición. Éstas van a ser empresas que ya estén posicionadas en el mercado y tengan un cierto prestigio y clientes fijos. Además, que todas tengan un enfoque *wellness* y quieran trabajar en comunidad con el resto de empresas. Además de los clientes de la cafetería, quienes van a ser los clientes que accedan a las otras actividades dentro del centro.

3.2. Imagen Corporativa

3.2.1. Logo

El centro de esparcimiento tiene un isologo el cual es "un elemento de comunicación visual para representar marcas, empresas... el cual se caracteriza por entrelazar de manera indivisible el logo (texto) y un símbolo gráfico" (Significados, 2018).



Figura 3. Logo de la empresa



Figura 4. Logo de la cafetería

3.2.2. Eslogan

"Empieza por ti"

3.2.3. Colores Corporativos

Verde: se escogió el color verde ya que es un color que representa la tranquilidad, la naturaleza, el frescor y la vegetación. Es caracterizado por ser el color de la calma indiferente, ya que no transmite alegría, tristeza o pasión. Además cuando se ve verde, automáticamente se imagina naturaleza y hojas. También representa la fertilidad, cuando algo reverdece incentiva la esperanza de una vida renovada. Un claro ejemplo de lo que se entiende como *wellness*, es por eso que es el color que predomina (Fraticola, 2010).

Azul: el color azul significa salud, confianza, lealtad, la buena reputación y la nobleza. El azul es un color frío, que nos recuerda a la nieve y al hielo y esto aminora el metabolismo aumentando la sensación de calma. Además cuando se ve azul, automáticamente se imagina el cielo (Fraticola, 2010).

Blanco: se escogió el color blanco porque expresa paz, pureza, soleado, feliz, activo, puro e inocente. Además cuando se ve blanco, se piensa en nubes (Fraticola, 2010).

3.3. Producto y Servicio

Tabla 6

Análisis Producto

Visión Estratégicos:	Estrategia:	Objetivo Tácticos	Acciones	Responsable
Generar para el año 2026 posicionamiento en el mercado, fidelizando a nuestros clientes y a las empresas que van a ser parte de nuestra comunidad.	Diferenciación/ Segmentación de Mercado Objetivo Estratégico: Alcanzar la fidelización de cuatro empresas por un periodo de 5 años como mínimo. Así como la fidelización con sus respectivos	Incrementar en un 30% el alcance de nuestro segmento de mercado anualmente por medio de la aplicación de marketing y publicidad en conjunto con todas las empresas incluyendo	Diseñar un plan de redes sociales para atraer a nuestros clientes con imágenes y colores atractivos para la vista basándose en sus gustos y preferencias. Ofrecer beneficios únicos a las empresas, así como su privacidad, seguridad,	Marketing

	clientes.	promociones y beneficios.	prioridad y espacios para realizar actividades adentro y afuera.	
--	-----------	---------------------------	--	--

3.4. Plaza/ Distribución

Tabla 7

Análisis Plaza/ Distribución

Visión Estratégicos	Estrategia:	Objetivo Tácticos	Acciones	Responsable
Generar para el año 2026 posicionamiento en el mercado, fidelizando a nuestros clientes y a las empresas que van a ser parte de nuestra comunidad.	<p>Diferenciación/ Plaza (Productor- Consumidor)</p> <p>Objetivo Estratégico:</p> <p>Crear un huerto en el que la mayoría de productos para la cafetería los produzcamos nosotros.</p> <p>Crear alianzas estratégicas con proveedores de productos específicos para la cafetería.</p>	<p>Mantener el huerto para reducir costos.</p> <p>Hacer contratos a largo plazo con proveedores de productos que sean nuevos y diferentes que atraigan la atención de nuestros clientes.</p>	Se van a crear diferentes actividades en el huerto para que los clientes puedan ver de donde vienen nuestros productos frescos e incentivar a que hagan los suyos propios.	Administrador

3.5. Promoción

Tabla 8

Análisis Promoción

Visión Estratégicos	Estrategia:	Objetivo Tácticos	Acciones	Responsable
Generar para el año 2026	Diferenciación/ (<i>Bellow the line</i>)	Diseñar 5 campañas/	Vamos a diseñar programas de	

<p>posicionamiento en el mercado, fidelizando a nuestros clientes y a las empresas que van a ser parte de nuestra comunidad.</p>	<p>Objetivo Estratégico</p> <p>En los primeros cuatro años desarrollar una cobertura de aproximadamente 20% del mercado.</p>	<p>eventos anuales con el fin de mantener fidelizados a nuestros clientes por medio de descuentos y cortesías a nuestros clientes frecuentes y alcance a nuevos.</p> <p>Es importante que las empresas generen ganancias dentro del centro para que estén satisfechas y que se queden a largo plazo.</p>	<p>fidelización para nuestros segmento de mercado para que así seamos su <i>top of mind</i> y tengamos una alta publicidad positiva por medio de boca a boca.</p> <p>Las redes sociales van a ser nuestro principal medio de comunicación con nuestros clientes donde van a poder enterarse de todos los beneficios, descuentos y promociones. Dentro del centro va a haber una recepción para servicio al cliente personalizada.</p>	<p>Marketing</p>
--	---	--	---	------------------

3.6. Precio

Tabla 9

Análisis Precio

Visión Estratégicos:	Estrategia:	Objetivo Tácticos	Acciones	Responsable
<p>Generar para el año 2026 posicionamiento en el mercado, fidelizando a nuestros clientes y a las empresas que van a ser parte de nuestra comunidad.</p>	<p>Diferenciación/ Precio (Prestigio)</p> <p>Objetivo Estratégico:</p> <p>Recuperar el 100% de la inversión en 5 años.</p>	<p>Crear alianzas estratégicas y contratos a largo plazo con 3 proveedores claves que ofrezcan la mejor calidad de producto.</p> <p>Proveer precios de</p>	<p>Obtener precios de proveedor para que así nuestros costos se reduzcan.</p> <p>Hacer un análisis de cuántos clientes</p>	<p>Administrador</p>

		arrendamiento justos, para que beneficien a las dos partes.	mensualmente tiene cada empresa y con respecto a eso definir el costo de arriendo.	
--	--	---	--	--

3.7. Personal

“Se conoce como personal al conjunto de las personas que trabajan en un mismo organismo, empresa o entidad” (Merino, Pérez, 2010).

Los métodos e incentivos que se aplicaran dentro de la empresa para los empleados son los siguientes:

1. Monetario:

- Se pagarán todos los beneficios de ley.
- Se les dará un bono de \$50 por medio de encuestas de satisfacción o en caso que se cumpla el presupuesto de ventas deseado al mes, dependiendo las diferentes áreas de trabajo.

2. No monetario:

- Se incentivará y motivará a los empleados verbalmente reconociéndoles frente de todos los empleados cuando han hecho un buen trabajo con mención a: servicio al cliente, actitud, comportamiento con el resto del equipo, eficiencia y rapidez en cada área de trabajo y resolver problemas con eficacia.
- Se harán capacitaciones gratis para todos los empleados del establecimiento para que puedan mejorar en su ámbito profesional y personal, ya que el enfoque de bienestar integral va enfocado también para los empleados.

4. CAPÍTULO IV: PLAN OPERATIVO

4.1. Estrategia de Operación

La estrategia de operación a utilizar, se basará en los procesos preestablecidos por la cafetería, la recepción y limpieza.

Los procesos serán:

- Cafetería:
 - El cocinero preparará los diferentes platos recomendados por la nutricionista para tener un menú saludable, por medio de recetas estándar. Esto, ayudará a que se disminuyan los desperdicios, los costos y tener un mejor control de lo que se compra y a qué precio se lo vende.
 - El equipamiento que se utilizará en la cocina es de alta tecnología, así como los de la limpieza y seguridad, lo que permitirá elaborar productos y un servicio de calidad.
 - Se utilizarán procesos de ventas tipo *fast food*, para evitar el contacto directo con los clientes y agilizar el servicio. Además, se implementarán procesos de pago que facilite a las personas pagar con su celular por medio de aplicaciones como *PayPhone*.
- Recepción:
 - Se implementará un sistema avanzado y de fácil uso para la recepción, donde será el núcleo de toda la información unificada de todas las actividades y eventos.

- Centro *Wellness*:
 - Los trabajadores tendrán capacitaciones específicas en sus áreas de trabajo para crecer profesionalmente y además de cómo llevar un estilo de vida saludable para ser más eficientes y activos en el trabajo.
 - Se implementará un diagrama de flujo para garantizar que los procesos se están llevando de manera adecuada.

Cabe resaltar que es un centro de esparcimiento *wellness* que su principal diferenciador es la calidad. En donde las personas van a sentir que lo pagado vale la pena, y se sentirse satisfechos con el servicio ofrecido. Además, van a contar con una cafetería que va a estar a su disposición y garantiza productos de buena calidad y saludables.

4.2. Localización

Estará ubicado en la Línea Férrea 101 y 24 de Mayo- Puembo, Quito.

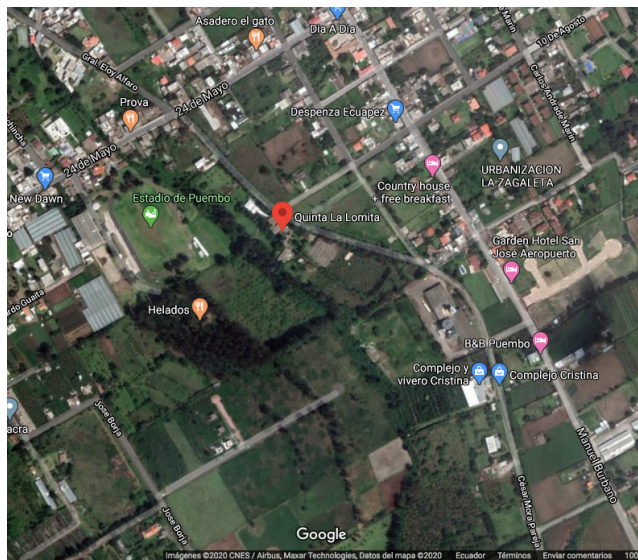


Figura 5. Adaptado de Google Maps- Ubicación Quinta La Lomita

4.3. Capacidad Instalada

4.3.1. Aforo

Debido a la emergencia sanitaria que está ocurriendo a nivel mundial, según el COE (2020), las ciudades en Ecuador dependiendo de su respectivo semáforo se ha autorizado la apertura de ciertos negocios como centros comerciales o restaurante al aire libre con un aforo de:

Aforo 60 puestos, en condiciones normales.

Aforo semáforo amarillo: 30% del aforo total.

Aforo semáforo verde: 50% del aforo total.

Donde 6 de las 10 mesas se encuentra en la parte externa y 4 mesas se encuentran en la parte interna de la cafetería.

4.3.2. Horarios de Operación

Tabla 10

Horarios de Operación por área

Área	Día	Horario
Establecimiento	Lunes a Viernes	05:30- 10:00 y 15:30- 21:00
	Sábado y Domingo	06:30- 16:00
Cafetería	Lunes a Viernes	06:30- 10:30 y 16:00- 20:00
	Sábado y Domingo	06:30- 16:00
Recepción	Lunes a Viernes	05:30- 13:30 y 13:00- 21:00
	Sábado y Domingo	06:30- 16:00
Limpieza	Lunes a Viernes	05:30- 9:30 y 15:30- 19:30
	Sábado y Domingo	05:30- 9:30 y 13:30- 16:00

4.3.3. Horarios de Atención

Tabla 11

Horarios de atención por área

Área	Día	Horario
Establecimiento	Lunes a Viernes	06:00- 10:00 y 16:00- 21:00
	Sábado y Domingo	07:00- 16:00
Cafetería	Lunes a Viernes	07:00- 11:00 y 16:30- 20:00
	Sábado y Domingo	07:00- 16:00
Recepción	Lunes a Viernes	06:00- 13:30 y 14:00- 21:00
	Sábado y Domingo	07:00- 16:00
Limpieza	Lunes a Viernes	05:30- 9:30 y 15:30- 19:30
	Sábado y Domingo	05:30- 9:30 y 13:30- 16:00

4.4. Distribución Espacial y Necesidades de Equipamiento

4.4.1. Distribución Espacial

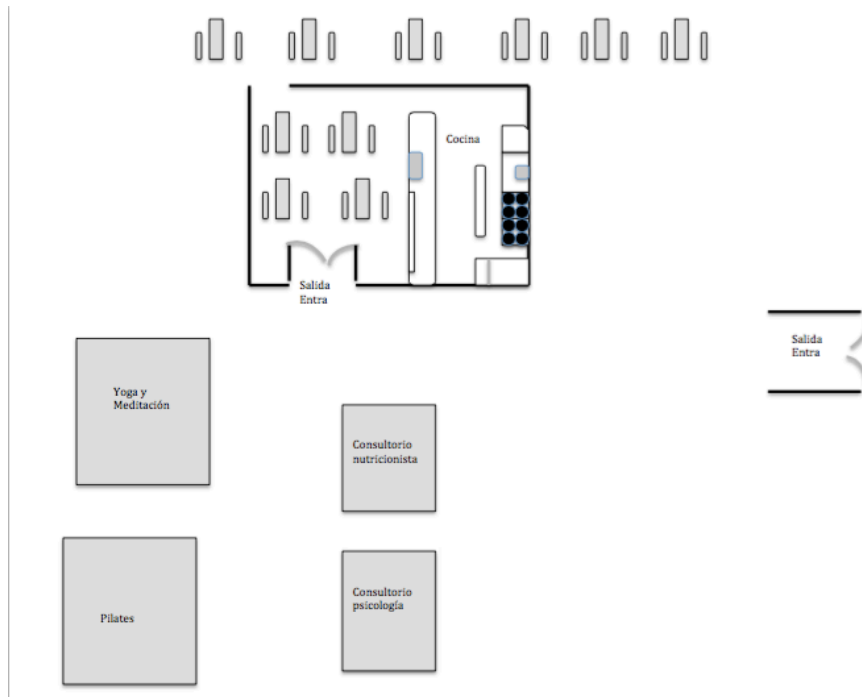


Figura 6. Distribución espacial Centro Wellness

4.4.2. Equipamiento

Dentro de lo que es el equipamiento de cocina, se contará con la cocina que proveerá el establecimiento que ha sido acomodado para el uso de *caterings*. La cocina está equipada con cocina de gas centralizado, refrigerador, congelador y utensilios tales como sartenes, ollas y ciertos utensilios para la elaboración de los productos. El resto de utensilios faltantes se comprarán como parte de la inversión inicial. También, las instalaciones cuentan con el espacio físico acomodado a la producción de alimentos y para ingreso y salida de camiones de proveedores, por lo que existe una ventaja en cuanto a la inversión que se debe realizar.

Por otro lado, las instalaciones cuentan con el espacio necesario y están acomodados para colocar las mesas tanto bajo techo como sin techo. Donde se colocarán mesas de madera, mismas que cuentan con 6 puestos cada una, y las que son para la parte de afuera contarán cada una con su propia sombrilla. En éste espacio se instalará un servicio de música específico para la cafetería, para crear un mejor ambiente. Tanto el menú como los productos saludables que estarán a la venta se reflejarán en la barra en dónde se realizarán los pedidos y las compras.

Con respecto a las instalaciones, el lugar ya cuenta con 4 edificaciones que se deben reacomodar, más no construir desde cero. Con el fin de acomodar a las empresas que vayan a trabajar dentro del centro de esparcimiento *wellness*, El Portón. Por lo que, tanto la recepcionista, como la nutricionista, la psicóloga y las profesoras de pilates, yoga y meditación tienen su propio espacio privado en un lugar cerrado y para realizar actividades afuera. Asimismo, cada una de las edificaciones cuenta con su propio baño y su espacio privado.

4.5. Ciclo de Operaciones/ Diagrama de Flujo de Operaciones

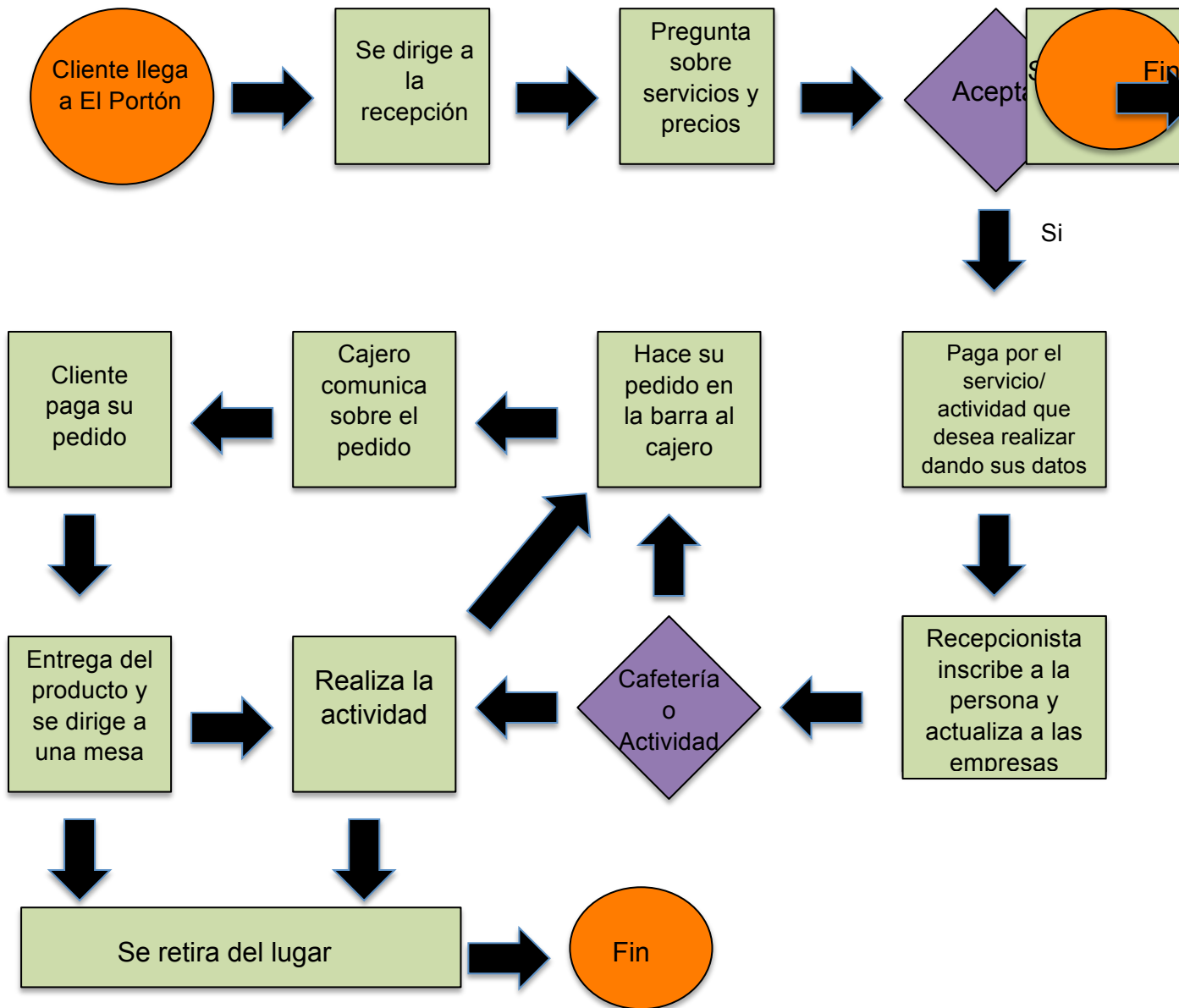


Figura 7. Diagrama de Flujo de Operaciones Centro de Esparcimiento Wellness

4.6. Política de Calidad

El centro de esparcimiento *wellness* El Portón se basará en las ISO9001, las cuáles se enfocan en gestión de los sistemas de calidad. Por lo que, de ésta manera se pueden mejorar los diferentes procesos de producción, manteniendo siempre la mejor calidad para los clientes y un área de trabajo seguro. De manera que, la política de calidad es comprometerse a cumplir con los indicadores de calidad que aseguran calidad en nuestros servicios, así como ofrecer platos con productos frescos y saludables para el bienestar de los clientes. Por otro lado, comprometerse con las empresas arrendatarias a cumplir con los contratos y acuerdos establecidos para trabajar en conjunto con todos.

5.CAPÍTULO V: PLAN FINANCIERO

5.1. Inversión Inicial, estructura de capital

En la siguiente tabla se demostrarán los elementos que fueron analizados para definir la inversión inicial. Los rubros que comprende la tabla son activo fijo, activo diferido, activo de operación y capital de trabajo.

Por otro lado, se analiza el aporte de los accionistas y el préstamos bancario. En el cuál los accionistas aportarán con el 70% de la inversión inicial que equivale a \$33.123.10 y el banco tendrá un aporte del 30% que equivale a \$14.195.61. Dando un total de \$47.318.72 como inversión inicial.

Tabla 12

Inversión Inicial

INVERSIÓN INICIAL		
Rubro	Valor Total	%
ACTIVO FIJO	\$ 11.759,00	24,85%
ACTIVO DIFERIDO	\$ 3.407,60	7,20%
ACTIVO DE OPERACIÓN*	\$ 3.325,00	7,03%
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 28.827,12	60,92%
TOTAL	\$ 47.318,72	100,00%

Tabla 13

Financiamiento

FINANCIAMIENTO		
Rubro	%	Valor Total
Capital propio	70%	\$ 33.123,10
Préstamo bancario	30%	\$ 14.195,61
TOTAL INVERSIÓN INICIAL	100,00%	\$ 47.318,72

5.2. Estructura de costos fijos y variables

Toda empresa contiene costos fijos y variables para poder operar. Los costos fijos son todos aquellos que se deben pagar cada mes sin importar el volumen de producción. Por otro lado, los costos variables son todos aquellos que varían dependiendo el nivel de producción. Demostrando así en la tabla los costos fijos y variables que debe cubrir el centro de esparcimiento *wellness* El Portón.

Tabla 14

Costos Fijos y Variables

COSTO FIJOS		
Talento humano directo (MOD)	\$	18.157,91
Arriendo	\$	18.000,00
Mano de obra indirecta	\$	18.100,07
Reposiciones	\$	1.132,67
Seguros	\$	4.299,84
Mantenimiento	\$	2.149,92
Suministros papelería	\$	1.263,96
Suministros limpieza	\$	957,42
TOTAL FIJOS	\$	64.061,79
COSTO VARIABLES		
Costo materia prima	\$	15.333,60
Agua	\$	360,00
Luz	\$	960,00
Suministros cafetería	\$	674,40
Suministros impresos	\$	1.476,72
Suministros combustible y químicos	\$	798,72
TOTAL VARIABLES	\$	19.603,44
COSTO TOTAL	\$	83.665,23

5.3. Capital de Trabajo

El capital de trabajo son los recursos que la empresa requiere para poder iniciar el negocio y operar. El tiempo que se va a considerar para poder operar es 3 meses. En éste caso se incurrirán en caja chica para la recepción y para la cafetería, alimentos y bebidas, mano de obra directa, gastos indirectos y gastos no distribuidos.

Tabla 15

Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
Rubro	Valor
Caja Chica Recepción	\$ 150,00
Caja Chica Cocina	\$ 150,00
Alimentos y Bebidas	\$ 1.277,80
Mano de obra directa	\$ 1.513,16
Costos Indirectos	\$ 4.181,14
Gastos no distribuidos	\$ 2.336,94
Total Mes	\$ 9.609,04
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 28.827,12

3 meses

5.4. Presupuesto de nómina proyectada a 5 años

El centro de esparcimiento *wellness*, contará con 12 empleados, dentro del talento humano directo (MOD) (1 jefe de cocina, 2 cocineros, 2 cajeros, 2 posilleros), dentro de talento humano indirecto (MOI) (2 personas de limpieza y mantenimiento y 1 persona en marketing y ventas) y dentro de talento humano administrativo (MOA).

El sueldo que se va a pagar es el sectorial, dónde del años 2 al 5 se estima a la inflación en base al promedio de los últimos 7 años.

Tabla 16

Nómina proyectada a 5 años

NÓMINA										
TALENTO HUMANO DIRECTO (MOD)										
Año 1 (2021)										
Cargo	Salario	IESS		Fondos Reserva	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	MOD Unitario	No. Colaborador	TOTAL MOD MES	TOTAL MOD AÑO
		Trabajador	Empleador							
		9,45%	11,15%	8,33%		\$ 418,94				
Jefe de Cocina	\$ 407,10	\$ 38,47	\$ 45,39		\$ 33,93	\$ 34,91	\$ 482,86	1	\$ 482,86	\$ 5.794,29
Cocinero	\$ 202,56	\$ 19,14	\$ 22,59		\$ 16,88	\$ 34,91	\$ 257,80	2	\$ 515,59	\$ 6.187,09
Cajero	\$ 202,16	\$ 19,10	\$ 22,54		\$ 16,85	\$ 34,91	\$ 257,36	2	\$ 514,71	\$ 6.176,53
TOTAL	\$ 811,82	\$ 76,72	\$ 90,52	\$ -	\$ 67,65	\$ 104,74	\$ 998,01	5	\$ 1.513,16	\$ 18.157,91

TALENTO HUMANO INDIRECTO (MOI)										
Año 1 (2021)										
Cargo	Salario	IESS		Fondos Reserva	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	MOI Unitario	No. Colaborador	TOTAL MOI MES	TOTAL MOI AÑO
		Trabajador	Empleador							
		9,45%	11,15%	8,33%		\$ 418,94				
Pocillero	\$ 201,56	\$ 19,05	\$ 22,47		\$ 16,80	\$ 34,91	\$ 256,70	2	\$ 513,39	\$ 6.160,68
Personal limpieza	\$ 201,76	\$ 19,07	\$ 22,50		\$ 16,81	\$ 34,91	\$ 256,92	2	\$ 513,83	\$ 6.165,96
Marketing y Ventas	\$ 405,52	\$ 38,32	\$ 45,22		\$ 33,79	\$ 34,91	\$ 481,12	1	\$ 481,12	\$ 5.773,43
TOTAL	\$ 808,84	\$ 76,44	\$ 90,19	\$ -	\$ 67,40	\$ 104,74	\$ 994,73	5	\$ 1.508,34	\$ 18.100,07

TALENTO HUMANO ADMINISTRATIVO (MOA)

Cargo	Salario	IESS		Fondos Reserva	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	MOA Unitario	No. Colaborador	TOTAL MOA MES	TOTAL MOA AÑO
		Trabajador	Empleador							
		9,45%	11,15%							
Administrador	\$ 407,12	\$ 38,47	\$ 45,39	8,33%	\$ 33,93	\$ 34,91	\$ 482,88	1	\$ 482,88	\$ 5.794,56
Recepcionista	\$ 403,92	\$ 38,17	\$ 45,04		\$ 33,66	\$ 34,91	\$ 479,36	2	\$ 958,72	\$ 11.504,61
TOTAL	\$ 811,04	\$ 76,64	\$ 90,43	\$ -	\$ 67,59	\$ 69,82	\$ 962,24	3	\$ 1.441,60	\$ 17.299,16

5.5. Establecimiento de precios

Con respecto a la cafetería, para establecer los precios que se van a ofrecer dentro de la Cafetería El Portón, se realizaron encuestas donde el mayor porcentaje de personas eligieron sus 5 platos favoritos. En éste caso fue tostadas de aguacate y salmón, parfait, açai bowl, huevos benedictinos y *detox juice*. Dentro de las cuáles se hizo una receta estándar para definir el costo por cada plato, así como de cada menú (*detox juice* + 1 de los cinco platos), precio de venta y ganancia.

Tabla 17

Receta Estándar

RECETA ESTÁNDAR			TIPO RECETA					
NOMBRE PLATO:	Tostadas de Aguacate y Salmón		Básica	Complementaria				
# PORCIONES:	1 porción		X					
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNIDAD	PRECIO TOTAL	PRECIOS DE COMPRA			OBSERVACIÓN
Pan Integral	gr	50	\$ 0,00441	\$ 0,2206	\$ 3,00	Porción 680 gr	680	
Aguacate	gr	20	\$ 0,01500	\$ 0,3000	\$ 3,00	Porción 200 gr	200	
Salmón	gr	15	\$ 0,02000	\$ 0,3000	\$ 8,00	Porción 400 gr	400	
Limón	gr	5	\$ 0,00620	\$ 0,0310	\$ 6,20	Kilogramo	1.000	
Queso Crema	gr	15	\$ 0,01000	\$ 0,1500	\$ 2,50	Gramos	250	
Albahaca	gr	5	\$ 0,00500	\$ 0,0250	\$ 0,50	Porción 100 gr	100	
Aceite	ml	5	\$ 0,00270	\$ 0,0135	\$ 5,40	Frasco 2000 ml	2.000	
Sal	gr	0	\$ 0,01500	\$ -	\$ 1,50	Gramos	100	
Subtotal				\$ 1,0401				
Extras			4%	\$ 0,0416				
COSTO TOTAL MP				\$ 1,0817				
COSTO X PORCIÓN				\$ 1,08				

Tabla 18

Costo Potencial de la carta

COSTO POTENCIAL DE LA CARTA						
PREPARACIÓN	COSTO POR PORCIÓN	PRECIO DE VENTA	% COSTO			
Entradas						
Menú 1	\$ 1,76	\$ 6,30	28,00%	Detox Juice	+	Tostadas de Aguacate y Salmón
Menú 2	\$ 1,43	\$ 4,78	30,00%	Detox Juice	+	Parfait
Menú 3	\$ 2,95	\$ 9,85	30,00%	Detox Juice	+	Açaí Bowl
Menú 4	\$ 2,36	\$ 7,88	30,00%	Detox Juice	+	Huevos Benedictinos
COSTO POTENCIAL CARTA	\$ 8,52	\$ 28,82	29,56%			
Precio promedio menú	\$ 2,13	\$ 7,20	29,56%			

Por otro lado, para definir el costo de arriendo para cada arrendatario se basó en un estudio de mercado de la competencia, así como la distribución espacial. Es por eso que dentro del centro de esparcimiento *wellness* las arrendatarias tendrán que pagar \$10 por metro cuadrado, tomando en cuenta cada año un incremento en la inflación del 3%.

Tabla 19

Pronóstico de Ingresos

PRONÓSTICO DE INGRESOS Y COSTOS DE LOCALES ARRENDADOS							
Detalle	Cantidad	Unidad	INGRESO MENSUAL				
			Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Tarifa base	1,00	m ²	\$ 10,00	\$ 10,30	\$ 10,61	\$ 10,93	\$ 11,26
Local Yoga + Meditación	75,00	m ²	\$ 750,00	\$ 772,50	\$ 795,68	\$ 819,55	\$ 844,13
Local Pilates	70,00	m ²	\$ 700,00	\$ 721,00	\$ 742,63	\$ 764,91	\$ 787,86
Local Psicóloga	50,00	m ²	\$ 500,00	\$ 515,00	\$ 530,45	\$ 546,36	\$ 562,75
Local Nutricionista	50,00	m ²	\$ 500,00	\$ 515,00	\$ 530,45	\$ 546,36	\$ 562,75
TOTAL INGRESOS MES			\$ 2.450,00	\$ 2.523,50	\$ 2.599,21	\$ 2.677,18	\$ 2.757,50
TOTAL INGRESOS AÑO			\$ 29.400,00	\$ 30.282,00	\$ 31.190,46	\$ 32.126,17	\$ 33.089,96
Costo venta arriendo mes			\$ 196,00	\$ 201,88	\$ 207,94	\$ 214,17	\$ 220,60
Costo venta arriendo año			\$ 2.352,00	\$ 2.422,56	\$ 2.495,24	\$ 2.570,09	\$ 2.647,20

5.6. Proyección de ventas a 5 años

Para la proyección de ventas con respecto a la cafetería se basó en el análisis de las entrevistas con respecto a la afluencia de veces que acuden las personas a los centro deportivos.

Tabla 20

Pronóstico Ingresos Cafetería

PRONÓSTICO DE INGRESOS CAFETERÍA					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Rotación	0,25	0,50	0,75	1,00	1,25
Capacidad Máxima	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
Días laborables año	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
Comensales al día	20,00	30,00	45,00	60,00	75,00
Comensales al año	7.200,00	10.800,00	16.200,00	21.600,00	27.000,00
Consumo promedio	\$ 7,20	\$ 7,20	\$ 7,20	\$ 7,20	\$ 7,20
TOTAL INGRESOS	\$ 51.868,29	\$ 77.802,43	\$ 116.703,64	\$ 155.604,86	\$ 194.506,07

Por otro lado, con respecto a las arrendatarias se hizo un análisis basándose en las entrevistas donde menciona cada una el costo de una clase o una consulta y la afluencia que tienen de clientes semanalmente. Es por eso que además de los arriendos mensuales se comisionara el 5% de las ventas totales.

Tabla 21

Pronóstico Ingresos Arriendo

AÑO 1					
Detalle	Cientes día	Cientes mes	Tarifa por persona	Ingresos mensuales	Comisión 5%
Local Yoga + Meditación	20,00	600,00	\$ 8,00	\$ 4.800,00	\$ 240,00
Local Pilates	20,00	600,00	\$ 8,00	\$ 4.800,00	\$ 240,00
Local Psicóloga	4,00	60,00	\$ 40,00	\$ 2.400,00	\$ 120,00
Local Nutricionista	4,00	120,00	\$ 50,00	\$ 6.000,00	\$ 300,00
TOTAL MES				\$ 18.000,00	\$ 900,00

5.7. Estado de situación inicial

Dentro del la situación inicial mismo que cuenta con activos fijo, active diferido, active de operación y el capital de trabajo. Dando un total de \$47.318.72

Tabla 22

Estado de Situación Inicial

INVERSIÓN INICIAL		
Rubro	Valor Total	%
ACTIVO FIJO	\$ 11.759,00	24,85%
ACTIVO DIFERIDO	\$ 3.407,60	7,20%
ACTIVO DE OPERACIÓN*	\$ 3.325,00	7,03%
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 28.827,12	60,92%
TOTAL	\$ 47.318,72	100,00%

5.8. Estado de pérdidas y ganancias a 5 años

Conocido también como estado de resultados, se puede analizar que dentro del primer y segundo año terminará en pérdida, pero a partir del tercer año ya hay una utilidad neta de \$11.037.97. Aquí se puede demostrar los ingresos y utilidades de 5 años.

Tabla 23

Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS Rubro	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
	Valores	Estructura	Valores	Estructura	Valores	Estructura	Valores	Estructura	Valores	Estructura
VENTAS										
Cafetería	\$ 51.868,29	56,34%	\$ 77.802,43	63,43%	\$ 116.703,64	70,63%	\$ 155.604,86	74,81%	\$ 194.506,07	77,51%
Arriendo	\$ 29.400,00	31,93%	\$ 30.282,00	24,69%	\$ 31.190,46	18,88%	\$ 32.126,17	15,45%	\$ 33.089,96	13,19%
Comisiones	\$ 10.800,00	11,73%	\$ 14.572,44	11,88%	\$ 17.339,35	10,49%	\$ 20.259,16	9,74%	\$ 23.338,55	9,30%
TOTAL VENTAS	\$ 92.068,29	100,00%	\$ 122.656,87	100,00%	\$ 165.233,45	100,00%	\$ 207.990,19	100,00%	\$ 250.934,58	100,00%
Costo de Producción										
Materia prima directa	\$ 15.333,60	16,65%	\$ 23.000,40	18,75%	\$ 34.500,60	20,88%	\$ 46.000,80	22,12%	\$ 57.501,00	22,91%
Mano de obra directa	\$ 18.157,91	19,72%	\$ 20.149,04	16,43%	\$ 23.962,40	14,50%	\$ 24.948,94	12,00%	\$ 25.914,14	10,33%
Costo indirectos	\$ 50.173,72	54,50%	\$ 51.678,93	42,13%	\$ 53.229,30	32,21%	\$ 54.826,18	26,36%	\$ 56.470,97	22,50%
Total costos de producción	\$ 83.665,23	90,87%	\$ 94.828,37	77,31%	\$ 111.692,30	67,60%	\$ 125.775,92	60,47%	\$ 139.886,10	55,75%
UTILIDAD BRUTA	\$ 8.403,06	9,13%	\$ 27.828,50	22,69%	\$ 53.541,15	32,40%	\$ 82.214,27	39,53%	\$ 111.048,48	44,25%
Gastos operativos										
Administración	\$ 27.643,23	30,02%	\$ 30.684,02	25,02%	\$ 33.076,45	20,02%	\$ 35.504,44	17,07%	\$ 37.961,36	15,13%
Mercadeo	\$ 400,00	0,43%	\$ 400,00	0,33%	\$ 400,00	0,24%	\$ 400,00	0,19%	\$ 400,00	0,16%
Total gastos operativos	\$ 28.043,23	30,46%	\$ 31.084,02	25,34%	\$ 33.476,45	20,26%	\$ 35.904,44	17,26%	\$ 38.361,36	15,29%
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ (19.640,18)	-21,33%	\$ (3.255,52)	-2,65%	\$ 20.064,71	12,14%	\$ 46.309,83	22,27%	\$ 72.687,12	28,97%
Gastos financieros										
Depreciación y amortización diferidas	\$ 1.845,43	2,00%	\$ 1.476,34	1,20%	\$ 1.107,26	0,67%	\$ 738,17	0,35%	\$ 369,00	0,15%
UTILIDAD ANTES PARTICIPACIÓN TRABAJADORES E IMPUESTO RENTA	\$ (23.794,53)	-25,84%	\$ (7.040,78)	-5,74%	\$ 16.648,53	10,08%	\$ 44.062,73	21,19%	\$ 70.809,12	28,22%
Participación Trabajadores										
UTILIDAD ANTES IMPUESTO RENTA	\$ (3.569,18)	-3,88%	\$ (1.056,12)	-0,86%	\$ 2.497,28	1,51%	\$ 6.609,41	3,18%	\$ 10.621,37	4,23%
Impuesto a la renta										
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$ (4.449,58)	-4,83%	\$ (1.316,63)	-1,07%	\$ 3.113,27	1,88%	\$ 8.239,73	3,96%	\$ 13.241,31	5,28%
	\$ (15.775,77)	-17,13%	\$ (4.668,04)	-3,81%	\$ 11.037,97	6,68%	\$ 29.213,59	14,05%	\$ 46.946,45	18,71%

5.9. Flujo de caja proyectada

El flujo de caja son las salidas y entradas neta de dinero que tiene una empresa proyectada a 5 años. Donde se puede deducir en este caso que el año 1 y 2 de funcionamiento no habrá entrada de dinero a la empresa, si no, a partir del año 3.

Tabla 24

Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA						
Rubro	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS						
Ventas departamentales		\$ 92.068,29	\$ 122.656,87	\$ 165.233,45	\$ 207.990,19	\$ 250.934,58
Capital social	\$ 33.123,10					
Préstamo bancario	\$ 14.195,61					
A. TOTAL INGRESOS	\$ 47.318,72	\$ 92.068,29	\$ 122.656,87	\$ 165.233,45	\$ 207.990,19	\$ 250.934,58
EGRESOS						
Activo Fijo	\$ 11.759,00					
Activo de Operación	\$ 3.325,00					
Activo Diferido	\$ 3.407,60					
Total costos y gastos		\$ 83.665,23	\$ 94.828,37	\$ 111.692,30	\$ 125.775,92	\$ 139.886,10
Total gastos operativos		\$ 28.043,23	\$ 31.084,02	\$ 33.476,45	\$ 35.904,44	\$ 38.361,36
Interés pagado		\$ 1.845,43	\$ 1.476,34	\$ 1.107,26	\$ 738,17	\$ 369,09
Capital pagado		\$ 2.839,12	\$ 2.839,12	\$ 2.839,12	\$ 2.839,12	\$ 2.839,12
B. TOTAL EGRESOS	\$ 18.491,60	\$ 116.393,02	\$ 130.227,85	\$ 149.115,13	\$ 165.257,66	\$ 181.455,67
C. FLUJO EFECTIVO NETO (A-B)	\$ 28.827,12	\$ (24.324,73)	\$ (7.570,98)	\$ 16.118,33	\$ 42.732,53	\$ 69.478,92

5.10. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio se lo puede representar en unidades o en dinero. En caso del centro de esparcimiento *wellness*, se puede definir que para llegar al punto de equilibrio se deben vender 14,296 unidades anuales. Tomando en cuenta que se consideran costos fijos y variables tanto como de la cafetería, cómo del centro *wellness* en general.

Tabla 25

Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	
Descripción	Valor
Punto Equilibrio Unidades	\$ 14.296 pax
Punto Equilibrio Dinero	\$ 102.984,38
Costo Fijo	\$ 64.061,79
Costo Variable	\$ 2,72
Tarifa	\$ 7,20

5.11. Evaluación de rentabilidad mediante VAN y TIR

El VAN (valor actual neto) representa los excedentes de dinero que se obtiene después de que se haya recuperado la inversión y es positiva, por lo que significa que el proyecto es viable. Por otro lado, TIR (tasa interna de retorno) es la rentabilidad de la inversión y se expresa en porcentaje siendo del 13,12%

Tabla 26

VAN y TIR

VAN (VALOR ACTUAL NETO)			
Año	Ingresos	Egresos	FLUJO EFECTIVO NETO
Año 1	\$ 93.508,29	\$ 116.393,02	\$ (22.884,73)
Año 2	\$ 122.656,87	\$ 130.227,85	\$ (7.570,98)
Año 3	\$ 165.233,45	\$ 149.115,13	\$ 16.118,33
Año 4	\$ 207.990,19	\$ 165.257,66	\$ 42.732,53
Año 5	\$ 250.934,58	\$ 181.455,67	\$ 69.478,92
TOTAL	\$ 840.323,38	\$ 742.449,32	
<i>d (tasa descuento)</i>		13,00%	
<i>I₀ (Inversión Inicial)</i>		\$ (47.318,72)	
VNA	\$ 48.908,68		
VAN	\$ 1.589,96		Aceptar Proyecto

TIR (TASA INTERNA DE RETORNO)			
Año	Ingresos	Egresos	FLUJO EFECTIVO NETO
Año 0			\$ (47.318,72)
Año 1	\$ 93.508,29	\$ 116.393,02	\$ (22.884,73)
Año 2	\$ 122.656,87	\$ 130.227,85	\$ (7.570,98)
Año 3	\$ 165.233,45	\$ 149.115,13	\$ 16.118,33
Año 4	\$ 207.990,19	\$ 165.257,66	\$ 42.732,53
Año 5	\$ 250.934,58	\$ 181.455,67	\$ 69.478,92
TOTAL	\$ 840.323	\$ 742.449	
<i>d (tasa descuento)</i>		13,00%	
TIR	13,62%		Aceptar Proyecto

6. CONCLUSIONES

Para concluir, se pudo analizar que hay una gran aceptación de la idea del negocio con respecto a los resultados de las entrevistas. Sin embargo, Puembo, así sea un sector que tiene gran potencial de crecimiento sigue siendo un destino alejado para muchas personas. Es por eso que como recomendación se quiere analizar nuevos segmentos de mercado y considerar la opción de abrir el centro de esparcimiento *wellness* El Portón para hombres también. Esto se debe a que, muchas personas en sus respuesta así cómo las arrendatarias prefieren que sea un mercado mixto, y no solo para mujeres.

Por otro lado, se hará un nuevo proyecto donde se divida la investigación de la cafetería con la investigación de los arriendos. Ya que se pueden dividir en diferentes enfoques o mercados. Proponiendo que la cafetería esté abierta al público favoreciendo la ubicación por El Chaquiñan, mientras que las clases ya sea de yoga y meditación, pilates, nutrición y psicología sean exclusivas.

REFERENCIAS

- ABC. (2018). *www.abc.es*. Obtenido de http://www.abc.es/familia/vida-sana/abc-pilates-consiste-y-cuales-beneficios-201811050306_noticia.html
- Contreras, C. (28 de 02 de 2017). *Tendencias Wellness 2017: Calidad de vida total*. Obtenido de <http://www.estrategiaynegocios.net/lasclavesdeldia/1048532-330/tendencias-wellness-2017-calidad-de-vida-total>
- Institute, G. W. (2018). *Global Wellness Institute*. Obtenido de <http://globalwellnessinstitute.org/press-room/press-releases/wellness-now-a-4-2-trillion-global-industry/>
- Global Wellness Institute. (2018). *Wellness Now a \$4.2 Trillion Global Industry-with 12.8% Growth from 2015-2017*. Obtenido de <https://globalwellnessinstitute.org/press-room/press-release/wellness-now-a-4-2-trillion-global-industry/>
- INEC. (2020). *Contador Poblacional*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas/>
- INEC. (12 de 2011). *Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico*. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec//documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Encuesta_Estratificacion_Nivel_Socioeconomico/111220_NSE_Presentacion.pdf
- INEC. (2010). Obtenido de Resultados del Censo 2010 de población y vivienda en el Ecuador: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manualateral/Resultados-provinciales/pichincha.pdf>
- WordPress. (04 de 04 de 2012). *Metodología de la Investigación UNIVIA*. Obtenido de <https://metodologiainvestigacionunivia.wordpress.com/2012/04/04/1-importancia-de-la-encuesta/>
- Deporte, M. d. (2012). *El Deporte en Cifras*. Obtenido de http://aplicativos.deporte.gob.ec/Observatorio/images/Deporte%20en%20Cifras/DEPORTE_EN_CIFRAS%202012.pdf
- Mujer, P. S. (12 de 05 de 2011). *Alcanza tu bienestar holístico*. Obtenido de <https://plenilunia.com/vida-sana/prevencion/alcanza-tu-bienestar-holistico/13721/?cn-reloaded=1>

- Posso, M. (2013). *Proyectos, Tesis y Marco Lógico Planes e Informes de Investigación*. Quito, Ecuador: Noción Imprenta.
- Rodero, A. (10 de 07 de 2017). *Wellness ¿en qué consiste?* Obtenido de <http://roderismo.com/wellness-bienestar-fisico-mental/>
- Sampieri, R. H. (2018). *Metodología de la Investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Ciudad de México, México: McGraw- Hill Education.
- Arturo, T. (s.f). *¿Qué es el wellness? El nuevo bienestar mental y físico* . Obtenido de <https://psicologiaymente.com/vida/wellness-bienestar-fisico-mental>
- UJAEN. (s.f). *La entrevista en investigación cualitativa*. Obtenido de http://www.ujaen.es/investiga/tics_tfg/pdf/cualitativa/recogida_datos/recogida_entrevista.pdf
- Vera, L. (2008). *La investigación cualitativa*. Obtenido de <http://ponce.inter.edu/cai/Comite-investigacion/investigacion-cualitativa.html>
- Yoga Yogui. (2020). *Beneficios del Yoga*. Obtenido de <https://www.yogayogui.com/beneficios-del-yoga/>
- Dunn, H. L. (1961). *High Level Wellness*. Arlington, Virginia: R.W. BEATTY, LTD.
- Enciclopediasalud. (2016). *Definición de Wellness*. Obtenido de <https://enciclopediasalud.com/dfiniciones/wellness>.
- Cavanah, C., Ellis, S., Lo, J., MCGroarty, B., Powel, L., & Walsh, L. (2019). *2019 Global Wellness Trends Report*. (G. W. Summit, Ed.) Obtenido de https://www.askfood.eu/tools/forecast/wp-content/uploads/2019/08/2019GlobalWellnessTrendsReport_GWS_022019.pdf
- Griffiths, D. (s.f). *What Will Well-being Look like in 2020*. Obtenido de <https://www.corporatewellnessmagazine.com/article/wellbeing-in-2020>
- Lolas, M., Quzada, A., & Martin, D. (2007). *Prioridades en salud y salud intercultural*. Chile: CIEB.
- Mikhailova, M. (2017). *Los 3 cuerpos que tienes: físico, emocional y mental*. Obtenido de <https://mariamikhailova.com/2017/11/24/los-3-cuerpos-que-tienes-fisico-emocional-y-mental/>

- Belando, N., Moreno- Murcia, J., & Torregrosa, D. (2014). Predicción de la Satisfacción con la vida en practicantes de ejercicio físico saludable. . *Cuadernos de Psicología del Deporte* , Vol. 14, pp. 122- 177.
- Enciclopediasalud. (2006). *Evolución del ejercicio físico en la sociedad moderna*. Obtenido de <http://www.enciclopediasalud.com/categorias/deporte/articulos/evolucion-del-ejercicio-fisico-en-la-sociedad-moderna>
- Montonya, J., Araya, G., & Salazar, W. (2007). Efecto agudo del yoga y de la danza aeróbica sobre el estado de ánimo y funcionamiento cognitivo en hombres y mujeres. *Ciencias del Ejercicio y la Salud* , vol. 5 (num. 1), pp. 41- 46.
- González- Gálvez, N., & P, S. d. (11 de 2012). *Unidad didáctica para educación física "pilates, relajación y respiración": currículo, bjetivos y contenidos*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/262179566_UNIDAD_DIDACTICA_PARA_EDUCACION_FISICA_PILATES_RELAJACION_Y_RESPIRACION_CURRICULO_OBJTIVOS_Y_CONTENIDOS
- Alimerka. (2015). *Beneficios de llevar una alimentación saludable* . Obtenido de <https://www.lacocinadealimerka.com/web/index.php/nutricion/beneficios-de-llevar-una-alimentacion-saludable>
- Hernández, L. (2019). La meditación y el mindfulness. En L. Hernández, *La cinta invisible 5 hábitos para romperla* (págs. pp. 112- 114). Quito, Ecuador: FLAP.
- García, J. (s.f). *Los 10 beneficios psicológicos de practicar ejercicio físico* . Obtenido de <https://psicologiaymente.com/deporte/10-beneficios-psicologicos-practicar-ejercicio>
- Ramos, M. (09 de 03 de 2012). *Wellness, una filosofía de vida*. Obtenido de <https://www.hsnstore.com/blog/wellness-una-filosofia-de-vida/>
- Fernández, C. (30 de 12 de 2017). *¿Qué es el fitness emocional y cómo puede ayudarnos en nuestro plan de vida?* Obtenido de <https://www.ticbeat.com/salud/que-es-el-fitness-emocional-y-como-puede-ayudarnos-en-nuestro-plan-de-vida/>
- Thefreedictionary. (2016). *Esparcimeinto* . Obtenido de <http://es.thefreedictionary.com/esparcimiento>

- Veintimilla, A. (27 de 06 de 2016). *Un espacio para lo sano en los menús*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/sabores/espacio-sano-menus.ciudad.nutricion.html>
- Castro, P. (04 de 12 de 2018). *Pilates como negocio rentable: 3 de cada 5 centros son rentables*. Obtenido de <https://bewe.io/blog/pilates-negocio-rentable-3-de-cada-5-centros-son-rentables/>
- Usfq. (s.f). *Enfoque*. Obtenido de Enfermedad del siglo XXI una enfermedad cosmopolita:
https://usfq.edu.ec/publicaciones/enfoque/Documentos/enfoque_020.pdf
- Infobae. (02 de 04 de 2007). *La clase alta marca la tendencia del consumo* . Obtenido de <https://www.infobae.com/2007/04/02/309351-la-clase-alta-marca-la-tendencia-del-consumo/>
- Saldaña, M. (24 de 09 de 2015). *Índice*. Obtenido de 7 razones para practicar yoga al aire libre: <https://www.indicepr.com/columnistas/2015/09/24/style/49645/7-razones-para-practicar-yoga-al-aire-libre/>
- Cabanilla, E. (2011). *Tendencias de consumo de alimentos y bebidas en Cumbayá, Tumbaco*.
- Salud, E. (16 de 07 de 2016). *Enciclopedia Salud*. Obtenido de Definición de Bienestar: <https://www.encyclopediasalud.com/definiciones/bienestar>
- Salud, Organización Panamericana de la. (2018). *Preguntas y respuestas sobre alimentación saludable*. Obtenido de https://www.paho.org/ecu/index.php?option=com_docman&view=download&alias=628-preguntas-y-respuestas-sobre-alimentacion&category_slug=documentos-2016&Itemid=599
- Desarrollo, Secretaria Nacional de Planificación y. (2017). *Plan Nacional de Desarrollo 2017- 2021 Toda una Vida*. Obtenido de https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf
- Lexico. (s.f). *Esparcimiento* . Obtenido de <https://www.lexico.com/es/definicion/esparcimiento>
- Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas. (05 de 10 de 2018). *Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas*. Obtenido de https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2018/11/Reglamento-de-alimentos-y-bebidas_OCTUBRE.pdf

Pérez, J; Merino, M. (2016). *Definición de Cafetería*. Obtenido de <https://definicion.de/cafeteria/>

Varela, R. (2017). *Plan de Negocio* . Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/plan-de-negocio>

ANEXOS

a. ANEXO #1: Solicitud de Registro para Recreación, Diversión Esparcimiento Centros de Convenciones Quito:

TURISMO
quito. gob. ec

No DE TICKET: _____
SOLICITUD DE REGISTRO TURÍSTICO

**ACTIVIDADES ECONÓMICAS DE ALOJAMIENTO, ALIMENTOS Y BEBIDAS, RECREACIÓN DIVERSIÓN Y
ESPARCIMIENTO, CENTRO DE CONVENCIONES**

Fecha:			
Yo, _____, en calidad de representante legal, solicito a la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, de conformidad con las disposiciones legales vigentes, clasificar, tipificar y registrar al establecimiento turístico, cuyas características son las siguientes:			
Razón Social:			
Nombre del establecimiento:			
Registro Único de Contribuyentes:		Local #:	
Trámite de licenciamiento (LUAE)			
UBICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO			
Adm. Zonal:	Parroquia:		
Calle Principal:	N°:		
Calle Transversal:	Referencias:		
Teléfono:	Email:		
Página web:	Celular:		
Horario de atención:			
CROQUIS			
ACTIVIDAD TURÍSTICA			
Alojamiento	Alimentos y Bebidas		
Recreación, diversión y esparcimiento, parques de atracciones estables (discotecas, salas de recepciones y banquetes, pistas de patinaje, termas y balnearios, centros de recreación turística)	Centros de convenciones, organizadoras de eventos, congresos y convenciones		
DECLARACIÓN JURAMENTADA			
Yo, _____, por mis propios derechos como Representante Legal o Propietario del establecimiento, identificado líneas arriba, solicito que la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico -"Quito Turismo"- proceda con las actualizaciones solicitadas y/o de ser el caso con la inspección concerniente al cumplimiento de normativa turística vigente. Declaro que la información aquí proporcionada es verídica y me comprometo acatar fielmente las disposiciones correspondientes a la normativa metropolitana y nacional vigentes.			
Firma) _____ Representante Legal o Propietario del Establecimiento C.I. / Pasaporte No. _____			

Pasaje Oe30 Río Amazonas N51-20 y Calle N508 (Antiguo Aeropuerto) - PBX: 299 3300 www.quito-turismo.gob.ec

TURISMO
quito. gob. ec

No DE TICKET: _____
SOLICITUD DE REGISTRO TURÍSTICO

**ACTIVIDADES ECONÓMICAS DE ALOJAMIENTO, ALIMENTOS Y BEBIDAS, RECREACIÓN DIVERSIÓN Y
ESPARCIMIENTO, CENTRO DE CONVENCIONES**

Fecha:			
Yo, _____, en calidad de representante legal, solicito a la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, de conformidad con las disposiciones legales vigentes, clasificar, tipificar y registrar al establecimiento turístico, cuyas características son las siguientes:			
Razón Social:			
Nombre del establecimiento:			
Registro Único de Contribuyentes:		Local #:	
Trámite de licenciamiento (LUAE)			
UBICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO			
Adm. Zonal:	Parroquia:		
Calle Principal:	N°:		
Calle Transversal:	Referencias:		
Teléfono:	Email:		
Página web:	Celular:		
Horario de atención:			
CROQUIS			
ACTIVIDAD TURÍSTICA			
Alojamiento	Alimentos y Bebidas		
Recreación, diversión y esparcimiento, parques de atracciones estables (discotecas, salas de recepciones y banquetes, pistas de patinaje, termas y balnearios, centros de recreación turística)	Centros de convenciones, organizadoras de eventos, congresos y convenciones		
DECLARACIÓN JURAMENTADA			
Yo, _____, por mis propios derechos como Representante Legal o Propietario del establecimiento, identificado líneas arriba, solicito que la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico -"Quito Turismo"- proceda con las actualizaciones solicitadas y/o de ser el caso con la inspección concerniente al cumplimiento de normativa turística vigente. Declaro que la información aquí proporcionada es verídica y me comprometo acatar fielmente las disposiciones correspondientes a la normativa metropolitana y nacional vigentes.			
Firma) _____ Representante Legal o Propietario del Establecimiento C.I. / Pasaporte No. _____			

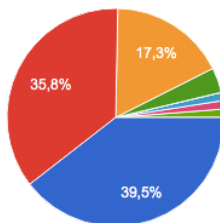
Pasaje Oe30 Río Amazonas N51-20 y Calle N508 (Antiguo Aeropuerto) - PBX: 299 3300 www.quito-turismo.gob.ec

b. ANEXO #2: Encuestas para la creación de un Centro de Esparcimiento *Wellness*

ENCUESTA SOBRE LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ESPARCIMIENTO *WELLNESS* EN PUEMBO CON ENFOQUE HOLÍSTICO.

1. ¿En qué sector vive?

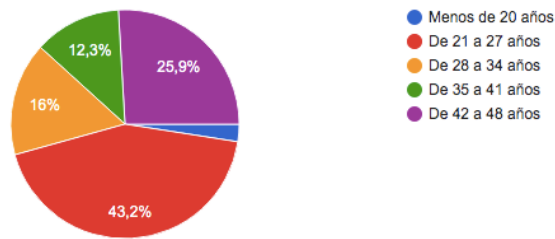
81 respuestas



- Quito
- Cumbayá
- Tumbaco
- Puembo
- Pífo
- Pomasqui
- Los Chillós
- Latacunga

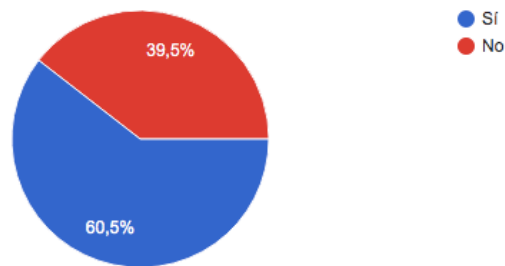
2. Rango de edad

81 respuestas



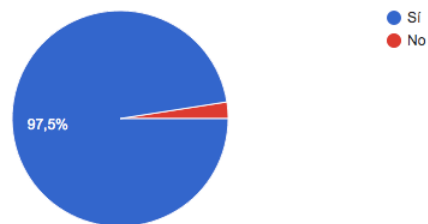
3. ¿Conoce usted sobre la tendencia Wellness?

81 respuestas



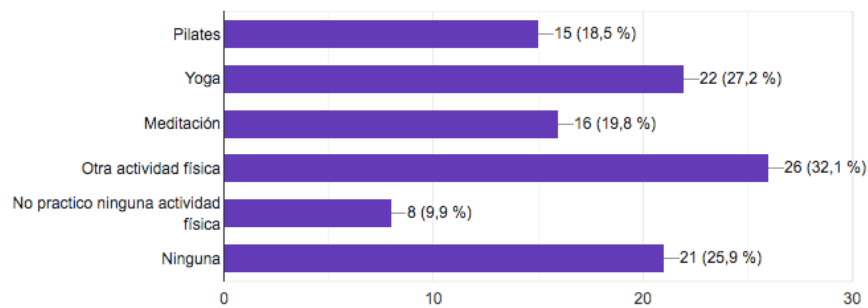
4. ¿Considera que la salud física es tan importante como la salud mental y emocional?

81 respuestas



5. ¿Practica alguna de las siguientes actividades? (Se puede elegir más de una)

81 respuestas



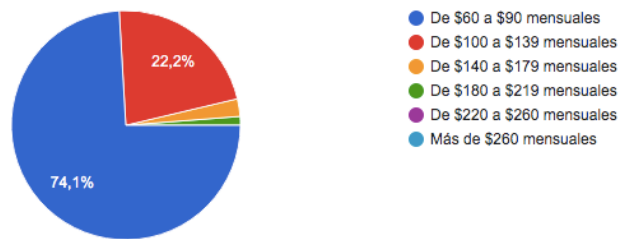
6. Si su respuesta es SI a alguna de esas actividades ¿Cuántas veces a la semana asiste a centros donde ofrecen estas actividades?

81 respuestas



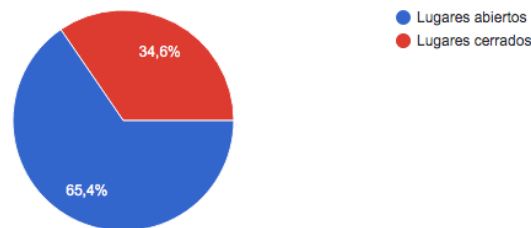
7. ¿Cuánto estaría dispuesta a pagar por un paquete mensual que le incluyan las tres actividades (yoga, pilates y meditación) ilimitadas + una cita nutricional?

81 respuestas



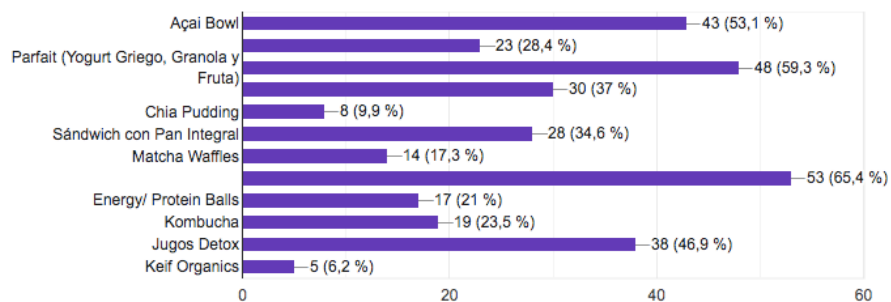
8. Prefiere hacer éstas actividades físicas en:

81 respuestas



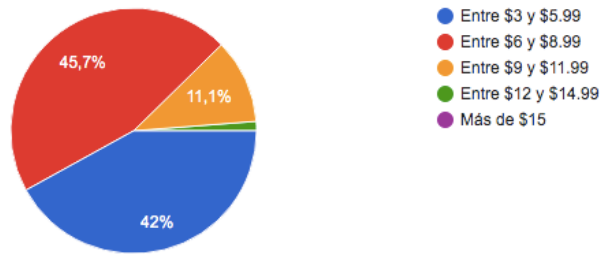
9. Dentro de un menú de comida saludable ¿qué alimentos son de su preferencia después de hacer actividad física? (Se puede elegir más de una)

81 respuestas



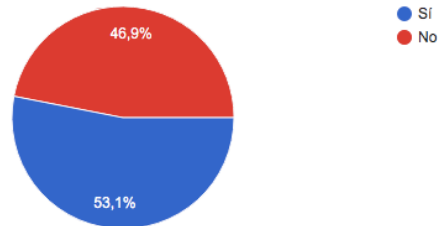
10. ¿Cuánto estaría dispuesta a pagar por uno de sus platos preferenciales incluyendo bebida?

81 respuestas



11. ¿Estaría dispuesta a asistir a un centro wellness ubicado en Puenbo solo para mujeres, donde encuentre actividades físicas de relajación y una cafetería saludable en medio de un espacio rodeado de naturaleza?

81 respuestas



12. Si su respuesta a la anterior pregunta es SI o NO mencionar ¿por qué lo haría o por qué no lo haría?

79 respuestas

Muy lejos
Distancia
Me encanta que sea afuera de la ciudad, pero iría los fines de semana que tengo más tiempo.
Necesario mantener en equilibrio mente y cuerpo bajo dirección ambientó profesional
Porque le parece interesante tener un lugar de solo mujeres y que sea el out to de encuentro para hacer ejercicio y comer saludable
Si iría por qué no existe un lugar así en Puenbo
Seleccione si
Por distancia y sobretodo no me gusta que sea solo mujeres y tampoco que todo sea tan wellness y saludable. Me suena un poco sectorio.

Puembo es lejos de donde residio y donde trabajo.

Muy lejos

Aunque me queda un poco lejos, me llama mucho la atencion

No es de mi interés

Ubicación

Me encantaría! Pero me queda lejos

me queda a nada de mi casa, vivo en la sola chica y no hay NADA cerca.

Porque no importa que tan lejos esté si la clase es excelente voy

Por la distacia

Está cerca al sector donde vivo y es un espacio abierto de relajación vale la pena pero solo en fines de semana que hay más tiempo

seria una experiencia de relajación y buena para mi

Es muy lejos para ir más de una vez a la semana, en especial entre semana

Los centros a donde voy a realizar mis ejercicios son más cercanos a mi casa, es por tema de tiempo unicamente

Por ser un espacio abierto y porque cuenta con servicios complementarios adecuados a la actividad que se está realizando

Por vivo en Quito

Muy lejos de Quito

No lo haría porque vivo en quito y me quedaría muy lejos. Además soy socia de un club que me queda mucho más cerca y tiene igual o más opciones de ejércitos, alimentos. Si viviría en cumbaya/Puembo me parecería una buena idea

Por la distancia

Me parece una opción increíble

Distiancia

Porque me parece una chevere iniciativa

No hay lugares abiertos en lo alrededores que ofrezcan estas actividades, sobre todo después de la cuarentena todos queremos hacer actividades al aire libre.

Porque vivo en puembo y me encantaría tener un lugar así cerca de mi casa, ya que no hay casi ninguno

Si es Puembo pero cerca de la Cerámica, sí, no Puembo muy metido.

Porque la naturaleza aporta de manera positiva a las personas y la mezcla de la naturaleza con las actividades que se plantean es muy buena. Puembo se encuentra relativamente cerca de Quito y es factible hacer el viaje

Me queda muy lejos...

Ok

Deley, pero el precio más bajo esta muy caro.. Hay programas que cuestas 20 al mes

Me encanta la idea pero me parece lejos!!

Me parece el lugar ideal para hacer estas actividades, amigos jardines verdes, poder respirar aire puro, relajarse y socializar.

Es muy lejos para ir todos los días.

Porque soy socio de un club y voy allá todos los días

Ubicación no favorece

Prefiero algo cerca de mi domicilio.

Me interesa

Por distancia

Puedo hacerlo al aire libre con buen clima

si me gustaría ir pero Puembo es un poco lejos, pero me gusta un montón la idea! en especial la parte de la naturaleza y tener una cafetería con alimentos saludables

Viví Quito, muy lejos.....

Me queda cerca del trabajo y es una buena opción para el lugar ya que no hay ningún espacio similar a la propuesta en el sector

No

Me gusta la idea de tener un sitio para despejar la mente relativamente lejos de la ciudad. Tomar en cuenta horarios

Porque a mí no me gusta ir a gimnasios. Prefiero caminar al aire libre

Porque me queda lejos

Se me complica llegar hasta alla

Me parece una buena alternativa para lograr tener una vida mas activa

Muy lejos para los que vivimos en quito

Yo soy psicóloga clínica y entrenadora personal de entrenamiento funcional y pilates, por lo cual valoro mucho este tipo de espacios y oportunidades para que las personas puedan trabajar en su bienestar físico y emocional. Si se lleva a cabo el proyecto y necesitan personal para los distintos servicios me parece una iniciativa lindísima, muy importante y me encantaría ser parte. Por si acaso les dejo mi contacto 0995817977, mi nombre es Paula.

Es difícil encontrar un rico lugar para relajarse

Porque le dedico gran parte de mi vida a mi bienestar mental y físico

No porque me queda muy lejos de mi casa y de mi trabajo.

Me parece una excelente iniciativa

Me encanta hacer ejercicio

Queda muy lejos de mi casa y no cuento con carro propio para movilizarme

NA

Me encantan los lugares abiertos, naturaleza y más aún si es para realizar las actividades que me gustan y comer saludable

No hay lugares así en Puembo

Si está bien preparado me gustaría ir allá

Me quedaría muy lejos

Sería divertido cerca de casa

c. ANEXO #3: Entrevista a Ana Trujillo

ENTREVISTA A LA ENTRENADORA: ANA TRUJILLO

1. ¿Cuál es tu nombre y a qué te dedicas?
 - Ana Trujillo, entrenadora en pilates y *cycling indoor*.
2. ¿Cuánto tiempo tienes como entrenadora de pilates?
 - 12 años aproximadamente.
3. ¿Qué se requiere para ser entrenadora de pilates o yoga?
 - Infinitas horas de práctica, querer enseñar, estar en constante aprendizaje personal para mejorar técnicas y a su vez llevar esas técnicas enseñanzas y mejoras a tus alumnos, mucho amor a lo que hagas y mucha paciencia.
4. ¿Qué beneficios tiene el pilates en las personas?
 - Son infinitas los beneficios que tiene el pilates para la salud y el bienestar físico, comenzando porque el pilates fue creado para prevenir y mejorar lesiones de espalda.
 - Con el tiempo fue adaptado también al mundo *fitness* ya que el pilates afina y mejora el tono muscular del cuerpo, reduce medidas y mejora la flexibilidad, además por ser de bajo impacto puede ayudar a aliviar lesiones.

5. ¿Hundred Pilates es tu empresa? Si es tuya ¿cómo inició la idea de crearlo?
 - Hundred antes era Fit & Flex y pertenecía a Mónica Crespo y Daniela Iturralde, por sus horarios y su vida en Cumbayá no les quedaba mucho tiempo para estar al tanto del negocio, por lo que me ofrecieron venderlo.
 - Luego yo fui modificando y creando mi propia marca y mi método de impartir clases. Es 100% un estudio de pilates ya llevamos un poco más de dos años funcionando con este nombre.
6. Si podrías ponerlo en un porcentaje ¿cuál sería el porcentaje de mujeres que asisten a clases de pilates en comparación a hombres?
 - Hay una falsa creencia de que el pilates es solo para la mujer, tengo un 85% mujeres y 15% hombres, este 15% que tengo son felices, algunos deportistas que han visto muchas más mejoras en su deporte que con otro tipo de entrenamiento funcional.
7. ¿Qué tipo de permisos se necesitan para poder abrir un estudio de yoga o de pilates?
 - Crear una marca, registrarla, sacar permisos, patente e inscribirla en el SRI, la verdad en todo esto me ayudaron.
8. ¿Cuál es el sueldo promedio de un entrenador?
 - Un entrenador según el *gym* puede ganar entre \$10 y \$15 la hora.
9. ¿Cuál es el costo mensual de una clase de pilates de manera presencial y virtual?
 - En Hundred tenemos diferentes membresías mensuales, tenemos 2 clases por semana en 65\$, 3 clases por semana en 75 y el ilimitado en 85. Aparte siempre tratamos de sacar promociones personales y grupales, nuestra clase cuesta 9,5 \$ y no tenemos costo de inscripción.
10. ¿De qué manera pagan más los estudiantes? ¿Por clases o mensualmente? Y ¿Cuál es la forma de pago más común?
 - Paquetes mensuales y el pago más común es por transferencia.
11. ¿Crees que las personas deben estar sanas tanto en lo físico como lo mental y emocional?
 - Me parece que la condición física va ligada estrechamente a la condición mental y emocional de una persona, el movimiento es salud y bienestar, y la salud y el bienestar te hacen sentirte un individuo más completo.
12. ¿Qué tipo de alimentos recomiendas a tus alumnas comer antes y después de una clase de pilates?
 - Antes le recomiendo comerse una fruta y una ración de carbohidratos, algunas personas funcionan con una fruta solamente, es dependiendo de cada quién.
 - Lo que si les recomiendo siempre es asistir a un nutricionista porque cada cuerpo es un mundo y todos necesitamos diferentes ingestas calóricas según nuestras actividades y metabolismo.

- Después de clases le recomiendo recuperar músculos con proteína pero, dependiendo la hora a la que vayan al *gym* serían los otros tipos de alimentos para acompañar a esta proteína.

d. ANEXO #4: Entrevista a Gabriela Vizcaíno

ENTREVISTA CON LA NUTRICIONISTA DEPORTIVA: GABRIELA VIZCAÍNO

1. ¿Cuál es su nombre y su formación profesional?
 - Mi nombre es Gabriela Vizcaíno, soy nutricionista humana y estude en La Universidad San Francisco.
 - Estoy haciendo ahorita una especialización en nutrición deportiva, además estoy haciendo un curso en alimentación consciente o *mindful eating*.
 - Me encanta toda la parte que tenga ver con metabolismo o intestino, sobre todo con todas las enfermedades que tengan que ver con el intestino de la mujer.
2. ¿Qué tan importante es la alimentación en los que practican algún deporte?
 - La alimentación en las personas que practican un deporte es sumamente importante ya que eso va definir que tan buen desempeño puedes tener dentro de la actividad física que vayas a realizar.
 - En cualquier tipo de actividad física siempre es necesario tener una alimentación personalizada ya que sin eso puede haber riesgo de lesiones, fatiga temprana o no desempeñarte en la manera correcta. Como podrías hacerlo si es que va acompañado de una alimentación sana, saludable, completa, equilibrada y suficiente y hecha por un nutricionista.
3. ¿Considera que el tipo de alimentación de una persona influye en su estado de ánimo durante el día? ¿Por qué?
 - Si influye en el estado de ánimo de una persona la alimentación, ya que primero que nada la alimentación es un combustible para nuestro cuerpo. Entonces es como un carro sin gasolina, si es que tu no le pones gasolina al carro, el carro simplemente no va a funcionar o va a funcionar con las reservas de lo que tiene.
 - ¿Entonces cuál es la idea? La idea es que nosotros le proveemos de energía mediante la alimentación a nuestro cuerpo para que desempeñe las funciones correctamente durante el día. Así podemos pensar mejor, desempeñarnos en nuestras actividades diarias y no tener ningún efecto adverso.
 - ¿Qué es esto? Un efecto adverso puede ser una mala nutrición, donde abarca lo que es el sobrepeso o la obesidad o también una desnutrición que puede llevarte con el pasar de los años a tener enfermedades crónicas no transmisibles. Como por ejemplo,

enfermedades cardiovasculares, diabetes, entre muchas otras. También es importante para nuestro estado de ánimo los micronutrientes, que son una base principal para que nuestro sistema nervioso funcione de la manera correcta.

- ¿Qué es lo que pasa si nosotros no proveemos estos micronutrientes a nuestro cuerpo? Simplemente van a haber deficiencias nutricionales. Deficiencias nutricionales específicamente de vitaminas y minerales. Lo que hace que nuestras funciones metabólicas no funcionen correctamente y no podemos ayudarnos para que pueda haber una homeostasis en el cuerpo.
4. ¿Cuáles son los alimentos más recomendados que se deben consumir después de hacer ejercicio?
- Va a depender mucho del tipo de ejercicios estemos realizando para que los alimentos tengan una función distinta antes y después del ejercicio. Como recomendación después del ejercicio es importante que nosotros le proveemos al cuerpo con energía. Reponer esa energía que se haya perdido, ya sea por sudoración, contracciones musculares, por haber hecho el ejercicio, etc. Lo importante sería que nosotros por lo menos le proveamos al cuerpo con dos fuentes de carbohidratos, pero esto va a depender mucho de cada persona. Cada persona es un mundo diferente entonces nunca puedes generalizar (este *snack post-workout* es bueno para todos) no es así.
 - Pero por ejemplo, te podría decir que es recomendable dos fuentes de carbohidratos en dos porciones para que se restaure el glucógeno muscular. Por ejemplo, puede ser un *sandwich* de atún o de pollo. Y también una proteína para la musculatura ya sea un *yogurt* con una fruta picada, frutos secos, batido de avena con fruta y mantequilla de maní.
5. ¿Se debe hacer una dieta en específico para las mujeres que realizan actividades físicas como el yoga o pilates? ¿Es diferente para cada tipo de deporte?
- Si es importante considerar que si se necesita una alimentación personalizada, lo que haces tiene que ser personalizada. El pilates y yoga son ejercicios muy diferentes que abarcan diferentes filosofías, entonces es importante una dieta que se adapte a tu cuerpo y lo que mejor te haga desempeñarte a ti. Además hay que considerar que las mujeres pasamos por muchos cambios durante los meses por nuestro ciclo menstrual. Ya que pasamos por la fase folicular y por la fase lútea, entonces es importante que cada fase va a tener su personalización con el tema de la dieta. Hay momentos en los que tienes menos energía durante el mes, hay momentos que no quieres entrenar y solo quieres comer, hay momentos en que suben los antojos y te bajan los antojos y quemas muchas más calorías. Es recomendable además, hacer un tipo de ejercicio que otro para que no hayan dolores

menstruales o se reduzcan. Entonces si es importante enfocarse en eso.

6. ¿Qué tipo de alimentos son los que generan más energía para rendir en el deporte?
 - Los alimentos que generan energía son los carbohidratos, cuando realizamos ejercicios de larga duración y cuando no son de tanta intensidad se utiliza la grasa.
7. ¿Es diferente la alimentación que debe tener una mujer que está en sus veintes a una persona que está en sus treintas y cuarentas y que practica yoga o pilates? ¿Por qué?
 - Depende mucho de cómo esa persona lleva su alimentación durante el periodo de tiempo. Pero si son dos personas diferentes siempre va a variar dependiendo de la composición corporal, objetivos y actividad tanto física como no física que realiza en el día.
 - En los cuarentas el cuerpo si acumula un poco más de grasa que a los veinte porque nuestro metabolismo cambia, más aún si una mujer ha tenido hijos y como ha llevado su vida de joven adulta. Y sería completamente diferente si es que hacen actividad física ya sea pilates o yoga, toda la vida o recientemente.
 - Si, va a variar de una mujer de veinte años, treinta años y cuarenta años porque los requerimientos van cambiando. Por ejemplo, de veinte a treinta años es donde más acumulamos calcio en el cuerpo, a los treinta años ya comienza a haber déficits. Entonces sería chévere que supieran las personas que es bueno suplementarse o simplemente hacerlo con la dieta, pero por lo general no saben mucho de esto.
 - El consumir productos lácteos es importantísimo de los veinte a los treinta años, entonces se debe incluir en la alimentación. Es importante saber que a los treinta el calcio almacenado en el cuerpo ya comienza a reducirse, entonces ya se podría comenzar a mandarle leche descremada o leche deslactosada por ejemplo, para que esa persona siga consumiendo calcio. Pero, ya no se acumularía sino simplemente ayudaría que los huesos estén fuertes y actuaría como una proteína en el cuerpo. A los cuarenta años nosotros por lo general ya hemos tenido hijos, ya comienza por ejemplo, muy poco pero se puede ver que comienza la fase pre menopausica o todavía no, sin embargo, es importante porque cambia sus requerimientos. Hay que enfocarse en eso más aún si es que una persona ha hecho ejercicio veinte, treinta y cuarenta años o no, eso va a cambiar porque a medida que nuestro metabolismo va cambiando vamos cambiando también nuestra composición corporal, nuestra manera de acumular grasa o no, nuestra manera de utilizar los alimentos o no.
 - Si es que una persona es deportista desde los veinte hasta los cuarenta para toda la vida los cambios simplemente no serían tan significativos como una persona que va cambiando sus hábitos.

- Por ejemplo, tengo un paciente de veinte años que ha hecho deporte cinco años, entonces le vamos adaptando sus requerimientos a eso. Pero de veinte a treinta años no cambiaría mucho más que tal vez le aumentaría porque ya tanto tiempo haciendo deporte quiere un objetivo diferente. Por ejemplo, aumentar masa muscular, entonces le aumentaríamos la proteína pero no sería muy significativo el cambio, como una persona que comienza a hacer deporte a los treinta o treinta y cinco años o cuarenta años.
8. ¿Considera importante que todos los gimnasios incluyan planes nutricionales para cada persona?
- Me parece sumamente importante que todos los gimnasios incluyan planes de nutrición porque eso es lo que te ayuda de verdad a ver resultados. La alimentación es mas o menos un 70% de tu entrenamiento. Si es que tu no buscas una persona especializada o un nutricionista en hacerte planes alimentarios en un gimnasio simplemente no vas a ver resultados. Puede que a los hombres jóvenes si les funcione esto porque su metabolismo o genética está mucho más ligada a no generar grasa por la cantidad de testosterona que tienen, entonces si ves resultados más rápidos en esas personas. En algunas mujeres también, pero porque su genética acciona puramente en ellas, pero eso no significa que estén saludables. Lo importante es que tu adaptes la nutrición de cada persona a sus hábitos alimentarios y no generalizar, para que tu gimnasio tenga resultados adecuados y las personas digan, "que chévere, esto sí me funciona a mí".
 - El ejercicio de por sí solo no funciona, debe ir de la mano de una buena alimentación para que primero no te lesiones, segundo para que te puedas desempeñar bien en el ejercicio y tercero para que si te inscribes en un gimnasio sea para estar saludable. Que por lo general, y que no estoy de acuerdo, el principal objetivo de las personas es asistir a un gimnasio para verse bien, *fit* o de alguna manera en específico, cuando su principal objetivo debería ser entrenar porque eso les hace saludables y con eso ir viendo cambios y resultados. Es por eso que de muchos gimnasios las personas salen insatisfechas porque no ven un cambio.
9. ¿Cuál es el costo promedio de una cita nutricional?
- Cita presencial \$55 y cita en línea \$35.

e. ANEXO #5: Entrevista a Andrea Sevilla Andrade

ENTREVISTA A LA PSICÓLOGA CLÍNICA: ANDREA SEVILLA ANDRADE

1. ¿Cuál es tu nombre y tu formación profesional?

- Yo me llamo Andrea Sevilla Andrade, soy Psicóloga Clínica, hice una sub especialización en psicología educativa y una maestría en Arte Terapia. Además, soy bailarina profesional de ballet clásico.
2. ¿Qué tipo de consultas y terapias realizas?
 - Hago terapias de psicología clínica y consultas de Arte Terapia. Además de hacer talleres enfocados en diferentes edades y con diferentes temas según las necesidades. Hago terapias y talleres para niños, adolescentes, adultos y tercera edad y parejas o familias.
 3. ¿Qué terapia crees que sería la indicada para aplicar dentro de un centro de esparcimiento del tipo *wellness* enfocado en mujeres y en el *mindfulness*?
 - Las terapias que se pueden manejar son terapia Cognitiva Conductual, Terapia Humanista y Terapia Gestalt.
 4. ¿Podrías explicar muy brevemente de que se trata la Terapia Cognitiva-Conductual, Terapia Humanista y Terapia Gestalt y el beneficio de cada una?
 - La terapia cognitiva conductual, se trata en cómo tu aprendes a manejar tus pensamientos para tener mejores comportamientos en tu vida y por ende conseguir mayor bienestar. La terapia humanista, va más enfocada en el crecimiento y en el desarrollo personal de la persona, en las emociones, no tanto va al tema del pensamiento y del comportamiento, si no, más en el tema emocional. Y la terapia Gestalt, es verle al ser humano como un todo integrado y va en búsqueda del darse cuenta de las diferentes situaciones de su vida para poder solucionar los conflictos.
 - El beneficio de todas es tener una vida sana y mejorar tu bienestar en base a tus emociones, a tu percepción y a tu comportamiento.
 5. ¿Por qué crees tú que es importante sanar los problemas emocionales y mentales que tienen las personas?
 - La salud es algo integrado. Existe esta idea de que si es que mi cuerpo físico está sano todo está bien pero, en realidad no, todo está conectado entre sí y al momento que sanamos las emociones y nuestra mente podemos tener un bienestar mejor e integral. Porque siempre cuando algo interno esta fallado ahí se prenden síntomas físicos que se llama la somatización, entonces para poder tener una vida equilibrada es importante sanar por dentro y por fuera.
 6. ¿Cómo ves tú la reacción de las personas con respecto a asistir a consultas psicológicas en la actualidad?
 - Yo desde que cree mi centro de psicología que se llama Anandú, me ha ido súper bien. Obviamente conozco y sé que la sociedad en la que vivimos no es muy abierta al tema de terapia y todavía se le ve a la terapia como un tabú, pero ya hay muchas personas que ya están más abiertas a eso y de hecho hay muchas personas que lo buscan. Me ha ido súper bien porque te recomiendan y te recomiendan la experiencia.
 - Además, el tipo de terapias que hago yo no es solamente enfocadas en una sola rama, si no, utilizo diferentes técnicas. Además las técnicas que yo utilizo son muy lúdicas y muy prácticas, entonces a

la gente le gusta porque no siente como que "estoy yendo a una terapia de donde salgo hecho pedazos". Si no, más bien siempre que la persona salga sintiéndose feliz, bien y con un valor agregado después de esa sesión. Entonces las mías son enfocadas al bienestar.

7. ¿Cuál es el costo de una consulta y terapia y cuánto tiempo dura?
 - Mi consulta de psicología clínica cuesta \$40 y dura de una hora a una hora y media aproximadamente sobre todo cuando le fusionamos con arte terapia, puede extenderse un poquito más. Con los niños si es una hora flat porque los niños tienen un periodo de atención más corto. Las terapias dependen de la cantidad.
8. ¿Cuánto sería el costo aproximado de un taller de Arte Terapia con diez mujeres de edades entre 25 y 35 años?
 - Si serían de 10 mujeres podría el valor estar entre \$40 incluido todo lo que es la teoría, la parte práctica y la parte de los materiales, más o menos. Los precios es medio complicado decirte sin tener desarrollado al taller pero yo te doy más o menos un estimado entre \$30- \$50 incluyendo *coffee break*, materiales, la parte práctica y normalmente un *workbook* y algo así.
9. ¿Con tu experiencia, a las personas les gusta hacer este tipo de terapias puertas afuera o puertas adentro?
 - Las dos, a mí me sirven las dos de hecho yo utilizo muchísimo jardines, utilizo muchísimo la terraza porque muchas personas les gusta conectarse con la naturaleza. Obviamente también es importante tener un espacio cerrado, sobre todo porque a la gente no le gusta estar sentado al aire libre y que de la nada pase alguien y le vea mal. Entonces puede variar, pero a mi me gusta tener los dos ambientes y por eso en mi consultorio tengo los dos ambientes.
10. ¿Estarías tú dispuesta a realizar consultas, terapias o talleres en un lugar como éste teniendo tu propio consultorio? ¿Por qué sí? o ¿Por qué no?
 - Claro que si, amaría me parece súper chévere porque al ser un sitio de *wellness* tu puedes llegar a más personas a que entiendan la importancia de la salud integral. Porque ahorita todavía en Ecuador hay esta idea de que salud y bienestar es el hacer ejercicio porque debo, o el comer sano para estar flaca o si es que voy al psicólogo es porque tengo en verdad un problema muy heavy por porque estoy loca. Entonces al momento en el que se integra todo esto en este lugar de *wellness* es súper chévere porque es como que romper con todos los estigmas en base a la salud y al bienestar.
 - Entonces se puede integrar las diferentes especialidades para brindarle a la persona como un espacio para él o para ella, ahorita le estamos enfocando más a las mujeres pero no veo por qué tampoco con lo hombres. Me parece igual súper chévere el realizar con los hombres para que se den cuenta también de la importancia de la parte emocional y la salud integral. Entonces yo amaría, me parece súper chévere y además el expandir las consultas. No solo hacerlas en Cumbayá, si no, más bien hacerlas en Cumbayá y Puembo

porque puedo llegar a más personas entonces me parece súper lindo.

f. ANEXO #5: Entrevista a Agustín Ponce Hernández

ENTREVISTA AL EX DUEÑO DE LA CAFETERÍA GIARDINELLO EN LA TEJEDORA

1. ¿Cuál es su nombre y su cargo en la cafetería el Giardinello?
 - Me llamo Agustín Ponce, mi cargo era presidente y fundaron de la cafetería.
2. ¿Cómo empezó la idea de crear una cafetería?
 - Al principio compramos una franquicia de Suecia, que eran unos triciclos ambulantes que básicamente era vender café por la ciudad, pero por temas de regulaciones aquí en el país no pudimos implementar ese modelo, entonces decidimos ya tener un punto fijo.
3. ¿Por qué decidieron empezar su empresa dentro de La Tejedora?
 - Al principio fue porque fue el único lugar que nos dejaba parquear el triciclo, además que no nos cobraban arriendo en un principio y también por todo el tema de la comunidad que había.
 - Por todos los negocios vimos que había bastante flujo de gente entonces podía ser un lugar donde íbamos a tener movimiento todo el día.
4. ¿Cuáles fueron las condiciones para construir la cafetería ahí?
 - Primero tuvimos que enseñar un poco el diseño de qué es lo que queríamos construir para tener nuestro local propio.
 - Básicamente la administración no estaba con presupuesto para ellos hacerse cargo de todos los gastos de la construcción. Entonces lo que hicimos fue nosotros poner el capital y después que no vayan devengando de los arriendos que ya nos iban a cobrar mes a mes.
5. ¿Considera que teniendo la cafetería ahí dentro, los clientes que asistían a los otros negocios eran sus posibles clientes?
 - Si totalmente, la verdad es que gran parte del flujo de clientes que teníamos eran justamente de las oficinas y de los negocios que habían ahí, que aprovechaban el tener la cafetería para hacer reuniones e ir a conversar en un lugar más abiertas que las oficinas de ellos.
6. ¿Debían pagar un mensual de arriendo por su local? ¿Cuánto?
 - Si, teníamos que pagar \$6 ya incluido iva por el metro cuadrado. Y ya cuando vendimos el negocio se iba a aumentar el valor del metro a \$10.
7. ¿Cuáles eran ciertos estándares y/o obligaciones que debían cumplir por trabajar ahí?
 - Bueno tener todos los permisos de bomberos, permisos sanitarios, todo lo que exige el Ministerio de Quito para poder operar y de ahí

obviamente no molestar al resto de negocios, digamos con música muy alta, olores que sean muy fuertes y todo ese tipo de cosas.

8. ¿Qué se requería para poder llevar a tu empresa ahí?
 - Lo que se requería era cumplir con los permisos municipales porque cualquier rato obviamente podían hacer inspecciones, entonces como imagen del lugar no les convenía que alguno de los locales no tenga los permisos al día.
9. ¿Cuáles son las ventajas de haber trabajado dentro de La Tejedora?
 - Parte de las ventajas era que teníamos parqueadero propio, digamos nosotros como arrendatarios, también había parqueaderos para los clientes y parqueaderos obviamente sin costo.
 - El flujo de gente de todos los negocios y también el tema de marketing había bastante publicidad como comunidad, donde prácticamente publicitaban a cada una de las empresas.
10. ¿Cuáles son las desventajas de haber trabajado en La Tejedora?
 - Creo que un poco la desorganización de los administradores, había bastantes peleas entre administradores y también que a veces habían eventos de algunas empresas donde prácticamente acaparaban todos los parqueaderos, entonces no había espacio suficiente para el resto de los otros negocios.
11. ¿Tu experiencia al trabajar dentro de un lugar como La Tejedora fue buena o mala? ¿Por qué?
 - Fue buena, porque primero que nada nos dio la oportunidad de empezar el negocio, y de crecer, que la gente conozca nuestra marca y también porque obviamente nos apalancábamos en los clientes de los demás.
12. ¿Recomendarías a otras empresas trabajar en un lugar así, en comunidad?
 - Si, siempre y cuando se lean los contratos de arrendamiento, todos los manuales internos de comportamiento interno de los lugares y sean favorables para los dos lados.
13. ¿Qué recomendaciones harías para que mejoren el servicio con respecto a los empresarios que están ahí con sus negocios?
 - Puede ser tal vez más manejo publicitario de todos los lugares, a veces se enfocaban mucho solo en ciertos negocios. No daban prioridad a todos los locales entonces creo que si es importante la comunicación y que todo mundo sepa tanto dentro de la comunidad como fuera de la comunidad cuáles son los negocios que hay y los beneficios que se tienen.
14. ¿Con tu experiencia trabajando ahí, recomendarías que haya una recepción donde las personas puedan ir a pedir información de todos los negocios y se maneje ahí los horarios, o que sea como La Tejedora que el cliente entraba e iba a buscar?
 - Yo creo que dependiendo de cómo este la distribución del lugar. O sea puede ser que si, porque digamos en La Tejedora no era fácil encontrar todos los negocios, uno tenía que estar preguntando de un lado al otro donde quedaban las oficinas de tal negocio. O tal vez, un mapa que se explique donde queda cada negocio. Puede

ser una recepción o un mapa de entrada, mas o menos como se manejan en los centros comerciales que tienen el mapa de los diferentes locales.

- Por un lado también puede ser el tema de la recepción importante porque al ser negocios totalmente diferentes cada uno maneja sus horarios de atención, entonces por ese lado también sería importante tener una persona que informe sobre eso.
15. ¿Con respecto a los horarios, ustedes ponían sus propios horarios o en La Tejedora les decían que tenían que tener cierto horario?
- No, nosotros teníamos nuestros propios horarios. Es que hay negocios tan diversos que no puedes imponer que se cumpla un horario.
 - O sea digamos, habían oficinas que obviamente trabajaban desde las 8:00 de la mañana a las 5:00 de la tarde, así como también había la cafetería que nosotros abríamos a las 10:00 de la mañana y cerrábamos a las 8:00 de la noche. Entonces no nos podían limitar a un horario de oficina. Igual había un bar que ellos trabajaban hasta las 2:00 de la mañana. Entonces al ser negocios totalmente diversos no se puede implementar un horario fijo.
16. ¿Con respecto a sus precios y marketing, eso era netamente responsable de cada empresa?
- Cada uno manejaba su marketing, pero si había veces que La Tejedora así como marca cogía y utilizaba parte de nuestras artes e imágenes para publicitar a la comunidad.
17. ¿Sabe usted qué permiso debe sacar La Tejedora para poder hacer este tipo de negocio?
- La verdad no estoy seguro, pero bueno deben cumplir obviamente con todo el tema de seguridad de los bomberos, como propietarios del lugar dando esa facilidad a todos. Tener el control de las áreas, conexiones eléctricas, todas las medidas de seguridad, pero de ahí algún permiso en especial no creo. La actividad básicamente de ellos es arrendar un espacio.
18. ¿Estarías dispuesto, si todavía tendrías la cafetería, a tener un local en un centro en Puembo con enfoque *wellness*? ¿Por qué?
- Si, porque es otro mercado. La gente de Puembo trata de buscar estos lugares en otros sitios como en Cumbayá, Tumbaco, Quito, y al tener eso en Puembo les facilita bastante el tema de movilización. Entonces creo que si es un mercado en el que uno se puede enfocar y hay bastante potencial ahí.

