

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



Universidad del
Rosario

GRUPO R&E UNA ALTERNATIVA PARA LAS PAUSAS ACTIVAS

PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO

DAVID ALONSO CABANZO CALDERÓN

BOGOTÁ

2020

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



Universidad del
Rosario

GRUPO R&E UNA ALTERNATIVA PARA LAS PAUSAS ACTIVAS

PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO

DAVID ALONSO CABANZO CALDERÓN

CENTRO DE EMPRENDIMIENTO

ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

BOGOTÁ

2020

Dedicatoria

Gracias a mi familia, por estar ahí siempre que los necesité, por ayudarme con mis miedos e inseguridades.

A mi padre, Ciro Cabanzo, quien con su ejemplo me enseñó cómo ser un hombre intachable, amoroso, sincero y con una fortaleza inquebrantable, para que yo pudiera realizar todos mis sueños.

A mi madre, Lucy Calderón quien siempre me apoyo y nunca me juzgó incluso cuando me equivoque. Quien con su ejemplo me enseñó lo que es la perseverancia y el valor para enfrentar nuevos y grandes retos.

A mi hermana, Yesica Cabanzo el orgullo de mi vida, quien siempre me dio ánimos para seguir adelante incluso cuando quería rendirme. Quien me apoyó, me enseñó y me aconsejó siempre en los momentos más críticos de mi vida.

A mis tíos Joshep y Yolima Compareto a quienes considero parte de mi núcleo familiar, ya con su amor y su gran corazón me abrieron los ojos a un mundo nuevo, lleno de oportunidades y retos que me trajeron hasta este punto. Quienes me dieron la libertad de ser quien realmente quería ser y siempre me apoyaron incondicionalmente en todo.

A mi novia, Lina Vela. Quien con su incondicional amor y apoyo me

impulsó para que yo realizara todo lo que me proponía. Quien siempre

estuvo presente en todos los buenos y malos momentos.

A todas estas personas, que son lo más importante en mi vida, que

siempre me apoyaron y me aportaron, Les dedico esta tesis.

TABLA DE CONTENIDO

| | |
|--|----|
| 1. Resumen ejecutivo..... | 16 |
| 1.1. Información del proyecto..... | 16 |
| 1.2. Oportunidad de mercado..... | 17 |
| 1.3. Financiamiento..... | 18 |
| 2. Descripción general del proyecto | 18 |
| 2.1. Antecedentes | 20 |
| 2.2. Misión | 21 |
| 2.3. Metas y objetivos | 21 |
| 2.4. Mercado objetivo | 22 |
| 2.5. Describa la industria o el sector | 22 |
| 2.6. Fortalezas y competencias básicas..... | 23 |
| 2.7. Licencias o permisos..... | 24 |
| 2.8. Forma jurídica..... | 24 |
| 3. Validación de la oportunidad..... | 26 |
| 3.1. Exploración de ideas..... | 26 |
| 3.2. Introducción y justificación | 26 |
| 3.3. Descubrimiento de la oportunidad..... | 27 |
| 3.4. Mapa de empatía | 32 |
| 3.5. Perfil de los early adopters..... | 33 |

| | | |
|------|--|-----|
| 3.6. | Business model canvas. | 40 |
| 4. | Construcción y validación del mínimo producto viable | 46 |
| 4.1. | Validación del mercado | 46 |
| 5. | Producto y/o servicio | 54 |
| 5.1. | Describe en detalle su producto o servicio | 54 |
| 5.2. | Servicio postventa: | 60 |
| 6. | Plan de marketing | 60 |
| 6.1. | Entorno económico | 60 |
| 6.2. | Publicidad: | 80 |
| 6.3. | Presupuesto promocional | 85 |
| 6.4. | Estrategia de precio | 86 |
| 6.5. | Distribución | 88 |
| 6.6. | Canales de distribución | 90 |
| 6.7. | Pronóstico de ventas | 91 |
| 7. | Plan operacional | 95 |
| 7.1. | Producción | 95 |
| 7.2. | Costos: | 96 |
| 7.3. | Entorno legal: | 97 |
| 7.4. | Personal | 100 |
| 7.5. | Inventarios | 107 |

| | | |
|-------|--|-----|
| 8. | Gestión y organización | 108 |
| 8.1. | ¿Quién administrará el negocio en el día a día?..... | 108 |
| 8.2. | ¿Qué experiencia aporta esta persona al negocio?..... | 109 |
| 8.3. | ¿Qué competencias especiales o distintivas debe tener? | 109 |
| 9. | Plan financiero..... | 109 |
| 9.1. | Nomina..... | 110 |
| 10. | Riesgos y supuestos críticos..... | 111 |
| 10.1. | Riesgos y supuestos:..... | 111 |
| 11. | Beneficios a la comunidad | 114 |
| 11.1. | Desarrollo económico | 114 |
| 11.2. | Desarrollo de la comunidad..... | 115 |
| 11.3. | Desarrollo humano | 116 |
| | BIBLIOGRAFÍA. | 117 |

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

| | |
|---|----|
| Ilustración 1. Oportunidad de mercado..... | 18 |
| Ilustración 2. Encuesta por género..... | 29 |
| Ilustración 3. Encuesta por edad..... | 29 |
| Ilustración 4. Resultados de la encuesta..... | 30 |
| Ilustración 5. Resultados de la encuesta..... | 31 |
| Ilustración 6. Mapa de empatía multinacional SC Johnson Colombia..... | 32 |
| Ilustración 7. Customer Journey Map..... | 34 |
| Ilustración 8. Business Model Canvas..... | 40 |
| Ilustración 9. Storyboard..... | 48 |
| Ilustración 10. Juego tigre, cazador, escopeta Grupo R&E..... | 49 |
| Ilustración 11. Concurso de aplausos Grupo R&E..... | 49 |
| Ilustración 12. Pausa activa Grupo R&E..... | 50 |
| Ilustración 13. Actividad con globo Grupo R&E..... | 50 |
| Ilustración 14. Juego Tigres contra tigres Grupo R&E..... | 51 |
| Ilustración 15. Pausas activas Grupo R&E..... | 51 |
| Ilustración 16. Storyboard..... | 55 |
| Ilustración 17. Logotipo de la empresa Grupo R&E..... | 83 |
| Ilustración 18. Uniforme Grupo R&E..... | 84 |
| Ilustración 19. Uniforme parte posterior Grupo R&E..... | 84 |
| Ilustración 20. Uniforme parte anterior Grupo R&E..... | 85 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | | |
|----------------|--|----|
| Tabla 1 | Número de empresas por sectores económicos y tamaño, 2018 | 60 |
| Tabla 2 | Enfermedades laborales calificadas en Bogotá | 61 |
| Tabla 3 | Total de afiliados en Colombia por ARL | 68 |
| Tabla 4 | PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE PAUSAS ACTIVAS EN LAS ARL'S | 70 |
| Tabla 5 | Características de los tipos de mercadeo digital | 81 |
| Tabla 6 | Características de los tipos de mercadeo digital | 85 |
| Tabla 7 | Costos del servicio Pausas Activas | 87 |
| Tabla 8 | Pronóstico de ventas | 91 |
| Tabla 9 | Punto de equilibrio | 94 |

GLOSARIO

ARL: “Es una entidad que tiene como objetivo prevenir, proteger y atender a los trabajadores de los accidentes de trabajo y enfermedades laborales que puedan ocurrir en el trabajo.” (Sura)

Business model canvas: “Significa que usted puede presentar claramente su idea de negocio en un pedazo de papel. Esto le permite visualizar su modelo de negocio, detectar debilidades y probar si puede funcionar.” (Bello,C., 2019)

Capital semilla: “Es un tipo de capital riesgo que se utiliza para apoyar la creación de nuevas empresas que surgen a través de los proyecto de emprendedores” (Caurin,J., 2017)

Customer Journey Map: “Es una herramienta que ayudará a determinar los puntos de contacto de tu cliente al usar tu producto o solución y a detectar áreas de mejora en función a la evaluación que realices de sus sensaciones en cada punto de contacto.” (Macías,M., 2018)

KPIS (Indicadores clave de desempeño): “Son mediciones financieras o no financieras que se utilizan para medir el grado de cumplimiento de los objetivos previamente establecidos.” (Academia)

Mapa de empatía: “Esta herramienta sirve para ampliar la información demográfica con un conocimiento profundo del entorno, el comportamiento, las inquietudes y las aspiraciones de los

clientes.” (Macías,M., 2018)

Pausas activas: “Son sesiones de actividad física desarrolladas en el entorno laboral, con una duración continua mínima de 10 minutos que incluye adaptación física cardiovascular, fortalecimiento muscular y mejoramiento de la flexibilidad buscando reducir el riesgo cardiovascular y las lesiones musculares por sobreuso asociados al desempeño laboral.” (Ministerio de salud, 2015)

Persona natural: “Es el ser humano individual, persona jurídica es la individualidad en calidad de sujeto que da el derecho a todos los seres humanos, y que además suele dar a grupos de individuos considerados como unidad. Cuando una o varias personas naturales tienen esa característica que concede el derecho, diremos que esas personas naturales tienen personalidad jurídica. ” (Gordillo,A., 2010)

Risoterapia: Ejercicio realizado por el grupo R&E en el que se busca por medio de diferentes actividades que las personas se rían de manera intensa, para así poder liberar la mayor cantidad de estrés posible.

Rumba terapia: Ejercicio realizado por el grupo R&E en el que se busca hacer activación cardiovascular por medio de divertidas coreografías guiadas por los recreadores.

SAS: “Es una persona jurídica cuya naturaleza será siempre de carácter comercial, independientemente de las actividades que se encuentren previstas en su objeto social.”

(Barrero,M., Cardozo,L & Ortega,F., 2010)

Sedentarismo: “La actitud del sujeto que lleva una vida sedentaria” (Unión De Mutas., 2017)

Stand up comedy: “Se trata de una comedia en la que el protagonista actúa de pie El comediante se encuentra totalmente solo en el escenario, con un micrófono y sin ningún elemento decorativo que le acompañe. En este sentido, el protagonista suele llevar una indumentaria corriente y se presenta ante el público no como un personaje sino como alguien que se representa a sí mismo.”

(Navarro,J., 2017)

Storyboard: “Es un conjunto de ilustraciones presentadas de forma secuencial con el objetivo de servir de guía para entender una historia, previsualizar una animación o planificar la estructura de una película.” (Universidad De Granada)

Sushi coworking: “El objetivo esta experiencia, es que las personas aprendan a preparar un delicioso plato de sushi de manera didáctica y entretenida, mientras se rompen barreras de comunicación, se desarrolla y fortalece el trabajo en equipo, la toma de decisiones y la resolución de problemas de forma creativa.” (Colombianos Exitosos)

SG-SST: (Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo) “Consiste en el desarrollo de un proceso lógico y por etapas, basado en la mejora continua, con el objetivo de anticipar, reconocer, evaluar y controlar los riesgos que puedan afectar la seguridad y salud en el trabajo. ”

(Ministerio de trabajo, 2014)

Word of mouth: “Cualquier acción de negocio que gane la recomendación de un cliente y que en consecuencia detone un efecto ‘voz a voz’ ” (Price,J., 2016)

RESUMEN

En el presente proyecto se ofrece el servicio de pausas activas para empresas por medio de metodologías innovadoras que garantizan un esparcimiento en la vida laboral de los empleados y una mejoría en la calidad de salud de ellos. La ventaja competitiva del presente servicio es la de unir experiencias de recreadores y de metodologías que se realizan actualmente para servicios de pausas activas. Esto con el fin de poder generar metodologías innovadoras y garantizar la no repetitividad en las clases, para así evitar el aburrimiento de nuestros clientes. La empresa que prestará el servicio anteriormente descrito ya se encuentra formada, pero aún no se encuentra constituida en la Cámara de Comercio, la constitución de la empresa ante la Cámara de Comercio será realizada en el mes de Junio del año 2020, debido a que se ve la necesidad de tener una aprobación de la idea descrita a lo largo de este documento por medio de la evaluación de expertos. Los objetivos que se tienen como empresa son generar 10 nuevos clientes por mes y conseguir personal capacitado para dictar las pausas activas.

Palabras clave: pausas activas, metodologías innovadoras, estrés laboral, ventaja competitiva.

ABSTRACT

This project, the service of active breaks for companies is offered through innovative methodologies that have a relaxation in the working life of employees and an improvement in the quality of their health. The competitive advantage of this service is the unique experience of recreators and methodologies that are currently performed for active break services. This in order to generate innovative methodologies and detect non-repetition in classes, in order to avoid the boredom of our clients. The company that will provide the service described above is already formed, but is not yet constituted in the Chamber of Commerce, the constitution of the company before the Chamber of Commerce will be made in the month of June 2020, because it is seen the need to have an approval of the idea described throughout this document through the evaluation of experts. The objectives that we have as a company are to generate 10 new clients per month and to obtain personnel trained to dictate the active breaks.

Key words: active breaks, innovative methodologies, working life, competitive advantage.

1. Resumen ejecutivo

1.1. Información del proyecto

**1.1.1. ¿Qué producto o servicio se ofrece? ¿Cuál es la ventaja competitiva?
¿Quiénes son los líderes o líder del proyecto? ¿Cuándo se formará la empresa? ¿Cuáles son los objetivos como empresa?**

En el presente proyecto se ofrece el servicio de pausas activas para empresas por medio de metodologías innovadoras que garantizan un esparcimiento en la vida laboral de los empleados y una mejoría en la calidad de salud de ellos. La ventaja competitiva del presente servicio es la de unir experiencias de recreadores y de metodologías que se realizan actualmente para servicios de pausas activas y así poder generar metodologías innovadoras, garantizando así la no repetitividad en las clases y así evitar el aburrimiento de nuestros clientes. Los líderes del proyecto son el autor del presente documento David Cabanzo y Oscar Pinzón. La empresa que prestará el servicio anteriormente descrito ya se encuentra formada, pero aún no se encuentra constituida en la Cámara de Comercio, la constitución de la empresa ante la Cámara de Comercio será realizada en el mes de Junio del año 2020, debido a que se ve la necesidad de tener una aprobación de la idea descrita a lo largo de este documento por medio de la evaluación de expertos. Los objetivos que se tienen

como empresa son generar 10 nuevos clientes por mes y conseguir personal capacitado para dictar las pausas activas.

1.2. Oportunidad de mercado

1.2.1. ¿Cuál es el tamaño esperado y el crecimiento del mercado, la participación esperada de mercado y cualquier tendencia de mercado relevante que haya observado al realizar su proyecto?





Ilustración 1. Oportunidad de mercado

Fuente: Autor

1.3. Financiamiento

1.3.1. Indique claramente cuánto dinero se requiere para implementar el proyecto, ¿De dónde vienen o vendrán los recursos?

16.663.903 las cuales vendrán completamente de recursos internos

2. Descripción general del proyecto

2.1. Antecedentes

A lo largo de los años las diferentes tareas repetitivas relacionadas con el trabajo han generado grandes consecuencias en los empleados las cuales perjudican principalmente su estado físico, generando alteraciones en el organismo como por ejemplo el estrés y posteriores enfermedades que esto conlleva. Debido a lo anterior, se vio la necesidad de implementar un programa de pausas activas a los empleados para poder así disminuir los efectos mencionados anteriormente, principalmente en el puesto de trabajo para así no perjudicar los tiempos de producción de la empresa. “En lo que se refiere a las pausas activas, Stocko, L5 considera que “las acciones que favorecen la recuperación por benéficas a la prevención de las lesiones osteo musculares”. Sin embargo, es necesario considerar que estas acciones no interfieran o tengan impacto en los tiempos de producción. De esta manera las pausas activas se constituyen en un reto desde el punto de vista de su beneficio, específicamente porque la prescripción y el diseño de programas deben considerar las características particulares de cada proceso de producción.” (Orozco, R., 2007). A continuación, se mencionan los estudios elaborados por diferentes autores que se han realizado sobre el tema propuesto.

El documento de investigación realizado por el autor Orozco, R., “Desarrollo de un programa académico de intervención en el campo de la salud laboral” en el cual se realiza un estudio respecto a una implementación de metodologías para la intervención de la fisioterapia en el campo laboral,

dentro de los principales hallazgos realizados por el estudio se resalta que “La comprensión de las demandas físicas reales y su contraste con la percepción de los trabajadores, proporcionan las bases para iniciar el diseño de un programa de prevención de desórdenes músculo esqueléticos , basado en la realización de gimnasia laboral (calistenia, pausas activas, capacitaciones) el cual debe formularse con la participación y aprobación de los diferentes actores de la organización, ya que debe ser conocido por los ingenieros, supervisores y operario, y además ajustarse a las condiciones de la producción (picos, fluctuaciones, días, características del colectivo, etc.) para buscar el mayor cubrimiento de la población de trabajadores.”

En la publicación realizada por Colombo, D., “Menos “reunionitis” y más pausas activas: las herramientas para ser feliz en el trabajo” en el cual exponen las principales herramientas esenciales para garantizar un mejor trabajo y salud para los empleados, de la presente publicación se destaca que “Una modalidad relativamente reciente en muchas empresas es disponer unos cinco a diez minutos cada dos horas para distenderse. Lejos de quedar esto en jugar metegol o chequear sus mensajes en el teléfono, la pausa activa promueve una mayor consciencia de calidad de vida laboral. Puede utilizarla para hacer algún ejercicio de meditación breve, estiramientos cerca de su escritorio o dedicar un tiempo para estar en silencio. Son herramientas muy efectivas para descontracturar la energía y el cuerpo, con el único objetivo de ir conquistando, paso a paso, mayor bienestar y felicidad en el tiempo del trabajo.

La publicación realizada por los autores Cáceres, V., Magallanes, A., Torres, D., Copara, P., Escobar, M., Mayta, P., “EFECTO DE UN PROGRAMA DE PAUSA ACTIVA MÁS FOLLETOS INFORMATIVOS EN LA DISMINUCIÓN DE MOLESTIAS MUSCULOESQUELÉTICAS EN TRABAJADORES ADMINISTRATIVOS” se habla de la

importancia de las pausas activas en el espacio laboral y de cómo esto disminuye enfermedades musculares y demás relacionadas al puesto de trabajo y a las labores a realizar, en el presente documento se destaca principales conclusiones “Las intervenciones con pausas activas deben ir acordes a la demanda de la función muscular o actividad física que realiza el empleado durante sus horas laborales. Se ha demostrado su beneficio en instituciones públicas o centros laborales en donde los empleados suelen mantener posturas durante largos periodos.”

2.2. Misión

La esencia de este proyecto es llevar felicidad y tratar de aliviar el estrés de los trabajadores colombianos a través de divertidas pausas activas que refuerzan el trabajo en equipo y la unión.

2.3. Metas y objetivos

El objetivo principal de este proyecto es hacer una empresa rentable y sostenible en el tiempo, que logre generar empleo para los jóvenes colombianos y así mismo logre satisfacer las necesidades del mercado nacional.

Los objetivos específicos de este proyecto son dos:

- Generar 10 nuevos clientes por mes.
- Conseguir personal capacitado para dictar las pausas activas.

2.4. Mercado objetivo

El mercado objetivo son las grandes y medianas empresas de ciertos sectores económicos, para esto se dará un perfil detallado de quiénes son los cliente y usuarios, en la sección del plan de mercadeo.

2.5. Describa la industria o el sector

La empresa está enfocada en el sector de la salud en el trabajo, siendo un sector que ha tenido mucha relevancia desde el 2017 cuando el Ministerio del Trabajo por medio de la Resolución 1111 de 2017 estableció los requisitos mínimos de seguridad y salud en el trabajo, haciendo un plan con miras a 2020 en el que todas las empresas ya sean grandes o pequeñas deban tener un plan de Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST).

El presente proyecto se enfoca en mitigar un problema fundamental del SG-SST, el cual es la salud ocupacional, a través del desarrollo de pausas activas para los empleados de dichas empresas. Este aspecto está regulado por el gobierno en la Ley 1355 de 2009 o como se conoce coloquialmente

“Ley de obesidad”. Por lo cual se infiere que la empresa está en un excelente momento para su puesta en marcha.

2.6. Fortalezas y competencias básicas.

Fortalezas y oportunidades de la empresa:

Este es un proyecto muy sólido ya que cuenta con varias ventajas como lo son:

- Un gran segmento de mercado
- Necesidad por parte de las empresas.
- Leyes que obligan a las empresas a tener un Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST)

2.6.1. ¿Qué factores harán que el proyecto tenga éxito? ¿Cuáles son las mayores fortalezas competitivas? ¿Con qué experiencia, habilidades y fortalezas personales se cuenta?

El equipo de trabajo cuenta con una experiencia de más de 1 año en temas de recreación y deporte ya que trabajaron como recreadores en el centro de recreación Cafam Melgar, esto dio las herramientas y el aprendizaje necesario para poder abordar este proyecto.

Así mismo los conocimientos como administrador de negocios internacionales del autor del presente documento, da un gran plus a la empresa ya que gracias a esos conocimientos en las diferentes áreas, se puede administrar y estructurar de una forma institucional y profesional este proyecto.

2.7. Licencias o permisos

2.7.1. Describa si se necesitan licencias o permisos especiales para poner en funcionamiento el proyecto y que planes se tienen para obtenerlos. Constituir la empresa, averiguar qué otros requisitos se necesitan para implementar este proyecto.

De acuerdo a la recopilación de información obtenida de fuentes bibliográficas virtuales y por consultas realizadas a la Cámara de Comercio, se verifica que no es necesario ningún permiso o licencia para constituir la empresa, debido a que será una empresa de recreación para la realización de pausas activas por medio de metodologías diferentes y específicas para cada puesto de trabajo en las empresas.

2.8. Forma jurídica

2.8.1. ¿Qué forma jurídica tiene o tendrá el Proyecto? ¿Es un propietario único, una sociedad, corporación, sociedad limitada? ¿Por qué se ha seleccionado esta figura?

Siendo el propietario de la empresa David Cabanzo y teniendo un socio que es Oscar Pinzón, se definió que la forma jurídica más apropiada para constituir la empresa es Sociedad por Acciones Simplificada (SAS), esto debido a que por medio de juicio de expertos e investigaciones realizadas se identificaron ventajas importantes, tales como:

- “Una persona natural con actitud emprendedora puede constituir una empresa con el objetivo de darle más credibilidad a su negocio.
- El empresario no se ve obligado a crear la junta directiva, ni tampoco a cumplir ciertos requisitos como la pluralidad de socios.
- Permite a los empresarios escoger las normas societarias que más convenga a sus intereses.
- Mayor facilidad para contar con apoyo de fondos de capital de riesgo y capital semilla.
- Es posible diferir el pago del capital hasta por un plazo máximo de dos años, sin que se exija una cuota o porcentaje específico mínimo inicial.
- Existe libertad para que la sociedad establezca las condiciones y proporciones en que se realice el pago del capital.

- En caso de que una SAS sea liquidada los accionistas sólo responderán a los acreedores por el monto de los aportes que hicieron cuando la crearon.”

Restrepo, M. (2017)

3. Validación de la oportunidad

3.1. Exploración de ideas.

3.1.1. Temáticas exploradas

En esta etapa se buscó explorar una idea con base en una problemática social, para así definir una solución y concretar si dicha solución es viable y cumple con los requisitos mínimos del mercado.

3.2. Introducción y justificación

Luego de haber explorado los problemas del entorno, se halló que el estrés era uno de los principales problemas que afectaban la vida de las personas. Además, debido al alto grado de estrés

las personas comenzaban a tener trastornos de sueño y trastornos alimenticios, por lo que tenían que buscar una solución.

Observando a las personas que presentaban alto grado de estrés, se comenzó a buscar las causas de esto, encontrando que el trabajo y las altas presiones a las que están expuestas las mantenían en un constante grado de estrés.

Además, realizando estudios y encuestas sobre el estrés en las personas, se encontró que estas cuando presentan un alto grado de estrés buscan formas de disminuirlo por medio de varios métodos como, por ejemplo, tomando bebidas como Té o la valeriana, música relajante para el trabajo o salir con los amigos. De las anteriores actividades identificadas, se encontró que salir con amigos es la herramienta que más funciona para liberar el estrés en las personas, generando relajación en ellas. De esta forma, se pensó en una forma de unir el baile y la risa con el trabajo, para así poder disminuir más mis niveles de estrés en el trabajo.

De esa forma nació Grupo R&E, un grupo que se especializa en manejar el nivel de estrés de los trabajadores a través de pausas activas y risoterapias que buscan mejorar su calidad de vida.

3.3. Descubrimiento de la oportunidad.

Luego de haber tenido la anterior idea, surgieron varias preguntas, tales como:

USUARIOS

- ¿Todos los trabajadores colombianos presentan estrés?
- ¿Qué grado de estrés tienen los trabajadores colombianos?
- ¿Cuáles métodos usan para bajar sus niveles de estrés?

CLIENTES O MERCADO.

- ¿Qué empresas cumplían la misma función que la empresa Grupo R&E?
- ¿Quién es el encargado de tomar la decisión de tener pausas activas?
- ¿Cuál es la mejor forma de llegar a las empresas?
- ¿Qué los motiva a contratar un servicio de pausas activas?

Estas fueron algunas de las preguntas que surgieron y las cuales se validaron a través de las diferentes herramientas que se definieron para este fin.

3.3.1. Encuestas (usuarios):

Para realizar la validación se decidió realizar una encuesta corta para sondear el terreno y poder concluir si el problema descrito en la hipótesis era cierto y si en realidad afectaba a la población colombiana.

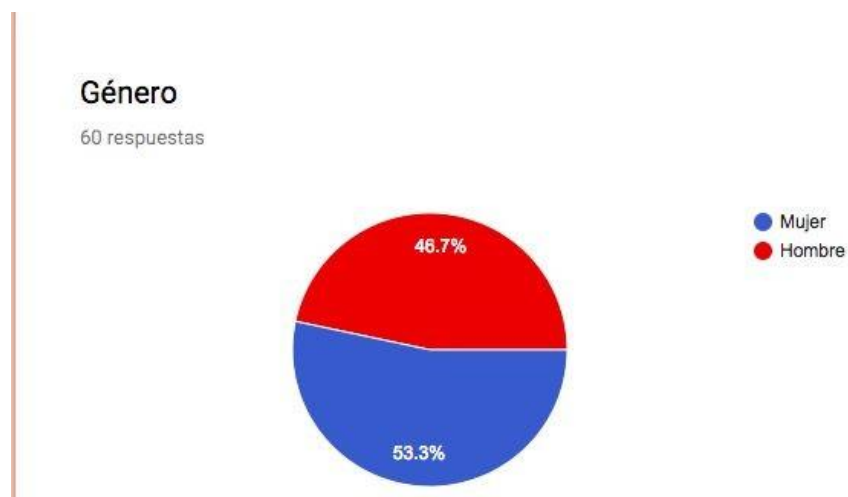


Ilustración 2. Encuesta por género

Fuente: autor, 2019

- En esta gráfica se puede observar que la población encuestada fue homogénea, y que el estrés ataca tanto a la población femenina como masculina, por lo cual el servicio de pausas activas debe ser un servicio pensado para los dos géneros.

Edad

30 respuestas

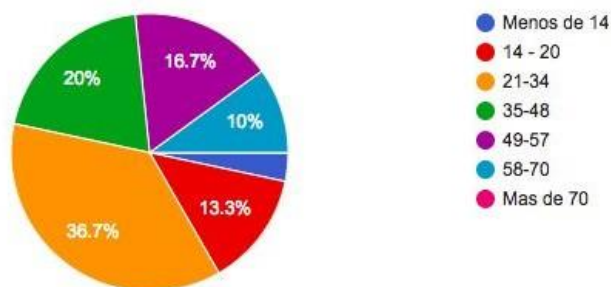


Ilustración 3. Encuesta por edad

Fuente: Autor, 2019

- En esta gráfica se evidencia que la encuesta abarca todos los rangos de edad, lo cual es

beneficioso para el proyecto, ya que esto ayuda a ver que el servicio que ofrece el presente proyecto tiene que ser beneficioso y atractivo para todas las edades.



Ilustración 4. Resultados de la encuesta

Fuente: Autor, 2019.

- Con esta pregunta se observa que efectivamente sí existe un problema social con el estrés, ya que cerca de la mitad de los encuestados admitió que tienen niveles de estrés bastante altos.

¿Qué hace usted para desestresarse?

75 respuestas

| |
|--|
| Jugar futbol |
| Correr , musica |
| Pausas activas |
| Ejercicio o comer |
| Escuchar musica, leer |
| Fumar y artes marciales |
| No hablar con nadie, tratar de calmarme, escuchar música |
| Respirar |
| Manualidades |
| me alejó |
| Escucho música |
| Escuchar música. |

Ilustración 5. Resultados de la encuesta

Fuente: Autor, 2019.

- Con esta pequeña muestra se analiza que la mayoría de las personas usa dos mecanismos para desestresarse, los cuales son, hacer algún tipo de actividad física y escuchar música, por lo que se piensa que la rumba terapia (servicio que ofrece la empresa Grupo R&E) sería perfecta para estas personas ya que combina estos dos ámbitos.
- Con la encuesta y el análisis realizado se puede dar cuenta que efectivamente las personas querrán el servicio de pausas activas ofrecía por Grupo R&E y así mismo que este les ayudaría a bajar sus niveles de estrés.

3.4. Mapa de empatía

Para validar esta segmentación se utiliza el mapa de empatía aprendido en clase, para esto se decidió buscar una profesional en Recursos Humanos para desarrollar el mapa de empatía.

A continuación se presenta el mapa de empatía con su respectivo análisis

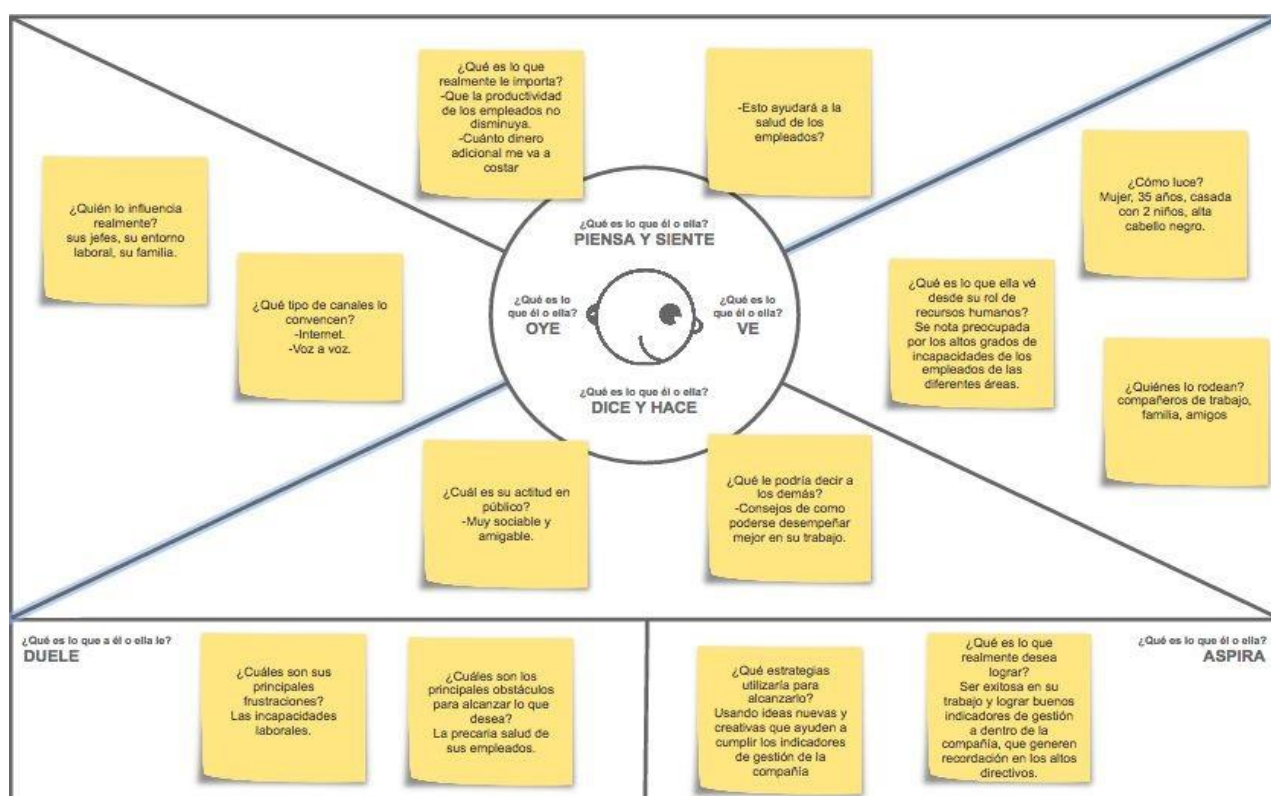


Ilustración 6. Mapa de empatía multinacional SC Johnson Colombia

Fuente: Autor, 2019.

Al desarrollar el mapa de empatía se observa que efectivamente hay un problema real al interior

de la compañía SC Johnson por las altas tasas de incapacidad laboral puesto que esto resta productividad a la empresa, ya que un trabajo que está pensado para que dos personas lo hagan de manera eficiente se convierte en trabajo de una sola persona, por lo que su productividad disminuye exponencialmente.

Así mismo este mapa ayudó a conocer más de cerca al cliente, quien es el que toma la decisión dentro de la empresa si contratarnos o no, todas estas preguntas fueron hechas pensando en cómo se puede adaptar el servicio a las necesidades del cliente.

Igualmente, se encontró que existe la voluntad por parte del cliente de encontrar nuevas y creativas formas de resolver el problema, ya que es un problema que golpea profundamente el corazón de la empresa y que necesita con urgencia una solución, por eso se piensa que la propuesta de valor de empresa Grupo R&E se acomoda con las expectativas del cliente y así mismo ayuda a resolver este problema.

De igual manera también se encontró que el cliente es muy sensible al Word of mouth, así que queriendo dar la mejor impresión a los clientes, se formuló una estrategia la cual consiste en darles la primera clase gratis y así mismo, poner una cláusula de devolución del dinero si el cliente no se encuentra completamente satisfecho con el servicio, todo esto con miras a que el nuevo cliente se lleve la mejor experiencia con el servicio de pausas activas y haya una recomendación por parte de ellos a los demás consumidores, atrayendo así a más clientes para el presente emprendimiento.

3.5. Perfil de los early adopters.

Para esta etapa se decidió realizar un Customer Journey Map para entender qué proceso debe seguir un potencial cliente para conseguir una empresa que realice pausas activas para empleados.

Para este fin se decidió entrevistar a una empleada de una importante multinacional que desempeña un cargo en el área de Recursos Humanos, enfocada en salud ocupacional.

A continuación, se presenta el Customer Journey Map con su debido análisis.

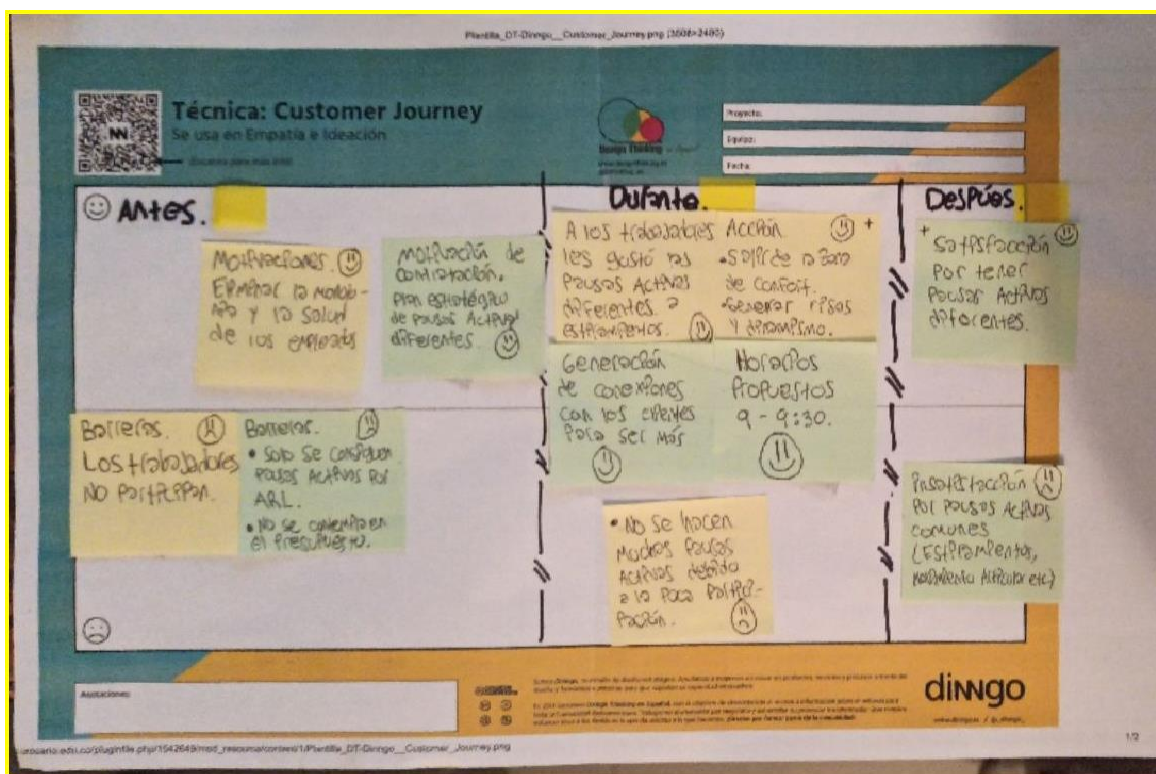


Ilustración 7. Customer Journey Map

Fuente: Autor, 2019

Para realizar esta técnica se decidió separar el cuadro en 3 momentos claves para el cliente como lo son; el Antes, El durante, y el Después de una pausa activa, identificando motivaciones, emociones, acciones y barreras positivas y negativas que ayuden a identificar oportunidades o falencias en el servicio.

Momento Clave 1: Antes. Aspectos positivos:

· Motivaciones ¿Por qué usted contrataría una empresa de pausas activas?

La entrevistada declaró que lo que a ella le motivaba para contratar un servicio de pausas activas era “eliminar la monotonía y mejorar la salud de sus empleados”.

Esto es un aspecto fundamental para la empresa Grupo R&E ya que se evidencia que más allá de contratar un servicio hay una preocupación por la salud de los empleados, la cual será una necesidad que será cubierta por la empresa por medio de sus metodologías para liberar el estrés en los empleados y así disminuir enfermedades cardiacas o relacionadas al estrés.

· ¿Qué lo motiva a usted a contratar un servicio de pausas activas?

Un aspecto fundamental que la motiva a ella es que la empresa llegue con un “plan estratégico de pausas activas diferentes”.

Según la entrevistada en pasadas ocasiones muchas empresas le habían ofrecido varios servicios de pausas activas, pero estos eran solo estiramientos y movilidad articular, cosas que como ella lo

manifiesta aportaba para que los empleados no participaran en estas actividades y así afectaran los KPIS del área.

Aspectos negativos

· Motivaciones y Acciones:

La entrevistada declaró que los principales problemas al momento de realizar una pausa activa en la empresa son los siguientes:

- El primer problema que se percibió fue la poca participación por parte de los empleados en este tipo de actividades, esto según comenta la entrevistada se da porque dichas dinámicas no suenan interactivas y no generan una conexión con los empleados, así mismo estas pausas activas eran muy monótonas y esto desincentiva a los empleados a participar en dichas actividades.

Este problema se ve como una gran oportunidad para la empresa Grupo R&E ya que presenta una propuesta de valor que se basa en dar a las empresas actividades nuevas y creativas que satisfagan sus necesidades de una manera personalizada. Esto es importante para la empresa ya que este tipo de actividades fomenta la participación por parte de los empleados, haciendo que los KPIS del área mejoren al mismo tiempo que se mejora la salud de los empleados.

- El segundo problema encontrado fue la poca disponibilidad de empresas que se encuentran en

el mercado, como manifiesta la entrevistada, al momento de buscar una empresa que realice este tipo de actividades en internet, le fue imposible encontrar alguna empresa de estas en el mercado, así que decidió recurrir a su ARL para que le prestara el servicio de pausas activas que ya venía negociado en el contrato firmado por la empresa.

Con respecto al anterior problema mencionado, se observa que la necesidad de tener visibilidad en la red es muy importante, ya que la primera acción que realiza el cliente a la hora de necesitar una pausa activa es una búsqueda de empresas que presten este servicio, esto puede ser un aspecto diferenciador a la hora de búsqueda de ellos, esto se hará por medio de la participación de la empresa Grupo R&E en redes sociales como Instagram, Facebook y LinkedIn; además de realizar una página web propia de la empresa para así poder representar de forma gráfica el servicio que se presta y una fácil forma de contactarse por medio de correo electrónico y números telefónicos.

- El tercer problema encontrado fue que muchas veces estas actividades no se encuentran proyectadas dentro del presupuesto del área, cabe resaltar que según la entrevistada “si la actividad vale la pena, se puede contemplar dentro del presupuesto”. Esto deja ver existe disposición por parte del cliente en pagar un poco más por una actividad creativa y que le guste a los empleados.

Momento Clave 2: Durante. Aspectos positivos:

Acciones.

Según la entrevistada las pausas activas diferentes le gustan a los empleados, estas pausas activas

los motivan a salir de su zona de confort y socializar con las demás personas, haciendo que se genere un mejor ambiente laboral y un cambio en su rutina laboral.

Así mismo resaltó la importancia de que la persona encargada de hacer las pausas activas genere dinamismo y conexión con los empleados. También propuso que los mejores horarios para realizar una pausa activa de este tipo eran de 9 a 10 de la mañana, ya que en ese horario las personas no están tan ocupadas como en horas de la tarde y hay más probabilidad que las personas participen en este tipo de actividades.

Aspectos negativos:

1. La poca participación de los trabajadores en las actividades.
2. Solo se consiguen pausas activas por medio de ARL'S.
3. Actividades interesantes, pero por el alto costo no se pueden contemplar en el presupuesto.

Momento Clave 3: Después Aspectos positivos

Con la recopilación de información obtenida de experiencias y de la entrevista realizada, se analiza que para el momento clave después se resalta la satisfacción por parte del cliente por obtener un servicio diferente al normalmente dado por otras empresas.

Debido a lo anterior, se puede concluir que debido a la satisfacción del cliente por el servicio

obtenido, se genere un nuevo portal de ingresos en donde incrementen los clientes debido a la difusión de resultados por parte de estos o incluso en donde el mismo cliente decida por seguir adquiriendo el servicio.

Aspectos negativos

Debido a que en el momento en que se generen actividades de activación física es importante la realización de estiramientos, se puede generar una insatisfacción por parte de los usuarios debido a relacionar esto con actividades comunes que se realizan en otros espacios o incluso en anteriores pausas activas con otras empresas. Sin embargo, para evitar esta insatisfacción por parte de los usuarios e incluso los clientes, se planificarán metodologías para estiramientos un poco más innovadoras o en donde se pueda relacionar esto con otras actividades diferentes para evitar el desinterés y la monotonía en los usuarios.

3.6. Business model canvas.

Para tener una visión más completa de nuestro negocio, se decidió usar la herramienta “The business model canvas”, en él se puede hacer un resumen de los aspectos fundamentales que necesita la empresa para su buen funcionamiento, describiendo temas desde marketing hasta temas financieros.

A continuación se presenta la herramienta propuesta con el respectivo análisis.

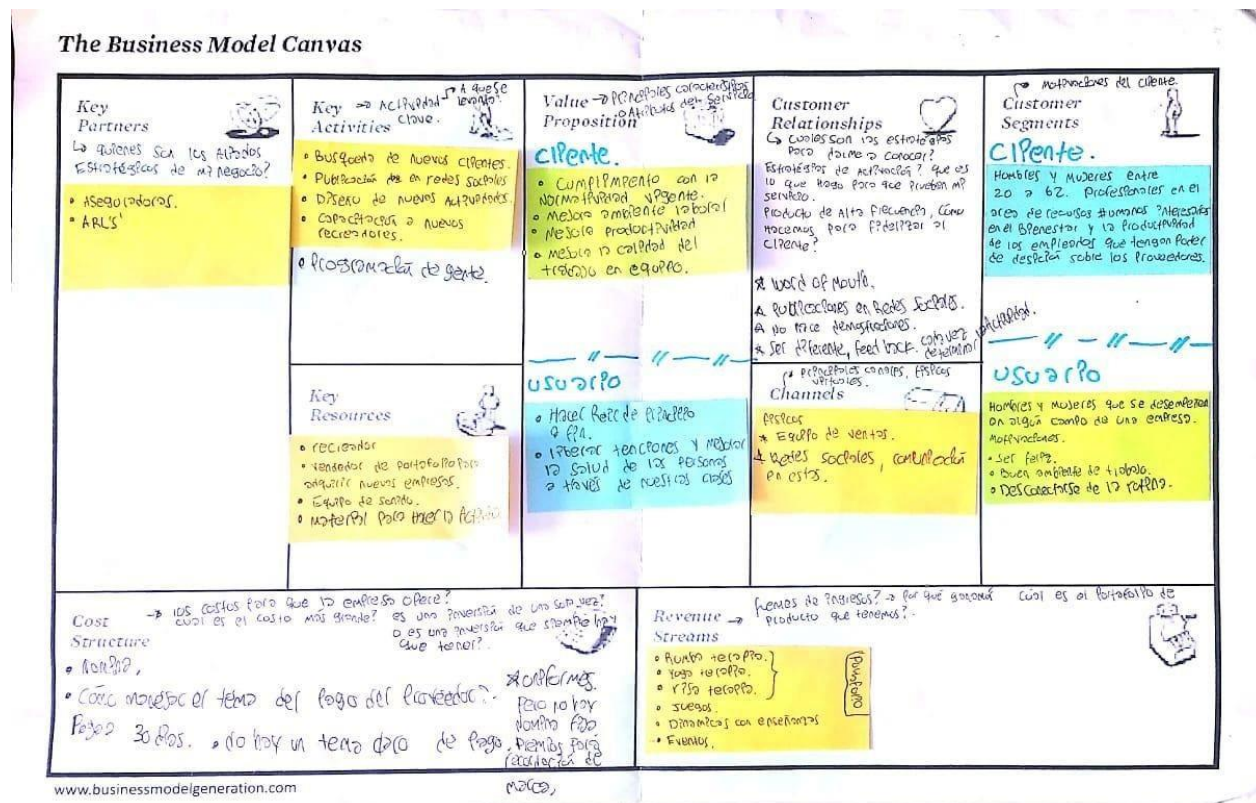


Ilustración 8. Business Model Canvas

Fuente: Autor, 2019.

Esta herramienta fue clave, ya que hizo pensar en muchas cosas que no se habían pensado aún, una de estas es la parte de **socios claves**, en la que se identificó un socio estratégico muy importante para la empresa Grupo R&E y que todavía no se había contemplado.

Las aseguradoras o ARLS son un aliado muy importante en el campo ya que ellos tienen a los clientes con este tipo de necesidades y muchas de estas aseguradoras no tienen el suficiente personal para cumplir con esta creciente demanda de las empresas, es por esto que dichas aseguradoras, busca tercerizar este servicio, ahí es donde grupo R&E entraría a hacer negocios con

estas aseguradoras.

En cuanto a **Actividades claves**, se encontró cuáles eran las actividades claves que debía manejar la empresa para su funcionamiento, entre ellas se destacan la búsqueda de nuevos clientes, el diseño de nuevas actividades innovadoras, programación de gente para dichas pausas activas.

Con respecto a los **recursos claves** que necesita la empresa se encontró que son:

1. Recreador; la persona encargada de realizar la actividad.
2. Vendedor de portafolio; se resalta que es muy importante tener un vendedor que sea capaz de lograr conseguir más negocios.
3. Equipo de sonido: se encontró que muchas veces las empresas quieren adquirir productos como la rumba terapia, pero debido a que no tienen muchas veces el espacio requerido o los materiales necesarios, prescinden de este tipo de servicios, por lo cual se decidió adquirir este tipo de activos y ofrecerlos como parte del portafolio de servicios.
4. Material para hacer las actividades: este material es muy diverso y depende de la actividad que se vaya a realizar, por lo general los materiales son bombas, aros, pañoletas, balones entre otros que se necesitan para el buen desarrollo de la actividad.

Al definir la **propuesta de valor** como las principales características o atributos del servicio, se tuvo que diferenciar entre cliente y usuario. Más adelante en el plan de mercadeo, se hará la diferencia pertinente entre los mismos.

CLIENTE

1. Cumplimiento con la normatividad vigente: esto se refiere a todos los requisitos básicos propuestos por el ministerio de trabajo a las empresas, con respecto al sistema de seguridad y salud en el trabajo.
2. Mejora del ambiente laboral y la productividad: El estudio *“PAUSA ACTIVA, CUANDO TRABAJAR HACE BIEN PARA LA SALUD”* realizado por Blue Cross & Blue Shield Uruguay, a cargo la doctora María José Olivera fisioterapeuta del centro, arrojó que hacer pausas activas en la jornada laboral trae diversos beneficios entre los cuales encontramos los beneficios anteriormente mencionados.
3. Disminuye los niveles de estrés y las tasas de ausentismo por parte de los empleados.

USUARIO

1. Algunos de los beneficios mencionados en el anterior estudio son:

Beneficios fisiológicos:

- o *Aumento de la circulación a nivel de las estructuras musculares, mejorando la oxigenación de los músculos, tendones y disminuyendo la acumulación de ácido láctico.*
- o *Mejora la movilidad articular y la flexibilidad muscular.*
- o *Mejora de la postura.*
- o *Disminuye la tensión muscular innecesaria.*
- o *Disminuye el esfuerzo en la ejecución de las tareas diarias.*

- o *Mejora la condición del estado de salud general.*

Beneficios psicológicos:

- o *Refuerzo de la autoestima.*
- o *Mejora la capacidad de concentración en el trabajo.*
- o *Muestra la preocupación de la empresa por los empleados.*

Beneficios sociales:

- o *Despierta el surgimiento de nuevos líderes.*
- o *Favorece el contacto personal.*
- o *Promueve la integración social.*
- o *Favorece el sentido de pertenencia a un grupo.*

(Olivera, M.)

En cuanto a las **relaciones con el cliente**, se definen por medio de diferentes preguntas como:

¿Cuáles estrategias se va a utilizar para fidelizar al cliente?

Para este cuestionamiento se definió una serie de estrategias que más adelante en el plan de mercadeo se ahondará a profundidad. Entre las diferentes estrategias se encuentran:

- o El Word of mouth
- o Publicaciones en LinkedIn, especializadas en gerentes de RH de grandes empresas.
- o Primera clase gratis para que conozcan nuestro trabajo.
- o Política de devolución de dinero, si el cliente no se encuentra satisfecho, se le hará un reembolso por la actividad fallida.
- o Realizar al final de cada actividad una pequeña encuesta con el fin de recibir feedback y poder adaptarse a los requerimientos de los clientes.

Respecto a la parte de **Canales**, se define estos como todos los medios por los cuales los productos o servicios van a llegar a manos del consumidor final, entre ellos se destacan:

- Equipo de ventas: es de vital importancia tener un equipo de ventas para poder adquirir nuevos clientes cada día, y así poder cumplir con la meta de crecer a ritmos de 10 clientes nuevos por mes.
- Redes sociales: en redes tales como, Facebook, Instagram y LinkedIn, se pondrá publicidad con el fin de atraer a nuevos posibles clientes.

En relación con **la estructura de costos** se destaca que la empresa Grupo R&E no necesita una gran inversión inicial, por lo cual la hace muy atractiva ya que no es necesario tener un alto grado de endeudamiento para que la empresa genere rendimientos.

Entre los costos más representativos se encuentra:

1. Pago a los recreadores por actividad dada.
2. Equipo de sonido.

3. Dotación.
4. Materiales para las actividades, tales como bombas, pañoletas, balones entre otros.

Referente a las **fuentes de ingreso**, se encuentra que el portafolio de productos es corto, ya que solo se cuenta con 3 tipos de servicios, pero gracias a esta focalización, se proyecta ofrecer personalización a los clientes para que satisfagan sus necesidades a la medida.

Entre los servicios se encuentran;

- Rumba terapia.
- Risoterapia.
- Dinámicas con enseñanza.

PRINCIPALES DESCUBRIMIENTOS.

1. No existe una empresa en el mercado que ofrezca este tipo de servicios. Existen personas que realizan este tipo de actividades, pero de manera individual y sin el respaldo de una marca de confianza al consumidor.
2. Muy pocas empresas realizan una pausa activa efectiva.
3. En Colombia las empresas están obligadas por medio de la ley de Obesidad o Ley 1355 de 2009, a implementar un programa de pausas activas para todos los empleados.

4. Normalmente la pausa activa dura 5 o 10 minutos por semana por lo que resulta insuficiente para los empleados. Se tiene que aclarar que en Colombia las empresas capacitan a su personal de Recursos Humanos para dar pausas activas al resto de los empleados, pero como se denota en el artículo publicado por RCN RADIO “1 de cada 5 colombianos sufre de estrés laboral”, esta medida es ineficiente, y la salud de los empleados colombianos se está viendo afectada.
5. El 85% de las personas usa algún tipo de actividad física para desestresarse.
6. El alto índice de estrés que manejan los empleados es a causa de los problemas con el jefe; de un trabajo monótono, mal organizado, con funciones ambiguas y demasiado intensas o por el cambio de horario y de hábitos laborales.
7. Los últimos estudios elaborados en Estados Unidos y Europa demuestran que entre mejor es el estado mental y el bienestar del trabajador, es mayor el rendimiento de la empresa.
8. Se está disminuyendo la presencia de personal capacitado para realizar pausas activas, reemplazándolas por guías virtuales.

4. Construcción y validación del mínimo producto viable

4.1. Validación del mercado

4.1.1. ¿Qué tipo de prototipos se construyeron? ¿Qué tipos de testeos se realizaron con los prototipos? Agregue imágenes o documentos de diseño de los prototipos.

Para la parte de construcción de un prototipo, se decidió usar la técnica de storyboard, en la cual se quiso poner como se debería prestar el servicio, antes, durante y después.

A continuación, se presenta el Storyboard.

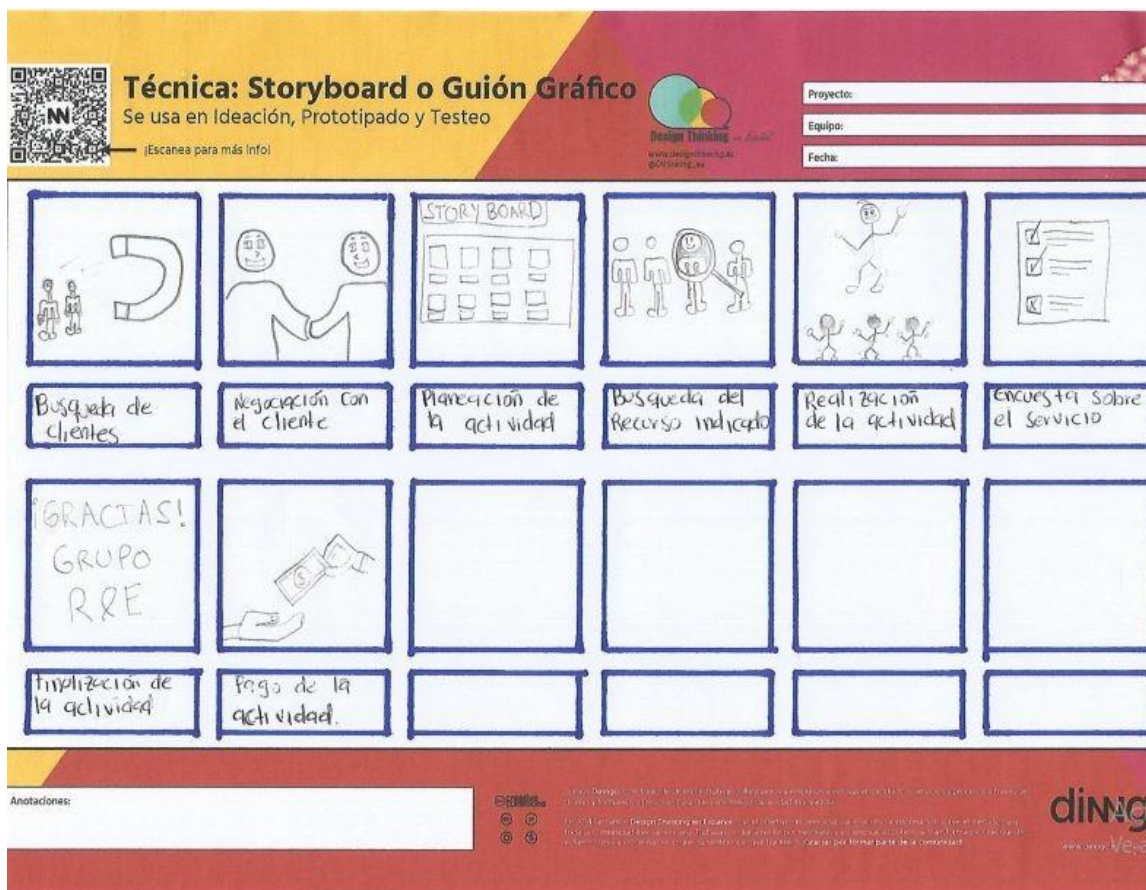


Ilustración 9. Storyboard

Fuente: Autor, 2019

A continuación, se muestran imágenes de trabajos ya realizados en diferentes empresas por medio de diferentes actividades lúdicas e innovadoras.



Ilustración 10. Juego tigre, cazador, escopeta Grupo R&E

Fuente: Grupo R&E, 2018



Ilustración 11. Concurso de aplausos Grupo R&E

Fuente: Grupo R&E, 2018



Ilustración 12. Pausa activa Grupo R&E

Fuente: Grupo R&E, 2018



Ilustración 13. Actividad con globo Grupo R&E

Fuente: Grupo R&E, 2018



Ilustración 14. Juego Tigres contra tigres Grupo R&E

Fuente: Grupo R&E, 2018



Ilustración 15. Pausas activas Grupo R&E

Fuente: Grupo R&E, 2019

4.1.2. Describa las actividades que se realizaron para validar el mercado.

La única forma que se ocurrió para validar el servicio fue prestándolo, así que gracias a contactos se pudo hablar con el gerente de una pequeña empresa, la cual quería mejorar su ambiente laboral y el trabajo en equipo de sus empleados. Luego de contactarse con él, la empresa Grupo R&E ofreció dar una clase gratis para que se familiariza con las actividades. Este aceptó y así el Grupo R&E realizó su primer trabajo enfocado a empresas.

Fue un trabajo corto, de no más de 30 minutos, en donde se logró observar que a las personas de la empresa les gustó mucho la actividad, luego de esta se decidió preguntarles a algunas de las personas que habían participado, como les había parecido la actividad, estas en su mayoría afirmaron que se habían divertido y que les había gustado porque era algo diferente que los sacaba de su rutina y los ayudaba a liberar un poco el estrés de la rutina diaria de trabajo.

En el siguiente link se encuentra un video mostrando actividades realizadas por la empresa Grupo R&E.

<https://www.instagram.com/p/BO3tK9ZjD-7/?igshid=51s4biut6fia>

Luego de esto, poco a poco fueron llegando más y más trabajos por lo que se infiere que tanto a los usuarios como a los clientes les gustó la diferenciada propuesta de valor que ofrece la empresa Grupo R&E. Dejando así más de 60 trabajos realizados hasta la fecha.

4.1.3. ¿Describa el Mínimo Producto Viable (MPV) del proyecto?

Para el Mínimo producto viable, se escogió el servicio de Risoterapia personalizada, ya que es el servicio que más se mueve al interior de la compañía.

Este servicio consiste en hacer la pausa activa de acuerdo a lo que requiera el cliente, por lo que en el proceso de negociación de la actividad hay una reunión con cada cliente para entender sus necesidades y con base en eso se desarrolla la actividad pertinente.

Ejemplo, si el cliente necesita que sus empleados hagan algo de actividad física y al mismo tiempo se diviertan porque el problema que está pasando la empresa es la alta tasa de sedentarismo, se le recomendaría al cliente que adquiriera un servicio de rumba terapia, donde sus empleados harán una pausa activa con actividad física y al mismo tiempo se divertirán bailando al ritmo de la música.

4.1.4. Describa las métricas usadas y los resultados obtenidos.

Con respecto a las métricas realizadas por parte de la empresa, se comparte el enlace del formulario de satisfacción del cliente, en donde el cliente podrá expresar de manera anónima que tal le pareció la actividad, que mejoraría, entre otras preguntas, pensadas

siempre para monitorear y evaluar qué se puede mejorar.

Así mismo al momento de realizar la actividad se le exige al recreador que por lo menos tome 2 fotos y 1 video de 30 segundos cuando se realiza la actividad, con el fin de poder evidenciar que la actividad efectivamente se realizó, de igual modo para poder publicarlo en las redes sociales de la empresa Grupo R&E.

RESULTADOS

Como parte de los principales resultados obtenidos, se realizó la encuesta de satisfacción para así realizar un seguimiento continuo a cada sesión de pausa activa realizada, debido a que se resalta que la opinión tanto del usuario como del cliente es de gran importancia para así enriquecer el trabajo a realizar por medio de las experiencias que atraviesa cada uno de ellos. A continuación, se adjunta el link de la encuesta propuesta para la empresa.

Link encuesta:

<https://docs.google.com/forms/d/1qHbOPfR8aqPUsC27ENLSz4s7Uqwnoq-zTmCC61Uwx0/edit?usp=drivesdk>

5. Producto y/o servicio

5.1. Describa en detalle su producto o servicio

5.1.1. Describa las especificaciones técnicas, anexe dibujos, fotos, flujogramas

5.1.1.1. Esquemas que muestren de manera gráfica el producto/servicio

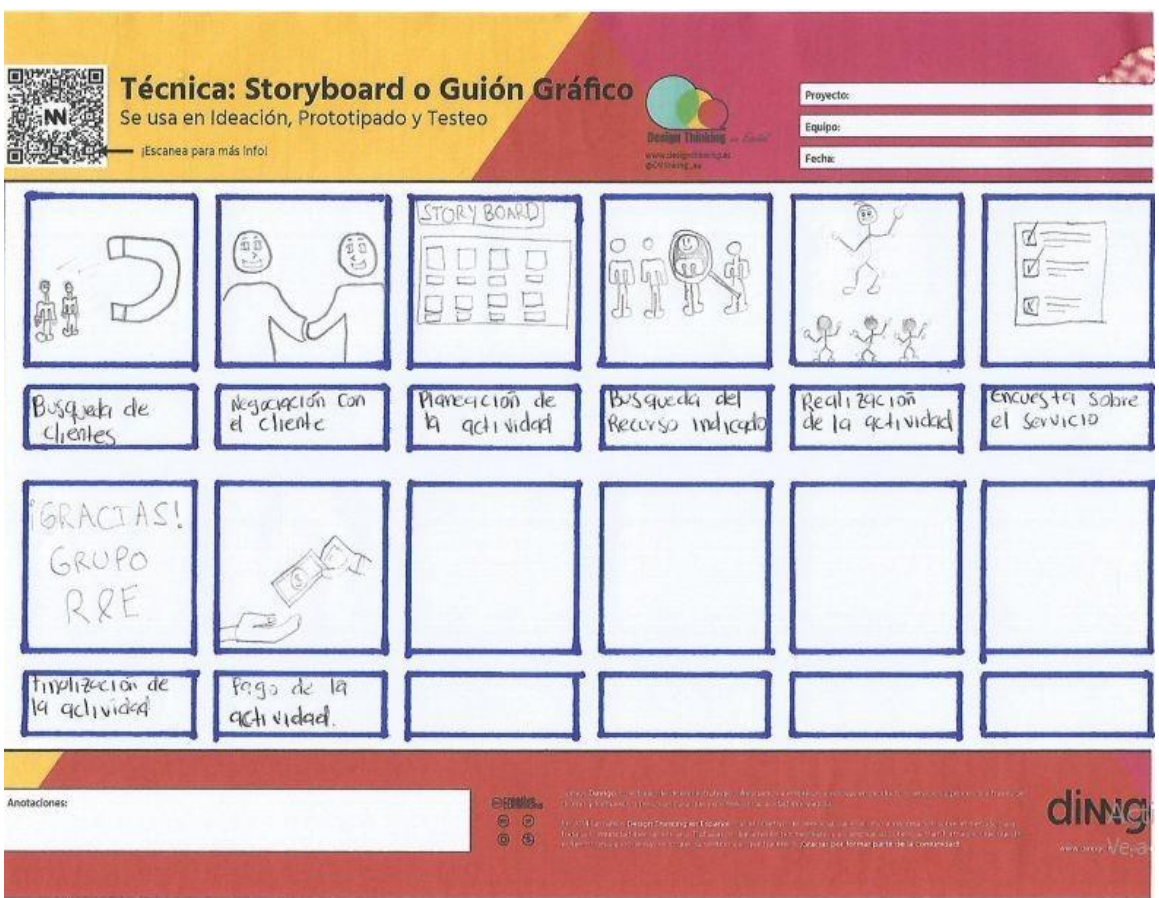


Ilustración 16. Storyboard

Fuente: Autor, 2019

Se cuenta con 3 tipos de servicios, todos se pueden personalizar de acuerdo a las necesidades del cliente, el valor agregado de la empresa Grupo R&E en este tipo de

servicios es que nunca se harán 2 clases iguales, se utilizarán métricas como encuestas después de cada actividad para mirar el nivel de satisfacción de los usuarios, así mismo se tendrá una política de pagos en el que si el cliente no está satisfecho con el servicio y las encuestas lo afirman, se les devolverá el dinero.

Los servicios de la empresa Grupo R&E son:

- **Rumba terapia:** Es un servicio en donde uno o dos recreadores van a la empresa a hacer una clase de baile dirigida, si el cliente lo prefiere se puede llevar el sonido o si no él lo proporcionará, de acuerdo a esto y al número de personas se hará el cobro respectivo.

A continuación, se presenta el siguiente ejemplo de rumba terapia del Grupo R&E (2017). https://www.instagram.com/p/BO88nMqDDWY/?igshid=me3c5py9_yzsc

- **Riso terapia:** Es un servicio en donde uno o dos recreadores van a la empresa a hacer dinámicas divertidas en donde la risa es la protagonista, nunca se repetirá una dinámica en alguna empresa, gracias a los divertidos y creativos recreadores de la empresa Grupo R&E que siempre están innovando en nuevas técnicas para hacer reír a los clientes.

A continuación, se presenta el siguiente ejemplo de riso terapia del Grupo R&E (2017). https://www.instagram.com/p/BO8_EEojdEJ/?igshid=1bdle7px4e0_9n

- **Temáticas de grupo:** En este servicio el cliente siente la necesidad de mejorar su ambiente laboral, de una manera diferente y divertida, para esto se tienen dinámicas de confianza, trabajo en equipo, ergonomía, entre otras, para que los empleados salgan de la rutina y se lleven una enseñanza valiosa.

A continuación, se presenta el siguiente ejemplo de temáticas de grupo del Grupo R&E (2017).

<https://www.instagram.com/p/BO3tK9ZjD-7/?igshid=ihhsck85r84etematicas>

USUARIOS

Algunos de los beneficios de estas actividades para los usuarios de la empresa Grupo R&E de acuerdo al estudio “*PAUSA ACTIVA, CUANDO TRABAJAR HACE BIEN PARA LA SALUD*” realizado por Blue Cross & Blue Shield Uruguay, a cargo la doctora María José Olivera, son:

Beneficios fisiológicos:

- o *Aumento de la circulación a nivel de las estructuras musculares, mejorando la oxigenación de los músculos, tendones y disminuyendo la acumulación de ácido láctico.*
- o *Mejora la movilidad articular y la flexibilidad muscular.*
- o *Mejora de la postura.*
- o *Disminuye la tensión muscular innecesaria.*
- o *Disminuye el esfuerzo en la ejecución de las tareas diarias.*
- o *Mejora la condición del estado de salud general.*

Beneficios psicológicos:

- o *Refuerzo de la autoestima.*
- o *Mejora la capacidad de concentración en el trabajo.*
- o *Muestra la preocupación de la empresa por los empleados.*

Beneficios sociales:

- o *Despierta el surgimiento de nuevos líderes.*
- o *Favorece el contacto personal.*
- o *Promueve la integración social.*
- o *Favorece el sentido de pertenencia a un grupo.*

(Olivera, M.)

CLIENTES

1. Cumplimiento con la normatividad vigente: esto se refiere a todos los requisitos básicos propuestos por el ministerio de trabajo a las empresas, con respecto al sistema de seguridad y salud en el trabajo.
2. Mejora del ambiente laboral y la productividad: El estudio “PAUSA ACTIVA, CUANDO TRABAJAR HACE BIEN PARA LA SALUD” realizado por Blue Cross & Blue Shield Uruguay, a cargo la doctora María José Olivera fisioterapeuta, arrojó que hacer pausas activas en la jornada laboral trae diversos beneficios entre los cuales se encontraron los beneficios anteriormente mencionados. Disminuye los niveles de estrés y las tasas de ausentismo por parte de los empleados.

5.2. Servicio postventa:

5.2.1. Planes que se tienen para los servicios postventa. ¿Qué se va a hacer? ¿Cómo funcionará los servicios postventa?

Para el servicio post venta, se definió una cláusula de contrato en donde si el cliente no se encuentra satisfecho, y las encuestas hechas al finalizar la actividad con los usuarios dan los mismos resultados se les devolverá la totalidad del dinero.

6. Plan de marketing

6.1. Entorno económico

Datos acerca de la industria o ¿Cuál es el tamaño total de su mercado?

Según la “INFORMA COLOMBIA” hay 355.706 empresas grandes en Bogotá, en donde la empresa Grupo R&E se enfocará principalmente en el nicho definido “**MAYOR NÚMERO DE EMPLEADOS**” que está compuesto por los sectores de construcción, manufactura y transporte, ya que según el “*REPORTE DE MERCADO LABORAL*” del DANE son los sectores que contiene el mayor número de empleados.

A continuación, se presenta una tabla en donde se muestra el número de empresas por sector.

Tabla 1 Número de empresas por sectores económicos y tamaño, 2018

| Número de empresas por sectores económicos y tamaño, 2018 | | | | | | |
|---|--------------|-----------------|-----------------|--------------------------|------------------|------------------|
| | Gran Empresa | Mediana empresa | Pequeña empresa | PYME (Pequeña + Mediana) | Microempresa | TOTAL |
| A : Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca | 343 | 1.341 | 3.261 | 4.602 | 21.038 | 25.983 |
| B : Explotación de minas y canteras | 249 | 393 | 953 | 1.346 | 10.011 | 11.606 |
| C : Industrias manufactureras | 1.072 | 2.499 | 9.926 | 12.425 | 122.111 | 135.607 |
| D : Suministro de electricidad, gas, vapor y aire | 119 | 71 | 177 | 248 | 2.690 | 3.057 |
| E : Distribución de agua, saneamiento ambiental | 70 | 159 | 490 | 648 | 6.490 | 7.208 |
| F : Construcción | 772 | 2.585 | 8.170 | 10.755 | 82.418 | 93.945 |
| G : Comercio al por mayor y al por menor;vehículos | 1.146 | 4.476 | 18.824 | 23.300 | 261.295 | 285.741 |
| H : Transporte y almacenamiento | 313 | 1.030 | 4.363 | 5.393 | 38.408 | 44.113 |
| I : Alojamiento y servicios de comida | 105 | 341 | 1.829 | 2.170 | 24.301 | 26.576 |
| J : Información y comunicaciones | 165 | 482 | 2.410 | 2.892 | 44.119 | 47.176 |
| K : Actividades financieras y de seguros | 621 | 861 | 2.068 | 2.930 | 29.463 | 33.013 |
| L : Actividades inmobiliarias | 541 | 2.261 | 6.828 | 9.088 | 48.468 | 58.098 |
| M : Actividades profesionales, científicas y técnicas | 333 | 1.491 | 8.380 | 9.871 | 141.863 | 152.067 |
| N : Actividades de servicios administrativos y de apoyo | 247 | 1.042 | 4.124 | 5.166 | 63.478 | 68.891 |
| O : Administración pública y defensa;seguridad social | 18 | 11 | 37 | 48 | 1.590 | 1.656 |
| P : Educación | 16 | 98 | 675 | 773 | 13.239 | 14.028 |
| Q : Actividades de salud humana y asistencia social | 169 | 565 | 2.432 | 2.997 | 29.830 | 32.997 |
| R : Actividades artísticas, de entretenimiento | 33 | 121 | 690 | 811 | 11.315 | 12.160 |
| S : Otras actividades de servicios | 130 | 82 | 507 | 589 | 13.779 | 14.497 |
| T : Actividades hogares en calidad de empleadores | - | - | 1 | 1 | 153 | 154 |
| Z : Actividad no Homologada a CIU V4 | 332 | 1.550 | 11.617 | 13.167 | 538.271 | 551.769 |
| Total | 6.793 | 21.459 | 87.761 | 109.220 | 1.504.329 | 1.620.342 |

Fuente: Estimación EA con base en Cifras Cámaras de Comercio y Confecámaras, 2018.

Esto deja ver que aproximadamente se tiene un nicho de mercado de 8.271, teniendo en cuenta las grandes y medianas empresas de los sectores anteriormente descritos.

NICHO DE ENFERMEDADES LABORALES.

Otros nichos de mercado que se decidieron escoger fueron los sectores de:

- Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler, Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria

A continuación, se presenta una tabla en donde se muestra el número de empresas por sector.

Tabla 2. Enfermedades laborales calificadas en Bogotá

| Departamento / Sector Económico | Enfermedades Laborales Calificadas |
|---|------------------------------------|
| Bogotá, D.C. | 3.749 |
| D. Industrias manufactureras | 1.066 |
| K. Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler | 669 |
| L. Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria | 303 |
| G. Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores, motocicletas, efectos personales y enseres domésticos | 273 |
| I. Transporte, almacenamiento y comunicaciones | 244 |
| H. Hoteles y restaurantes | 220 |
| N. Servicios sociales y de salud | 188 |
| O. Otras actividades de servicios comunitarios, sociales y personales | 167 |
| C. Explotación de minas y canteras | 154 |
| M. Enseñanza | 140 |
| A. Agricultura, ganadería, caza y silvicultura | 108 |
| J. Intermediación financiera | 102 |
| F. Construcción | 80 |
| P. Hogares privados con servicio doméstico | 28 |
| E. Suministro de electricidad, gas y agua | 7 |
| B. Pesca | 0 |
| Q. Organizaciones y órganos extraterritoriales | 0 |

Fuente: Ministerio de Trabajo, 2018.

Ya que según el informe “*AFILIADOS Y EVENTOS ATEL POR DEPARTAMENTO Y SECTOR ECONÓMICO*”, realizado por el ministerio de trabajo en el año 2018, estos son los 3 sectores de la economía que más enfermedades laborales presentan, por lo que se decidió escoger como otro

nicho diferenciado ya que la solución que ofrece la empresa Grupo R&E ayudaría a las empresas de estos sectores a reducir el ausentismo laboral.

¿Qué porcentaje de participación del mercado se espera obtener?

Se espera obtener el 0,2% del total de mercado, lo cual se traduciría en 711 empresas. Para el nicho de la empresa Grupo R&E de “MAYOR NÚMERO DE EMPLEADOS” se espera obtener 5% del mercado, lo que se traduce en 413 empresas.

Para el nicho de la empresa Grupo R&E de “ENFERMEDADES LABORALES” se espera obtener el 5% del mercado, lo que se traduce en 142 empresas.

6.1.1. ¿Cuál es la demanda actual del mercado objetivo? En volumen y/o en valor (\$)

Para sacar la demanda actual del mercado objetivo se utilizaron dos fórmulas en donde se halla el volumen de ventas y el valor de ventas. A continuación, se muestran las fórmulas utilizadas.

$$\text{Volumen de ventas} = A \times B$$

Donde:

A=Número de compradores

B=Cantidad de producto adquirido por el comprador en un periodo determinado

Aplicando la fórmula para el presente proyecto se obtiene que el volumen de ventas para el total del mercado es:

$$\text{Volumen de ventas}_{\text{total mercado}} = (711) \times (100/\text{mensual})$$

$$\text{Volumen de ventas}_{\text{total mercado}} = 71.100/\text{mensual}$$

El volumen de ventas para el nicho “MAYOR NÚMERO DE EMPLEADOS” es:

$$\text{Volumen de ventas}_{\text{nicho 1}} = (413) \times (100/\text{mensual})$$

$$\text{Volumen de ventas}_{\text{nicho 1}} = 41.300/\text{mensual}$$

El volumen de ventas para el nicho “ENFERMEDADES LABORALES” es:

$$\text{Volumen de ventas}_{\text{nicho 2}} = (142) \times (100/\text{mensual})$$

$$\text{Volumen de ventas}_{\text{nicho 2}} = 14.200/\text{mensual}$$

Obteniendo así que el volumen total de ventas es:

$$\text{Volumen de ventas} = 71.100/\text{mensual} + 41.300/\text{mensual} + 14.200/\text{mensual} \text{ Volumen de}$$

$$\text{ventas} = 126.600/\text{mensual}$$

Para obtener el valor de ventas se utilizó la siguiente fórmula:

$$\text{Valor de ventas} = C \times D$$

Donde:

C=Volumen de ventas D=Precio unitario por unidad

Obteniendo como valor de ventas:

$$\text{Valor de ventas} = 126.600/\text{mensual} \times \$60.000$$

$$\text{Valor de ventas} = \$7.596.000.000/\text{mensual}$$

6.1.2. Describa las principales tendencias en el mercado objetivo:

Según el ministerio de trabajo en su artículo “Implementación de los Sistemas de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo al Año 2020” para el año anteriormente mencionado, todas las empresas deberán tener un sistema de seguridad y salud en el trabajo, por lo cual se observa que el sector tiene un alto potencial de crecimiento y oportunidad de nuevos negocios debido a la norma impuesta por el ministerio de trabajo.

6.1.3. ¿Qué barreras de entrada enfrenta al ingresar a este mercado? ¿Cómo se superarán las barreras?

La principal barrera de entrada a este negocio es encontrar el personal adecuado para las pausas activas. Debido a lo anterior, se establece un perfil estricto respecto a la contratación del personal para recreadores.

Perfil de recreador:

- o Debe ser planificado, creativo, amable, sonriente, extrovertido y puntual.
- o Debe tener vocación.
- o Deber ser capaz de expresar sus conocimientos actitudes valores e ideas y sentimientos de forma verbal o escrita, así como corporal, visual, musical, personal y social.
- o Debe estar actualizado en cuanto a actividades recreativas y formas de juegos para acondicionarlas a la hora de realizar las pausas activas.
- o Debe tener manejo de habilidades actitudinales como lo son la alegría, integración, dominio grupal, liderazgo y trabajo en grupo.
- o Valores: responsabilidad, respeto, honestidad, juego limpio y ética.
- o Habilidades en comunicación efectiva y asertiva.
- o Establecer vínculos con clientes de una manera rápida y efectiva para generar un servicio personalizado que satisfaga la necesidad del cliente.
- o Generar sesiones de pausas activas apropiadas de acuerdo al tipo de población a la cual

- van referidas.
- o Debe hacer buen manejo de los recursos dados por la empresa de una forma responsable.

CLIENTE

Para definir el target de mercado se tuvo que hacer la diferencia entre clientes y usuarios. Los clientes van a ser las personas que van a pagar por la actividad ofrecida por la empresa Grupo R&E y los usuarios son los que se van a beneficiar de ella.

Se presenta a continuación la definición de cada tipo de segmento con sus debidas características.

CLIENTE

TARGET: Empresas grandes (mayor a 200 empleados) o medianas (entre 50 y 199 empleados) ubicadas en la ciudad de Bogotá

NICHO “MAYOR NÚMERO DE EMPLEADOS”: Empresas grandes (mayor a 200 empleados) o medianas (entre 50 y 199 empleados) ubicadas en la ciudad de Bogotá enfocadas en el sector de la manufactura, transporte y construcción.

NICHO “ENFERMEDADES LABORALES”: Empresas grandes (mayor a 200 empleados) o medianas (entre 50 y 199 empleados) ubicadas en la ciudad de Bogotá enfocadas en el sector de Actividades inmobiliarias, empresariales de alquiler y en el sector

Administración pública, defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria.

¿Quién tiene el poder de decisión?

- Hombres y mujeres entre 25 a 62 años, profesionales en el área de recursos humanos, con poder de decisión sobre los proveedores, que estén trabajando actualmente en una empresa definida como grande o mediana, ubicada en la ciudad de Bogotá. Interesados en el bienestar y la productividad de los empleados.

USUARIO

- Hombres y mujeres entre 18 a 62 años que desempeñen activamente un cargo dentro de dicha empresa que contrate los servicios de la empresa Grupo R&E.
- Motivaciones:
 1. Ser feliz.
 2. Tener un buen ambiente de trabajo.
 3. Cambiar la rutina.
 4. Querer tener una mejor calidad de salud.
 5. Mejorar la calidad de su trabajo

ALIADOS ESTRATÉGICOS:

Las aseguradoras o ARLS son un aliado muy importante en el campo de trabajo de la empresa Grupo R&E, ya que ellos cuentan con los clientes que presentan este tipo de necesidades. Debido a la creciente demanda de este servicio, las ARLS se han visto obligadas a recurrir a otras empresas para tercerizar este servicio y así poder cumplir con dicha demanda.

En la siguiente tabla se puede apreciar el número de empresas afiliadas por ARL.

Tabla 3.Total de afiliados en Colombia por ARL

| ARL | EMPRESAS AFILIADAS | AFILIADOS DEPENDIENTES | AFILIADOS INDEPENDIENTES | TOTAL AFILIADOS |
|---------------------------|-------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------|----------------------------|
| AXA COLPATRI A S.A. | 47.391 | 1.401.225 | 25.823 | 1.427.048 |
| COLMEN A SEGUROS | 39.203 | 759.509 | 73.113 | 832.622 |

| | | | | |
|--|---------|-----------|---------|-----------|
| COMPAÑÍA DE SEGUROS DE VIDA AURORA S.A. | 206 | 1.370 | 76 | 1.446 |
| LA EQUIDAD SEGUROS DE VIDA | 15.347 | 361.448 | 7.954 | 369.402 |
| MAPFRE SEGUROS | 5.968 | 46.475 | 250 | 46.725 |
| POSITIVA | 404.959 | 2.771.633 | 190.923 | 2.962.556 |
| SEGUROS BOLÍVAR S.A. | 8.462 | 471.064 | 11.713 | 482.777 |
| SEGUROS DE VIDA ALFA S.A. | 1.879 | 77.286 | 524 | 77.810 |
| SURATEP SA | 171.333 | 2.846.962 | 134.158 | 2.981.120 |

Fuente: Fondo de Riesgos Laborales, 2016.

Esto con el fin de ver cuál es el aliado estratégico más representativo para la empresa Grupo R&E, para así poder conseguir un mayor flujo de trabajo por el tiempo que dure la alianza.

Tabla 4. PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE PAUSAS ACTIVAS EN LAS ARL'S

| <i>ARL con servicio de pausas activas</i> | <i>ARL sin servicios de pausas activas</i> |
|--|--|
| <i>COLMENA SEGUROS</i> | <i>SEGUROS DE VIDA ALFA S.A.</i> |
| <i>COMPAÑÍA DE SEGUROS DE VIDA AURORA S.A.</i> | |
| <i>SURATEP SA</i> | |
| <i>AXA COLPATRIA S.A.</i> | |
| <i>LA EQUIDAD SEGUROS DE VIDA</i> | |
| <i>MAPFRE SEGUROS</i> | |
| <i>POSITIVA</i> | |

Fuente: Autor, 2019

Para realizar la tabla anterior se buscó información en portales web y asesoría con las ARL, encontrando que:

- **POSITIVA** cuenta con servicios de pausas activas pero lo garantizan a empresas afiliadas por medio de un software que estas tienen que descargar, además lo hacen personalmente.

- **SURA** realiza pausas activas personales a la empresa, haciéndolas en el puesto de trabajo. Además, realiza capacitaciones virtuales de SGSST.
- **SEGUROS DE VIDA ALFA S.A.** realiza capacitaciones, pero ya el servicio de pausas activas lo dejan directamente al cargo de la empresa. De la anterior tabla se puede decir que, la única ARL que no cuenta con el servicio de pausas activas es seguros de vida alfa S.A. para lo cual se ve viable tener un acercamiento directo con las empresas (1.879 empresas), que se encuentran afiliadas a esta ARL con el fin de presentarles el portafolio de servicios para que haya una contratación directa entre dicha empresa y el grupo R&E.

COMPETENCIA

6.1.4. Liste los productos y/o empresas que se consideran como la competencia.

Realizando una investigación en portales web o por información recopilada por experiencias de personas, se logró encontrar que la principal competencia es la empresa Colombianos Exitosos debido a que realizan actividades lúdicas en las empresas en horarios laborales, sin embargo, cabe resaltar que esta empresa no se desempeña en pausas activas y que no se encontró más competencia directa que asimilara el servicio que la empresa Grupo R&E ofrece. Además, se identifica como competidores a empresas que actualmente realizan pausas activas en la ciudad de Bogotá.

**6.1.5. Enumere sus principales competidores: Nombre, dirección ¿Cómo compiten?
(¿Con cierto producto, con todo el negocio, por la ubicación, por el mercado objetivo? ¿Por la Distribución? ¿Algún competidor indirecto?)**

- Colombianos exitosos, ubicada en la calle 25g # 73b - 90, Piso 11. Bogotá, Cundinamarca. Se identifica esta empresa como competidora directa de Grupo R&E debido a que presta servicios de felicidad organizacional, como por ejemplo music show, stand up comedy, paramédicos de la felicidad, sushi coworking, el viaje de las emociones y catas con propósito en empresas, sin embargo, no realizan estas actividades como un ejercicio legal de pausas activas sino un espacio contratado para los empleados dispuesto por la empresa. **(Competidor A)**
- Como competidores indirectos se identificó que las ARL's que no contraten nuestros servicios y que ofrezcan el servicio de pausas activas se consideran como competidores indirectos por el servicio que ellos ofrecen; se identifican como posibles competidores indirectos por las causas expuestas anteriormente a **(Competidor B)** :
- AXA COLPATRIA S.A., ubicada en la carrera 7 No 24-89, Bogotá, Cundinamarca.
- COLMENA SEGUROS, ubicada en Av. El Dorado #69C-03, Bogotá, DC.
- COMPAÑÍA DE SEGUROS DE VIDA AURORA S.A., ubicada en Cra. 7 #74-21, Bogotá
- LA EQUIDAD SEGUROS DE VIDA, ubicada en Cra. 9a #99-7, Bogotá,

Cundinamarca.

- MAPFRE SEGUROS, ubicada en Cra. 14 No. 96-34 Bogotá D.C. - Colombia.
- POSITIVA, ubicada en Auto Norte #94-72, Bogotá.
- SEGUROS BOLÍVAR, ubicada en Ac. 26 #68b-31, Bogotá, Cundinamarca.
- SURATEP SA, ubicada en Av. El Dorado #68b-85, Bogotá.

- *Análisis competitivo*

Herramientas:

Matriz de análisis competitivo:

| Factor | Su empresa | Fortaleza | Debilidades | Competidor A | Competidor B | Importancia para el cliente |
|---------------|------------------------|-----------------------------|-------------------------------|-------------------------|-----------------------------|--|
| <i>Precio</i> | Precio establecido por | Tener la opción de llegar a | Presentar una opción de cobro | Precio establecido por | Precio promedio por hora \$ | 5 |

| | | | | | | |
|--|---|---|---|---|--------|--|
| | <p>Cantidad de personas con escala de precios.</p> <p>Precio base por hora \$60.000</p> | <p>un acuerdo con el cliente con un precio base establecido por Grupo R&E y dependiendo de la cantidad de usuarios.</p> | <p>por servicio parecida que el competidor A.</p> | <p>cantidad de personas sin escala de precios</p> | 50.000 | |
|--|---|---|---|---|--------|--|

| | | | | | | |
|----------------|---|--|--|--|--|---|
| <i>Calidad</i> | La calidad del servicio se basa en planificar para cada tipo de cliente una metodología específica que consista en liberar sus niveles de estrés y genere un mejor ambiente laboral | Generar un servicio personalizado y Planificado para cada tipo de cliente. | Implementación de una metodología inadecuada para el cliente, generando que los usuarios no participen en las actividades. | Implementación de servicios completamente innovadores y que nunca se habían visto, pero en donde los servicios serán implementados de forma general y siempre será el mismo para los clientes. | Se implementan pausas activas en las cuales solo que busca cumplir con la Normatividad de SGSST, Perdiendo calidad en el servicio dado. Se pierde calidad presentando servicios virtuales. | 4 |
|----------------|---|--|--|--|--|---|

| | | | | | | |
|-----------------|--|--|--|--------------------------------------|---|---|
| <i>Servicio</i> | Servicio de pausas activas con metodologías innovadoras. | Aplicar metodologías innovadoras y evitar la repetición. | Estiramientos o calentamientos comunes que puedan aburrir o desmotivar a los usuarios. | Servicio de felicidad organizacional | Servicio de ARL que incluye pausas activas. | 5 |
|-----------------|--|--|--|--------------------------------------|---|---|

| | | | | | | |
|--|--|---|--|--|--|----------|
| <p><i>Reputación de la empresa</i></p> | <p>Los clientes con los que se han trabajado han quedado satisfechos con el usuario, y los usuarios de igual forma, los cuales se pueden observar por medio de los comentarios de Felicitación y de gusto por los trabajos realizados en las redes sociales.</p> | <p>Se ha generado una buena reputación de la empresa con los clientes y usuarios trabajados, ya que se ha Contratado a la empresa para seguir realizando actividades.</p> | <p>La falta de la implementación de las encuestas ha generado que no se sepa el Nivel de satisfacción por cada usuario, lo cual sesga resultados respecto a la percepción de las actividades realizadas.</p> | <p>El competidor por medio de su página web deja ver los comentarios de los clientes que ha tenido, demostrando que Ellos han quedado satisfechos con el servicio que ellos ofrecen.</p> | <p>Son empresas que cuentan con gran experiencia como ARL y tienen gran reconocimiento en Todo el país principalmente, por lo que la reputación que tienen es buena.</p> | <p>3</p> |
|--|--|---|--|--|--|----------|

| | | | | | | |
|------------------|--|--|---|---|--|---|
| <i>Ubicación</i> | La empresa Grupo R&E en el momento no cuenta con una oficina física, Pero a través del desarrollo de este trabajo se estableció un presupuesto para arrendamiento de una oficina física en la calle 81 #11-08, Bogotá, Cundinamarca. | Ahorro en costos por no contar con oficina física. | Falta de reconocimiento y acercamiento por Parte de los clientes a la empresa, falta de espacio para almacenar todos los elementos necesarios para las actividades. | El competido r se encuentra ubicado en Calle 25g # 73b - 90, Piso 11. Bogotá, Cundinamarca y en Shakespeare 112, colonia Anzures., Del. Miguel Hidalgo, 11590 CDMX. | Todos se encuentran en Bogotá, Cundinamarca. | 1 |
|------------------|--|--|---|---|--|---|

Según la matriz, se generará una especial atención a las debilidades encontradas respecto al competidor directo definido, en donde se realizará una estrategia para generar precios de una forma más innovadora y así poder atraer más clientes, además, la obtención de una

oficina física facilitara la mayor captación de clientes para así poder tener un punto de atención al cliente adicional, también se garantizaran metodologías innovadoras para lograr la meta del proyecto que es generar felicidad y un ambiente mejor de los empleados. De igual forma, se mantendrán las fortalezas identificadas con el ideal de mejorarlas cada vez más, una de las fortalezas más importantes identificadas es la de generar metodologías innovadoras y personalizadas a cada cliente por medio de un estudio de este.

- Luego de haber analizado sistemáticamente la industria, el producto, los clientes y la competencia, se debe tener una idea clara de cómo encaja la empresa en el mercado o redacte un párrafo corto donde se defina el segmento o nicho.

Como se mencionó anteriormente, por medio de los estudios de los sectores económicos que más empleos genera y los sectores que más enfermedades laborales presenta, se tiene que los nichos del presente proyecto son **NICHO “MAYOR NÚMERO DE EMPLEADOS”**: Empresas grandes (mayor a 200 empleados) o medianas (entre 50 y 199 empleados) ubicadas en la ciudad de Bogotá enfocadas en el sector de la manufactura, transporte y construcción. **NICHO “ENFERMEDADES LABORALES”**: Empresas grandes (mayor a 200 empleados) o medianas (entre 50 y 199 empleados) ubicadas en la ciudad de Bogotá enfocadas en el sector de Actividades inmobiliarias, empresariales de alquiler y en el sector Administración pública, defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria.

ESTRATEGIA DE MERCADO

- Promoción

6.1.6. ¿Cómo se enteran los clientes que usted existe en el Mercado?

Se enterarán por medio de 2 métodos:

- El primero consiste en un equipo de ventas compuesto inicialmente de un gran vendedor con buenos contactos en el mundo empresarial que pueda mostrar el portafolio de servicios de la empresa Grupo R&E a las empresas anteriormente definidas en el Target y segmento de la empresa.
- El segundo método será la creación y difusión de una página web que contará con todos los servicios ofrecidos por la empresa, como la opción de ponerse en contacto directamente con Grupo R&E para realizar cualquier tipo de actividad.
- Así mismo se invertirá en herramientas de difusión digital como Google ads, LinkedIn marketing solutions, Instagram ads, entre otros, con el fin de atraer tráfico deseado a la página descrita anteriormente y así dar a conocer más fácilmente a la empresa Grupo R&E al consumidor final.

6.2. Publicidad:

6.2.1. ¿Qué medios, y con qué frecuencia se usarán? ¿Por qué esta mezcla de medios y no otra?

Se tendrá 3 tipos diferentes de mercadeo digital. A continuación se muestra una tabla con las características de cada tipo de mercadeo digital.

Tabla 5. Características de los tipos de mercadeo digital

| Herramienta | Costo | Cantidad de personas a impactar | Tiempo de permanencia | Frecuencia de publicación |
|------------------------------|--------------|--|------------------------------|----------------------------------|
| Google ads | \$ 851.200 | 15,689,694 | Mensual | Diaria |
| LinkedIn marketing solutions | \$ 506.400 | 1.100 | Mensual | Diaria |
| Instagram ads | \$ 708.960 | 3.400.000 | Mensual | Diaria |

Fuente: Autor, 2019

Se decidió usar esta combinación de medios ya que son la principal fuente de información del Target, sin embargo, esta publicidad solo se va a utilizar por 6 meses iniciales, para que

así las personas conozcan de la empresa Grupo R&E y sus servicios.

6.2.2. ¿Usará métodos distintos a la publicidad paga, como ferias comerciales, catálogos, incentivos de distribuidores, voz a voz (¿cómo lo estimulará?) y la red de amigos o profesionales? ¿estrategias online? ¿redes sociales?

Se usarán varias técnicas de publicidad, entre ellas está el voz a voz, el cual se estimulará a través de la creación de un concurso en donde por empresa se subirá una foto a las redes sociales de la empresa Grupo R&E y la empresa que mayor interacción tenga en redes, será la ganadora del evento en donde se promete un día de diversión y felicidad completamente gratis.

6.2.3. ¿Qué imagen se quiere proyectar? ¿Cómo se quiere que los clientes perciban la empresa o el proyecto?

Se quiere que la empresa Grupo R&E sea percibida por los consumidores como una empresa joven, alegre, innovadora y diferente que es capaz de liberar tensiones y generar alegría a través de pausas activas diferenciadas.

6.2.4. ¿Cuál es la imagen gráfica? Incluye cosas como el diseño de logotipos, tarjetas y membretes, folletos, señalización y diseño de interiores.



Ilustración 17. Logotipo de la empresa Grupo R&E

Fuente: Grupo R&E, 2018



Ilustración 18. Uniforme Grupo R&E

Fuente: Grupo R&E, 2018



Ilustración 19. Uniforme parte posterior Grupo R&E

Fuente: Grupo R&E, 2018



Ilustración 20. Uniforme parte anterior Grupo R&E

Fuente: Grupo R&E, 2018

6.3. Presupuesto promocional

6.3.1. ¿Cuánto es el presupuesto estimado para invertir en la estrategia de promoción?

Tabla 6 Características de los tipos de mercadeo digital

| Herramienta | Costo | Cantidad de personas a | Tiempo de permanencia | Frecuencia de publicación | Costo final |
|--------------------|--------------|-------------------------------|------------------------------|----------------------------------|--------------------|
| | | | | | |

| | | impactar | | | |
|--|------------|-----------------|---------|--------|--------------|
| Google ads | \$ 851.200 | 15.689.694 | Mensual | Diaria | \$ 5.107.200 |
| LinkedIn marketin g solutions | \$ 506.400 | 1.100 | Mensual | Diaria | \$ 3.038.400 |
| Instagram ads | \$ 708.960 | 3.400.000 | Mensual | Diaria | \$ 4.253.760 |
| Página Web | \$ 800.000 | 19.090.794 | Mensual | - | \$ 9.600.00 |

Fuente: Autor, 2019

6.4. Estrategia de precio

6.4.1. ¿Cuál es Su estrategia de precios? ¿Se ajusta a lo que se identificó en el análisis competitivo? Comparado con la competencia. ¿Son superiores, inferiores, iguales? ¿Por qué?

Según la tabla de competidores anteriormente expuesta se encontró que el precio por

actividad promedio es de \$60000 por lo que el servicio de la empresa grupo R&E se encuentra por encima del promedio del mercado, esto debido a la propuesta de valor innovadora y diferenciadora que ayuda a la empresa a obtener clientes aún cuando el costo promedio el servicio es más alto que el promedio del mercado.

6.4.2. Explique el método o métodos de fijación de precios.

La escala de precios varía dependiendo de la cantidad de tiempo que se va a realizar la actividad y el número de personas que asistan a dicha actividad. Se cobra una tarifa base de 60 mil por hora, a continuación, se muestra la definición de precios dependiendo el número de usuarios.

Tabla 7. Costos del servicio Pausas Activas

| SERVICIO | NÚMERO DE PERSONAS | NÚMERO DE HORAS | COSTO |
|------------------------------------|--------------------|-----------------|-----------|
| RISOTERAPIA / RUMBA | ≤15 | 1 | \$ 60.000 |
| TERAPIA / DINÁMICAS CON ENSEÑANZA. | ≤15 | 1 | \$ 60.000 |
| RISOTERAPIA / | ≤25 | 1 | \$ 96.000 |

| | | | |
|--|--|--|--|
| RUMBA TERAPIA / DINÁMICAS CON ENSEÑANZA. | | | |
|--|--|--|--|

Fuente: Autor, 2019

En los casos en que la empresa desee hacer un contrato por más de 25 personas se realizará un análisis para estimar la cantidad de recreadores necesarios para dicha actividad y se realizará un descuento sobre el costo base establecido en la tabla anterior.

6.4.3. ¿Qué tan importante es el precio como factor competitivo? ¿Sus clientes tomarán sus decisiones de compra basados en el precio?

Según el mapa de empatía que se desarrolló en la primera parte del documento, se estipula que para el cliente el factor precio no es determinante, sin embargo, lo que impulsa al cliente de adquirir este tipo de servicios son las actividades diferenciadas, creativas e innovadoras.

6.5. Distribución

6.5.1. Analice cómo la ubicación afectará a sus clientes. ¿Su ubicación es importante

para sus clientes? ¿Cómo?

Se analiza que la ubicación de la empresa no influirá en el servicio prestado, esto debido a que todo se va a manejar indirectamente, es decir, por medio de llamadas, correos o mensajes que los clientes hacen o dejan a la empresa por medio de los portales de comunicación establecidos, pero el acercamiento a la oficina no es pertinente para que los clientes adquieran el servicio. De igual forma, una vez los clientes adquieren el servicio con la empresa, está realizará las actividades del servicio directamente en las empresas del cliente, en donde la empresa Grupo R&E dentro de los costos incluirá costo por transporte del servicio.

6.5.2. ¿Dónde está ubicada la competencia? ¿Es mejor para estar cerca de ellos o distante? ¿Por qué?

Respecto al servicio a prestar en el presente proyecto, la ubicación física de la competencia no influye en la prestación del servicio respecto a la cantidad de clientes que se tenga, debido a que todos los competidores y la empresa Grupo R&E prestan sus servicios por canales digitales principalmente. De igual forma, se proyecta tener una ubicación física en un lugar en donde no se encuentra ninguna competencia.

6.6. Canales de distribución

6.6.1. ¿Cómo y dónde vende sus productos o servicios?

Canal Directo:

Los productos se venderán por medio de la página web anteriormente descrita, en donde se encontrará toda la información acerca de todas las actividades a ofrecer y un botón de contáctenos para dar respuesta a cotizaciones específicas.

6.6.2. ¿Se cuenta con una fuerza de ventas propia? o se tienen representantes independientes.

Se contará inicialmente con un equipo de ventas de dos personas, la cuales se encargarán de visitar las empresas definidas como nichos de mercado para presentar el portafolio de Grupo R&E. Así mismo estas personas se encargarán de negociar con los aliados estratégicos (ARLS) para seguir consiguiendo cada vez más clientes.

6.7. Pronóstico de ventas

Tabla 8. Pronóstico de ventas

| MESES | CANTIDADES | VENTAS | COSTOS VARIABLES TOTALES | COSTOS FIJOS |
|-------|------------|---------------|-----------------------------|---------------|
| \$ 1 | \$ 160 | \$ 9.600.000 | \$ 505.195 | \$ 16.158.708 |
| \$ 2 | \$ 162 | \$ 9.696.000 | \$ 602.155 | \$ 16.158.708 |
| \$ 3 | \$ 163 | \$ 9.792.960 | \$ 603.124 | \$ 16.158.708 |
| \$ 4 | \$ 168 | \$ 10.086.749 | \$ 606.062 | \$ 16.158.708 |
| \$ 5 | \$ 173 | \$ 10.389.351 | \$ 609.088 | \$ 16.158.708 |
| \$ 6 | \$ 178 | \$ 10.701.032 | \$ 612.205 | \$ 16.158.708 |
| \$ 7 | \$ 184 | \$ 11.022.063 | \$ 615.415 | \$ 16.158.708 |
| \$ 8 | \$ 189 | \$ 11.352.725 | \$ 618.722 | \$ 16.158.708 |
| \$ 9 | \$ 195 | \$ 11.693.306 | \$ 622.128 | \$ 16.158.708 |
| \$ 10 | \$ 201 | \$ 12.044.106 | \$ 625.636 | \$ 16.158.708 |
| \$ 11 | \$ 207 | \$ 12.405.429 | \$ 629.249 | \$ 16.158.708 |
| \$ 12 | \$ 213 | \$ 13.160.919 | \$ 2.276.372 | \$ 16.158.708 |
| \$ 13 | \$ 219 | \$ 13.555.747 | \$ 2.280.321 | \$ 16.158.708 |
| \$ 14 | \$ 226 | \$ 13.962.419 | \$ 2.284.387 | \$ 16.158.708 |
| \$ 15 | \$ 233 | \$ 14.381.292 | \$ 2.288.576 | \$ 16.158.708 |
| \$ 16 | \$ 240 | \$ 14.812.731 | \$ 2.292.890 | \$ 16.158.708 |
| \$ 17 | \$ 247 | \$ 15.257.113 | \$ 2.297.334 | \$ 16.158.708 |
| \$ 18 | \$ 254 | \$ 15.714.826 | \$ 2.301.911 | \$ 16.158.708 |
| \$ 19 | \$ 262 | \$ 16.186.271 | \$ 2.306.626 | \$ 16.158.708 |
| \$ 20 | \$ 270 | \$ 16.671.859 | \$ 2.311.482 | \$ 16.158.708 |
| \$ 21 | \$ 278 | \$ 17.172.015 | \$ 2.316.483 | \$ 16.158.708 |
| \$ 22 | \$ 286 | \$ 17.687.175 | \$ 2.321.635 | \$ 16.158.708 |
| \$ 23 | \$ 295 | \$ 18.217.790 | \$ 2.326.941 | \$ 16.158.708 |
| \$ 24 | \$ 304 | \$ 19.327.254 | \$ 2.971.133 | \$ 16.158.708 |
| \$ 25 | \$ 313 | \$ 19.907.071 | \$ 2.976.931 | \$ 16.158.708 |
| \$ 26 | \$ 322 | \$ 20.504.284 | \$ 2.982.903 | \$ 16.158.708 |
| \$ 27 | \$ 332 | \$ 21.119.412 | \$ 2.989.054 | \$ 16.158.708 |
| \$ 28 | \$ 342 | \$ 21.752.994 | \$ 2.995.390 | \$ 16.158.708 |
| \$ 29 | \$ 352 | \$ 22.405.584 | \$ 3.001.916 | \$ 16.158.708 |
| \$ 30 | \$ 363 | \$ 23.077.752 | \$ 3.008.638 | \$ 16.158.708 |
| \$ 31 | \$ 373 | \$ 23.770.084 | \$ 3.015.561 | \$ 16.158.708 |
| \$ 32 | \$ 385 | \$ 24.483.187 | \$ 3.022.692 | \$ 16.158.708 |
| \$ 33 | \$ 396 | \$ 25.217.682 | \$ 3.030.037 | \$ 16.158.708 |
| \$ 34 | \$ 408 | \$ 25.974.213 | \$ 3.037.602 | \$ 16.158.708 |
| \$ 35 | \$ 420 | \$ 26.753.439 | \$ 3.045.395 | \$ 16.158.708 |
| \$ 36 | \$ 433 | \$ 28.382.724 | \$ 6.813.907 | \$ 16.158.708 |
| \$ 37 | \$ 446 | \$ 29.234.205 | \$ 6.822.422 | \$ 16.158.708 |
| \$ 38 | \$ 459 | \$ 30.111.232 | \$ 6.831.192 | \$ 16.158.708 |
| \$ 39 | \$ 473 | \$ 31.014.569 | \$ 6.840.226 | \$ 16.158.708 |
| \$ 40 | \$ 487 | \$ 31.945.006 | \$ 6.849.530 | \$ 16.158.708 |
| \$ 41 | \$ 502 | \$ 32.903.356 | \$ 6.859.114 | \$ 16.158.708 |
| \$ 42 | \$ 517 | \$ 33.890.456 | \$ 6.868.985 | \$ 16.158.708 |
| \$ 43 | \$ 532 | \$ 34.907.170 | \$ 6.879.152 | \$ 16.158.708 |
| \$ 44 | \$ 548 | \$ 35.954.385 | \$ 6.889.624 | \$ 16.158.708 |
| \$ 45 | \$ 565 | \$ 37.033.017 | \$ 6.900.410 | \$ 16.158.708 |
| \$ 46 | \$ 582 | \$ 38.144.007 | \$ 6.911.520 | \$ 16.158.708 |
| \$ 47 | \$ 599 | \$ 39.288.328 | \$ 6.922.963 | \$ 16.158.708 |
| \$ 48 | \$ 617 | \$ 41.680.987 | \$ 9.620.699 | \$ 16.158.708 |

Fuente: Autor, 2019

En la presente tabla se expone el pronóstico de ventas de la empresa R&E, para llegar a

este resultado se realizaron los siguientes pasos:

1. Medir la capacidad productiva del vendedor, esto se realizó de acuerdo a un estudio de VENTAS 2.0 “un vendedor promedio realiza 8 llamadas por hora, y prospecta 6.25 para obtener una reunión.”, con estos datos se analizó la capacidad productiva del vendedor de la siguiente manera.

$$N = X * H * D$$

Donde

N= NÚMERO DE LLAMADAS AL MES.

X=CANTIDAD DE LLAMADAS POR HORAS.

H= CANTIDAD DE HORAS LABORADAS.

D= CANTIDAD DE DÍAS LABORADOS.

Luego de hacer este proceso se procede a dividir el número de llamadas al mes (N) sobre el promedio de obtención de reuniones, lo que da las posibles reuniones con los clientes.

Después de esto se le propone una meta de cerrar mínimo el 40% de estos negocios, posteriormente se procede a multiplicar esas cantidades por el mínimo de actividades de pausas activas que debe tener la empresa (mínimo 2 pausas activas por semana).

Por último, se procede a multiplicar esta cantidad de servicios por las 4 semanas que tiene el mes, obteniendo así la capacidad productiva de cada vendedor.

Este proceso deja ver que el vendedor puede cerrar hasta 819 servicios al mes. Para

empezar, se decidió comenzar con el 20% de esta capacidad excedida con el fin de tener un resultado mucho más aterrizado a la vida real.

El siguiente proceso fue sacar la capacidad excedida por recreador, se definió gracias al mapa de empatía nombrado anteriormente, que las horas claves para hacer estas pausas son 9 a 10 de la mañana, por lo que se decidió que un recreador puede llegar a hacer 5 servicios por día. Por lo cual la capacidad excedida de este al mes, se da por la siguiente fórmula:

$$C = X * D$$

Donde;

C=capacidad excedida.

X= cantidad máxima de servicios diarios prestados por el recreador.

D= Cantidad de días laborados.

De igual forma se calcularon los siguientes costos variables:

- Aros.
- Globos
- Pimpones
- Elementos Adicionales A La Actividad.
- Celular
- Comisión Sobre Ventas (Vendedor 1)
- Comisión Sobre Ventas (Vendedor 2)

Posteriormente se calcularon los costos fijos, en los cuales se incluyeron:

- Equipos
- Uniformes
- Equipo de sonido.
- Plan para celular
- Depreciación.
- Canon de arrendamiento.
- Nomina.
- Cable 1 a 1.
- Publicidad en redes sociales.

Con el fin de llegar a una producción de ventas más aterrizada y así poder sacar el punto de equilibrio.

Tabla 9.Punto de equilibrio

| <i>PUNTO DE EQUILIBRIO</i> | |
|---------------------------------------|--------------|
| X | \$56.843 |
| CANTIDADES DE EQUILIBRIO | 284 |
| INGRESO DE EQUILIBRIO (P*Q) | \$17.056.285 |
| MESES DE EQUILIBRIO | 1,25 |

Fuente: Autor, 2019

El punto de equilibrio se calculó con los costos fijos y variables anteriormente descritos. Esta tabla muestra que para que el punto de equilibrio (ingresos y costos igual a cero) se cumpla, es necesario hacer 284 servicios, traducido en dinero serían \$ 17.056.285 y se llegaría a este punto de equilibrio aproximadamente en un mes y medio.

7. Plan operacional

7.1. Producción

7.1.1. ¿Cómo y dónde se producen sus productos o servicios?

La producción de los servicios está compuesta por varias etapas:

1. Reunirse con el cliente para identificar sus necesidades, con esto se define qué tipo de servicios se le van a ofrecer al cliente.
2. Reunión y planeación de la actividad por parte de los recreadores.
3. Presentación de la propuesta por parte de los recreadores al cliente.
4. Selección por parte del cliente del servicio que más le convenga a sus empleados.

Requerimientos físicos: no se necesitan requerimientos físicos ya que los servicios que se ofrecen son de manera personalizada, en donde las actividades a realizar serán dependiendo del tipo de usuarios a manejar.

7.2. Costos:

Se definió entre costos fijos y costos variables.

VARIABLES:

- a. Aros.
- b. Globos
- c. Pimpones
- d. Elementos Adicionales A La Actividad.
- e. Celular
- f. Comisión Sobre Ventas (Vendedor 1)
- g. Comisión Sobre Ventas (Vendedor 2)

FIJOS:

- h. Equipos
- i. Uniformes
- j. Equipo de sonido.

- k. Plan para celular
- l. Depreciación.
- m. Canon de arrendamiento.
- n. Nomina.
- o. Cable 1 a 1.
- p. Publicidad en redes sociales.

7.3. Entorno legal:

7.3.1. Describa:

- Requisitos de licencia (si aplica)
- Permisos
- Regulaciones sanitarias, laborales o ambientales
- Regulaciones especiales que cubren su industria o su sector
- Permisos de construcción o zonificación
- Seguros y su cobertura
- Registro de Marcas comerciales, derechos de autor o patentes (pendientes, existentes o compradas)

Para la ejecución del presente proyecto no es necesario la obtención de ninguna licencia, debido a que no se va a realizar la construcción de ninguna estructura física. De igual forma, tampoco es necesario la obtención de permisos, debido a que para formalizar una empresa de recreadores para pausas activas no es necesario ningún permiso, sin embargo, realizando investigaciones y consultorías respecto al tema, se encontró que el Ministerio de Trabajo realiza capacitaciones en relación a SGSST, capacitaciones que la empresa Grupo R&E ve relevante para así enriquecer los conocimientos y experiencia obtenidos y poder generar actividades más enriquecedoras.

En relación con Regulaciones sanitarias, laborales o ambientales no es necesario obtener esto para la ejecución del proyecto debido a que no se tratara nada de riesgo biológico o en relación a procesamiento de alimentos, realizando búsquedas y asesorías no existe una regulación laboral para recreadores y no es necesaria la regulación ambiental debido a que con la empresa no se pretende impactar el ambiente; de igual forma no es necesaria la obtención de alguna regulación especial que cubra el sector.

No será necesario la obtención de permisos de construcción o zonificación debido a que para la oficina física que se planea obtener se hará por medio del intermedio WeWork, el cual ya cuenta con las oficinas construidas y todo el amueblamiento incluido sin necesidad de realizar alguna construcción adicional.

En relación con la obtención de seguros y su cobertura, se afiliará a cada empleado a una ARL para cubrir por normativa su seguro contra riesgos laborales. Finalmente, no se hará el registro de marcas comerciales, derechos de autor o patentes (pendientes, existentes o compradas) debido a que no se generó un producto que lo requiera, sino un servicio de

pausas activas empresariales, que es un deber que se exige por ley que cada empresa deba tener.

7.4. Personal

7.4.1. Número de empleados

De acuerdo al plan financiero realizado, se identificó para la nómina que el personal indicado a lo largo de 5 años es:

- 5 empleados para el primer año.
- 9 empleados para el segundo año.
- 9 empleados para el tercer año.
- 10 personas para el cuarto año.
- 10 personas para el quinto año.

7.4.2. Tipo de trabajo (calificado, no calificado, y profesional)

La contratación de personal se dará principalmente para estudiante del SENA (Servicio Nacional de Aprendizaje) en técnicos a fines de recreadores o vendedores.

7.4.3. ¿Dónde y cómo se encontrará a los empleados?

Se encontrará principalmente a los empleados en el SENA, en donde se realizará un convenio con esta empresa para poder generar empleo directamente con ellos, además se realizarán convocatorias por medio de los medios de publicidad para así promover la oportunidad de empleo en todos los jóvenes que puedan cumplir el perfil de recreador y finalmente se realizará cuando se necesite personal adicional publicaciones en periódicos de Bogotá como por ejemplo El Tiempo o El Espectador.

7.4.4. Forma de pago

La forma de pago que hará la empresa Grupo R&E a los empleados será quincenal por un valor de \$ 600.000, para los vendedores se les tendrá en cuenta comisiones para así impulsar el proceso de la venta del servicio de forma incremental. Además, se le pagará a cada empleado por medio de una cuenta de ahorros personal.

7.4.5. Métodos y requisitos de formación

Los requisitos de formación que se tendrán en cuenta para la contratación de empleados es que principalmente sea estudiante del SENA en técnicos relacionados a recreadores o vendedores, de igual forma también se tendrá en cuenta personas de un rango de edad entre 18 y 27 años, que tenga la mejor actitud de ejercer el empleo y que sea una persona honesta y responsable con las actividades.

Los métodos de formación que tendrá la empresa Grupo R&E es que para todos los empleados contratados se les realizará capacitaciones y acondicionamientos para realizar el trabajo y así garantizar que se tendrán a los mejores empleados para realizar las pausas activas. De igual forma, el gerente de recreación será el encargado de realizar capacitaciones mensuales como mínimo a los recreadores de la empresa, para así reforzar el trabajo a realizar por parte de ellos y mejorar debilidades que se encuentren a lo largo de las actividades realizadas.

7.4.6. ¿Quién hace qué?

- Vendedor: Será el encargado de realizar ventas a clientes de forma personal, acercándose directamente a los clientes o por medio de entablar conexiones con diferentes directores de Recursos Humanos en diferentes empresas.
- Gerente de recreación: Será el encargado de dirigir las capacitaciones, con mayor experiencia como recreador en la empresa y será capaz de relevar o dirigir cualquier pausa activa cuando el gerente administrativo lo estipule.
- Recreador: Será el encargado de realizar las pausas activas según el servicio seleccionado por el cliente y la necesidad del usuario por medio de actividades lúdicas y energéticas.
- Gerente administrativo: Será el encargado de manejar las finanzas de la empresa, realizar la contratación de personal y hacer seguimiento en la empresa tanto del personal como de las actividades realizadas, para así tomar las medidas correctivas.

7.4.7. ¿Se tienen horarios y procedimientos escritos y preparados?

El horario para los vendedores, el gerente de recreación y el gerente administrativo tendrán un horario laboral de lunes a viernes de 8am a 5pm. Los recreadores tendrán un horario de trabajo dependiendo el servicio a ejecutar, designando con tiempo a los recreadores según la fecha y el horario, sin embargo, todos los trabajos serán realizados de lunes a viernes. Si el cliente lo requiere, se evaluará la posibilidad de trabajar los fines de semana, con un costo adicional sujeto a cotización.

Todos los procedimientos realizados por los recreadores serán preparados con anticipación para así garantizar un servicio de excelente calidad, ya que por medio de la selección del cliente del servicio a tomar y al estudio a realizar a los usuarios se obtendrá una metodología preparada y estipulada para cada sesión.

7.4.8. ¿Se ha redactado descripciones de los puestos de trabajo para los empleados?

Si no es así, tómese un tiempo para escribir algunos.

Se definió el perfil del recreador el cual está compuesto por:

- Debe ser planificado, creativo, amable, sonriente, extrovertido y puntual.
- Debe tener vocación.
- Deber ser capaz de expresar sus conocimientos actitudes valores e ideas y sentimientos de forma verbal o escrita, así como corporal, visual, musical, personal y social.
- Debe estar actualizado en cuanto a las actividades recreativas y formas de juegos para acondicionarlas a la hora de realizar las pausas activas.
- Debe tener manejo de habilidades actitudinales como lo son la alegría, integración, dominio grupal, liderazgo y trabajo en grupo.
- Valores: responsabilidad, respeto, honestidad, juego limpio y ética.
- Habilidades en comunicación efectiva y asertiva.

- Establecer vínculos con clientes de una manera rápida y efectiva para generar un servicio personalizado que satisfaga la necesidad del cliente.
- Generar sesiones de pausas activas apropiadas de acuerdo al tipo de población a la cual van referidas.
- Debe hacer buen manejo de los recursos dados por la empresa de una forma responsable.

El perfil del vendedor es:

- Persona proactiva, alegre, energético, respetuoso.
- Debe saber manejar a las personas.
- Debe tener compromiso, determinación, entusiasmo, paciencia, dinamismo, sinceridad, responsabilidad, coraje, honradez.
- Debe saber escuchar a las personas, tener buena memoria, ser creativo, tener espíritu de trabajo en equipo, auto disciplinado, facilidad de la palabra, empatía

El gerente de recreación debe cumplir con el perfil del recreador, además de:

- Poseer una experiencia de mínimo un año como recreador.
- Tener liderazgo.
- Poseer la capacidad de resolución de problemas.
- Innovador.
- Disponibilidad de tiempo y disposición para los servicios a realizar.

El perfil del gerente administrativo es:

- Debe tener conocimiento de contabilidad.
- Debe tener liderazgo.
- Saber gestionar.
- Buen manejo del personal.
- Debe ser responsable, honesto, alegre, proactivo, empático, respetuoso.
- Debe tener experiencia en atención y servicio al cliente.
- Debe tener facilidad de trabajo.
- Deber saber trabajar en equipo.

7.4.9. Para ciertas funciones, ¿usará trabajadores contratados además de empleados?

Los cargos establecidos anteriormente son los que se contratan principalmente, de igual forma para garantizar una mejor calidad en los servicios prestados se buscará una función adicional en la empresa que sea profesional en fisioterapia, para así realizar actividades físicas más acordes a la liberación del estrés, sin embargo, esta idea se proyecta a realizar más adelante.

7.4.10. Políticas de evaluación:

¿Cómo serán evaluados los empleados?

El trabajo de los empleados será evaluado principalmente por las encuestas realizadas tanto a los usuarios como a los clientes, en donde se hará un seguimiento de la percepción de ellos de las actividades realizadas y de la empresa en general. Además, en la empresa la puntualidad, responsabilidad y honestidad son cualidades de gran importancia, en donde, para el caso en que algún empleado realice actividades en contra de estas cualidades, se le hará seguimiento y se definirá si es conveniente un despido o no.

En el caso en que el empleado demuestre actividades de excelente calidad y con una gran puntuación por parte de los clientes y usuarios, se hará un reconocimiento a estos para impulsar el desarrollo de actividades de excelente calidad.

¿Se delegará la autoridad a los empleados? ¿Cómo?

En ningún caso se presentará delegación de autoridad. Cuando un empleado realice actividades que afecte la integridad de la empresa, de los clientes, usuarios o de los compañeros de trabajo, generará un motivo de despido inmediato.

¿Cómo disciplinarás a tus empleados?

Se realizarán seguimientos constantes a los empleados para evitar así infracciones por parte de estos, de igual forma se tomará en cuenta la política de las tres faltas, el cual consiste en que cuando un trabajador realice una falta menor tendrá seguimiento, si este mismo vuelve a realizar otra falta menor será citado a una reunión con el gerente administrativo, pero si este mismo realiza una tercera falta menor incurrirá en despido inmediato.

De igual forma, por medio de las capacitaciones mensuales realizadas a los empleados, será inculcado de forma permanente el trabajo de excelente calidad que deberán realizar ellos y de sus excelentes valores, teniendo en cuenta los empleados que se esfuercen por realizar esto, obteniendo reconocimientos.

¿Cuál será su procedimiento cuando un empleado renuncie? ¿Está terminado?

Cuando algún empleado tome la decisión de renunciar, se hará el debido proceso de liquidación y se procederá a difundir la vacante en redes sociales y en diferentes plataformas de empleo con el fin de encontrar a su remplazo lo antes posible

7.5. Inventarios

7.5.1. ¿Qué tipo de inventario se manejará? (Materias primas, suministros,

productos terminados)

Materias primas y suministros.

7.5.2. ¿Valor promedio del stock?

Mensual: \$82.500. Anual: \$829.150.

7.5.3. Ciclos de rotación del inventario.

Mensual.

8. Gestión y organización

8.1. ¿Quién administrará el negocio en el día a día?

David Cabanzo

8.2. ¿Qué experiencia aporta esta persona al negocio?

10 semestres de administración de negocios internacionales con 6 meses de práctica en la multinacional de consumo masivo SC JOHNSON & SON COLOMBIA, además con un año de experiencia como recreador en Cafam.

8.3. ¿Qué competencias especiales o distintivas debe tener?

Las competencias con las que cuenta la persona que administrara la empresa son:

- Manejo de Excel
- Experiencia en manejo de equipos.
- Organización.
- Carisma y manejo de clientes.
- Conocimientos en finanzas.

9. Plan financiero

9.1. Nomina.

En el caso de la nómina se decidió empezar el emprendimiento en el año 1 con un total de 5 personas las cuales son:

- Vendedor
- Gerente recreación
- Recreador 1
- Recreador 2
- Gerente administrativo.

Los siguientes puestos van hacer con contratación directa por parte de la empresa por lo cual se le pagan a la fuerza laboral todas las prestaciones sociales incluidos cesantías, intereses sobre las cesantías, vacaciones, primas entre otros.

- Vendedor
- Gerente recreación
- Gerente administrativo.

Con respecto al tema de los recreadores se les pagará por prestación de servicios un básico de 1'200.000, así mismo se buscará que estos recreadores tengan moto para que se puedan movilizar por la ciudad y así cumplir con las actividades establecidas por la empresa.

A medida que la empresa creció en el ejercicio, se hace más visible la necesidad de contratar a más personal para así cumplir con las actividades establecidas. A partir del tercer año se contarán con 4 personas adicionales las cuales se distribuyen entre recreadores y vendedores.

10. Riesgos y supuestos críticos

10.1. Riesgos y supuestos:

10.1.1. ¿Qué pasa si su mercado se desarrolla más lento o más rápido de lo esperado?

Si el mercado definido para el proyecto se desarrolla de una forma más lenta a lo esperado, la empresa Grupo R&E corre el riesgo de generar pérdidas debido a que el punto de equilibrio tomaría más tiempo; este riesgo traería grandes afectaciones en la empresa hasta el punto tal que pueda generar su cierre.

Si el mercado definido para el proyecto se desarrolla de una forma más rápida a lo esperado, podría traer consecuencias más favorables que el escenario descrito anteriormente, debido a que el punto de equilibrio ocurriría en un menor tiempo y a un menor costo, sin embargo este riesgo también puede traer consigo consecuencias de gran impacto como lo es que la

empresa no esté preparada con el personal o materiales suficientes para abastecer el mercado y lo que se genere sean pérdidas por insatisfacción del cliente y por mala reputación de la empresa.

10.1.2. Hacer un análisis DOFA.

Tabla 10. Matriz DOFA

| | |
|--|--|
| <p>Debilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • No existen profesionales en recreación. • Aún es una marca desconocida para muchos. • No contar con un espacio de desarrollo físico propio. | <p>Oportunidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Amplio mercado de participación debido a la innovación del servicio. • Generación de nuevos servicios gracias a la implementación de metodologías cada vez más innovadoras para la prestación del servicio. • Empezar a expandir la empresa por las principales ciudades de Colombia. |
| <p>Fortalezas:</p> | <p>Amenazas:</p> |

| | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Recopilación de experiencias de recreadores para el manejo de la empresa. • Capacidad de generar lazos de comunicación entre directores de Recursos Humanos de varias empresas como foco de ingresos. • Realización de capacitaciones mensuales para incrementar la calidad en el servicio prestado. | <ul style="list-style-type: none"> • La competencia puede generar actividades similares a las de Grupo R&E. • Mala percepción de la comunidad ante el servicio innovador. • Generación de mala reputación por calificaciones malas en las encuestas. |
|--|---|

Fuente: Autor, 2019

10.1.3. ¿Cómo reaccionará ante los desafíos de la competencia, a los precios bajos, a los nuevos productos que lo dejan obsoleto?

Frente a los desafíos que presente la competencia, la empresa Grupo R&E realizará campañas para atraer más clientes por medio de actividades lúdicas en espacios diferentes a los laborales; además realizará una especial atención a la generación de nuevas metodologías para ofrecer al mercado, de igual forma se buscará aumentar la publicidad en los diferentes medios ya mencionados, y se buscará nuevas formas de hacer publicidad.

10.1.4. ¿Qué harías en caso de escasez de mano de obra?

En el momento en que la empresa Grupo R&E presente escasez en la mano de obra, realizará un estudio financiero para evaluar la posibilidad de adquirir la mano de obra suficiente para poder prestar el servicio de una manera eficiente; si en el estudio financiero se ve que esta opción no es viable se comenzarán a buscar personal que se encuentre en un proceso de aprendizaje en donde se le ofrecerá total acompañamiento, capacitación y una remuneración mínima salarial como así lo disponga la ley, a cambio de que esta persona se encuentre disponible para poder realizar pausas activas con sus debidas capacitaciones realizadas anteriormente.

11. Beneficios a la comunidad

11.1. Desarrollo económico

11.1.1. Tipo de empleo que genera el proyecto

El tipo de empleo que genera el proyecto es de tipo formal, debido a que cumplirá con toda la parte legal y de formalización que este requiere.

11.1.2. Empleo directo e indirecto.

Todos los empleos generados serán directos con la empresa Grupo R&E, debido a que se busca dignificar el trabajo que cada empleado haga con sus debidos pagos adicionales.

11.2. Desarrollo de la comunidad

11.2.1 ¿Cómo se ayuda a la comunidad?

El presente proyecto beneficia a la comunidad debido a que está disminuyendo y previniendo enfermedades consecuentes al estrés laboral, además de generar en los empleados una experiencia agradable y un ambiente saludable laboral. De igual forma se ayuda a la comunidad con la generación de empleo que la empresa ofrece, en donde se

proyecta que cada vez se necesite más personal. Además, se beneficia a las empresas que sean clientes del Grupo R&E para así hacer cumplir la legislación establecida respecto a SGSST en Colombia.

11.3. Desarrollo humano

11.3.1. ¿Cómo ayudará o apoyará la empresa a los empleados?

En temas de anticipos y líneas de crédito

BIBLIOGRAFÍA.

- Academia. Recuperado de: https://www.academia.edu/36987824/Qu%C3%A9_es_un_KPI._Ejemplos_tipos_y_como_elegirlos
- Barrero, M., Cardozo, L. & Ortega F. 2010. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA S.A.S. Recuperado de: http://www.cccucuta.org.co/uploads_descarga/desc_a0678e0c11c8250c8cf953fa49b77f3_5.pdf
- Bello, C. 2019. ¿Qué es Business Model Canvas y cómo funciona? Recuperado de: <https://www.lead-innovation.com/es/blog/qu%C3%A9-es-business-model-canvas>
- Caceres, S., Magallanes, A., Torres, D., Copara, P., Escobar, M. & Mayta, P. 2017. Efecto de un programa de pausa activa más folletos informativos en la disminución de molestias musculoesqueléticas en trabajadores administrativos. Recuperado de: http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1726-46342017000400005
- Caurin, J. 2017. Capital Semilla. Recuperado de: <https://www.emprendepyme.net/capital-semilla.html>
- Colombianos Exitosos. Sushi Coworking. Recuperado de: <https://www.coexitosos.com/sushi-coworking>
- Colombo, D. 2019. Menos "reunionitis" y más pausas activas: las herramientas para ser feliz en el trabajo. Recuperado de: <https://www.elobservador.com.uy/nota/menos-reunionitis-y-mas-pausas-activas-las-herramientas-para-ser-feliz-en-el-trabajo-201932883016>
- DANE. Mercado laboral. Recuperado de: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral>
- Gordillo, A. 2010. La personalidad jurídica. Recuperado de: https://www.gordillo.com/pdf_tomo5/01/01-capitulo1.pdf

Informa Colombia. Listados de empresas en BOGOTÁ. Recuperado de: https://www.informacolombia.com/directorio-empresas/departamento_bogota

Macías, M. 2018. ENTENDER LA OPORTUNIDAD: COMPRENDE A TUS CLIENTES. Recuperado de: <https://elcaminoparainnovar.com/wp-content/uploads/2018/09/Mapa-de-Empati%CC%81a.pdf>

Macías, M. 2018. VALIDA EL MODELO: CÓMO CONSEGUIR CRUZAR EL ABISMO Y OBTENER TRACCIÓN. Recuperado de: <https://elcaminoparainnovar.com/wp-content/uploads/2018/09/Customer-Journey.pdf>

Ministerio de Justicia. (14 de octubre de 2009). Ley ordinaria. [Ley 1355 de 2009]. Recuperado de: <http://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Leyes/1678007>

Ministerio de Salud. 2015. ABECÉ: Pausas Activas. Recuperado de: <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/VS/PP/ENT/abece-pausas-activas.pdf>

Ministerio de trabajo. 2013 ESTADÍSTICAS DEL SISTEMA GENERAL DE RIESGOS LABORALES. Recuperado de: <https://www.oissobservatoriovejez.com/wp-content/uploads/2018/11/Libro-Estadisticas-del-SGRL-2013-2017.pdf>

Ministerio de trabajo. (27 de marzo de 2017). Estándares mínimos de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo para empleadores y contratantes. [Resolución 1111 de 2017]. Recuperado de: <https://www.mintrabajo.gov.co/documents/20147/647970/Resoluci%C3%B3n+1111-+est%C3%A1ndares+m%C3%ADnimos-marzo+27.pdf>

Ministerio de Trabajo. Implementación de los Sistemas de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo al Año 2020. Recuperado de: <https://www.mintrabajo.gov.co/relaciones-laborales/riesgos-laborales/sistema-de-gestion-de-seguridad-y-salud-en-el-trabajo/implementacion-de-los-sistemas-de-gestion-de-seguridad-y-salud-en-el-trabajo-al-ano-2020>

Ministerio de Trabajo. 2014. SISTEMA DE GESTIÓN DE LA SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO (SG-SST). Recuperado de:

<https://www.mintrabajo.gov.co/documents/20147/51963/Guia+tecnica+de+implementacion+del+SG+SST+para+Mipymes.pdf/e1acb62b-8a54-0da7-0f24-8f7e6169c178>

Navarro, J. 2017. Definición de Stand Up. Recuperado de: <https://www.definicionabc.com/comunicacion/stand-up.php>

Olivera, M. PAUSA ACTIVA, CUANDO TRABAJAR HACE BIEN PARA LA SALUD. Recuperado de: https://www.bcbsu.com.uy/bcbsu/archivos/nota_pausaActiva.pdf

Orozco, R. 2007. Desarrollo de un programa académico de intervención en el campo de la salud laboral. Recuperado de: <https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/3754/Documento%2019C08-12Final.pdf?sequence=4&isAllowed=y>

Price, J. 2016. ¿Qué es el Word of Mouth Marketing? [Parte 1]. Recuperado de: <https://youngmarketing.co/que-es-wom-parte-1/>

RCN Radio. 2017. Uno de cada cinco empleados en Colombia sufre de estrés y fatiga laboral. Recuperado de: <https://www.rcnradio.com/salud/uno-de-cada-cinco-empleados-en-colombia-sufre-de-fatiga-laboral>

Sánchez, I., 2017. SOCIEDADES MERCANTILES EN COLOMBIA, BREVE HISTORIA, DESARROLLO Y TENDENCIAS ACTUALES. UNA PERSPECTIVA DESDE EL DERECHO COMPARADO. Recuperado de: <https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/15051/1/SOCIEDADES%20MERCANTILES%20EN%20COLOMBIA.pdf>

SURA. Guía General de Prevención de Riesgos para Trabajadores Independientes. Recuperado de: https://www.arlsura.com/files/guia_general_independientes.pdf

Unión de Mutuas. 2017. El Sedentarismo. Recuperado de: <https://www.uniondemutuas.es/wp-content/uploads/2017/01/sedentarismo.pdf>

Universidad de Granada. El STORYBOARD o Guion Gráfico. Recuperado de: <https://www.ugr.es/~ahorno/STA.pdf>