




FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS 

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA
QUE BRINDE EL SERVICIO DE PAUSAS ACTIVAS MEDIANTE EL
ENTRENAMIENTO FUNCIONAL A EMPRESAS EN EL VALLE DE LOS
CHILLOS 

AUTOR

YANDRI ANTONIO VEGA VILLACIS

AÑO

2020



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA QUE
BRINDE EL SERVICIO DE PAUSAS ACTIVAS MEDIANTE EL
ENTRENAMIENTO FUNCIONAL A EMPRESAS EN EL VALLE DE LOS
CHILLOS**

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos
establecidos para optar por el título de Ingeniero en Negocios y Marketing
Deportivo.

Profesor guía

Econ. Oswaldo Augusto Erazo Arboleda, MBA

Autor:

Yandri Antonio Vega Villacís

AÑO

2020

DECLARACIÓN PROFESOR GUÍA

"Declaro haber dirigido el trabajo, PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA QUE BRINDE EL SERVICIO DE PAUSAS ACTIVAS MEDIANTE EL ENTRENAMIENTO FUNCIONAL A EMPRESAS EN EL VALLE DE LOS CHILLOS, a través de reuniones periódicas con el estudiante Yandri Antonio Vega Villacís, en el semestre 2020-20, 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".




Econ. Oswaldo Augusto Erazo Arboleda, MBA

CI: 1709501496

DECLARACIÓN PROFESOR CORRECTOR

"Declaro haber revisado este trabajo, PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA QUE BRINDE EL SERVICIO DE PAUSAS ACTIVAS MEDIANTE EL ENTRENAMIENTO FUNCIONAL A EMPRESAS EN EL VALLE DE LOS CHILLOS, del estudiante Yandri Antonio Vega Villacís, en el semestre 2020-20, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación".



Jorge Daniel Mancero Espinoza

CI:1801682921

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 vigentes."



Yandri Antonio Vega Villacis.

CI: 172240280-5.

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer principalmente a mis padres y a mi hermana por ser el motor para poder conseguir este logro, por su motivación día a día y por estar siempre conmigo.

A Dios por darme todas las bendiciones en este camino.

A mis grandes amigos, que hemos compartido grandes experiencias y me han apoyado siempre.

Finalmente, quiero agradecer a todos mis profesores que he tenido la oportunidad de conocer, especialmente al director de esta tesis, el Econ. Oswaldo Augusto Erazo Arboleda, que me ha guiado y aportado grandes conocimientos, para poder desarrollar el plan de titulación.

DEDICATORIA

El presente trabajo, y todas las metas y sueños propuestos, van dedicados principalmente a mi familia, que son las personas más importantes en mi vida.

Así como todas las personas que forman parte de mi vida y me ayudan a crecer día a día.

RESÚMEN

El presente trabajo, tiene como fin comprobar la viabilidad, de un plan de negocios para la creación de una empresa especializada en brindar el servicio de pausas activas empresariales mediante el entrenamiento funcional en el Valle de los Chillos. Dicho proyecto se desarrolla en un tiempo de cinco años, en el cual se busca ampliar el sector con nuevas actividades deportivas direccionadas a un mercado objetivo importante en el País, como son los trabajadores.

Es por eso que se desarrolló un análisis externo, mediante el uso de herramientas como PEST, PORTER y matriz EFE, con el propósito de conocer y determinar aquellas oportunidades y amenazas que se puedan ir presentando a lo largo del proyecto. Además, mediante herramientas cualitativas y cuantitativas, se realizó un estudio de mercado, obteniendo encuestas, grupo focal, entrevistas a expertos, dando como resultado el comportamiento de compra de los posibles y potenciales consumidores.

Se estableció una misión, visión y objetivos a corto, mediano y largo plazo analizando una estructura financiera, lo cual hace que los objetivos sean medibles y alcanzables.

Para finalizar, la evaluación financiera del proyecto, nos permite observar la viabilidad del proyecto, mediante el estudio a profundidad de aquellos factores internos y externos que influyen en el entorno.

Es así que se puede concluir, gracias a los resultados obtenidos, que el plan de negocios es viable, por su aceptación en el mercado, debido al valor agregado que se planteó; además financieramente es un proyecto positivo, pese a realizar una alta inversión inicial, la rentabilidad obtenida es la esperada.

ABSTRACT

The purpose of this work is to verify the viability of a business plan for the creation of a company specialized in providing the service of active business breaks through functional training in the Valle de los Chillos. This project is developed over a period of five years, which seeks to expand the sector with new sports activities aimed at an important target market in the country, such as workers.

That is why an external analysis was developed, through the use of tools such as PEST, PORTER and EFE matrix, with the purpose of knowing and determining those opportunities and threats that may be presented throughout the project. In addition, using qualitative and quantitative tools, a market study was conducted, obtaining surveys, focus groups, interviews with experts, resulting in the purchasing behavior of potential and potential consumers.

A mission, vision and objectives were established in the short, medium and long term, analyzing a financial structure, which makes the objectives measurable and achievable.

Finally, the financial evaluation of the project allows us to observe the viability of the project, by means of an in-depth study of those internal and external factors that influence the environment.

Thus, it can be concluded, thanks to the results obtained, that the business plan is viable, due to its acceptance in the market, due to the added value that was raised; also financially it is a positive project, despite making a high initial investment, the profitability obtained is as expected.

Índice

1. Introducción	1
1.1 Justificación del trabajo:	1
1.1.1 Objetivo General:	2
1.1.2 Objetivos específicos	2
2. Análisis del entorno:	2
2.1.1 Entorno externo (político, económico sociales, tecnológico)	3
2.1.2 Análisis de la industria (Porter)	12
3. Análisis del cliente	19
3.1 Investigación Cuantitativa y cualitativa	19
3.1.2 Definición del problema e hipótesis	19
3.1.3 Diseño de la Investigación	20
3.1.4 Investigación Cualitativa	21
3.1.5 Investigación Cuantitativa	25
3.1.6 Tamaño de la población de estudio	29
3.1.7 Conclusiones de la investigación cualitativa y cuantitativa	29
4. Oportunidad de negocio	30
4.1 Descripción de la oportunidad de negocio encontrada, sustentada por el análisis interno, externo y del cliente	30
5. Plan de Marketing	32
5.1 Estrategia general de marketing	32
5.1.1. Mercado objetivo	32
5.1.2 Propuesta de valor	33

5.1.3 Diferenciación del producto	35
5.1.4 Declaración de posicionamiento	35
5.1.5 Propuesta de valor	35
5.2. Mezcla de Marketing	35
5.2.1 Servicio	35
5.2.2. Precio	38
5.2.3 Plaza.....	40
5.2.4. Promoción.....	41
6. PROPUESTA DE FILOSOFIA Y ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	44
6.1 Misión, visión y objetivos de la organización	44
6.1.1. Misión.....	44
6.1.2. Visión.....	44
6.1.3. Objetivos de la organización	44
6.2 Plan de Operaciones.....	45
6.2.1 Procesos requeridos para el funcionamiento de la organización	45
6.3 Estructura organizacional	52
6.3.1 Estructura legal	52
6.3.2 Diseño organizacional	52
6.3.3 Organigrama.....	52
6.3.4 Remuneraciones	54
7. Evaluación Financiera.....	55
7.1 Proyección de ingresos, costos y gastos	55
7.1.1 Proyección de ingresos	55
7.1.2 Proyección de costos y gastos.....	55

7.2 Inversión inicial, capital de trabajo y estructura de capital	56
.....	56
7.2.1 Inversión inicial	56
7.2.2 Capital de trabajo	56
7.2.3 Estructura de capital	57
7.3 Proyección de Estado de Resultados, Situación Financiera, Estado de Flujo de Efectivo y Flujo de caja	57
.....	57
7.3.1 Proyección de Estado de Resultados	57
7.3.2 Proyección de Estado de Situación Financiera	58
7.3.3 Proyección de Estado de Flujo de Efectivo	59
7.3.4 Proyección de Estado de Flujo de Caja	60
7.4 Proyección del Flujo de Caja del Inversionista, Cálculo de la tasa de descuento y criterios de valoración	60
.....	60
7.4.1 Proyección del Flujo de Caja del Inversionista	60
7.4.2 Cálculo de la tasa de descuento	60
7.4.3 Criterios de valoración	61
7.5 Índices Financieros	61
.....	61
8. Conclusiones	63
.....	63
REFERENCIAS	65
.....	65
ANEXOS:	70
.....	70

Índice de Tablas

Tabla 1: Código Clasificador Descripción	3
Tabla 2: Matriz EFE	16
Tabla 3: Definición del problema e hipótesis	19
Tabla 4: Diseño de la Investigación de Mercado	20
Tabla 5: Segmentación de la población de estudio	28
Tabla 6: Tamaño de la población de estudio	29
Tabla 7: Mercado Objetivo	32
Tabla 8: Modelo Canvas	33
Tabla 9: Costos de Producción	38
Tabla 10: Proyección costos de publicidad anuales	44
Tabla 11: Análisis de tiempos	50
Tabla 12: Implementos	51
Tabla 13: Vehículos	51
Tabla 14: Costos	52
Tabla 15: Descripción de Funciones	53
Tabla 16: Remuneraciones	54
Tabla 17: Proyección de Ingresos	55
Tabla 18: Proyección de costos y gastos	55
Tabla 19: Inversión Inicial	56
Tabla 20: Desglose de capital de trabajo	57
Tabla 21: Estructura de capital	57
Tabla 22: Método de financiamiento	57
Tabla 23: Resumen de estado de resultados proyectado anual	57
Tabla 24: Resumen estado de situación financiera proyectado anual	58
Tabla 25: Resumen estado de flujo de efectivo proyectado anual	59
Tabla 26: Resumen flujo de caja proyectado anual	60
Tabla 27: Resumen flujo de cada Inversionista anual	60
Tabla 28: Datos para cálculo de tasas de descuento	60
Tabla 29: Tasas de descuento	61
Tabla 30: Criterios de Valoración	61
Tabla 31: Índices financieros	61
Tabla 32: Comparación Índices financieros	62

Índice de Figuras

Figura No 1: Diamante de Porter	16
Figura No 2: Logotipo Principal	37
Figura No 3: Logotipos colores	38
Figura No 4: Mapa de ubicación. Adaptada de Google Maps	41
Figura No 5: Mapa de Procesos	45
Figura No 6: Cadena de Valor	48
Figura No 7: Ciclo de operaciones	50
Figura No 8: Infraestructura	51
Figura No 9: Organigrama	52

1. Introducción

1.1 Justificación del trabajo:

“Al menos el 60% de la población mundial no realiza suficiente actividad física como para obtener beneficios para la salud, en el que el sedentarismo aumenta en todos los grupos de edades, a cifras que alcanzan hasta el 91%, por lo que constituyen hoy en día un problema epidemiológico que va más allá de las barreras socioculturales, a pesar de las estrategias que se han utilizado para instalar estilos de vida saludable y de los estudios que demuestran sus beneficios, la falta de actividad física, unida a malos hábitos alimentarios han provocado una transición epidemiológica, asociada a enfermedades crónicas no transmisibles”. (Díaz, Mardones, Mena, Rebolledo, & Catillo, 2011)

“La obesidad, hipertensión y enfermedades cardiovasculares, los índices de sedentarismo no bajarán, puesto que los funcionarios/as permanecen largas horas en el trabajo y el cansancio de la jornada laboral desmotiva para continuar realizando algún tipo de actividad física”. (Díaz, Mardones, Mena, Rebolledo, & Catillo, 2011), “además los trastornos musculo esqueléticos (TME) son las disfunciones más comunes relacionadas al trabajo” (Caceres, y otros, 2017, pág. 611), “en un listado anunciado por el Seguro General de Riesgos de Trabajo, se identifican 60 enfermedades relacionadas con ocupaciones laborales, entre ellas el síndrome del túnel carpiano, lumbago o trastorno en la columna vertebral y también inflamación en los tendones; en los últimos dos años se reportaron 448 registros oficiales con este tipo de patologías ocupacionales.” (El Comercio, 2014)

“Por tanto, un trabajador que permanezca mucho tiempo frente a una computadora sin tener estiramientos adecuados ni pausas activas que permitan recuperar su equilibrio muscular, o que no reciba un tratamiento adecuado por los síntomas iniciales, estará propenso a desarrollar un TME a futuro”. (Caceres, y otros, 2017)

“La actividad física en el lugar de trabajo y dentro de la jornada laboral está pensada como prevención y promoción de estilos de vida saludable, dado que el tiempo disponible es muy corto para influir en beneficios específicos, pero podría constituir un incentivo propiciando iniciativas personales que lo motiven a realizar actividad física fuera del horario de trabajo, se debe realizar al menos 30 min

diarios de actividad física”. (Diaz, Mardones, Mena, Rebolledo, & Catillo, 2011, pág. 308). "Dicha actividad no debe ser necesariamente vigorosa para aportar beneficios a la salud, bastaría con que un adulto acumulará 30 min de intensidad moderada, de preferencia todos los días de la semana. Estas recomendaciones son factibles de desarrollarlas en el lugar de trabajo y sin tener que cambiar de vestuario puesto que se refieren a acciones de la vida cotidiana”. (Diaz, Mardones, Mena, Rebolledo, & Catillo, 2011)

“Los programas de pausas activas en el trabajo incluyen una rutina que generalmente incorpora movimientos articulares, de estiramiento de los diferentes grupos musculares como son cabeza y cuello, hombros, codos, manos, tronco, piernas y pies. Otra técnica que se suele utilizar son ejercicios de respiración, para activar la circulación sanguínea y la energía corporal previniendo problemas causados por la fatiga física y mental; a la vez que favorece el funcionamiento cerebral y con ello incrementa la productividad”. (Diaz, Mardones, Mena, Rebolledo, & Catillo, 2011)

1.1.1 Objetivo General:

Determinar la viabilidad de un plan de negocios para la implementación de una empresa que brinde el servicio de pausas activas, mediante el entrenamiento funcional a empresas en el Valle de los Chillos.

1.1.2 Objetivos específicos

Distinguir las fuerzas más influyentes de la industria para el presente plan de negocios mediante el análisis Pestel y Porter.

Determinar el mercado meta para el plan de negocios propuesto, mediante la realización de un estudio de mercado.

Establecer la estrategia de marketing que se ajuste a la adecuada gestión mediante el establecimiento de la propuesta de valor.

Analizar la viabilidad financiera para el plan de negocios propuesto, mediante el análisis financiero a realizar.

2. Análisis del entorno:

CIU:

La empresa dedicada a brindar pausas activas a empresas mediante entrenamiento funcional se encuentra en la clasificación R, la cual corresponde a las artes, entretenimiento, y recreación:

Tabla 1: Código Clasificador Descripción

R93	Actividades deportivas, de esparcimiento y recreativas.
R932	Otras actividades de esparcimiento y recreativas

2.1.1 Entorno externo (político, económico sociales, tecnológico)

Análisis Político y legal:

Según el art.32 de la (Asamblea Constituyente, 2008), “La salud es un derecho que garantiza el Estado, cuya realización se vincula al ejercicio de otros derechos, entre ellos el derecho al agua, la alimentación, la educación, la cultura física, el trabajo, la seguridad social, los ambientes sanos y otros que sustentan el buen vivir. El Estado garantizará este derecho mediante políticas económicas, sociales, culturales, educativas y ambientales; y el acceso permanente, oportuno y sin exclusión a programas, acciones y servicios de promoción y atención integral de salud, salud sexual y salud reproductiva. La prestación de los servicios de salud se regirá por los principios de equidad, universalidad, solidaridad, interculturalidad, calidad, eficiencia, eficacia, precaución y bioética, con enfoque de género y generacional.” (Asamblea Constituyente, 2008, pág. 28)

Además, en el art. 33 de la (Asamblea Constituyente, 2008) “determina al trabajo como un derecho fundamental por el cual se debe recibir una remuneración acorde a su desempeño que garantice su realización personal, económica que a su vez es un pilar fundamental de la economía del país; además el trabajador debe realizar sus labores dentro de un ambiente saludable y de respeto”. (Asamblea Constituyente, 2008, pág. 29)

Según el art. 70 del (Ley Orgánica del Servicio Público, 2014) “ El Estado garantiza un ambiente amigable donde los servidores públicos puedan realizar sus labores, dentro del estricto apego al respeto de los derechos humanos priorizando al talento humano, orientado al desarrollo integral, potencializar sus habilidades por medio la capacitación continua , para un eficiente desempeño de sus funciones que los permita desarrollarse de mejor manera como ente

activo de la sociedad y ejercer el derecho al buen vivir". (Ley Orgánica del Servicio Público, 2014)

De acuerdo con la Secretaria del deporte (2017), el programa "Ecuador Ejercítate", bajo el nombre del "Ministerio del Deporte", desde su inicio en el 2012, con tan solo 89 puntos activos en 10 provincias ecuatorianas, en el cual se busca promover la actividad física en todo el país, mediante varias actividades como aeróbicos, caminatas, ciclo paseos, bailo terapia, y práctica deportiva convencional.

En los inicios de este programa se fue implementando puntos de activación poco a poco a lo largo del país, es así que 5 años después de la apertura del programa "Ecuador Ejercítate" se cuenta con un total de 872 puntos distribuidos en todas las provincias, con el fin de mejorar la calidad de vida y promover el uso adecuado del tiempo libre. (deporte, 2017)

Además, gracias a la inversión destinada para el proyecto, esta iniciativa beneficia a más de 60.000 personas diarias, divididas en 7 zonas con todas las provincias, es así, para el 2017 "Ecuador Ejercítate", se expande hacia 8 puntos en centros de rehabilitación social y 11 en centros adolescentes infractores. (deporte, 2017)

El resultado de la implementación de estos programas se los mide en la encuesta de empleo, desempleo y Subempleo (Enemdu), tomando como referencia junio 2012 a junio de 2016, la participación de la población en este tipo de actividades sociales, culturales, deportivas y comunitarias. Obtuvo un incremento a nivel nacional en 1.9 puntos porcentuales (de 12.7% a 14.6%). (INEC, 2016)

Es así que podemos concluir que el campo en el cual la Industria deportiva y de entretenimiento se desempeña es muy amplio y tiene mucho por explotar, debido a que el público en general es muy interesado en realizar actividad física.

Análisis económico:

Riesgo País

Según el diario (El Comercio, 2019) "el riesgo país mide las probabilidades de que una nación caiga en mora en sus obligaciones crediticias, mientras más alto sea el indicador, más riesgoso resulta el país, por lo tanto, los mercados cobran interés más alto a esa nación"; Ecuador ha alcanzado la cifra más alta en el 2019 con 823 puntos el miércoles 16 de octubre, lo cual es 19 puntos más alto que la jornada anterior. (Tapia, 2019). En comparación a los años anteriores como en

el 2017 la cifra no sobrepasaba los 780 puntos, y en la fecha exacta la cual se presenta el año actual era de 569 puntos, de igual manera en el año 2018, el cual bordeaba los 654 puntos, dando un salto representativo lo cual el EMBI a la fecha 02/04/2020 es de 4,567 puntos. (BCE, Banco Central el Ecuador, 2019)

De acuerdo a lo presentado, se concluye que el riesgo país es importante para el progreso del país, es por eso que si Ecuador sigue presentados índices altos de EMBI, puede perjudicar de cierta forma a la industria de servicios deportivos y entretenimiento, pero en comparación a otros países de América Latina Ecuador está mejor posicionado y tiene la oportunidad de sobresalir y mejorar este índice.

Tendencia del crecimiento del PIB

Según el Banco Mundial (2018), Ecuador desde el año 2013 registra un crecimiento del PIB para el año 2014 de 3,789%, 0,99% en el año 2015, para el año 2016 obtuvo un decrecimiento del -1,226%, recuperándose en el 2017 con un crecimiento de 2,368% y finalizando la medición en el año 2018 con 1,377%. En cuanto al sector de servicios al cual pertenece la industria designada de actividades deportivas, de esparcimiento y recreativas se tiene un PIB en miles de dólares de \$2.540.610 para el segundo trimestre del 2019, ubicándose la industria en cuarto lugar de dieciocho, por detrás de las industrias de: comercios, construcción y manufactura.

En el año 2013 el total de valor agregado bruto por industria fue del \$7.513.446, en el 2014 incrementó a \$7.832.859, para el año 2015 hubo un incremento significativo, el cual fue de \$8.448.918, en el año 2016 fue de \$8.777.452, logrando un incremento de \$9.280.030 en el 2017, para el 2018 de igual forma incrementó obteniendo de valor agregado bruto \$9.887.641, terminando con la mitad del periodo del año 2019 con \$5.022.310. (BCE, Banco Central del Ecuador, 2019)

Basando en los datos del PIB, se puede concluir que la variación de crecimiento del PIB resulta ser un factor positivo para la industria de actividades deportivas, ya que esta industria ha logrado tener un porcentaje de incremento significativo. Aunque en la actualidad está existiendo una rescisión económica para el año 2020, por lo cual la industria de actividades deportivas se está viendo afectada, presentando un decrecimiento que sería de -5,7 según (Goldman Sachs, 2020), debido a los problemas humanitarios existentes (Covid-19), pero la misma fuente

señala que para el 2021 será de recuperación, lo cual es bueno para las actividades deportivas.

Economía de las empresas en Ecuador

Según la revista (Digital, 2018) en su análisis de las 500 mejores empresas económicamente de Ecuador, nos da a conocer variables clave como ventas, activos, patrimonio y utilidades.

“Las ventas de las 500 empresas más grandes del país alcanzaron \$ 45.578 millones en 2017, lo que, si se compara con el PIB nominal de ese año, que fue de \$ 103.057 millones, representa 44% de este valor. La suma de los activos de este grupo de empresas alcanza los \$ 58.291 millones, un patrimonio de \$ 25.888 millones y utilidades por \$ 4.151 millones, lo que representa 86% del total de utilidades alcanzadas por las más de 62 mil empresas registradas en la Superintendencia de Compañías”.

“De igual manera, las mayores 500 empresas acumulan 58% del patrimonio total y 55% de los activos, lo que implica un alto nivel de concentración empresarial”. (Digital, 2018)

“Corporación Favorita es la empresa más grande del Ecuador, registrando ventas en 2017 por \$ 1.948 millones, unos \$ 640 millones más que la segunda en el ranking. Esta corporación con más de 65 años en el mercado ecuatoriano, tuvo entre 2016 y 2017 un aumento en su utilidad (9,89%), patrimonio (9,06%), activos (8,60%) e ingresos por ventas (3,27%)”. (Digital, 2018)

“En segundo lugar, clasificó Consorcio Ecuatoriano de Telecomunicaciones S. A. (Conecel), mejor conocido por su marca Claro. Conecel es la mayor empresa de telecomunicaciones del país, que ofrece servicios de teléfonos fijos y móviles, internet y televisión. Pese a su gran tamaño, Conecel disminuyó su utilidad en 26,1% al pasar de \$ 181 millones en 2016 a \$ 134 millones en 2017. El consorcio también tuvo una importante disminución del patrimonio (-23,82%), del activo (-10,24%) y de las ventas (-8,75%)”. (Digital, 2018)

“Amovecuador S.A., empresa dedicada a la prestación de todo tipo de servicios en el campo de las telecomunicaciones, ocupa la tercera posición dando un enorme salto en el ranking. La empresa que en 2016 registró una utilidad neta con saldo negativo (-\$ 3 millones), en 2017 alcanzó la mayor utilidad de todo el ranking reportando \$ 1.113 millones. Asimismo, con un patrimonio de \$ 1.532 millones se ubicaron por delante de las dos empresas anteriores”. En el caso de

activos, sumó \$ 1.537, muy cerca de los \$ 1.564 millones de Corporación Favorita. Pese a todos los resultados positivos, llama la atención que no registró ingresos por ventas”. (Digital, 2018)

Se puede concluir que en Ecuador existen empresas que poseen gran economía la cual les permite financiar campañas, capacitaciones que les ayuda a crecer más en el ámbito social, ya que sus empleados van a tener un mejor estilo de vida y gran ambiente laboral al estar trabajando en empresas que velen por su economía y su bienestar social.

Inflación

En cuanto a la inflación a Nivel Nacional tomado como referencia los años 2018 hasta el corte en febrero del 2020, se puede observar que a lo largo del año existe inflación y deflación, por ejemplo en el mes de enero del 2018, 2019 y 2020 se registra el mayor porcentaje de inflación con el 0.19, 0.47 y 0.23 respectivamente, siendo numeros positivos para la industria, aunque también se presenta índices de deflación en el año 2018 en los meses de abril, mayo, junio, octubre y noviembre la deflación es de -0.14, -0.18, -0.27, -0.05 y -0.25 respectivamente, dejando el año 2019 con una deflación en los meses de febrero con -0.23, junio -0.04, agosto -0.10 noviembre -0.70 y cerrando el año diciembre con el -0.01. Para el presente año se inició con una inflación de 0.23 bajando en febrero a -0.15. (Banco Central Del Ecuador, 2020)

Estos registros nos indican que en el país no existe un equilibrio en cuanto a la inflación y deflación por lo cual en la industria de actividades deportivas de esparcimiento y recreativas, significa una constante, ya que en el momento que existe una inflación es favorable, por el hecho de que las empresas están en posibilidades de destinar recursos para actividades complementarias, que tengan el fin de aumentar la productividad; en el caso de existir deflación como ha venido presentando recurrentemente el País, los precios bajan, por ende también bajan los beneficios y la productividad, es por eso que al estar en escenario de deflación no es conveniente para la industria.

Desempleo

La tasa de desempleo es una variante que al igual que la deflación, afecta significativamente a la industria de actividades deportivas, ya que al registrar índices de desempleo como en diciembre el 2019 que fue de 3.8% la población no va a estar en posibilidad de consumir dentro esta industria; el desempleo es

en el país siempre ha sido significativo con porcentajes que sobrepasan el 3.7% que se registró al cerrar el 2018, siendo el índice más bajo registrado desde el 2007 hasta la actualidad, el porcentaje más alto de desempleo se registró en diciembre del 2009 y 2016 con 6.5% y 5.2% respectivamente. (INEC, 2019, pág. 12)

Análisis social:

Mejores empresas para trabajar en Ecuador

Según la consultora (Great Place to Work Intitute, 2018), que se encarga de evaluar a las organizaciones para mejorarlas y mantenerlas en la posición que permite a su personal potenciar el éxito empresarial, en su ranking publicado en el 2018 acerca de cuáles son las mejores empresas para trabajar en Ecuador, debido a la satisfacción que muestra el personal, ya que estas empresas se preocupan de la salud mental, física del trabajador y sus mejoras continuas; McDonald's Ecuador se encuentra en primera posición seguido del Banco Internacional y Banco del Pacífico respectivamente, la empresa Arca Continental se sitúa en cuarto puesto, seguida de Inalecsa.

Sobrepeso y problemas de salud

Según la (Encuesta Nacional de Salud y Nutrición, 2014) informa que en el Ecuador 62.8% de adultos de 19-59 años sufren de sobrepeso y obesidad, lo cual lleva a desarrollar enfermedades como diabetes, hipertensión, enfermedades cardiovasculares y otros tipos de enfermedades como el cáncer siendo las principales causas de muerte en el Ecuador.

Es por eso que la industria de arte, esparcimiento y recreación ayuda a este tipo de personas a prevenir enfermedades que deterioren su salud física y mental.

Enfermedad de ocupaciones laborales

Según el (IESS-Seguro de Riesgos del Trabajo), “en un listado anunciado por el Seguro General de Riesgos de Trabajo, se identifican 60 enfermedades relacionadas con ocupaciones laborales, entre ellas el síndrome del túnel carpiano, lumbago o trastorno en la columna vertebral y también inflamación en los tendones; en los últimos dos años se reportaron 448 registros oficiales con este tipo de patologías ocupacionales”.

Nuevas tendencias del mundo Fitness

“Según el análisis tomado de la página Vitónica (2019), la ACSM (American College of Sports Medicine) publica una lista acerca de las nuevas tendencias

fitness para el año próximo, a través de la cual podemos ver cómo van cambiando las tendencias de entrenamiento, cuáles suben y cuáles bajan en la lista”. (fitness, 2019)

En el año actual han surgido novedades, ya que la inclusión de nuevas tendencias potenciales como la realidad virtual.

“Como primer lugar la **tecnología wearable**, la cual tiene mucho que ver con la medición de resultados mediante el uso de la tecnología, midiendo cuanto nos movemos e incluso como nos movemos tanto al entrenar como en el resto del día”. (fitness, 2019), “el **entrenamiento en grupo** permanece en segundo puesto”,(HIIT). (fitness, 2019)

Se concluye que la industria deportiva se va innovando cada año, con una diversificación de servicios que permiten al consumidor escoger entre un entrenamiento u otro, dependiendo de las necesidades que tenga al momento de realizar la práctica deportiva, además la entrada de la tecnología esta con más fuerza, a lo que los consumidores utilizan mucho apoyo tecnológico para cada uno de sus entrenamientos.

Actividad física desarrollada

De acuerdo con la encuesta realizada por el Ministerio del Deporte en el año 2012 (Deporte en Cifras):

El 11% de la población del país realiza actividad deportiva mayor a 3 horas y 30 minutos por semana, tomando en cuenta que las personas con sedentarismo, solamente realizan menos de 3 horas semanales, es así que solamente el 30% de la población realizan actividad física para mejorar su salud, y el 23% lo hace por entretenimiento. (Deporte M. d., 2012)

Estos datos no son positivos para la industria, ya que se demuestra que en Ecuador la mayoría de la población es sedentaria, además de que no dan la apertura a la actividad física en su vida cotidiana.

Crecimiento poblacional

Según el INEC (2012), la proyección poblacional por parte del Instituto Nacional de Estadística y Censos, para el año 2020 se espera contar con 17.510.643 habitantes, dando 1.56% como tasa de crecimiento anual, concentrándose la población en edad menor a 25 años. (INEC, 2012)

Este factor de crecimiento poblacional solamente resultaría favorable para la industria si la población genera un crecimiento en el PIB, logrando un incremento en el consumo de servicios deportivos y entretenimiento.

Uso del tiempo del consumidor

El uso del tiempo en la recreación es un factor muy importante para la industria, ya que se debe medir que tanto es el porcentaje de población que está interesada en la práctica deportiva, y cuáles son los clientes potenciales a los que se debe apuntar.

De acuerdo con el Instituto Nacional de estadística y censos, las mujeres destinan un 46% al trabajo, sea remunerado o no y al tiempo personal un 54%; en comparación a los hombres, los cuales dan un 40% al trabajo de igual manera, sea remunerado o no, y un 60% al tiempo personal, en el cual entran actividades recreativas. Es por eso que los hombres destinan 10.17 horas semanales a la recreación y actividades deportiva, y las mujeres un tiempo de 9.54 horas. (INEC, 2012)

Análisis Tecnológico:

Desarrollo y uso de aplicaciones

Según la empresa dedicada a consultorías de aplicaciones AppBrain, (AppBrain, 2018) al día 30 de octubre del 2019, existen 2.858.263 en el sistema Android, siendo aplicaciones de baja calidad el 15%. En cuanto a las aplicaciones móviles de otros sistemas operativos, el alcance de aplicaciones es menor en comparación a la tienda Android, por lo cual la App Store es la que le sigue con 2.200.000 de aplicaciones, se espera que para el 2020 el mercado de las Apps tenga un valor de 189 mil millones de dólares. (Merca2.0, 2018)

El uso de las aplicaciones móviles en general aumentó en un 58% durante el 2015 (Puro marketing, 2016), además según la BBC News (2014) se registró un crecimiento del 62% en aplicaciones referente a la industria deportiva, salud y entretenimiento.

Gracias a los datos mencionados, se puede concluir que el abrir campo hacia las aplicaciones móviles va a generar una diferenciación en la industria, al momento de aplicar las aplicaciones móviles que tengan un buen direccionamiento.

Uso de las TIC's

El uso de las TIC's ayuda a la comunicación, generando una oportunidad, la cual brinde al consumidor mayor comodidad e información al instante acerca del deporte y entretenimiento.

Según el INEC, en el reporte de tecnologías de la información y comunicaciones del año 2016:

El 27,6% de los hogares de la población nacional cuentan con una computadora portátil.

El 36% de los hogares de la población nacional poseen acceso a internet

El 25,2% de la población, que corresponde a 4.224.984 personas ecuatorianas, cuentan con Smartphone y lo usan para navegar en redes sociales. (INEC, 2016)

En la industria el uso de las TIC's es muy importante, ya que va a generar mayor comodidad al cliente a la hora de comunicarse con las herramientas que las TIC's ofrece.

Innovación Tecnológica

Según la revista Lifestyle (2018), los avances tecnológicos que presenta la innovación en la industria permiten integrar y generar instalaciones deportivas más modernas e innovadoras, brindando un valor agregado al cliente.

Otra de las tendencias que se están usando para la facilidad tanto del entrenador como del cliente, es el Escaneo corporal, el cual otorga mediciones y porcentajes con mayor precisión, creando un avatar 3D, que va a permitir el entrenador adaptar rutinas de entrenamiento dependiendo de la condición en la que se encuentre el consumidor.

Después de realizar el análisis PEST, se puede concluir que es factible la aplicación del plan de negocio mediante la industria de actividades deportivas, ya que tanto en lo político, social y tecnológico, existen avances significativos, que le permiten a la industria desarrollarse en el mercado; en el aspecto económico no ha sido negativo, hasta el año 2019, ya que el porcentaje de la industria realiza un gran aporte al PIB, pero uno de los inconvenientes encontrados se da en la actualidad, con el surgimiento de emergencias humanitarias que han obligado a detener la productividad del País, tanto como la de la industria de actividades deportivas que se está viendo afectada y lo estará por un tiempo determinado, hasta poder recuperar la economía de la industria.

2.1.2 Análisis de la industria (Porter)

Amenaza de nuevos competidores

Según la (Organización Mundial del Trabajo, 2020), elaboró el día mundial de seguridad y salud el 28 de abril, es por eso que “este organismo conmina a países suscriptores de convenios como Ecuador a cumplir con acciones para mejorar la calidad de vida de los trabajadores” (El Comercio, 2019). “Las dinámicas o pausas en la jornada laboral son estrategias adoptadas”. (El Comercio, 2019)

Pocas empresas han sido las que está elaborando la seguridad y salud de sus empleados, empresas como Yanbal y General Motors son las primeras en realizar las aplicaciones de la Organización Mundial de Trabajo. (Organización Mundial de la Salud, 2017)

Dichas empresas siguen las recomendaciones de la OIT, “de acuerdo a la importancia de la pausa activa para ser más productivo” (Worktel Blog, 2019).

El ministerio del deporte con su programa “Ecuador Ejercítate” ofrece entrenamientos deportivos generalizados con el fin de terminar con el sedentarismo en el Ecuador, junto con sus clases gratuitas en los 872 puntos distribuidos en todo el País. (Deporte M. d., 2017)

Además, según la agencia Nacional de regulación, control y vigilancia sanitaria, “no hay suficientes regulaciones, las cuales impidan la implementación y funcionamiento de una empresa parte de la Industria de artes, esparcimiento y recreación”. (ARCSA, 2014)

Es por eso que la amenaza de nuevos competidores es **media**, debido a que pocas empresas han decidido implementar cambios en sus políticas empresariales acerca de la salud ocupacional mediante pausas activas.

Poder negociación de proveedores

En cuanto al poder de negociación con los proveedores, los principales son los entrenadores que van a trabajar para la empresa, ya que se su pago va a ser por prestación de servicios, es decir tiene que presentar facturas, y así serán los principales proveedores.

Además, según la superintendencia de compañías (2020) corresponde el CIU G4649.92 acerca de ventas al por mayor de partes y accesorios, así como artículos deportivos. Dentro de esta industria hay 132 empresas a nivel Nacional,

enfocándonos en la provincia de Pichincha existen 54. Los accesorios y artículos deportivos son de suma importancia en la industria del arte, esparcimiento y recreación ya que son parte esencial para el mejor desarrollo y avance de las personas en la práctica deportiva y la mejora de su salud. (Super Intendencia de Compañías, 2020).

El poder de negociación de proveedores es **medio**, debido a que la demanda de artículos y accesorios para la práctica deportiva es bastante copada en el mercado ecuatoriano, además hoy en día es muy común ejercicios funcionales, los cuales se trabaja con el peso del propio cuerpo, lo que hace que cada vez la existencia de máquinas deportivas quede obsoleta; pero si estos proveedores logran diferenciarse e innovar dichos productos, su poder de negociación crecería.

Amenaza de producto sustitutos

Algunas empresas están realizando ya las pausas activas laborales con rutinas básicas, que no son las de un entrenamiento funcional específico para la jornada laboral, es por eso que el mercado en este tipo de prácticas se está promoviendo cada vez más, organizaciones como General Motors, Yanbal están realizando convenios con personas que saben este tipo de ejercicios de relajación y durante el día para sus actividades cada dos horas para realizar un pequeño estiramiento que no sobrepase 8 minutos. (El Comercio, 2019)

Según la superintendencia de compañías (2020), en el CIIU R9311.02 explotación de instalaciones para actividades deportivas bajo techo o al aire libre (abiertas, cerradas o techadas, con asientos o sin ellos para espectadores): pabellones de boxeo y gimnasios, el cual corresponde al sector de las artes de entretenimiento y recreación, encontramos 124 organizaciones identificadas como sustitutos para la industria designada. (Super Intendencia de Compañías, 2020).

Dentro de esta industria, existen muchos servicios sustitutos, tanto como gimnasios y practica deportivas que se realizan en cualquier “instalación” que cumpla o no con los estándares para la práctica deportiva, son adaptadas a la necesidad que tenga el cliente y el encargado de instruir la práctica deportiva o entretenimiento, es por eso que los sustitutos fuertes en la industria son los espacios verdes que logran ser adaptados como instalación, dichos espacios

pueden ser parques y plazas públicas que están bajo el régimen del municipio, y que destinan estos espacios para la recreación de la población.

El país tiene un promedio de índice verde urbano de 13,01m² por habitante, siendo superior a lo sugerido por la OMS. (INEC, 2012)

Además, según el Ministerio del deporte (2012), el 87% de las personas prefieren espacios públicos para realizar la práctica deportiva, en los espacios privados tan solo un 9% y 4% realizar práctica deportiva en las calles. (Deporte M. d., 2012, pág. 100)

Es por eso que la amenaza de productos sustitutos es **alta**, debido a que las personas prefieren realizar la práctica deportiva en espacios más abiertos y convencionales, los que generalmente no tienen costo, además la gran cantidad de opciones que tienen los consumidores hacen que los productos sustitutos sean unos de los servicios que más rotación tienen en la población, ya que a las personas les gusta siempre ir experimentando prácticas deportivas nuevas, y en la que más se genera expectativas es en la que el consumidor se queda.

Poder negociación de clientes

La industria de actividades deportivas, de esparcimiento y recreación brinda muchas opciones para el cliente, en el cual la actividad que tenga un valor que se diferencia del resto, es el que convence al consumidor, todo depende de la percepción y como sea el perfil del consumidor, ya que exigen calidad y no se van por el lado económico, y también hay clientes al contrario, que no les importa si el servicio es pésimo, si el precio es bajo o gratis, asisten con tal de sentirse en constante movimiento, realizando la práctica deportiva, cualquiera que sea.

Según la superintendencia de compañías (2020), existen más de 100 empresas registradas en el CIIU de actividades deportivas, de esparcimiento y recreación es por esta razón que los clientes cuentan con diferentes opciones para realizar la práctica deportiva.

Es por eso que el poder de negociación con los clientes es **alto**, ya que, al contar con servicios sustitutos capaces de generar expectativas muy altas en el cliente, prefieren la actividad deportiva de conveniencia, dependiendo del perfil que tenga el mismo.

Rivalidad y competencia del mercado.

Según la superintendencia de compañías (2020), la explotación de instalaciones para actividades deportivas bajo techo o al aire libre (abiertas, cerradas o techadas, con asientos o sin ellos para espectadores): pabellones de boxeo y gimnasios, bajo el CIIU R9311.02, el cual corresponde al sector de las artes de entretenimiento y recreación están suscritas 124 instituciones, consideradas como rivalidad y competencia del mercado. (Super Intendencia de Compañías, 2020).

Este factor de la rivalidad y competencia del mercado es **alto**, debido a que la rivalidad en la actividad deportiva está bien marcada, por el hecho de que muchas organizaciones ofertan el mismo servicio deportivo, lo cual, para llegar a un cliente potencial, se debe buscar un factor diferenciador y jugar mucho con la mente del consumidor para hacerlo llegar a la empresa requerida.

La Industria deportiva es una de las más grandes que existen en el País, debido a su gran gama de productos y servicios que existan a disposición del consumidor, es por eso que en el análisis Porter, podemos determinar que la industria de actividades deportivas, de esparcimiento y recreativas está bien situada en el mercado, por lo cual existen competidores los cuales se encuentran bien posicionados, además de gran existencia de productos/servicios sustitutos, es por eso que otorgando un valor agregado el servicio en esta industria es viable la aplicación en el mercado.

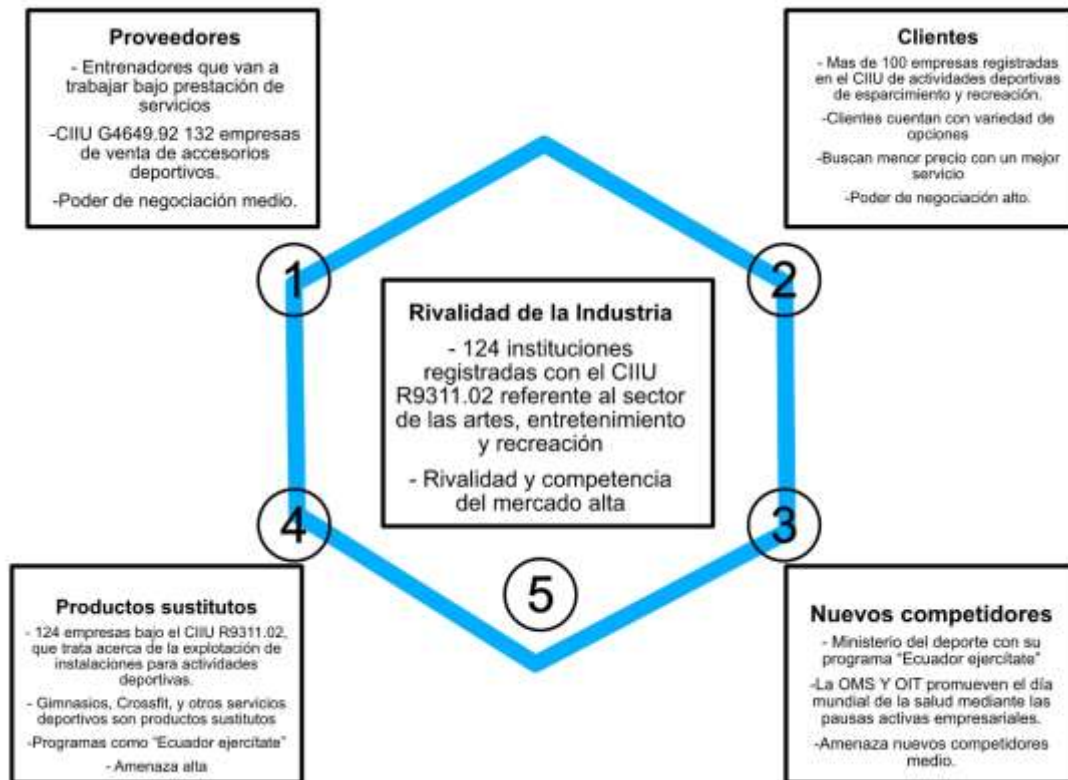


Figura No 1: Diamante de Porter

Tabla 2: Matriz EFE

Factores clave	Peso	Calificación	Peso ponderado
Oportunidades			
Empresas destinan recursos a la salud física y mental del trabajador	0,12	2	0,24
Crecimiento de la población	0,10	3	0,30
Crecimiento del PIB por sector (servicios)	0,04	2	0,08
Aumento del índice del tiempo destinado a la práctica deportiva	0,10	2	0,20
Incremento de programas con actividades deportivas	0,07	2	0,14
Innovación tecnológica y desarrollo de Apps	0,11	2	0,22

Organización Internacional del trabajo promueve pausas activas	0,09	3	0,27
Amenazas			
Poder de Negociación de proveedores	0,06	2	0,12
Incremento de espacios adaptados gratuitos para la práctica deportiva.	0,10	3	0,30
Aumento de productos sustitutos	0,11	2	0,22
Entrada de nuevos competidores	0,10	2	0,20
Total	1		2,29

El resultado es de 2.29, siendo menor que el promedio ponderado, lo cual quiere decir que el sector no está lo suficientemente preparado para responder positivamente a los factores externos que puedan existir. Además, el peso de las oportunidades (1.45) es mayor que el de las amenazas (0.84).

Conclusiones

- En el entorno político y legal de la industria, se puede ver que es favorable, ya que el gobierno mediante la secretaria del deporte está destinando recursos necesarios para la implementación de la práctica deportiva en toda la población ecuatoriana, mediante el programa “Ecuador Ejercítate”, logrando que bajen las tasas de sedentarismo en Ecuador.
- En cuanto a lo económico, se puede decir que es favorable para la industria, ya que esta ha logrado un porcentaje alto para el PIB, lo cual lleva a que la población pueda consumir más el servicio deportivo.
- En la parte social, podemos concluir que las nuevas tendencias e innovaciones constantes en las formas de entrenamiento, como es la del “HIIT” llaman mucho la atención del consumidor, logrando que estos destinen mayor tiempo semanal a la recreación en sus vidas cotidianas, además el incremento de enfermedades constantes por parte de la jornada laboral, incentivan a las empresas a realizar pausas activas.

- En cuanto a los factores tecnológicos, aportan mucho a la industria, debido a que las herramientas de comunicaciones, cada día se vuelven más necesarias, y con la innovación continua de estas aplicadas en aplicaciones móviles, ayudan mucho al desarrollo del consumidor, ya que se los guía deportivamente, llevándolos a una vida más saludable a través del uso de estas tecnologías. Además, las personas hoy en día buscan la forma de que todo sea interactivo, ya no se busca el estar leyendo para aprender de algo que no se tiene conocimiento.
- En la amenaza de nuevos competidores, se puede concluir que lo más determinante es la intervención de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), la cual mediante sus recomendaciones está haciendo implementar pausas activas en las empresas, para la mejora de una salud laboral.
- La gran cantidad de proveedores de material y accesorios necesarios, al igual que empresas del sector, hace que los proveedores se vuelvan parte fundamental al momento de implementar una organización, pero si no se diferencian en sus materiales, no van a adentrarse más a la industria por la gran demanda que existe del servicio cotidiano de la actividad deportiva.
- En cuanto a la amenaza de productos sustitutos, se puede concluir que algunas empresas ya se están dedicando a trabajar en pausas activas laborales, pero solamente realizando ejercicios básicos, no centrándose en la necesidad que tiene el trabajador, pero de igual manera el mercado está aumentando en cuanto a personas o empresas que se dediquen a realizar este tipo de rutinas.
- Se puede concluir en cuanto se refiere al poder de Negociación de compradores, se debe entender la filosofía y el perfil que tiene el mismo, debido a que todos los consumidores son diferentes en sus gustos y actitudes, es por eso que hay que llegar a estos, con la diferenciación que se ofrezca en el servicio, y que puedan dejar a un lado productos sustitutos que de una u otra forma no son beneficiosos en su salud y vida cotidiana.

- La rivalidad en la actividad deportiva está bien marcada, por el hecho de que muchas organizaciones ofertan el mismo servicio deportivo, lo cual, para llegar a un cliente potencial, se debe buscar un factor diferenciador y jugar mucho con la mente del consumidor para hacerlo llegar a la empresa requerida, se puede observar de acuerdo al CIU que existe mucha competencia.

3. Análisis del cliente

3.1 Investigación Cuantitativa y cualitativa

3.1.2 Definición del problema e hipótesis

Tabla 3: Definición del problema e hipótesis

Variable	Componente de investigación	Objetivo de investigación	Hipótesis	Hipótesis cuantitativa
Segmentación	¿Cuáles son las características de mis clientes?	Determinar mis clientes	Empresas en el Valle de los Chillos, que se preocupen por la salud laboral del trabajador, que sean de un nivel socio económico medio-medio alto.	Más del 80% de los consumidores adquieran el servicio. El 100% de los consumidores sean de un nivel socioeconómico medio-medio alto.
Precio	¿Cuánto estarían dispuestos a pagar?	Determinar el precio correcto del servicio en el mercado	El precio a pagar va desde los \$5 a más de \$20 por empleado, dependiendo del tamaño de la empresa.	El precio a pagar por empleado este comprendido este comprendido en un rango de \$5 a \$20, dependiendo del tamaño de la empresa.
Servicio	¿Cuáles serían las características ideales del servicio alineado a los requerimientos y necesidades del consumidor	Determinar las características adecuadas del servicio alineadas a las necesidades del consumidor	El servicio aplica a las pausas activas empresariales mediante el entrenamiento funcional a empleados, con el fin de mejorar la productividad y salud laboral del trabajador	Más del 80% adquieran el servicio de pausas activas mediante el entrenamiento funcional, con el fin de mejorar la productividad y salud laboral del trabajador.
Plaza	¿Cuáles son los canales	Determinar los canales	Comunicar el servicio mediante	Más del 70% de las empresas les

	óptimos para que el servicio llegue a los consumidores ?	óptimos para poder hacer llegar el servicio al consumidor	visita empresariales, además de canales de comunicación (Redes Sociales)	gustaría adquirir el servicio mediante visitas empresariales.
Promoción	¿Cómo llego a promocionar correctamente el servicio en el mercado de acuerdo al comportamiento de mi segmento?	Determinar cuál sería la mejor estrategia de promoción para comunicar el servicio en el mercado	Promocionar el servicio mediante marketing tradicional y marketing digital, además de las visitas empresariales.	Más del 80% del mercado objetivo le gustaría enterarse acerca del servicio mediante marketing tradicional y digital.
Demand a	¿El servicio es atractivo para el consumidor?	Determinar si el servicio satisface las necesidades del consumidor	El servicio es necesario en las empresas, por lo tanto el consumidor lo va a adquirir	Más del 90% de las empresas estarían interesados en adquirir el servicio.
Frecuencia de uso	¿Con qué frecuencia van a consumir el servicio?	Determinar la frecuencia que adquieren el servicio	La gran mayoría de las empresas adquirirán el servicio semanalmente dependiendo del plan adquirido.	Más del 90% de las empresas adquirirán el servicio semanalmente.

3.1.3 Diseño de la Investigación

3.1.3.1 Matriz de Diseño

Tabla 4: Diseño de la Investigación de Mercado

	Tipo de Investigación	Herramienta	Descripción
Cualitativa	Exploratoria	Entrevista a expertos	Encuestas realizadas a dos personas: <ul style="list-style-type: none"> • Dra. Fernanda Lescano • Pisc. Rocio Sanchez
		Focus Group	Se realizó con 8 personas que conocían acerca de la importancia pausas activas empresariales, los cuales son consumidores y posibles clientes.

Cuantitativa	Descriptiva de diseño transversal simple	Encuesta descriptiva de respuesta cerrada a través de Forms.	Se realizaron 123 encuestas al usuario final y 50 Nuevas encuestas al mercado objetivo.
Muestreo	No probabilístico por conveniencia	- 123 encuestas usuario final - 50 encuestas mercado objetivo	123 encuestas al usuario final y 50 Nuevas encuestas al mercado objetivo.

3.1.4 Investigación Cualitativa

Entrevista 1 - Dra. Fernanda Lezcano

Trabajadora en Conduit del Ecuador, cuenta con título de tercer nivel en medicina general, título de cuarto nivel como magister en seguridad y salud laboral.

- ✓ La entrevistada labora en la Empresa Conduit del Ecuador, , empresa que tiene 32 años de funcionamiento y es líder en el mercado la clasificación nacional es la C2410.2, misma que se dedica a la construcción de tubos de acero
- ✓ La empresa consta de 150 trabajadores, los cuales son capacitados durante todo el año una vez al mes, los temas de capacitación van de acuerdo a la planificación operativa anual.
- ✓ Para Conduit del Ecuador es muy importante la salud laboral, ya que esto permite tener un buen rango de productividad, para la ayuda de la reducción del estrés laboral se realizan actividades durante todo el año en el área de trabajo social, realizando promoción de la salud, actividades preventivas con realización de los exámenes según los puestos de trabajo, además de desarrollar talleres y actividades fuera de la empresa, para que el trabajador pueda tener actividades en el cual le permita tener contacto con sus familiares, como son excursiones una vez al año; estas actividades permiten reducir el tema del estrés laboral que surge en el trabajador.
- ✓ Las pausas activas son breves descansos durante la jornada laboral que sirven para recuperar energía, lo cual permite que el trabajo sea más eficiente mejorando el desempeño de los trabajadores de las diferentes áreas; el tema de las pausas activas laborales ha permitido realizar ejercicio, relajación para el personal administrativo, entre los ejercicios se realiza para cabeza, hombros, brazos, tronco, cadera, piernas, articulaciones, rodillas, tobillos, los ejercicios han permitido mejorar no

solo en el ámbito del estrés, sino también mejorar la salud y calidad de los colaboradores.

- ✓ Además, las pausas activas son ejercicios corporales de relajación dependiendo mucho de la actividad que realiza el personal, los operativos como administrativos se diferencian, pero siempre se está pendiente de que los colaboradores se encuentren en las mejores condiciones tanto físicas como mentales
- ✓ Por lo general se trata de hacer a las 10 de la mañana con el grupo que sea más factible, dependiendo de cómo esté la jornada laboral ya que la maquinaria empieza a procesar de 07h00 a 15h30, por lo que no se puede tener perdida del trabajo de maquinaria.

Entrevista 2 – Psic. Rocio Sánchez

Actualmente trabaja en Fashionarte empresa que se dedica a la confección de prendas que distribuye a la línea de Eta Fashion

La entrevistada es psicóloga Industrial y técnica en seguridad y salud ocupacional, cuenta con aproximadamente 20 años de experiencia laboral en empresas como confiteca, coca cola, y en el sector petrolero como Petro gas, Petroamazonas.

- ✓ La empresa Fashionarte está constituida ya desde hace 15 años, cuenta con 38 trabajadores con relación de dependencia , las capacitaciones tienen un cronograma mensual dependiendo de cómo se encuentran laboralmente, generalmente se las realiza en febrero hasta agosto, ya que son temporadas bajas en las cuales se da tiempo a la capacitación de los colaboradores, cuentan con un cronograma establecido, otorgándoles todos los beneficios para los colaboradores, quienes no manejan un estrés alto, ya que se trabaja con metas de cumplimiento en base a la planificación de todo el año.
- ✓ La Salud ocupacional es prioritaria para la compañía, por lo cual toda la documentación se encuentra en regla en el ministerio del trabajo, se cuenta con un médico de cabecera, el cual les ayuda a disminuir situaciones de riesgo laboral.
- ✓ Las pausas activas son los tiempos que se les da al colaborador como un descanso de 3 a 10 minutos, a las 9h00 tiempo en el cual puedan tomar

un refrigerio, caminar, puedan relajar los músculos, se realiza pequeños ejercicios a nivel columna, movimientos circulares, giratorios, mismas que dependen de la actividad laboral que cada trabajador realice.

- ✓ Por lo general los intervalos de tiempo entre las pausas activas es de 2 a 3 horas dependiendo de la carga laboral, el horario de trabajo es de 07h00 a 15h00, el tiempo de almuerzo es de 30 minutos la comida ya preparada; se da un tiempo extra donde el trabajador pueda relajarse antes de ingresar de nuevo a la actividad laboral.

Focus Group

Objetivos:

- Conocer la opinión de los participantes acerca de la importancia de implementar y practicar pausas activas empresariales mediante la realización de un focus group.
- Identificar los comentarios potenciales de cada uno de los participantes, mediante la ayuda de un focus group.
- Analizar la viabilidad y aceptación del negocio mediante el criterio de los asistentes.

Este Focus group contó con la participación de 8 personas (5 mujeres y 3 hombres), de entre 20 a 52 años de edad; el perfil de estos usuarios se adapta al plan de negocio, es decir, diferentes ocupaciones, exponiendo diferentes opiniones y necesidades de acuerdo a la demanda que requieren sus trabajos; los participantes estuvieron bastante involucrados en el tema propuesto, obteniendo los siguientes datos importantes:

- ✓ Las personas piensan que las pausas activas son muy importantes en todos los trabajos, siempre y cuando estas sean bien implementadas, ya que no se pueden hacer los mismos ejercicios a un obrero que a una persona que se encuentre en la parte administrativa, por la diferente demanda de trabajo que tiene cada uno.
- ✓ Los empleadores no le dan la importancia al tema, por cuanto creen que bajara la producción al ocupar tiempo en pausas activas.
- ✓ Entre los ejercicios más comunes que se realiza son los movimientos de cabeza, estiramiento e incluso conversar, con el fin de despejar la mente ya que, si el trabajador está cansado y por más fácil que sea una tarea asignada, se la va a realizar mal.

- ✓ En ciertas instituciones el área de talento humano obliga a los trabajadores a realizar pausas activas, incluso se cuenta con rótulos de los ejercicios que tiene que realizar los trabajadores, pero cuando se tiene demasiado trabajo, estas actividades se suspenden.
- ✓ En algunos casos se realizan las pausas activas por cuenta de los trabajadores, sin embargo, no lo hacen de la forma correcta.
- ✓ Los docentes presentes manifiestan que es diferente en las entidades educativas públicas y privadas, los estudiantes deberían contar con pausas activas como una estrategia de captar la atención del estudiante.
- ✓ Sería muy importante implementar las pausas activas desde los más pequeños, para que se convierta en un hábito y así cada vez dar más importancia a la salud del trabajador.
- ✓ En ciertas empresas se toman 5-10 minutos diarios en la mañana para realizar ejercicios convencionales.
- ✓ Hay empresas que realizan capacitaciones al trabajador, pero no empresas especializadas en brindar el servicio de pausas activas.
- ✓ Recursos humanos y/o la unidad de salud ocupacional son los responsables en aplicar las pausas activas en las empresas, hay requisitos legales en la parte de salud ocupacional, pero no como pausas activas, cuando este servicio se implementa se realiza mediante el reglamento interno de trabajo.
- ✓ Las pausas activas minimizan el riesgo de accidentabilidad en las empresas, mejoran la salud laboral aumentando la productividad.
- ✓ Se han presentado casos en los cuales los trabajadores han presentado problemas de salud, por sus malas posiciones ergonómicas, por lo cual las pausas activas ayudan a mejorar y poner en un punto de equilibrio al cuerpo.
- ✓ Es motivante que las empresas se preocupen por la salud del trabajador, mediante la implementación de actividades que despejen la mente del trabajador y le ayuden a su salud laboral.
- ✓ No se necesita de mucho espacio para realizar las pausas activas, sin embargo, sería muy útil contar con un lugar específicamente para realizar estas actividades, por el movimiento del personal que implicaría.

- ✓ La implementación del entrenamiento funcional con las pausas activas sería muy útil por lo que esto conlleva en la salud, pero la falta de tiempo en las empresas es la causa por la cual no sería muy recomendable la implementación del entrenamiento funcional como tal.
- ✓ Creación de campañas en las cuales entren las pausas activas mediante el entrenamiento funcional, desde una manera experimental, realizándolas no a diario, pero si una vez por semana, dependiendo de cómo se venda la idea a las empresas, con una estrategia de ganar-ganar.
- ✓ Ciertos trabajadores ven a las pausas activas como una pérdida de tiempo, como, por ejemplo, se dice que en los 10 minutos que se realicen pudieron haber terminado parte del trabajo. Por lo cual se menciona que hay que empezar por cambiar la mentalidad del trabajador en este tema.
- ✓ Hay que diferenciar a quien se va a realizar la pausa activa, porque en ciertas empresas puede haber personas mayores que no les interese este tipo de servicios, así también como trabajadores jóvenes-adultos que entienden el concepto de una pausa activa y lo importante que va a ser para su productividad y salud laboral.
- ✓ Una empresa que brinde este servicio debe estar capacitada para que sepa comunicar los beneficios que conlleva la implementación de este servicio en los trabajadores.
- ✓ En el sector público se maneja más la parte de salud ocupacional, ya que se tienen establecidos ciertos lineamientos en este tema, por lo que lo ideal sería brindar este servicio en la parte privada.
- ✓ Es muy importante saber a qué hora realizar las pausas activas, por la mañana es lo ideal ya que mientras avanza el día, muchas veces el trabajador solamente piensa en ir a su casa y descansar.
- ✓ A los participantes les gustaría ser parte de una campaña la cual realice el servicio de pausas activas.

3.1.5 Investigación Cuantitativa

Se realizaron 50 encuestas al mercado objetivo, por normas académicas, pero la muestra debido a la muestra el total de las encuestas deberían haber sido 366

con un intervalo de confianza de 95%, además se realizaron 123 encuestas al usuario final con la finalidad de obtener más datos para la investigación.

El método utilizado en esta investigación es el No Probabilístico, por conveniencia, es por eso que se decidió encuestar en el mercado objetivo a gerentes de empresas o recursos humanos, que tengan poder de decisión al momento de adquirir el servicio, y en el usuario final se realizó encuestas a personas entre los 19 y 59 años de edad, cuyo perfil sea de un trabajador activo.

Encuesta realizada al mercado objetivo: (Encuesta completa en anexos)

1. ¿Conoce acerca de las pausas activas?

El 90% de los encuestados ha respondido que si conoce acerca de las pausas activas empresariales, lo cual es importante ya que el mercado objetivo tiene conocimiento acerca de la importancia de aplicar el servicio en las empresas.

2. ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a otorgar para la implementación de las pausa activas?, ¿Con qué frecuencia le gustaría realizar este tipo de actividad?

El 54% de los encuestados prefiere otorgar un tiempo de 0 a 10 minutos para las pausas activas, el 34% de estos considera que los ejercicios se los debe realizar a diario

3. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de las pausas activas empresariales?

Se definieron diferentes rangos de precios, lo cual el 84% de los encuestados pagaría de \$5 a \$10 por empleado, y tan solo un 16% estaría dispuesto a pagar de \$11 a \$15 por empleado, siendo estos valores correspondientes a un paquete de clases mensual.

4. Dependiendo del espacio que cuente en su empresa ¿En dónde preferiría realizar las pausas activas?

El espacio donde se realice la actividad es sumamente importante, por lo cual se definió posibles espacios que comúnmente cuentan las empresas, dando como resultado que el 38% de los encuestados otorgaría la misma oficina donde se encuentran trabajando los empleados, para realizar los ejercicios funcionales.

5. Después de conocer más acerca del beneficio de las pausas activas y tomando en cuenta que estás se realizarían en condiciones normales (sin emergencia sanitaria) ¿Le gustaría implementar el servicio en su empresa?

Se muestra un gran interés de los encuestados en cuanto al servicio a las pausas activas empresariales, ya que el 94% respondió que si le gustaría implementar el servicio en sus empresas, ya que están conscientes que el realizar esta actividad aumenta la productividad del empleado.

Encuesta realizada al usuario final: (Encuesta completa en anexos)

1. Dependiendo de la edad ¿ha tenido algún problema de salud causado por trabajo excesivo?

El 52,85% de los encuestados ha respondido que no, mientras el 47.15% dio una respuesta positiva, siendo el rango de edad de 31 a 40 años de edad los cuales han respondido que si han tenido algún problema de salud por exceso de trabajo, con un porcentaje de respuesta con un 36,59%. Es importante conocer si las personas han tenido algún problema de salud debido al trabajo excesivo para saber a qué segmento se debe intervenir más en la aplicación de este servicio.

2. Dependiendo del género de la persona ¿ha practicado y conoce acerca de las pausas activas?

El 77,24% del total de encuestados ha respondido que si conoce y ha practicado las pausas activas, mientras que el 22,76% respondió que no, siendo el género femenino el que tiene un índice mayor de respuesta positiva con un 58,54%

3. De acuerdo al puesto que desempeñan los encuestados se consultó que tan importante son las pausas activas para la salud laboral del trabajador siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto.

Se evidencia que los encuestados consideran que las pausas activas son muy importantes para la buena salud laboral del trabajador, obteniendo una calificación de 5 que corresponde al 68,93% del total de encuestados.

4. De acuerdo al género de los encuestados se preguntó ¿cree que las pausas activas son necesarias?

De las respuestas obtenidas observamos que los encuestados tienen conocimiento de lo necesarias que son las pausas activas empresariales, obteniendo una respuesta sumamente positiva correspondiente al 97,56%, de los cuales el 57,72% son del género femenino y el 39,84% del género masculino; es así que se afirma que este tipo de servicio es necesario aplicarlo independientemente del género y actividad laboral desempeñada.

3.1.5.1 Segmentación de la población de estudio

Tabla 5: Segmentación de la población de estudio

GEOGRÁFICA	Cantidad	Porcentaje
Ecuador	17'376.002	100%
Pichincha	2'576.287	14.82%
Valle de los Chillos	247.952	1.42%
POR CANTONES		
Valle de los Chillos	247.952	100%
Conocoto	82.072	33.09%
Sangolquí	81.140	32.72%
Amaguaña	31.106	12.54%
Alangasí	24.251	9.78%
Pintag	17.930	7.23%
La Merced	8.394	3.38%
Gaungopolo	3.059	1.23%
DEMOGRÁFICA	Cantidad población	Porcentaje
Ecuador	17'376.002	100%
Pichincha	2'576.287	14.82%
Valle de los Chillos	247.952	1.42%
	Cantidad empresas	Porcentaje
Ecuador	899.208	100%
Pichincha	213.550	23.75%
Valle de los Chillos	20.552	2.28%
PSICOGRÁFICO	Cantidad	Porcentaje
Empresas Valle de los Chillos	20.552	100%
Nivel Socioeconómico		
A	390.48	1.9%
B	2301,82	11.2%
C+	4685,85	22.8%
Total nivel socioeconómico	7378,15	35.89%
¿Le gustaría implementar el servicio en su empresa?	6935,46	94%

Tomado de: Instituto Nacional de Estadística y Censos. (INEC, 2010) (INEC, 2017)

3.1.6 Tamaño de la población de estudio

Tabla 6: Tamaño de la población de estudio

Total de empresas en Ecuador	899.208
Cantidad de empresas en el Valle de los Chillos	20.552
Nivel socioeconómico (A-B-C+)	7378,15
Intereses (Implementar el servicio en las empresas)	6935,46
Tamaño de estudio	6935,46

Tomado de: Instituto Nacional de Estadística y Censos. (INEC, 2011)

3.1.7 Conclusiones de la investigación cualitativa y cuantitativa

Para la investigación cuantitativa se realizó el tipo de investigación descriptiva de diseño transversal simple mediante encuestas a través de forms.

Es así que después de la investigación, se determina que:

Precio: El consumidor estaría dispuesto a pagar un precio de \$5 a \$10 por empleado.

Servicio: El servicio ideal para el consumidor es la implementación de las pausas activas empresariales mediante el entrenamiento funcional, con el fin del aumentar la productividad y salud laboral del empleado.

Plaza: El consumidor en su mayoría prefiere adquirir el servicio mediante visitas empresariales.

Promoción: La mejor forma de promocionar el producto sería a través de la aplicación de marketing tradicional y marketing digital, además de promocionar el producto mediante las visitas empresariales.

Demanda: Según la investigación realizada el consumidor está 94% de acuerdo en adquirir el servicio, por lo cual la aceptación que tendría en el mercado es alta.

Para la investigación cualitativa se llevó a cabo una investigación exploratoria mediante la realización de un Focus Group y dos entrevistas a expertos.

Después de la realización de las investigaciones cualitativas, se concluye que la aplicación del servicio de las pausas activas son necesarias, ya que estas aumentan la productividad del trabajador, además de la mejora de la salud laboral del mismo, por ende el resultado en la aplicación de las empresas es óptimo; se las llevará a cabo mediante la aplicación del entrenamiento funcional,

la cual es una nueva tendencia fitness, siendo una modalidad de entrenamiento atractiva para el consumidor, por los resultados inmediatos que esta modalidad de entrenamiento obtiene.

3.1.7.1 Conclusiones del análisis de correspondencia

En base a los resultados obtenidos en las encuestas, se efectuó el análisis de correspondencia, con las siguientes conclusiones.

Análisis de correspondencia 1:

El servicio adecuado para el consumidor es el de la aplicación de pausas activas empresariales mediante el entrenamiento funcional.

Análisis de correspondencia 2:

El 38% de los encuestados prefiere que el servicio se aplique en un espacio como el de la sala de reuniones.

Análisis de correspondencia 3:

Las pausas activas empresariales ofrecen horarios flexibles, ya que el 54% de los encuestados prefiere que se apliquen las pausas activas de 0 a 10 minutos diariamente.

Análisis de correspondencia 4:

El motivo de adquirir el servicio es el precio, el 84% de los encuestados prefiere el valor por empleado de \$5 a \$10, el cual es un precio accesible para el consumidor, dependiendo del tamaño que sea la empresa.

4. Oportunidad de negocio

4.1 Descripción de la oportunidad de negocio encontrada, sustentada por el análisis interno, externo y del cliente

Después de los análisis sustentados por los análisis externo, interno y del cliente, se determina que el implementar una empresa que brinde el servicio de las pausas activas es viable debido a lo siguiente:

El gobierno, mediante la secretaría del deporte está destinando recursos para la implementación de la práctica deportiva en toda la población ecuatoriana, mediante programas que involucran el buen vivir y bajar las tasas de sedentarismo y problemas de salud en el Ecuador. (deporte, 2017)

Las nuevas tendencias deportivas involucran al entrenamiento funcional, el cual consiste en realizar movimiento corporales integrados, mediante intervalos

cortos de tiempo, lo cual hace que el consumidor se sienta más atraído ante este tipo de tendencias, además de que la realización de este tipo de entrenamiento conlleva grandes beneficios para la salud, ya que trabaja los músculos del cuerpo, mejora el rendimiento, resistencia, coordinación, equilibrio, es así que realizar esta modalidad de ejercicio mejora la calidad de vida y previene enfermedades.

Existen nuevas herramientas tecnológicas las cuales sirven de apoyo para el desarrollo del consumidor, ya que, mediante este tipo de aplicaciones móviles, el consumidor va a tener sus resultados de entrenamiento, a través de una interfaz amigable día a día.

Además se puede afirmar que el implementar una empresa que brinde este tipo de servicios, es de bastante utilidad debido a que en el país no existe una empresa externa que brinde este servicio especializado, se puede definir gracias a las investigaciones cuantitativas y cualitativas realizadas, que es las pausas activas empresariales son necesarias en la vida del trabajador, debido a que esto aumentará su productividad, eficiencia y otorgará un buen estilo de vida a las personas, es así que las pausas activas empresariales mediante el entrenamiento funcional, van a ayudar a reducir sus niveles de estrés, además de prevenir enfermedades cardiovasculares que están presentes en la vida laboral, cuando la actividad del trabajador es alta e involucra mayor desgaste, como se puede observar en la investigación con el 42,53% del total de personas encuestadas.

Hoy en día las empresas se están rigiendo a las recomendaciones impuestas por la Organización Mundial de la Salud (OMS) y la Organización Mundial del Trabajo (OMT), que señalan que la implementación de las pausas activas laborales son necesarias en la vida laboral del trabajador, por los beneficios que le conlleva al trabajador y a la empresa, además de que en el código del trabajo dicta que la realización de estas es de manera obligatoria.

Es importante que el mercado objetivo haya mostrado un gran interés en implementar las pausas activas empresariales en sus empresas, ya que conocen acerca de los grandes beneficios que éstas provocan en la actividad laboral y en la salud de sus empleados, ya que el realizar este tipo de entrenamiento, aumenta la productividad y eficacia.

El cliente potencial está dispuesto a invertir en este tipo de programas de salud, debido a los beneficios que le conlleva; mediante la encuesta realizada, en su mayoría están prestos a pagar un valor de \$0 a \$10 por empleado, dependiendo del tamaño de la empresa, realizando las pausas activas empresariales a diario en el mismo lugar que se encuentre el trabajador realizando sus actividades laborales.

5. Plan de Marketing

5.1 Estrategia general de marketing

La estrategia general de marketing aplicada en este plan de negocios es la de enfoque, ya que nos concentraremos en un grupo determinado de consumidores, con el fin de brindar un excelente servicio y satisfacer las necesidades del grupo selecto. (Cepymenews, 2019)

Además se aplicará con una estrategia de diferenciación, ya que se contará con diferentes servicios adicionales que hacen del plan de negocio propuesto una opción factible para aplicar en las empresas.

De esta manera se busca responder a los requerimientos del cliente con la aplicación del servicio de pausas activas empresariales, mediante el entrenamiento funcional, y lograr una mejora en su salud mental física y laboral.

5.1.1. Mercado objetivo

De acuerdo con la investigación de mercado realizada, se concluye que el mercado objetivo del plan de negocios, posee las siguientes características:

Tabla 7: Mercado Objetivo

Segmentación Geográfica	País: Ecuador	Provincia: Pichincha	Región: Valle de los Chillos
Segmentación Demográfica	Empresas en el Valle de los Chillos		Nivel Socio Económico: A-B-C+
Segmentación Psicográfica	Intereses: Implementar el servicio de pausas activas empresariales mediante entrenamiento funcional, para aumentar la productividad y salud laboral del trabajador.		

Mercado	6935,46
Objetivo	

Como se puede observar la tabla N° 7, el mercado objetivo es de 6935 empresas para esta propuesta de negocio, Ubicadas en el Valle de los Chillos, siendo un grupo que cumple con las características requeridas para la implementación del servicio de pausas activas empresariales.

5.1.2 Propuesta de valor

Tabla 8: Modelo Canvas

Socios estratégicos	Actividades clave	Propuesta de valor	Relaciones con los clientes	Clientes
<ul style="list-style-type: none"> • Proveedores de implementos deportivos. • Grupo de profesionales (Entrenadores, personal administrativo). 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación de valor (MKT) • Innovación del servicio • Asesoría en cuanto a la implementación del servicio. • Gestión de calidad del servicio • Entrenadores Especializados 	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio otorgado directamente en el lugar de trabajo. <ul style="list-style-type: none"> • Horarios establecidos según la conveniencia del empleador o persona encargada en adquirir el servicio. • Rutinas predefinidas, según la necesidad del trabajador, mediante la modalidad del Entrenamiento Funcional. • Resultados a corto, mediano y largo plazo, en la salud laboral y productividad del trabajador. • Mejora del ambiente laboral mediante actividades de trabajo en grupo a los empleadores. • Servicio pre/post entrenamiento. <ul style="list-style-type: none"> • Medición de resultados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio especializado y asesoramiento (KAM), favorables para la empresa, demostrado en los resultados obtenidos en la mejora de la productividad, salud laboral y ambiente laboral. • Atención inmediata al cliente mediante canales de comunicación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Empresas (Gerentes, personal de Recursos Humanos) los cuales son los responsables de la toma de decisiones en las empresas, con este personal es el que se mantendrá el contacto para la venta del servicio. • Usuario final: Empleados públicos/privados.
	Recursos Clave		Canales	
	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos financieros a través de financiamiento bancario. • Sistema de gestión de calidad de servicio. • Capacitación 		<ul style="list-style-type: none"> • Contacto directo con las empresas. <ul style="list-style-type: none"> • Redes Sociales. 	

	<ul style="list-style-type: none"> s anuales al personal de servicio. • Personal altamente calificado. • Sistemas de información y comunicación (Redes sociales). 				
Estructura de costos			Fuentes de ingresos		
<ul style="list-style-type: none"> • Costos fijos sueldos y salarios por servicios profesionales. • Capacitaciones al personal de servicio. • Gastos generales: Transporte, arriendo de inmueble, marketing y publicidad. <ul style="list-style-type: none"> • Gastos administrativos: Secretaria • Gastos de inversión: Implementos deportivos. 			<ul style="list-style-type: none"> • Pago de empresas por paquete adquiridos. 		

En cuanto al modelo Canvas, podemos observar que se va a otorgar diferentes propuestas de valor al cliente, así como diferentes canales en el cual pueden estar en contacto pre y post entrenamiento, resolviendo dudas e inquietudes que puedan surgir en el servicio; para la empresa Pro-tencial es importante contar con un excelente sistema de gestión de calidad, por lo cual el personal operativo y administrativo es altamente calificado y capacitado para otorgar el mejor servicio a las empresas.

Los socios estratégicos son parte clave del proyecto, ya que son los que van a proveer los implementos adecuados para la práctica deportiva del trabajador; así como los clientes que son identificados en dos segmentos, uno de ellos y el más referente son las empresas (gerencia y/o recursos humanos), los cuales van a ser los encargados en adquirir el servicio, es así que el otro segmento son los trabajadores, siendo ellos el consumidor final, los que van a recibir el entrenamiento y todos los beneficios que este conlleva.

Es así que identificando los clientes potenciales, se concluye que son nuestra principal fuente de ingresos, ya que son los responsables en adquirir los paquetes que la empresa Pro-tencial ofrece.

5.1.3 Diferenciación del producto

En el servicio de pausas activas empresariales, la diferenciación con otros servicios sustitutos, es que la implementación se la realiza directamente en el lugar de trabajo de los consumidores, ofertándoles un entrenamiento funcional, el cual ofrece mejores beneficios en cuanto a la salud laboral de trabajador, que el de los ejercicios tradicionales.

5.1.4 Declaración de posicionamiento

Para el segmento destinado, el cual consta en empresas ubicadas en el Valle de los Chillos, las cuales estén interesadas en adquirir y realizar el servicio de pausas activas empresariales, con el fin de mejorar la salud laboral de sus trabajadores; el servicio cuenta con el mejor personal calificado, el cual brindará seguridad y garantía al consumidor, además de implementos deportivos de última generación, acorde a la necesidades presentadas.

5.1.5 Propuesta de valor

La propuesta de valor de implementar el servicio de pausas activas empresariales mediante el entrenamiento funcional consiste en ofrecer un mayor beneficio a las empresas interesadas en adquirir este servicio a un menor precio del que se oferta en los servicios sustitutos, tomando el cuenta del valor agregado que las empresas van a adquirir, al tener el servicio personalizado para sus empleados en su mismo lugar de trabajo mediante ejercicios funcionales que se adaptan a las necesidades del consumidor.

5.2. Mezcla de Marketing

5.2.1 Servicio

Este servicio se basa en la integración de pausas activas empresariales mediante entrenamiento funcional, de forma que los clientes interesados puedan adquirir el servicio para aplicarlo en sus empresas.

5.2.1.1. Atributos

Las pausas activas empresariales son breves rutinas de ejercicios, realizadas durante la jornada laboral en el mismo lugar de trabajo, se las realiza con el fin de prevenir enfermedades relacionadas con el trabajo excesivo y mejorar la salud laboral, además de aumentar la productividad y generar un mejor ambiente empresarial entre empleados y empleadores.

Servicios Adicionales:

El cliente contará con diferentes servicios adicionales, los cuales estarán incluidos en el pago, con el fin de lograr resultados más efectivos al empleado y a la empresa, entre estos están: Modalidad de Entrenamiento Funcional, Implementos adecuados para este tipo de práctica deportiva, horarios adaptados al requerimiento del consumidor, rutinas específicas dependiendo de la necesidad del consumidor, Evaluación realizada en la primera clase con un posterior seguimiento del mismo, y servicio permanente pre/post entrenamiento, tips acerca de nutrición básica por parte del entrenador, después de capacitaciones que los habilite realizarlas.

Entrenamiento funcional: Las pausas activas empresariales son conocidas por realizar ejercicios básicos, como estiramiento y movimiento articular, por lo cual los resultados no son totalmente efectivos, con la implementación del Entrenamiento Funcional, se obtendrá resultados más satisfactorios en un menor tiempo, ya que esta última tendencia de entrenamiento hace que se trabaje todo el cuerpo de manera conjunta, mediante ejercicios funcionales, adaptados a intervalos cortos de tiempo; con esto se genera un mayor desarrollo y preparación muscular para las actividades diarias, resultando en un mayor rendimiento, energía, resistencia y productividad, además de reducir el riesgo de enfermedades y contar con un estilo de vida más saludable.

Implementos adecuados: En cuanto a las maneras de trabajar, se contará con los implementos deportivos adecuados para realizar este tipo de entrenamiento, como son: pesas rusas, balón medicinal, conos, bandas de resistencia, steps, mancuernas, sogas para salto, TRX, entre otros, estos son algunos de los implementos que se debe usar, con lo cuales permite trabajar varios ejercicios y circuitos.

Horarios: El tema de horarios es uno de los más importantes en la aplicación del servicio y de los más relevantes a la hora de que el consumidor adquiera el servicio, es por eso que los horarios de trabajo de las pausas activas serán adaptados y realizados según la conveniencia del empleador responsable de poner en marcha las pausas activas en la empresa; se analizará estos horarios impuestos por la empresa para realizar diferentes rutinas de acuerdo al tiempo otorgado.

Rutina y Plan de evaluaciones: Se contará con un plan de evaluación mensual del trabajador, medido por especialistas (entrenadores), los cuales examinarán la condición física, ya que no todos poseen las mismas cualidades y van a tener diferentes rutinas adaptadas a las necesidades evaluadas.

Medición de resultados: Mediante el plan de evaluación mensual se obtendrá resultados medibles y concretos acerca de la salud y estado físico del trabajador, otorgando los resultados a la empresa y al trabajador.

Servicio pre/post entrenamiento: Es importante que el consumidor se sienta seguro acerca de lo que está realizando es por eso que se implementará un servicio pre y post entrenamiento en el cual las empresas y los trabajadores puedan asesorarse más a fondo y resolver sus dudas acerca del servicio.

Servicio de nutrición básica: El servicio nutricional se va a realizar por parte de los entrenadores, los cuales darán tipos de nutrición básica al consumidor, el entrenador estará capacitado para realizar el servicio de nutrición básica.

5.2.1.2. Branding

5.2.1.2.1 Logo y nombre

El nombre escogido es “PRO-TENCIAL”, ya que hace referencia al servicio que se otorgará, mediante rutinas de entrenamiento que van a generar mayor productividad, además de potenciar y mejorar la calidad de vida.



Figura No 2: Logotipo Principal

5.2.1.2.2 Eslogan

Trabajo productivo, trabajo garantizado.

5.2.1.2.3 Colores

La gama de colores utilizados son los siguientes:

Negro: como color principal, que significa moda, elegancia y es símbolo de un servicio Premium.

Blanco: Demuestra pureza, paz y virtud .

Azul: Conocido por ser un color elegante y corporativo, representa tranquilidad, frescura e inteligencia.

Dorado: Asociado con el oro, representa éxito, belleza, fidelidad, abundancia y da un toque de glamour.



Figura No 3: Logotipos colores

5.2.1.2.4 Imagen corporativa

La imagen corporativa de “Pro-tencial” demuestra potencia y cambio mediante el ejercicio, además de elegancia mediante un servicio Premium.

5.2.1.5 Soporte

En cuanto al soporte, la empresa va a contar con diferentes canales, por los cuales el cliente puede mantener un contacto dependiendo los requerimientos que desee, los cuales son: Página web, redes sociales, telefonía y asistencia personalizada en la oficina.

5.2.2. Precio

5.2.2.1. Costos de producción

Tabla 9: Costos de Producción

	1	2	3	4	5
Costo de Luz	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00
Salario recepcionista	\$ 4.920,00	\$ 4.920,00	\$ 4.920,00	\$ 4.920,00	\$ 6.396,00
Pago entrenadores por hora	\$ 7,50	\$ 7,50	\$ 7,50	\$ 7,50	\$ 7,50
Pago de entrenadores (Total)	\$ 28.410,00	\$ 37.860,00	\$ 37.860,00	\$ 37.860,00	\$ 37.860,00
Costo Gasolina por hora	\$ 5.682,00	\$ 7.572,00	\$ 7.572,00	\$ 7.572,00	\$ 7.572,00
Total	\$ 39.612,00	\$ 50.952,00	\$ 50.952,00	\$ 50.952,00	\$ 52.428,00
Número de horas dadas	3788	5048	5048	5048	5048

5.2.2.2. Estrategia general del precio

La estrategia utilizada es la de valor agregado, debido a los diversos beneficios que se ofrecerán al cliente en todo el proceso pre y post entrenamiento, los cuales van desde un servicio otorgado directamente en el lugar de trabajo, hasta una medición de resultados al cliente final, pasando por la realización de rutinas predefinidas dependiendo de la necesidad del trabajador, así mismo con la adaptación de los horarios para entrenamiento, según la empresa lo requiera, estos valores agregados van de la mano de un entrenamiento funcional, el cual va a ayudar a aumentar la productividad del trabajador, incluso mejorar el trabajo en equipo y ambiente laboral de la empresa.

Es así que los valores fijados que se cobrará al consumidor, son obtenidos de acuerdo a las respuestas de la encuesta, los cuales se detallan a continuación:

Planes corporativos

Mensualidad completa: Consta de 20 clases al mes, con un tiempo por clase que va desde los 15 minutos hasta 1 hora, dependiendo de la disposición del cliente, el costo mensual por persona es de \$15 (\$0,75ctvs por clase), el cual incluye todos los servicios adicionales.

Media mensualidad: Consta de 10 clases al mes, con un tiempo por clase que va desde los 15 minutos hasta 1 hora, dependiendo de la disposición del cliente, el costo mensual por persona es de \$10 (\$1,00 por clase), el cual incluye todos los servicios adicionales.

Clases por evento: Es un taller de 2 horas, que se ofrece para empresas en eventos, el cual incluye una charla sobre los beneficios de las pausas activas dentro del trabajo, ejercicios a realizar, dinámicas y un pequeño entrenamiento de integración, esto con el fin de promover los beneficios de las pausas activas y además mejorar el trabajo en equipo en la institución. El costo por el evento es de \$200, y la empresa puede llevar hasta 50 personas.

Los eventos a realizar son en 4 fechas especiales:

- Día del trabajador-1ro de mayo
- Día mundial de la salud-7 de abril
- Día del niño-1ro de junio
- Navidad y fin de año-Diciembre

En estos cuatro meses las empresas pueden contratar a “Pro-tencial” para celebrar estas fechas referentes, pero además las empresas pueden contar con el servicio en las fechas que ellos crean necesario realizar un evento.

5.2.2.3. Estrategia de entrada

La estrategia a aplicar es la de fijación de precios para penetrar el mercado, ya que al ser un servicio nuevo, se fijarán precios bajos iniciales, con el fin de atraer un gran número de clientes y penetrar el mercado de manera rápida, consiguiendo una participación importante en el mercado en poco tiempo.

5.2.2.3. Estrategia de ajuste

Se establecerá una fijación de precios promocionales, donde por temporadas se manejaran porcentajes de descuentos por temporadas sobre el valor final.

5.2.3 Plaza

5.2.3.1 Estrategia de distribución

La distribución del servicio será de manera directa, ya que no se contará con intermediarios para su venta, se contará con asesores, los cuales se acercarán directamente a las empresas a ofrecer el servicio.

Una vez que el cliente esté dispuesto a adquirir el servicio, se puede contactar mediante una llamada, redes sociales y/o página web, para que el personal de “pro-tencial se acerque personalmente a la empresa, o se puede dirigir a las oficinas administrativas.

5.2.3.2 Tipo de canal de distribución

El personal de “pro-tencial”, la oficina administrativa y la página web son los canales de distribución directa, por los cuales el cliente puede adquirir el servicio.

5.2.3.3 Puntos de venta

Las visitas del asesor de “pro-tencial” es el punto de venta principal, ya que este se acercará personalmente a las empresas a ofertar el servicio, el cual está

autorizado para realizar el cobro mediante la forma de pago que el cliente disponga.

La oficina administrativa ubicada en el Valle de los Chillos, será el otro punto de venta, donde el personal de turno de igual podrá realizar el cobro.

5.2.3.4 Localización del proyecto

La ubicación está destinada al Valle de los Chillos, ya que el servicio se estará ofreciendo a empresas que estén ubicadas en esta zona.

En este lugar funcionará una oficina administrativa y una bodega en la que se guardarán los implementos deportivos, además de espacios para parqueadero.

La localización exacta de la oficina está ubicada en la vía al Tingo entre las calles Río Coca y Amazonas.

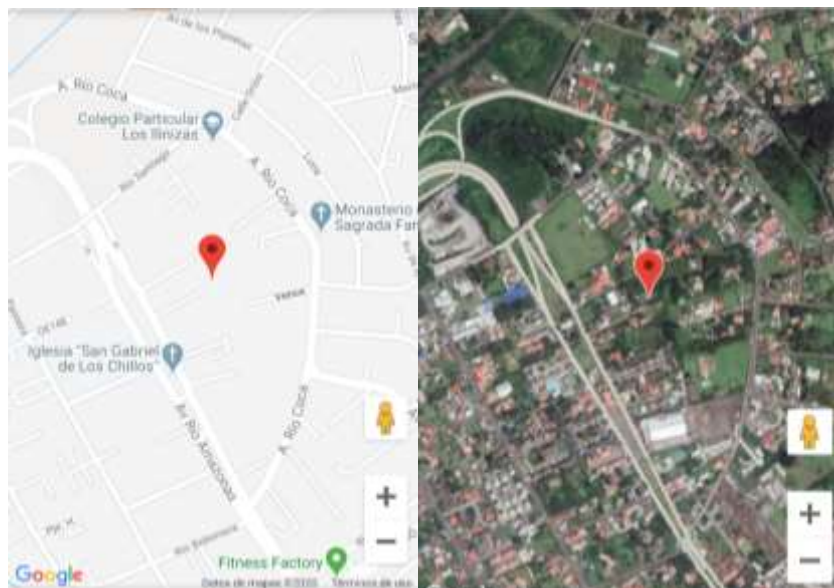


Figura No 4: Mapa de ubicación. Adaptada de Google Maps

5.2.4. Promoción

5.2.4.1 Promoción en ventas

De acuerdo a la estrategia de ajuste que se utilizará, por temporadas se aplicarán descuentos del -10% sobre el valor final, dependiendo del plan que la empresa esté interesada en contratar, esto con el fin de otorgarle mayor apertura al cliente al momento de adquirir el servicio, además de captar un mayor interés del mismo.

5.2.4.2 Estrategia de promoción

La estrategia de promoción aplicada será la denominada “PULL”, la cual consiste en dirigirse al público objetivo directamente, atrayéndolo hacia la marca.

Lo que se busca con esta promoción es comunicar al cliente los atributos y beneficios que se obtiene al adquirir el servicio de Pro-tencial.

5.2.4.3 Publicidad

La publicidad se realizará mediante marketing tradicional y marketing digital, se optó por tener en cuenta estos dos métodos, ya que cada uno aporta con algo diferente que se vuelve muy relevante a la hora de dar a conocer el servicio, además de que estos dos métodos se complementan logrando un mayor alcance en el público objetivo.

Contacto cara a cara: En el servicio que se va a ofrecer es muy importante el relacionarse de manera directa con la persona encargada en adquirir el servicio en la empresa, es por eso que el marketing cara a cara va a fomentar interacciones positivas, conociendo el interés real del cliente.

Radio: Las pautas en radio ayudan a transmitir el mensaje de manera masiva, lo cual nos ayudará a difundir la información necesaria, las tarifas de pautar depende del rating que tenga el programa de la emisora, la cual será dirigida específicamente para empresas.

En este caso la pauta se realizará en Radio Ecos de Rumiñahui en el programa Ecos de la mañana, el cual es uno de los programas más escuchados en el cantón Rumiñahui, contando a su vez con una mayoría del público objetivo.

El valor de la pauta es de 1120 dólares, durante los 6 primeros meses, después de eso se pautará solamente en los meses de mayo y junio durante los próximos 5 años.

Página web: Se contará con una página web, en la cual conste toda la información detallada acerca del servicio y números de contacto, el valor estimado es de \$450, la cual tendrá 6 paginas internas, una galería de imágenes y videos, además de botones que direccionan directamente a redes sociales, formulario de contactos, mapa de ubicación del negocio, email y teléfonos. (Webcorp, 2020)

Marketing directo

Redes sociales: Se dará uso a las plataformas digitales más importantes, Facebook e Instagram, en las cuales se generará contenido acerca del servicio

de las pausas activas empresariales, como beneficios, promociones y posteriormente testimonios de los clientes.

El costo de pautar en redes sociales será de \$80 mensuales durante los primeros 6 meses, después de este tiempo el costo por pauta se reducirá a \$30 mensual, dando un costo total de \$660 por el primer año, y desde el segundo año un costo de \$360 mensual, lo cual se va a usar en plataformas como Facebook e Instagram dirigiendo la pauta al Valle de los Chillos.

Community Manager: Se contará con los servicios de una persona que será la encargada del manejo de redes sociales, realizar el contenido a publicar, además se encargará de armar las piezas gráficas, producción y edición de videos, etc. El costo del community manager será de \$250 mensuales más IVA.

Relaciones Públicas

Ademas de los planes que se fijaron, uno de los que el cliente puede adquirir, es el de un taller en eventos específicos que las empresas realicen, como pueden ser, día del trabajador, mañanas deportivas, o alguna fecha especial en la cual la empresa decida realizar alguna actividad.

Roll Up: Se necesitará 2 roll up de 0,85x200 cm, cada uno con un costo de \$45.

Transporte: Se contará con una camioneta la cual va a movilizar los implementos necesarios, esta se contratará en primera instancia hasta adquirir una propia.

Fotógrafo: El Community manager contratado, será el encargado de realizar las fotografías y posteriormente editarlas, se le otorgará un bono de \$30 extra por cada evento.

Parlantes: Se adquirirá dos parlantes amplificados marca JBL a un costo de \$365 cada uno.

Fuerza de Ventas

Al ser un servicio completamente nuevo, se empezaría con 6 empresas que adquirirán uno de los paquetes con los que se cuenta, es por eso que el encargado en dirigirse a las empresas a ofrecer el servicio será el gerente general, siendo este una persona experimentada en el campo de las ventas, además de ser alguien que maneje bien las relaciones públicas.

Dependiendo del incremento que se tenga en la demanda hacia el servicio, se analizará el contratar o no personal que sea específicamente para ventas.

5.2.4.4 Proyección de costos del Plan de Marketing

Tabla 10: Proyección costos de publicidad anuales

ÍTEM	1	2	3	4	5
Página Web	\$ 450,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Pautaje redes sociales	\$ 720,00	\$ 480,00	\$ 480,00	\$ 480,00	\$ 480,00
Comunnity Manager	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
Bono de Fotógrafo(por evento)	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 180,00	\$ 30,00
Parlantes	\$ 730,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Pautaje Radio	\$ 6.720,00	\$ 2.240,00	\$ 2.240,00	\$ 2.240,00	\$ 2.240,00
Roll up	\$ 90,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL	\$ 11.830,00	\$ 5.840,00	\$ 5.840,00	\$ 5.900,00	\$ 5.750,00

6. PROPUESTA DE FILOSOFIA Y ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

6.1 Misión, visión y objetivos de la organización

6.1.1. Misión

Nos especializamos en brindar el servicio de pausas activas a empresas, mediante la modalidad de entrenamiento funcional en el Valle de los Chillos. Contando de profesionales altamente capacitados y con los mejores implementos deportivo que permiten el desarrollo del trabajador, incrementando su productividad y trabajo en equipo, además de mejorar su salud laboral.

6.1.2. Visión

Para el año 2025 la empresa será referente en el mundo empresarial, brindando el servicio de las pausas activas a nivel nacional, siendo reconocidos por el método de entrenamiento funcional, el cual garantiza resultados positivos a corto plazo en cuanto a productividad, trabajo en equipo y salud laboral.

6.1.3. Objetivos de la organización

6.1.3.1 Objetivos estratégicos de corto plazo

- Lograr que 10 empresas contraten el servicio durante los primeros 3 meses.
- Contar con al menos 5 entrenadores para el sexto mes de funcionamiento.

- Otorgar un curso de capacitación anual para los entrenadores.

6.1.3.2 *Objetivos estratégicos de mediano plazo*

- Brindar el servicio a 25 empresas antes del tercer año.
- Alcanzar un retorno de al menos \$10 por cada dólar invertido en publicidad hasta antes del tercer año.
- Participar en al menos 6 eventos hasta el cierre del segundo año.

6.1.3.3 *Objetivos estratégicos de largo plazo*

- Para el quinto año alcanzar 25 empresas que cuenten con el servicio.
- Recuperar al menos el 80% del capital inicial, hasta cerrar el quinto año de funcionamiento.
- Realizar al menos 25 eventos personalizados para empresas, antes de haber finalizado el quinto año.

6.2 Plan de Operaciones

6.2.1 Procesos requeridos para el funcionamiento de la organización

6.2.1.1 *Mapa de procesos*

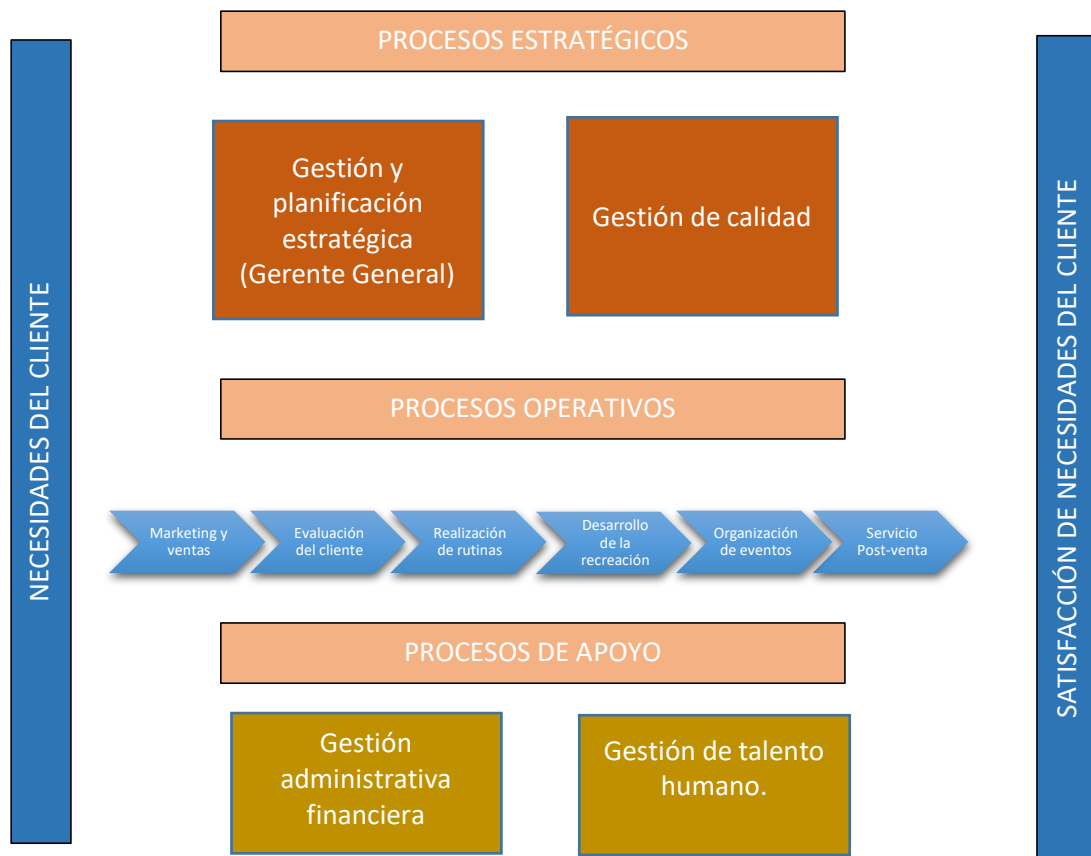


Figura No 5: Mapa de Procesos

Procesos estratégicos:

Como se observa en la figura No. , los procesos estratégicos son los siguientes:

- Gestión y planificación estratégica, en el cual se va a gestionar y todo el sistema de planificaciones para la realización del servicio, por ejemplo asignar las diferentes empresas a cada entrenador, así como los materiales que se usarán en cada entrenamiento; además se planificará las diferentes visitas a las empresas para poner a disposición el servicio.
- Conjunto con la gestión de calidad, esta nos permitirá planear, controlar y ejecutar las diferentes actividades, con los más altos estándares de calidad, los cuales son evaluados mediante los indicadores de satisfacción del cliente.

Procesos operativos:

- Marketing y Ventas: La publicidad, promoción, relaciones públicas y marketing directo, son puntos importantes en cuanto a la realización de este proceso, ya que se debe dar a conocer al cliente acerca del servicio, además de los beneficios que se incluyen en los diferentes paquetes de venta que se cuenta.
- Evaluación del cliente: En la primera clase el entrenador designado, realizará una evaluación rápida al usuario, con la finalidad de conocer su estado físico y poder realizar rutinas que lo favorezcan a lo largo de su desarrollo.
- Realización de rutinas: gracias a las evaluaciones que el entrenador realice, este armará rutinas específicas dependiendo de las necesidades que muestren los usuarios del servicio, ya que no se puede realizar cualquier tipo de ejercicio sin previa evaluación, que arrojará la forma física del cliente, dando al entrenador las pautas para poder aplicar los ejercicios adecuados.

- Desarrollo de la recreación: es en este punto donde ya se pone en práctica la actividad física de los usuarios, en el lugar y horario dispuesto por la empresa.
- Organización de eventos: Uno de los servicios adicionales que el cliente puede optar, es la realización de programas en fechas específicas, como el mes de la salud o mes del trabajador.
- Servicio post-venta: Es importante que el cliente se sienta satisfecho con el servicio otorgado, es por eso que el servicio post-venta es una herramienta en la cual el cliente puede enviar sugerencias, calificar el servicio e incluso resolver inquietudes que se pueda tener.

Procesos de apoyo:

- Gestión administrativa financiera: Ayuda a la empresa con el manejo correcto de las finanzas y contabilidad de la empresa, con el fin de cumplir los objetivos planteados.
- Gestión de talento humano: Es importante que los empleados se sientan satisfechos en la organización, es por eso que la gestión de talento humano influye en el rendimiento positivo empresarial y ayuda a aumentar la productividad de los trabajadores.

6.2.1.2 Cadena de valor

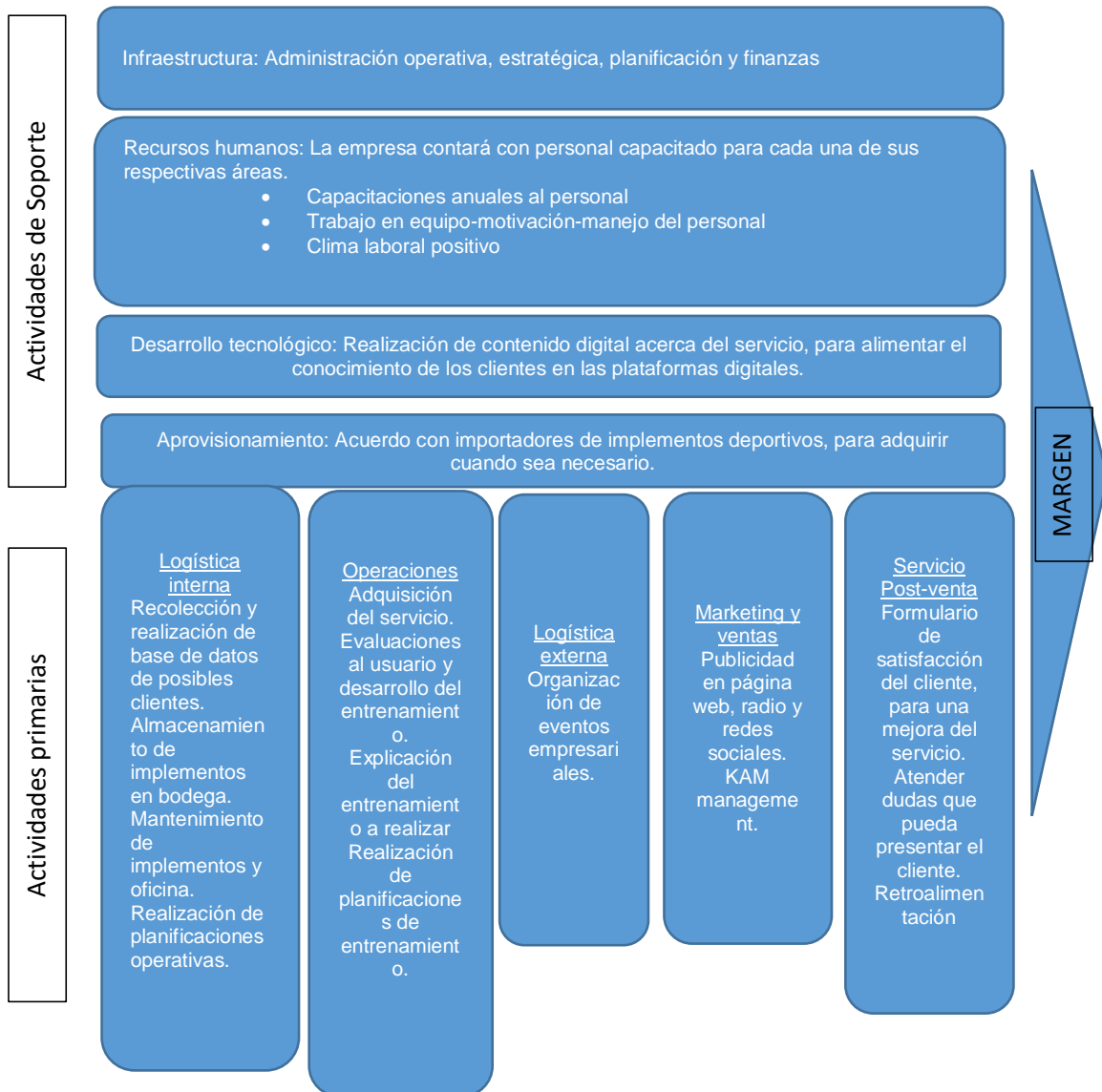
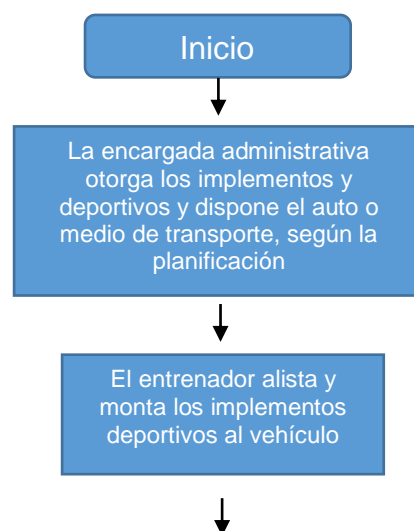
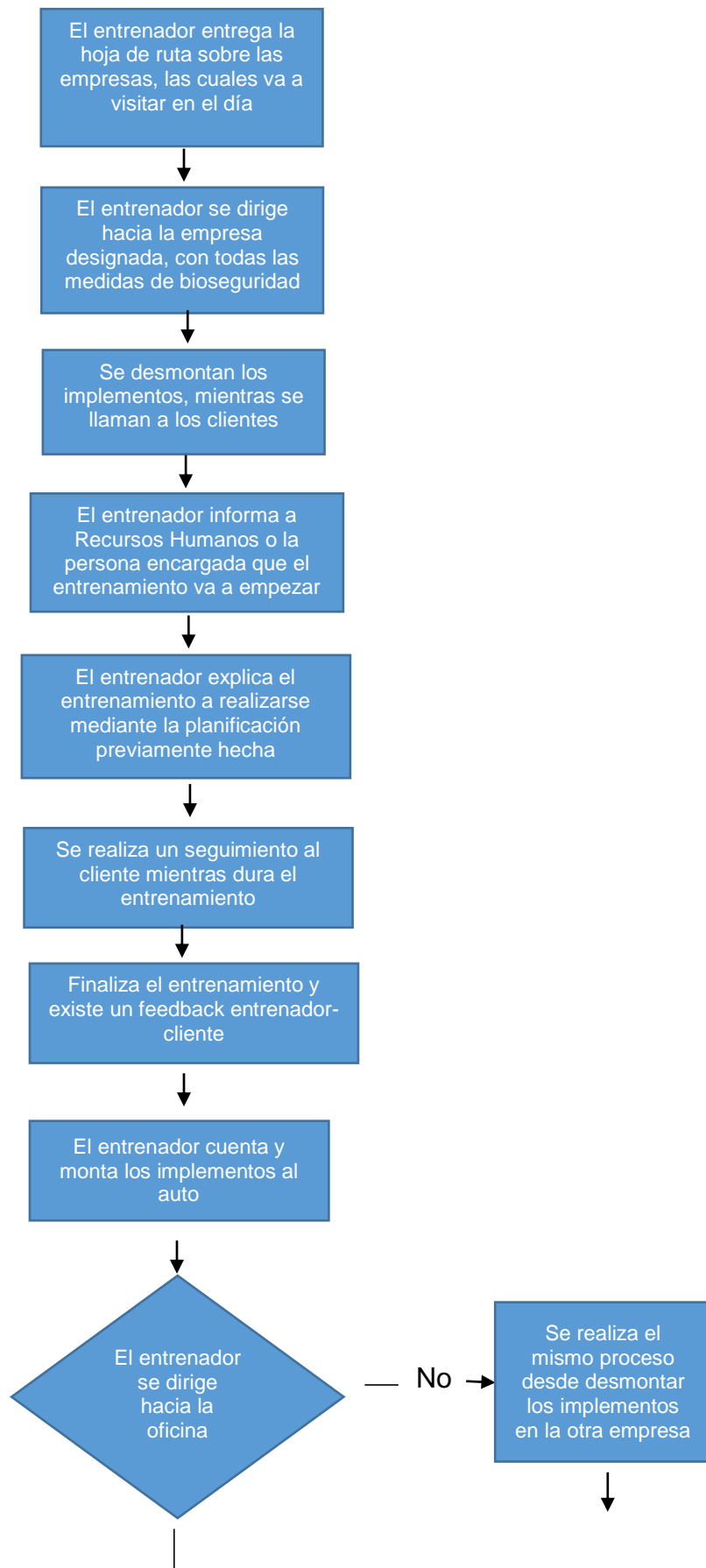


Figura No 6: Cadena de Valor

6.2.1.3 Ciclo de operaciones





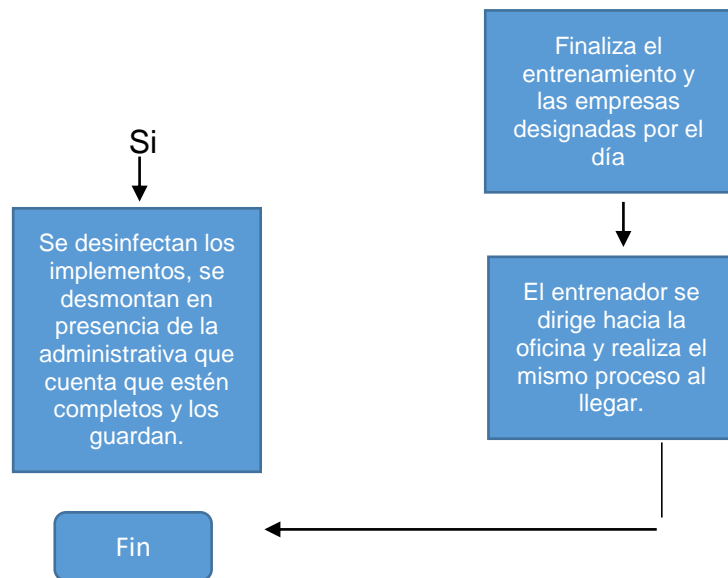


Figura No 7: Ciclo de operaciones

6.2.1.4 Análisis de tiempos

Tabla 11: Análisis de tiempos

Proceso para la realización de pausas activas en una empresa		
Actividad	Tiempo	Encargado
Fase 1		
Se otorga implementos y transporte	10	Administrativa
Se monta los implementos	5	Entrenador
Entrega de hoja de ruta	2	Entrenador
Fase 2		
Ir hacia la empresa designada	15	Entrenador
Se desmonta los implementos	5	Entrenador
Se arma los implementos	5	Entrenador
Se realiza la actividad física	15	Entrenador
Feedback entrenador-cliente	5	Entrenador
Se desarma circuito y se monta implementos al auto	10	Entrenador
Fase 3		
Se dirige hacia la oficina	15	Entrenador
Se desinfecta implementos, se desmonta	10	Entrenador y personal de limpieza
Se realiza un inventario de los implementos que salieron de bodega	5	Administrativa

6.2.1.4 Infraestructura



Figura No 8: Infraestructura

6.2.1.5 Implementos

Tabla 12: Implementos

Equipo Deportivo	Ítem	Cantidad	Precio sin IV	Precio Unitario + IVA	Precio total
	Pesas Rusas	20	\$ 51,60	\$ 57,79	\$ 1.155,84
	Balones medicinales	20	\$ 31,25	\$ 35,00	\$ 700,00
	Platos de entrenamiento	50	\$ 1,34	\$ 1,50	\$ 75,00
	Bandas de resistencia	20	\$ 7,14	\$ 8,00	\$ 160,00
	Steps	20	\$ 22,32	\$ 25,00	\$ 500,00
	Mancuernas 3Kg	20	\$ 22,32	\$ 25,00	\$ 500,00
	Mancuernas 2Kg	20	\$ 17,86	\$ 20,00	\$ 400,00
	Sogas para salto	50	\$ 2,01	\$ 2,25	\$ 112,50
	TRX	20	\$ 34,82	\$ 39,00	\$ 780,00
					\$ 4.383,34

6.2.1.6 Vehículos

Para la logística de la empresa se dispone de:

Tabla 13: Vehículos

Transporte	Camioneta LUV DIMAX 2,	1	\$ 14.642,86	\$ 16.400,00	\$ 16.400,00
------------	------------------------	---	--------------	--------------	---------------------

6.2.1.7 Costos

A continuación, se detallan los costos anuales necesarios para ofertar el servicio.

Tabla 14: Costos

	1	2	3	4	5
Costo de Luz	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00
Salario recepcionista	\$ 4.920,00	\$ 4.920,00	\$ 4.920,00	\$ 4.920,00	\$ 6.396,00
Pago entrenadores por hora	\$ 7,50	\$ 7,50	\$ 7,50	\$ 7,50	\$ 7,50
Pago de entrenadores (Total)	\$ 28.410,00	\$ 37.860,00	\$ 37.860,00	\$ 37.860,00	\$ 37.860,00
Costo Gasolina por hora	\$ 5.682,00	\$ 7.572,00	\$ 7.572,00	\$ 7.572,00	\$ 7.572,00
Total	\$ 39.612,00	\$ 50.952,00	\$ 50.952,00	\$ 50.952,00	\$ 52.428,00
Número de horas dadas	3788	5048	5048	5048	5048

6.3 Estructura organizacional

6.3.1 Estructura legal

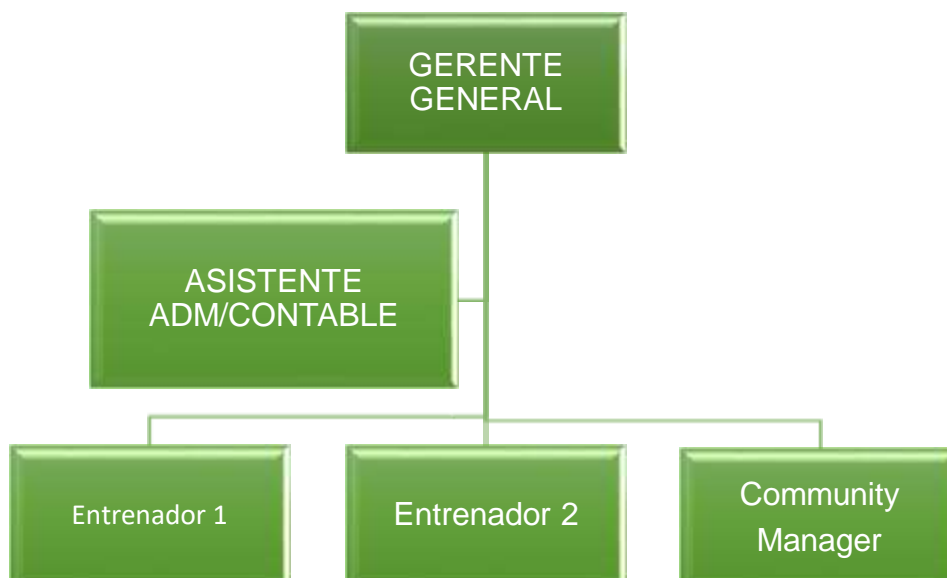
El proyecto es constituido como una Compañía de responsabilidad Limitada (CIA. LTDA).

6.3.2 Diseño organizacional

Será de tipo funcional, ya que esto permite identificar y asignar claramente responsabilidades de tal forma que los empleados las comprenden con facilidad.

6.3.3 Organigrama

Para determinar el organigrama del servicio de las pausas activas "Pro-tencial" se utilizó un organigrama de representación jerárquico de manera vertical.

**Figura No 9: Organigrama**

6.3.3.1 Descripción de funciones

Tabla 15: Descripción de Funciones

Gerente General	Perfil Académico
<ul style="list-style-type: none"> ○ Representar a la empresa 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Título de tercer nivel en Ingeniería en Negocios y Marketing Deportivo.
<ul style="list-style-type: none"> ○ Realizar la planificación estratégica 	
<ul style="list-style-type: none"> ○ Reunirse con los potenciales clientes para dar a conocer y vender el servicio. 	
<ul style="list-style-type: none"> ○ Dirigir y controlar todas las áreas 	
<ul style="list-style-type: none"> ○ Asignar tareas 	
<ul style="list-style-type: none"> ○ Selección de personal y fijar sus pagos 	
Asistente Administrativa y Contable	Perfil Académico
<ul style="list-style-type: none"> ○ Contabilizar activos, pasivos, ingresos y gastos 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Título de tercer nivel en Administración de Empresas.
<ul style="list-style-type: none"> ○ Elaboración de cheques 	
<ul style="list-style-type: none"> ○ Pagar a proveedores y empleados 	
<ul style="list-style-type: none"> ○ Elaborar planillas de aportes 	
<ul style="list-style-type: none"> ○ Elaborar roles de pago 	
<ul style="list-style-type: none"> ○ Realizar Estados Financieros 	
<ul style="list-style-type: none"> ○ Atención al cliente. 	
<ul style="list-style-type: none"> ○ Control de caja chica 	
<ul style="list-style-type: none"> ○ Recepción de documentos 	
<ul style="list-style-type: none"> ○ Mantenimiento de oficina y activos. 	
Entrenadores	Perfil Académico
<ul style="list-style-type: none"> ○ Elaborar las rutinas de ejercicio 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Entrenador especializado en entrenamiento funcional, con
<ul style="list-style-type: none"> ○ Implementar las rutinas de ejercicio 	
<ul style="list-style-type: none"> ○ Movilizarse con los implementos necesarios. 	

○ Elaborar un informe mensual de lo implementado en las empresas asignadas	conocimientos básicos en nutrición.
○ Realizar inventario de los implementos antes y después de la salida de bodega.	
○ Presentar hojas de ruta realizadas.	

Community Manager	Perfil Académico
○ Realizar planificaciones para redes sociales	○ Licenciatura en diseño gráfico y marketing
○ Administrar redes sociales	
○ Realización de piezas gráficas y videos	
○ Cobertura de eventos.	

6.3.4 Remuneraciones

Se contará con dos personas los cuales son el Gerente General y la Recepcionista, las cuales constarán en nómina y tendrán la siguiente remuneración:

Tabla 16: Remuneraciones

Número	Cargo	Sueldo (mensual)	Año de Contratación	Clasificación
1	Gerente General	500	5	Gasto
2	Recepcionista	410	5	Gasto
3	-	-	-	Gasto
4	-	-	-	Gasto
5	-	-	-	Gasto
	Salario Basico	410		

7. Evaluación Financiera

7.1 Proyección de ingresos, costos y gastos

7.1.1 Proyección de ingresos

La cantidad de empresas que se estima atender, se determinó de acuerdo a los objetivos planteados, de esta forma para el proyecto se van a tener 9 tipos de ingresos. Los cuales dependen del tamaño de empresa a la que se va a dar el servicio y también del tipo de mensualidad que adquieran. Además se está tomando en cuenta eventos puntuales que se van a ofrecer a empresas de acuerdo a los objetivos especificados en el capítulo anterior.

En cuanto a la inflación, se tomo con un valor de 0, con el fin de que el proyecto sea mucho más real, ya que debido a la emergencia sanitaria, la inflación se encuentra variando constantemente.

De esta forma la proyección de ingresos es la siguiente:

Tabla 17: Proyección de Ingresos

Ingresos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Anuales	\$62.060,00	\$90.884,00	\$99.514,40	\$108.503,84	\$117.888,22

7.1.2 Proyección de costos y gastos

Se han clasificado los costos y gastos anuales en las siguientes categorías:

Tabla 18: Proyección de costos y gastos

Costos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Suministros de oficina	\$240,00	\$240,00	\$240,00	\$240,00	\$240,00
Gastos de servicios (Internet, telefono, T	\$574,44	\$574,44	\$574,44	\$574,44	\$574,44
Costo gasolina	\$5.682,00	\$7.572,00	\$7.572,00	\$7.572,00	\$7.572,00
Servicios Básicos	\$1.080,00	\$1.080,00	\$1.080,00	\$1.080,00	\$1.080,00
Gastos de publicidad y promoción	\$11.830,00	\$5.840,00	\$5.840,00	\$5.900,00	\$5.750,00
Gasto por arriendo	\$4.800,00	\$4.800,00	\$4.800,00	\$4.800,00	\$4.800,00
Capacitación personal	\$1.500,00	\$1.500,00	\$1.500,00	\$1.500,00	\$1.500,00
Gastos de limpieza y desinfección	\$357,20	\$357,20	\$357,20	\$357,20	\$357,20
Gastos por honorarios	\$28.410,00	\$37.860,00	\$44.160,00	\$31.560,00	\$37.860,00
Total Anual	\$54.473,64	\$59.823,64	\$66.123,64	\$53.583,64	\$59.733,64

Los costos y gastos anuales van aumentando debido al pago de entrenadores y también las horas en las cuales ellos prestan sus servicios.

7.2 Inversión inicial, capital de trabajo y estructura de capital

7.2.1 Inversión inicial

La empresa requiere realizar las siguientes inversiones para funcionar completamente:

Tabla 19: Inversión Inicial

Inversión					
Equipo Deportivo	Ítem	Cantidad	Precio sin IVA	Precio Unitario + IVA	Precio total
	Pesas Rusas	20	\$ 51,60	\$ 57,79	\$ 1.155,84
	Balones medicinales	20	\$ 31,25	\$ 35,00	\$ 700,00
	Platos de entrenamiento	50	\$ 1,34	\$ 1,50	\$ 75,00
	Bandas de resistencia	20	\$ 7,14	\$ 8,00	\$ 160,00
	Steps	20	\$ 22,32	\$ 25,00	\$ 500,00
	Mancuernas 3Kg	20	\$ 22,32	\$ 25,00	\$ 500,00
	Mancuernas 2Kg	20	\$ 17,86	\$ 20,00	\$ 400,00
	Sogas para salto	50	\$ 2,01	\$ 2,25	\$ 112,50
	TRX	20	\$ 34,82	\$ 39,00	\$ 780,00
					\$ 4.383,34
Equipo de oficina					
	Sistema de administraci	1	\$ 1.300,00	\$ 1.301,12	\$ 1.301,12
	Computadora	1	\$ 431,20	\$ 490,00	\$ 490,00
	Escritorio	1	\$ 176,00	\$ 200,00	\$ 200,00
	TV	1	\$ 280,72	\$ 319,00	\$ 319,00
	Impresora	1	\$ 158,93	\$ 178,00	\$ 178,00
					\$ 2.488,12
Constitución	Gasto Constitución				\$ 1.200,00
Transporte	Camioneta LUV DIMAX 2,	1	\$ 14.642,86	\$ 16.400,00	\$ 16.400,00
Capital de trabajo					\$12.465,31
				Inversión Total	\$36.936,77

7.2.2 Capital de trabajo

El capital necesario para que el negocio pueda iniciar sus operaciones sin ningún inconveniente es de \$12.465,31; mismo que se calculó mediante el método del déficit máximo acumulado. Este capital cubre todos los gastos operativos como administrativos, hasta que el proyecto puede generar ingresos propios. En ese caso se detalla a continuación todos los gastos en los que se va a usar el capital calculado:

Tabla 20: Desglose de capital de trabajo

MES	0	1	2	3	4	5	6
Suministros de oficina	0	20	20	20	20	20	20
Gastos de servicios (Internet, telefono, TV)	0	47,87	47,87	47,87	47,87	47,87	47,87
Servicios Básicos	0	90	90	90	90	90	90
Gastos gasolina	0	90	180	270	363	453	543
Gastos de publicidad y promoción	0	2720	1450	1450	1480	1480	1480
Capacitación personal (entrenadores)	0	0	0	0	0	0	0
Gastos de limpieza y desinfección	0	144,35	19,35	19,35	19,35	19,35	19,35
Arriendo	0	400	400	400	400	400	400
TOTAL GASTOS HONORARIOS	0	450	900	1350	1815	2265	2715
TOTAL GASTOS SUELDOS	0	1165	1165	1165	1165	1165	1165

7.2.3 Estructura de capital

Se considera una inversión inicial de \$36.936,77. La cual el 35% será inversión propia y el 65% se adquirirá mediante un crédito.

Tabla 21: Estructura de capital

	Porcentaje de Inversión	Inversión
Dueño	35%	\$ 12.927,87
	0%	\$ -
Deuda L/P	65%	\$ 24.008,90
	Inversión Total	\$ 36.936,77

Tabla 22: Método de financiamiento

Monto	\$ 24.008,90			
Plazo	5 años		1,96%	Mensual
Tasa de interés	23,50%	anual	60	meses
Cuota	\$683,74			

7.3 Proyección de Estado de Resultados, Situación Financiera, Estado de Flujo de Efectivo y Flujo de caja

7.3.1 Proyección de Estado de Resultados

Tabla 23: Resumen de estado de resultados proyectado anual

ESTADO DE RESULTADOS ANUAL					
AÑOS	1	2	3	4	5
Ventas	\$62.060,00	\$90.884,00	\$99.514,40	\$108.503,84	\$117.888,22
	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
UTILIDAD BRUTA	\$62.060,00	\$90.884,00	\$99.514,40	\$108.503,84	\$117.888,22
Gastos honorarios (Servicios externos)	\$28.410,00	\$37.860,00	\$37.860,00	\$37.860,00	\$37.860,00
Gastos Sueldos	\$13.976,42	\$14.886,05	\$18.750,35	\$18.750,35	\$26.448,04
Gastos Generales	\$26.063,64	\$21.963,64	\$21.963,64	\$22.023,64	\$21.873,64
Gastos Depreciación	\$1.889,33	\$1.889,33	\$1.889,33	\$1.889,33	\$1.889,33
Gastos Amortización	\$500,22	\$500,22	\$500,22	\$500,22	\$500,22
UTILIDAD ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN	-\$8.779,61	\$13.784,75	\$18.550,85	\$27.480,29	\$29.316,99
Gastos de intereses	\$5.347,22	\$4.598,42	\$3.653,39	\$2.460,73	\$955,55
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN	-\$14.126,84	\$9.186,33	\$14.897,46	\$25.019,55	\$28.361,43
15% Participación Trabajadores	\$0,00	\$1.482,91	\$2.234,62	\$3.760,52	\$4.254,21
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	-\$14.126,84	\$7.703,42	\$12.662,84	\$21.259,03	\$24.107,22
25% IMPUESTO A LA RENTA	\$0,00	\$2.127,03	\$3.165,71	\$5.329,30	\$6.026,80
UTILIDAD NETA	-\$14.126,84	\$5.576,39	\$9.497,13	\$15.929,73	\$18.080,41

La utilidad es negativa en el primer año de funcionamiento, pero en los próximos años se incrementa, dando una utilidad positiva, debido al incremento de ventas, es decir empresas que se unen al servicio de pausas activas empresariales mediante “Pro-tencial”, a pesar de que en los gastos se nota un incremento, la utilidad sigue en mejora, por lo cual el proyecto sigue en crecimiento hasta el quinto año analizado.

7.3.2 Proyección de Estado de Situación Financiera

Tabla 24: Resumen estado de situación financiera proyectado anual

AÑOS	1	2	3	4	5
ACTIVOS	\$323.513,70	\$297.133,45	\$384.660,67	\$547.997,72	\$846.640,70
Corrientes	\$37.532,78	\$92.890,04	\$237.766,67	\$482.400,49	\$823.696,38
Efectivo	\$37.532,78	\$92.890,04	\$237.766,67	\$482.400,49	\$823.696,38
Cuentas x cobrar	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
No Corrientes	\$285.980,92	\$204.243,42	\$146.894,00	\$65.597,22	\$22.944,32
Material y equipos operativos	\$273.333,76	\$228.691,41	\$206.019,39	\$159.400,00	\$148.840,00
Depreciación acumulada	\$12.280,68	\$34.952,69	\$57.624,71	\$80.296,73	\$102.968,75
	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Intangibles	\$28.721,19	\$20.259,07	\$14.256,38	\$8.253,70	\$2.292,69
Amortización Acumulada	\$3.793,37	\$9.754,37	\$15.757,06	\$21.759,74	\$25.219,63
	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
PASIVOS	\$301.800,30	\$244.324,52	\$198.283,30	\$139.872,91	\$65.430,81
Corrientes	\$7.599,30	\$13.118,21	\$16.278,58	\$19.962,51	\$23.885,84
Sueldos x pagar	\$7.599,30	\$9.508,27	\$10.878,25	\$10.872,68	\$13.604,82
Impuestos x pagar	\$0,00	\$3.609,95	\$5.400,33	\$9.089,83	\$10.281,02
	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
No Corrientes	\$294.201,00	\$231.206,31	\$182.004,72	\$119.910,41	\$41.544,97
Deuda a largo plazo	\$294.201,00	\$231.206,31	\$182.004,72	\$119.910,41	\$41.544,97
	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
PATRIMONIO	\$153.935,46	\$160.710,82	\$164.631,56	\$171.064,16	\$173.214,84
Capital	\$168.062,30	\$155.134,43	\$155.134,43	\$155.134,43	\$155.134,43
Retención de utilidades	-\$14.126,84	\$5.576,39	\$9.497,13	\$15.929,73	\$18.080,41
Capital de Socios	\$132.222,06	\$107.901,88	-\$21.745,82	-\$237.060,64	-\$607.995,04
COMPROBACIÓN	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00

De acuerdo al análisis del balance del estado de resultados y situación financiera, se determina que la política de pagos de la organización será mediante efectivo, para todas las mensualidades y eventos. Las utilidades generadas por la organización serán reinvertidas durante la duración del proyecto.

7.3.3 Proyección de Estado de Flujo de Efectivo

Tabla 25: Resumen estado de flujo de efectivo proyectado anual

Año	1	2	3	4	5
ACTIVIDADES OPERACIONALES	-\$7.156,67	\$12.664,82	\$19.869,18	\$30.861,66	\$37.280,61
Utilidad Neta	-\$14.126,84	\$5.576,39	\$9.497,13	\$15.929,73	\$18.080,41
Depreciaciones y amortizaciones					
Depreciación (pos)	\$6.196,97	\$6.588,58	\$6.588,58	\$6.588,58	\$6.588,58
Amortización (pos)	\$500,22	\$500,22	\$500,22	\$500,22	\$500,22
Cuentas x cobrar (neg)	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Sueldos por pagar (pos)	\$272,97	-\$0,36	-\$0,46	-\$0,46	-\$0,66
Impuestos por pagar (pos)	\$0,00	\$0,00	\$3.283,72	\$7.843,60	\$12.112,06
ACTIVIDADES INVERSIÓN	-\$24.471,46	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Material y equipos operativos	-\$21.970,34	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Intangibles	-\$2.501,12	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO	\$34.079,15	-\$3.606,43	-\$4.551,45	-\$5.744,11	-\$7.249,29
Deuda a largo plazo (pos)	\$21.151,28	-\$3.606,43	-\$4.551,45	-\$5.744,11	-\$7.249,29
Pago dividendos (neg)	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Capital (pos)	\$12.927,87	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
INCREMENTO NETO EN EFECTIVO	\$2.451,02	\$9.058,39	\$15.317,73	\$25.117,55	\$30.031,32
EFECTIVO PRINCIPIOS DE PERIODO		\$2.451,02	\$11.509,41	\$26.827,14	\$51.944,69
TOTAL DE EFECTIVO AL FINAL DEL PERIODO	\$2.451,02	\$11.509,41	\$26.827,14	\$51.944,69	\$81.976,02

La empresa empieza a generar efectivo desde el primero año, es decir que cuenta con su propio capital, que va ayudar a no endeudarse en años posteriores.

7.3.4 Proyección de Estado de Flujo de Caja

Tabla 26: Resumen flujo de caja proyectado anual

FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO	0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad antes de intereses, impuestos y participación	\$ -8.779,61	\$ 13.784,75	\$ 23.348,73	\$ 27.480,29	\$ 29.316,99	\$ 29.316,99
Gastos de depreciación	\$ 1.889,33	\$ 1.889,33	\$ 2.204,21	\$ 1.889,33	\$ 1.889,33	\$ 1.889,33
Gastos de amortización	\$ 500,22	\$ 500,22	\$ 583,59	\$ 500,22	\$ 500,22	\$ 500,22
Participación de trabajadores (15%)	\$ -	\$ 1.482,91	\$ 2.879,23	\$ 3.760,52	\$ 4.254,21	\$ 4.254,21
Impuesto a la renta (25%)	\$ -	\$ 2.127,03	\$ 4.078,90	\$ 5.329,30	\$ 6.026,80	\$ 6.026,80
I. Flujo de efectivo operativo neto (FEO)	\$ -8.192,07	\$ 11.014,69	\$ 17.778,56	\$ 19.950,76	\$ 21.103,51	\$ 21.103,51
Inversión de capital de trabajo neto	\$ 12.465,31	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Variación de capital de trabajo neto	\$ -12.208,76	\$ 7.405,02	\$ 16.410,02	\$ 24.238,46	\$ 35.983,68	\$ 35.983,68
Recuperación de capital de trabajo neto	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 70.333,27
II. Variación de capital de trabajo neto	\$ 12.465,31	\$ -12.208,76	\$ 7.405,02	\$ 16.410,02	\$ 24.238,46	\$ 106.316,95
Inversiones	\$ -24.471,46	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Recuperaciones	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Recuperación equipo e intangibles	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 13.315,00
III. Gastos de capital (Capex)	\$ -24.471,46	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 13.315,00
FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO	\$ -12.006,15	\$ -20.400,83	\$ 18.419,72	\$ 34.188,58	\$ 44.189,21	\$ 140.735,46

7.4 Proyección del Flujo de Caja del Inversionista, Cálculo de la tasa de descuento y criterios de valoración.

7.4.1 Proyección del Flujo de Caja del Inversionista

Tabla 27: Resumen flujo de cada Inversionista anual

FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Flujo de caja del proyecto	\$ -12.006,15	\$ -20.400,83	\$ 18.419,72	\$ 34.188,58	\$ 44.189,21	\$ 140.735,46
Préstamo	\$ 24.008,90	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos de interés	\$ -	\$ -5.347,22	\$ -4.598,42	\$ -4.153,89	\$ -2.460,73	\$ -955,55
Amortización del capital	\$ -	\$ -2.857,62	\$ -3.606,43	\$ -5.418,42	\$ -5.744,11	\$ -7.249,29
Escudo Fiscal	\$ -	\$ 1.802,01	\$ 1.549,67	\$ 1.399,86	\$ 829,27	\$ 322,02
IV. FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA	\$ -12.002,75	\$ -26.803,66	\$ 11.764,54	\$ 26.016,13	\$ 36.813,64	\$ 132.852,64

Como se observa en la tabla N° 26 el flujo de caja del inversionista tiene una variación de año a año, siendo el primer año negativo, y desde el segundo generando rentabilidad positiva, que va en aumento año a año.

7.4.2 Cálculo de la tasa de descuento

Tabla 28: Datos para cálculo de tasas de descuento

Tasa libre de riesgo	0,28%
Rendimiento del Mercado	7,41%
Beta	1,61
Beta Apalancada	1,58
Riesgo País	3,31%
Tasa de Impuestos	25%
Participación Trabajadores	15%
Escudo Fiscal	36,25%
Razón Deuda/Capital	53,8%
Costo Deuda Actual	23,50%

Tabla 29: Tasas de descuento

TASAS DE DESCUENTO	
WACC	15,18%
CAPM	15,29%

Las tasas de descuento obtenidas, permiten obtener indicadores para la evaluación del proyecto.

7.4.3 Criterios de valoración

Tabla 30: Criterios de Valoración

EVALUACIÓN FLUJOS DEL PROYECTO		EVALUACIÓN FLUJO DEL INVERSIONISTA	
VAN	\$100.739,04	VAN	\$76.635,96
IR	9,39	IR	7,38
TIR	142,33%	TIR	60,80%

Al tener un VAN positivo, se puede decir que el proyecto es financieramente viable durante el plazo de los 5 años propuestos. De forma que está en capacidad de producir utilidad a mediano y largo plazo.

Por otro lado, también se puede concluir que el proyecto es interesante, ya que TIR es de 143,47%, generando un retorno de \$8,94 por cada dólar invertido.

7.5 Índices Financieros

Tabla 31: Índices financieros

Indicadores financieros	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Liquidez					
Liquidez General	4,94	7,08	14,61	24,17	34,48
Capital de trabajo	47,58%	54,09%	42,80%	31,22%	20,46%
Solvencia					
Solvencia general	1,07	1,22	1,94	3,92	12,94
Endeudamiento					
Endeudamiento general	97,48%	94,63%	91,79%	85,73%	63,49%
Endeudamiento a corto plazo	4,94%	8,16%	9,89%	11,67%	13,79%
Endeudamiento a largo plazo	191,12%	143,86%	110,55%	70,10%	23,98%
Apalancamiento					
Apalancamiento Financiero	0,16	0,15	0,15	0,14	0,14
Rentabilidad					
Rentabilidad económica RDA	-4,37%	1,88%	2,47%	2,91%	2,14%
Rentabilidad financiera ROE	-109,27%	43,13%	73,46%	123,22%	139,86%

Los indicadores de liquidez demuestran que el proyecto desde el primero año es capaz de solventar sus deudas sin ningún inconveniente.

El proyecto mediante sus indicadores de solvencia demuestra, que en caso de una liquidación, estarían en capacidad de cubrir todos sus pasivos desde el año 1 de funcionamiento.

Al observar un apalancamiento positivo, se deduce que la obtención de deuda para comenzar el proyecto produce un efecto positivo en el crecimiento del negocio, debido a que la rentabilidad puede solventar los costos generados por la deuda adquirida como financiamiento.

En cuanto a la rentabilidad económica, se concluye que únicamente el primer año, el proyecto no está utilizando de manera eficiente sus activos, pero esto se corrige a partir del segundo año, donde al igual que la utilidad neta comienza a ser favorable para la empresa.

Tabla 32: Comparación Índices financieros

Indicadores financieros	PROMEDIO DE LOS 5 AÑOS	COMPARACIÓN	
		SECTOR DEL PROYECTO R93	EMPRESA "IDEAS & ASOCIADOS" "ASOIDEAS" COMPAÑIA DE
Liquidez			
Liquidez General	17,06	0,6523	11,68
Capital de trabajo			
Solvencia			
Solvencia general			
Endeudamiento			
Endeudamiento general	86,63%	20,86	41,28%
Endeudamiento a corto plazo			
Endeudamiento a largo plazo			
Apalancamiento			
Apalancamiento Financiero	14,60	1,0081	2,41
Rentabilidad			
Rentabilidad económica RDA			
Rentabilidad financiera RDE	54,08%	8,71	0,19

En cuanto a los índices de liquidez el promedio en 5 años es de 17,06 mientras que el índice de la industria en el 2018 es de 0,6523, según la superintendencia de Compañías, esto demuestra que a pesar de la inversión inicial realizada, el

proyecto está en la capacidad de generar solvencia a partir del segundo año de funcionamiento.

Lo que se puede observar en los índices de endeudamiento en el proyecto el promedio en 5 años es de 86,63%, mientras que en el sector es de 20,86%, y en una empresa similar es de 41,28%, el ratio de endeudamiento es mayor al del sector debido a que la deuda que se adquiere al inicio del proyecto es alta, pero se puede sustentar con los activos generados durante el tiempo de vida del proyecto.

El apalancamiento en el proyecto es de 14,60, mientras que en el sector muestra un valor de 1,0081, el proyecto tiene un porcentaje mayor de apalancamiento debido al préstamo adquirido para el funcionamiento.

La rentabilidad financiera ROE del proyecto es de 54,08%, mientras que en el sector es de 8,71%, la alta tasa de rentabilidad que demuestra el proyecto, se debe a que es un negocio innovador que por el momento no tiene competencia y de acuerdo al análisis de mercado ha obtenido una gran aceptación.

8. Conclusiones

Se determina que el proyecto es viable, ya que la oportunidad de negocio que existe es amplia, al ser la única empresa a dedicarse a las pausas activas empresariales en el mercado ecuatoriano.

En cuanto al análisis de la industria, se determina que en el entorno externo en el que se encuentra la industria, correspondiente a artes, entretenimiento y recreación, se cuenta con valores agregados y oportunidades que hacen que las amenazas tengan un bajo impacto. Es importante destacar que el aumento de diferentes tipos de molestias provocadas en el ámbito laboral, ayudan a que exista un incremento de actividad deportiva dentro de las empresas.

En la investigación de mercados se determinó que las pausas activas empresariales resultan atractivas al empleador, debido al incremento de productividad que genera en el empleado, haciendo que la empresa aumente la producción, y mejore el ambiente laboral en sus empleados.

Desde el punto de vista de los empleados, la aplicación de las pausas activas empresariales, son necesarias, debido al aumento de estrés y enfermedades que sufren por el trabajo excesivo, es por eso que se encuentra útil el realizar este tipo de actividad en sus jornadas laborales.

Debido a que el mercado meta es muy específico, se determinó una estrategia de marketing de enfoque, con el fin de satisfacer las necesidades del consumidor.

Financieramente se determinó que la empresa "Pro-tencial", es un plan de negocios viable dentro de los 5 años que dura el proyecto, pese a que la inversión inicial es alta, la empresa está en capacidad de responder a los pasivos, a partir del segundo año de funcionamiento, ya que a partir de ese año, la rentabilidad es alta y aumentando año a año.

En cuanto a la estructura organizacional, se estableció la misión, visión y objetivos de corto, mediano y largo plazo, siendo alcanzables en el tiempo que dure el proyecto, esto se debe a que el plan de marketing aplicado, permite que se logre la cantidad de empresas deseadas, mencionadas en los objetivos propuestos. Así como el retorno esperado en publicidad es positivo, debido a las estrategias aplicadas correctamente en el mercado.

REFERENCIAS

- AppBrain*. (3 de Octubre de 2018). Obtenido de <https://www.appbrain.com/stats/number-of-android-apps>
- ARCSA. (29 de Agosto de 2014). *Control Sanitario*. Obtenido de <http://www.controlsanitario.gob.ec/gimnasios-de-ibarra-fueron-inspeccionados-por-arcsa/>
- Asamblea Constituyente. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Obtenido de Constitución de la República del Ecuador: https://www.oas.org/juridico/mla/sp/ecu/sp_ecu-int-text-const.pdf
- Banco Central Del Ecuador. (2020). *Banco Central Del Ecuador*. Obtenido de <https://sintesis.bce.fin.ec/BOE/OpenDocument/1602171408/OpenDocument/opendoc/openDocument.faces?logonSuccessful=true&shareId=0>
- BBC. (9 de Diciembre de 2014). Obtenido de https://www.bbc.com/mundo/noticias/2014/12/141209_deportes_aplicaciones_ejercicios_populares_calorias_actividades_jmp
- BCE. (2019). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de <https://sintesis.bce.fin.ec/BOE/OpenDocument/1602171408/OpenDocument/opendoc/openDocument.faces?logonSuccessful=true&shareId=2>
- BCE. (2019). *Banco Central el Ecuador*. Obtenido de <https://sintesis.bce.fin.ec/BOE/OpenDocument/1602171408/OpenDocument/opendoc/openDocument.faces?logonSuccessful=true&shareId=0>
- Caceres, Magallanes, Torres, Copara, Escobar, & Mayta. (2017). EFECTO DE UN PROGRAMA DE PAUSA ACTIVA MÁS FOLLETOS INFORMATIVOS EN LA DISMINUCIÓN DE MOLESTIAS MUSCULOESQUELETICOS EN TRABAJADORES ADMINISTRATIVOS. *Rev Peru Med Exp Salud Publica*, 611-618. Obtenido de <http://www.scielo.org.pe/pdf/rins/v34n4/a05v34n4.pdf>
- Cepymenews. (25 de Junio de 2019). *Cepymenews*. Obtenido de Cepymenews: <https://cepymenews.es/pasos-implementar-pronosticos-progresivos>
- compañías, S. d. (2020). Obtenido de https://reporteria.supercias.gob.ec/portal/cgi-bin/cognos.cgi?b_action=cognosViewer&ui.action=run&ui.object=%2fcon

tent%2ffolder%5b%40name%3d%27Reportes%27%5d%2ffolder%5b%40name%3d%27Compa%c3%b1ia%27%5d%2freport%5b%40name%3d%27Companias%20por%20Actividad%2

Deporte, M. d. (2012). *El deporte en cifras*. Obtenido de El deporte en cifras: http://aplicativos.deporte.gob.ec/investigacion/libros/DEPORTE_EN_CIFRAS%202012.pdf

Deporte, M. d. (2017). Obtenido de <https://www.deporte.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/03/INFORME-DE-RENDICIO%CC%81N-DE-CUENTAS.pdf>

deporte, S. d. (2017). *Secretaria del deporte*. Obtenido de <https://www.deporte.gob.ec/ecuador-ejercitate-pondra-en-movimiento-al-pais/>

Díaz, X., Mardones, M., Mena, C., Rebolledo, A., & Catillo, M. (2011). Pausa activa como factor de cambio en actividad física. *Revista Cubana de Salud Pública*, 308. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rcsp/v37n3/spu11311.pdf>

Digital, G. (24 de Agosto de 2018). Las 500 mejores empresas del Ecuador 2017. Quito, Pichincha , Ecuador.

Ecuador, B. C. (2018). Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1105-la-economia-ecuatoriana-crecio-19-en-el-primer-trimestre-de-2018>

Ekos. (10 de Marzo de 2014). *Ekos Negocios*. Obtenido de <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idart=3108>

El Comercio. (07 de Junio de 2014). *El Comercio*. Obtenido de El Comercio: <https://www.elcomercio.com/actualidad/enfermedades-laborales-iess-ecuador-lumbalgia.html>

El Comercio. (29 de Abril de 2019). *Ecuador empieza a velar por la salud laboral*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador-salud-laboral-empresas-trabajadores.html>

El Comercio. (2019). *El Comercio*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/sube-pais-riesgo-ecuador-deuda.html#:~:text=El%20riesgo%20pa%C3%ADs%20mide%20las%20>

probabilidades%20de%20que%20una%20naci%C3%B3n,naci%C3%B3n%20cuando%20esta%20busca%20financiamiento.

Encuesta Nacional de Salud y Nutrición. (2014). *Ensanut-Ecu*. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/ENSANUT/MSP_ENSANUT-ECU_06-10-2014.pdf

fitness, L. (24 de septiembre de 2019). *Vitónica*. Obtenido de Vitónica: <https://www.vitonica.com/entrenamiento/estas-nuevas-tendencias-fitness-para-2019-acsm>

Goldman Sachs. (Abril de 2020). Obtenido de <https://www.goldmansachs.com/Great-Place-to-Work-Intitute>. (2018). *Las mejores empresas para trabajar en Ecuador*. Obtenido de <https://www.greatplacetowork.com/ec/es/mejores-empresas-para-trabajar/las-mejores-empresas-para-trabajar-en-ecuador/2018>

IESS-Seguro de Riesgos del Trabajo. (s.f.). *Normativa aplicable a la seguridad y salud en el trabajo*. Obtenido de http://sart.iess.gob.ec/DSGRT/norma_interactiva/IESS_Normativa.pdf

INEC. (2010). *INEC*. Obtenido de INEC: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas/>

INEC. (2010). *INEC*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/informacion-censal-cantonal/>

INEC. (2011). *INEC*. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Encuesta_Estratificacion_Nivel_Socioeconomico/111220_NSE_Presentacion.pdf

INEC. (2012). Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Encuestas_Ambientales/Verde_Urbano/Presentacion_Indice%20Verde%20Urbano%20-%202012.pdf

INEC. (2012). *INEC*. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec//documentos/web-inec/Uso_Tiempo/Presentacion_%20Principales_Resultados.pdf

- INEC. (2016). Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec//documentos/web-inec/EMPLEO/archivos_ENEMDU/PresentacionMuestra.pdf
- INEC. (2016). *INEC*. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2016/170125.Presentacion_Tics_2016.pdf
- INEC. (2017). *INEC*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/directorio-de-empresas-2017/>
- INEC. (2019). *Encuesta Nacional de empleo, desempleo y subempleo*. Quito: Enemdu.
- INEC. (Diciembre de 2019). *Instituto Nacional de Estadística y Censos*. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2019/Diciembre/201912_Mercado_Laboral.pdf
- Ley Orgánica del Servicio Público. (2014). *Ministerio de Relaciones Laborales*. Obtenido de Ministerio de Relaciones Laborales: <http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/2014/07/NORMA-DE-CAPACITACI%C3%93N-RO-296-de-24-julio-2014-Y-DELEGACI%C3%93N-UATH-RO-252.pdf>
- Lifestyle*. (15 de Marzo de 2018). Obtenido de <https://lifestyle.fit/actualidad/novedades-tecnologicas-gimnasios>
- Medicine., A. C. (Noviembre/Diciembre de 2018). *Health & Fitness Journal de ACSM*. Obtenido de Health & Fitness Journal de ACSM: https://journals.lww.com/acsm-healthfitness/Fulltext/2018/11000/WORLDWIDE_SURVEY_OF_FITNESS_TRENDS_FOR_2019.6.aspx
- Merca2.0, M. e. (14 de enero de 2018). *Merca2.0*. Obtenido de <https://www.merca20.com/mercado-de-aplicaciones-moviles/>
- Mundial, B. (2018). Obtenido de <https://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.MKTP.KD.ZG?end=2017&locations=EC&start=2013>
- Organización Mundial de la Salud. (30 de Noviembre de 2017). *Organización Mundial de la Salud*. Obtenido de <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/protecting-workers'-health>

Organización Mundial del Trabajo. (2020). *Organización Mundial del Trabajo*.

Obtenido de Organización Mundial del Trabajo

Puro marketing. (01 de enero de 2016). Obtenido de

<https://www.puromarketing.com/96/26113/uso-apps-moviles-aumento-durante.html>

Super Intendencia de Compañías. (2020). *Super Intendencia de Compañías*.

Obtenido de [https://reporteria.supercias.gob.ec/portal/cgi-](https://reporteria.supercias.gob.ec/portal/cgi-bin/cognos.cgi?b_action=cognosViewer&ui.action=run&ui.object=%2fcontent%2ffolder%5b%40name%3d%27Reportes%27%5d%2ffolder%5b%40name%3d%27Compa%27Companias%20por%20Actividad%2)

[bin/cognos.cgi?b_action=cognosViewer&ui.action=run&ui.object=%2fcontent%2ffolder%5b%40name%3d%27Reportes%27%5d%2ffolder%5b%40name%3d%27Compa%27Companias%20por%20Actividad%2](https://reporteria.supercias.gob.ec/portal/cgi-bin/cognos.cgi?b_action=cognosViewer&ui.action=run&ui.object=%2fcontent%2ffolder%5b%40name%3d%27Reportes%27%5d%2ffolder%5b%40name%3d%27Compa%27Companias%20por%20Actividad%2)

Super Intendencia de Compañías. (2020). *Super Intendencia de Compañías*.

Obtenido de [https://reporteria.supercias.gob.ec/portal/cgi-](https://reporteria.supercias.gob.ec/portal/cgi-bin/cognos.cgi?b_action=cognosViewer&ui.action=run&ui.object=%2fcontent%2ffolder%5b%40name%3d%27Reportes%27%5d%2ffolder%5b%40name%3d%27Compa%27Companias%20por%20Actividad%2)

[bin/cognos.cgi?b_action=cognosViewer&ui.action=run&ui.object=%2fcontent%2ffolder%5b%40name%3d%27Reportes%27%5d%2ffolder%5b%40name%3d%27Compa%27Companias%20por%20Actividad%2](https://reporteria.supercias.gob.ec/portal/cgi-bin/cognos.cgi?b_action=cognosViewer&ui.action=run&ui.object=%2fcontent%2ffolder%5b%40name%3d%27Reportes%27%5d%2ffolder%5b%40name%3d%27Compa%27Companias%20por%20Actividad%2)

Tapia, E. (8 de Octubre de 2019). *El Comercio*. Obtenido de

<https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios-riesgo-pais-petroleo-ecuador.html>

Webcorp. (2020). *Webcorp*. Obtenido de [https://webcorp.ec/cuanto-cuesta-](https://webcorp.ec/cuanto-cuesta-hacer-una-pagina-web)

[hacer-una-pagina-web](https://webcorp.ec/cuanto-cuesta-hacer-una-pagina-web)

Worktel Blog. (2019). *Worktel Blog*. Obtenido de [https://blog.worktel.com/la-](https://blog.worktel.com/la-importancia-de-la-pausa-activa-para-ser-mas-productivo/)

[importancia-de-la-pausa-activa-para-ser-mas-productivo/](https://blog.worktel.com/la-importancia-de-la-pausa-activa-para-ser-mas-productivo/)

ANEXOS

Anexo 1: Preguntas entrevistados

1. ¿Cómo se llama su empresa, a que se dedica y una breve reseña acerca de esta?
2. ¿Cuál es la actividad económica de su empresa?
3. ¿Cuántos trabajadores posee su empresa?
4. Cada cuánto tiempo realiza capacitaciones al personal?
5. ¿Qué tan importante es para su empresa la salud laboral de sus trabajadores?
6. ¿Qué actividades realiza a su personal para la mejora de la salud y reducción del estrés laboral?
7. ¿Tiene conocimiento sobre las pausas activas y cual es requisito legal que le aplica?
8. ¿Qué pausas activas realiza a su personal de trabajo?
9. ¿Cada que intervalos de tiempo realiza estas pausas durante la jornada laboral y porque?
10. ¿Qué tipo de pausas activas se aplican para las diferentes actividades laborales?

Anexo 2: Preguntas Focus Group

- 1.- Presentación de cada uno con su nombre, edad, empresa donde trabajan y cargo que ocupan.
- 2.- ¿Qué tan demandante son sus trabajos, una breve explicación
- 3.- ¿Conocen acerca de las pausas activas empresariales? ¿Qué tan importante consideran que son?
- 4.- ¿En sus trabajos han implementado este tipo de servicio?
- 5.- ¿Con qué frecuencia realizan este tipo de pausas activas?
- 6.- ¿Han escuchado de alguna empresa que brinde este tipo de servicio?
- 7.- ¿Creen que la recreación en el trabajo ayuda a la salud laboral?
- 8.- ¿Creen que este tipo de actividad incrementaría en su desempeño laboral?
- 9.- ¿Creen que necesitarían un espacio adecuado para realizar estas actividades o se las podría realizar en cualquier lugar?
- 10.- ¿Conocen acerca del entrenamiento funcional y sus beneficios?
- 11.- ¿Les gustaría que una empresa externa vaya a realizar este servicio?
- 12.- ¿Les gustaría ser parte de una campaña que realice este tipo de servicio?

Link Del focus group: <https://youtu.be/Y38WdgSS1Ls>

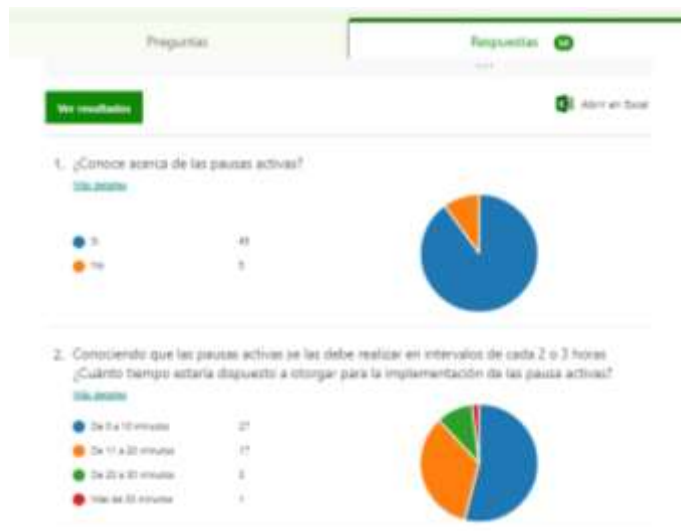
Anexo 3: Preguntas de la encuesta mercado objetivo

1. ¿Conoce acerca de las pausas activas?
2. Conociendo que las pausas activas se las debe realizar en intervalos de cada 2 o 3 horas ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a otorgar para la implementación de las pausa activas?
3. ¿Con que frecuencia le gustaría realizar este tipo de actividad?
4. ¿Con que frecuencia le gustaría realizar este tipo de actividad?
5. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de las pausas activas empresariales?
6. Dependiendo del espacio que cuente en su empresa ¿En dónde preferiría realizar las pausas activas?
7. Después de conocer más acerca del beneficio de las pausas activas y tomando en cuenta que estás se realizarían en condiciones normales (sin emergencia sanitaria) ¿Le gustaría implementar el servicio en su empresa?

Link de la encuesta:

https://forms.office.com/Pages/DesignPage.aspx?origin=shell#FormId=kk1aWB3bu0u1rMUpnjiU46-qa8A4foNNslfd4jeZ_7VUN1BXNIRHWIBXWIY5UFU5TDIzRE5KVjJDWS4u

Anexo 4: Resultados de la encuesta mercado objetivo



Anexo 5: Tablas de contingencia-Análisis de las encuestas al mercado objetivo

Etiquetas de fila <input type="checkbox"/> Cuenta de ¿Conoce acerca de las pausas activas?	
<input type="checkbox"/> No	10,00%
<input type="checkbox"/> Si	90,00%
Total general	100,00%

<input type="checkbox"/> De 0 a 10 minutos	54,00%
<input type="checkbox"/> A diario	34,00%
<input type="checkbox"/> Dos veces por semana	8,00%
<input type="checkbox"/> Tres veces por semana	8,00%
<input type="checkbox"/> Una vez a la semana	4,00%
Otros	4,00%
<input type="checkbox"/> De 11 a 20 minutos	34,00%
<input type="checkbox"/> A diario	16,00%
<input type="checkbox"/> Dos veces por semana	8,00%
<input type="checkbox"/> Tres veces por semana	10,00%
<input type="checkbox"/> De 20 a 30 minutos	10,00%
<input type="checkbox"/> Mas de 30 minutos	2,00%
Total general	100,00%

Etiquetas de fila <input type="checkbox"/> Cuenta de ¿Conoce acerca de las pausas activas?	
En la oficina donde se encuentre el empleado	38,00%
Espacios verdes	28,00%
Otros	18,00%
Sala de reuniones	16,00%
Total general	100,00%

Etiquetas de fila <input type="checkbox"/> Cuenta de ¿Conoce acerca de las pausas activas?	
De \$11 a \$15 por empleado	16,00%
De \$5 a \$10 por empleado	84,00%
Total general	100,00%

Etiquetas de fila <input type="checkbox"/> Cuenta de ¿Conoce acerca de las pausas activas?	
No	6,00%
Si	94,00%
Total general	100,00%

Anexo 6: Preguntas de la encuesta usuario final:

1. Edad
2. Sexo
3. Lugar de residencia
4. Cargo que desempeña en su empresa
5. De la escala del 1 al 5 ¿Qué tan desgastante es su trabajo? siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto

6. ¿Ha tenido algún problema de salud causado por trabajo excesivo?
7. ¿Conoce acerca de las pausas activas?
8. ¿Alguna vez las ha practicado?
9. ¿Cree que las pausas activas son necesarias?
10. De la escala del 1 al 5 ¿Qué tan importante considera las pausas activas para la buena salud laboral del trabajador? siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto
11. ¿Le gustaría realizar pausas activas en su oficina?
12. ¿Con que frecuencia le gustaría realizar este tipo de actividad?
13. ¿En qué horario preferiría realizar su pausa activa?
14. ¿Conoce acerca del entrenamiento funcional?
15. El entrenamiento funcional son rutinas que se basan en integrar todos los aspectos del movimiento de nuestro cuerpo a nuestra rutina de ejercicios diarios, Es decir, no entrenamos un grupo de músculos aislado, sino que son rutinas de ejercicios donde entrenamos todo nuestro cuerpo en conjunto. Dada esta breve explicación acerca del entrenamiento funcional, de la escala del 1 al 5 ¿Qué tanto le gustaría adaptar este tipo de ejercicios en las pausas activas? siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto.

Link de la encuesta:

https://forms.office.com/Pages/ResponsePage.aspx?id=kk1aWB3bu0u1rMUPnjiU46-qa8A4foNNsIfd4jeZ_7VUNDILUzY3QVVCRVJYVFpDVk5aUk9UUIq1Wi4u

Anexo 4: Resultados de la encuesta

1. Edad

[Más detalles](#)

15-30 años	39
31-40 años	32
41-50 años	29
51-60 años	12
61 años o más	3



2. Sexo

[Más detalles](#)

Masculino	56
Femenino	79



3. Lugar de residencia

[Más detalles](#)

Valle de los Chillos	27
Quito	69
Chimbo	39



4. Cargo que desempeña en su empresa

[Más detalles](#)

135

Respuestas

Respuestas más recientes

"Project Manager"
"Psicólogo DECE"
"Asesor comercial"

5. De la escala del 1 al 5 ¿Qué tan desgastante es su trabajo? siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto

[Más detalles](#)

135

Respuestas

3.61

Promedio

6. ¿Ha tenido algún problema de salud causado por trabajo excesivo?

[Más detalles](#)

Sí	64
No	71



7. ¿Conoce acerca de las pausas activas?

[Más detalles](#)

Sí	64
No	71



8. ¿Alguna vez las ha practicado?

[Más detalles](#)

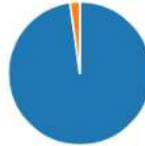
● Si	66
● No	69



9. ¿Cree que las pausas activas son necesarias?

[Más detalles](#)

● Si	132
● No	3



10. De la escala del 1 al 5 ¿Qué tan importante considera las pausas activas para la buena salud laboral del trabajador? siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto

[Más detalles](#)

135
Respuestas

4.42
Promedio

11. ¿Le gustaría realizar pausas activas en su oficina?

[Más detalles](#)

● Si	100
● No	3



12. ¿Con que frecuencia le gustaría realizar este tipo de actividad?

[Más detalles](#)

● A diario	66
● Dos veces por semana	31
● Una vez por semana	22
● Una vez a la semana	18



13. ¿En qué horario preferiría realizar su pausa activa?

[Más detalles](#)

● Al llegar al trabajo	12
● A medio día	112
● Al salir del trabajo	11



14. ¿Conoce acerca del entrenamiento funcional?

[Más detalles](#)

● Si	47
● No	88



15. El entrenamiento funcional son rutinas que se basan en integrar todos los aspectos del movimiento de nuestro cuerpo a nuestra rutina de ejercicios diarios. Es decir: no entrenamos un grupo de músculos aislado, si no que son rutinas de ejercicios donde entrenamos todo nuestro cuerpo en conjunto. Dada esta breve explicación acerca del entrenamiento funcional, de la escala del 1 al 5 ¿Qué tanto le gustaría adaptar este tipo de ejercicios en las pausas activas? siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto.

[Más detalles](#)

135
Respuestas

4.2
Promedio

Anexo 5: Tablas de contingencia-Análisis de las encuestas al usuario final

Cuenta de Edad	Etiquetas de columna		
Etiquetas de fila	No	Si	Total general
19-30 años	16,26%	13,82%	30,08%
31-40 años	21,14%	15,45%	36,59%
41-50 años	10,57%	11,38%	21,95%
51-60 años	3,25%	6,50%	9,76%
61 años o más	1,63%	0,00%	1,63%
Total general	52,85%	47,15%	100,00%

Cuenta de Sexo	Etiquetas de columna		
Etiquetas de fila	+ No	+ Si	Total general
Femenino	13,01%	45,53%	58,54%
Masculino	9,76%	31,71%	41,46%
Total general	22,76%	77,24%	100,00%

Cuenta de Sexo	Etiquetas de columna		
Etiquetas de fila	+ No	+ Si	Total general
Femenino	16,00%	44,00%	60,00%
Masculino	12,00%	28,00%	40,00%
Total general	28,00%	72,00%	100,00%

Cargo que desempeña en su empresa	(Todas)
Suma de De la escala del 1 al 5 ¿Qué tan importante considera las pausas activas para la buena salud laboral del trabajador? siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto	
Etiquetas de fila	más alto
1	0,18%
2	0,37%
3	9,93%
4	20,59%
5	68,93%
Total general	100,00%

Cargo que desempeña en su empresa	(Todas)	1	2	3	4	5	Total general
Suma de De la escala del 1 al 5 ¿Qué tan desgastante es su trabajo? siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto							
		0,45%	5,43%	27,83%	42,53%	23,76%	100,00%

Cuenta de ¿Cree que las pausas activas son necesarias?	Etiquetas de columna		
Etiquetas de fila	No	Si	Total general
Femenino	0,81%	57,72%	58,54%
Masculino	1,63%	39,84%	41,46%
Total general	2,44%	97,56%	100,00%

¿En que horario preferiria realizar su pausa activa?					
A medio dia					
Cuenta de ¿Le gustaria realizar pausas activas en su oficina?					
Etiquetas de columna					
Etiquetas de fila					
A diario					
Dos veces por semana					
Tres veces por semana					
Una vez a la semana					
Total general					
No	0,00%	1,96%	0,00%	0,00%	1,96%
Si	50,98%	38,67%	20,39%	9,80%	98,04%
Total general	50,98%	38,61%	20,39%	9,80%	100,00%

Cuenta de Sexo	Etiquetas de columna		
Etiquetas de fila	No	Si	Total general
Femenino	0,81%	57,72%	58,54%
Masculino	3,25%	38,21%	41,46%
Total general	4,07%	95,93%	100,00%

Sexo	(Todas)		
Etiquetas de columna			
	No	Si	Total general
Cuenta de Sexo	71,54%	28,46%	100,00%

Anexo 6: Análisis de encuestas al usuario final

Encuesta realizada al usuario final:

1. Dependiendo de la edad ¿ha tenido algún problema de salud causado por trabajo excesivo?

El 52,85% de los encuestados ha respondido que no, mientras el 47.15% dio una respuesta positiva, siendo el rango de edad de 31 a 40 años de edad los cuales han respondido que si han tenido algún problema de salud por exceso de trabajo, con un porcentaje de respuesta con un 36,59%. Es importante conocer si las personas han tenido algún problema de salud debido al trabajo excesivo para saber a qué segmento se debe intervenir más en la aplicación de este servicio.

2. Dependiendo del género de la persona ¿ha practicado y conoce acerca de las pausas activas?

El 77,24% del total de encuestados ha respondido que si conoce y ha practicado las pausas activas, mientras que el 22,76% respondió que no, siendo el género femenino el que tiene un índice mayor de respuesta positiva con un 58,54%

3. De acuerdo al lugar de residencia de los encuestados ¿ha practicado y conoce acerca de las pausas activas?

Ya que el estudio esta direccionado al valle de los Chillos, se ha filtrado la información gracias al lugar de residencia de los encuestados, 25 personas corresponden a este segmento en el cual el 72% conoce y ha practicado este servicio siendo el 44% público femenino. Con esto deducimos que hay un rango alto de personas que conocen acerca de pausas activas empresariales.

4. ¿De acuerdo al puesto que desempeñan los encuestados se consultó de la escala del 1 al 5 que tan desgastante es su trabajo? Siendo 1 lo más bajo y 5 o más alto.

De las respuestas obtenidas se evidencia que existe un rango alto del desgaste en las actividades laborales dependiendo de la actividad que realizan, dando como resultado un 4 en la escala con un porcentaje de 42,53% por lo cual la aplicación de las pausas activas empresariales es necesaria para controlar el desgaste y prevenir enfermedades que pongan en riesgo la salud del trabajador.

5. De acuerdo al puesto que desempeñan los encuestados se consultó que tan importante son las pausas activas para la salud laboral del trabajador siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto.

Se evidencia que los encuestados consideran que las pausas activas son muy importantes para la buena salud laboral del trabajador, obteniendo una calificación de 5 que corresponde al 68,93% del total de encuestados.

6. De acuerdo al género de los encuestados se preguntó ¿cree que las pausas activas son necesarias?

De las respuestas obtenidas observamos que los encuestados tienen conocimiento de lo necesarias que son las pausas activas empresariales, obteniendo una respuesta sumamente positiva correspondiente al 97,56%, de los cuales el 57,72% son del género femenino y el 39,84% del género masculino; es así que se afirma que este tipo de servicio es necesario aplicarlo independientemente del género y actividad laboral desempeñada.

7. ¿Le gustaría realizar pausas activas en su oficina? ¿en qué horario preferiría realizarlas? ¿Con qué frecuencia la realizaría?

Una vez definida la importancia de las pausas activas empresariales, el 50,98% de los encuestados manifiestan que les gustaría realizar las pausas activas diariamente en su oficina al medio día, con lo que se evidencia que los encuestados muestran gran interés de realizar esta actividad en su lugar de trabajo.

8. De acuerdo al género ¿Conoce acerca del entrenamiento funcional?

A pesar de que el 71,54% de los encuestados no conoce acerca del entrenamiento funcional, se dio a conocer una pequeña introducción sobre el

tema y se preguntó si les gustaría aplicar este tipo de entrenamiento en las pausas activas, con un resultado muy favorable de 5 en la escala que representa al 44,72% de los encuestados; esto se debe a que las personas se dieron cuenta que el entrenamiento funcional les brinda algo diferente a lo convencional por el tipo de actividades que esto conlleva en la mejora de la salud laboral.

