

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE EMPRESA
“E!- WELLNESS”

SANDRA BETANCOURT
PAOLA GUAYACÁN
MARILEN VILLALBA



UNIVERSIDAD EAN
FACULTAD DE POSGRADOS
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE SERVICIOS
BOGOTÁ, D.C.
JULIO 2013

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE EMPRESA
E! WELLNESS

SANDRA BETANCOURT
PAOLA GUAYACÁN
MARILEN VILLALBA

Informe Final de Investigación para optar al título de
Especialistas en Gerencia de Servicio

Director:
WILLIAM HENRY TORRES

UNIVERSIDAD EAN
FACULTAD DE POSGRADOS
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE SERVICIO
BOGOTÁ, D.C.
JULIO 2013

Creación de empresa para optar al título de Especialistas en Gerencia de
Servicio de la Universidad EAN

Nota de aceptación

WILLIAM HENRYTORRES

Firma director del proyecto

Bogotá, D.C, Julio de 2013

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN

INTRODUCCIÓN

1	RESUMEN EJECUTIVO.....	18
1.1	Nombre de la Empresa	18
1.2	Tipo y Ubicación de la Empresa	19
1.3	Filosofía organizacional	20
1.3.1	Visión	20
1.3.2	Misión.....	20
1.4	Objetivos	20
1.4.1	Corto Plazo: (1 Año)	20
1.4.2	Mediano Plazo: (3 años).....	21
1.4.3	Largo plazo: (5 años).....	21
1.5	Ventajas Competitivas	21
1.6	Formulación del Problema	22
1.7	Justificación del Proyecto	24
2	OBJETIVOS DEL PROYECTO	26
2.1	Objetivo General	26
2.2	Objetivos Específicos	26
3	NATURALEZA DEL PROYECTO	27
3.1	MARCO TEÓRICO	27
3.1.1	La estrategia del Océano Azul	27
3.1.2	El modelo de las 5 fuerzas de Michael PorterFuente.....	28
3.1.3	Estrategia de las 4P.....	29
3.1.4	Construcción de un plan de negocio	29
3.1.5	Bienestar Laboral.....	30

4	CAPITULO IV	37
	MERCADEO	37
4.1	Investigación de Mercado	37
4.1.1	Análisis del Mercado.....	37
4.1.2	Sector de servicios en el mundo.....	37
4.1.3	Sector Servicios en Colombia.....	38
4.1.4	Análisis del Sector□	41
4.1.5	Segmentación del Mercado	45
4.1.6	Análisis de la Competencia	47
4.2	Investigación del Mercado	48
4.2.1	Great pleacetowork.....	48
4.2.2	Investigación Merco	52
4.2.3	Instrumento de investigación – Entrevista en profundidad.....	56
4.2.4	Análisis de la entrevistas a profundidad.	58
4.3	Plan estratégico de mercado	60
4.3.1	Estrategias de Mercado	60
4.3.2	Estrategia de Precio	61
4.3.3	Estrategias de Promoción.....	62
4.3.4	Estrategias de Comunicación	65
4.3.5	Estrategias de Servicio	68
4.4	Proyecciones de Ventas	69
	CAPITULO V	71
5	OPERACIÓN	71
5.1	Ficha Técnica del Servicio	71
5.2	Concepto del Servicio	71
5.3	Estado de Desarrollo	72
5.4	Diseño del Servicio Orientado al Cliente	79
5.5	Descripción del Proceso	81
5.5.1	Flor del servicio.....	85
5.5.2	Uso del servicio	87
5.6	Modelo de Auditoría del Servicio	88
5.6.1	Índices de Satisfacción	90
5.7	Necesidades y Requerimientos	92

5.7.1	Características de la tecnología	92
5.7.2	Materias Primas, Suministros e Infraestructura.....	93
5.8	Escenario Visible y Escenario Invisible (INFRAESTRUCTURA)	94
5.8.1	Escenario invisible:	95
5.8.2	Escenario visible:	95
5.9	Procesos de Investigación y Desarrollo	96
CAPITULO VI		99
6	ORGANIZACIONAL	99
6.1	DOFA de E-WELLNESS	99
6.1.1	Estrategias Derivadas del DOFA.....	100
6.2	Estructura Organizacional	102
6.2.1	Manual de funciones de los cargos	103
6.3	Costos Administrativos	107
6.3.1	Administración De Sueldos Y Salarios	107
6.3.2	Gastos de Puesta en Marcha	109
CAPÍTULO VII		110
7	FINANZAS.....	110
7.1	Bases de Proyección	110
7.2	Proyección de ventas	111
7.3	Proyección de Costos	112
7.3.1	Proyección de Costos Mano de Obra Directa	112
7.3.2	Presupuesto Costos Indirectos de Operación	112
7.3.3	Proyección Costos Variables.....	113
7.4	Proyección de Gastos	114
7.4.1	Gastos de Administración y Ventas.....	114
7.4.2	Gastos Variables	115
7.4.3	Proyección Total de Costos y Gastos	115
7.5	Estado de resultados	116
7.6	Calculo Capital de Trabajo para E!-WELLNESS	117
7.7	Flujo de Caja Proyectada	118

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE EMPRESA“E!- WELLNESS”	8
7.8 Punto de Equilibrio	121
8 CONCLUSIONES	123
BIBLIOGRAFÍA	124

LISTA DE FIGURAS

	pág.
Figura 1. Características evaluadas.....	19
Figura 2. Modelo de las cinco fuerzas que guían la competencia industrial ...	28
Figura 3. Comercio de servicios en el mundo	38
Figura 4. DOFA del sector consultoria en Colombia	44
Figura 5. Factores importantes para el trabajador colombiano	55
Figura 6. Publicidad	65
Figura 7. Mercadeo directo	66
Figura 8. Modelo de servicio planteado	68
Figura 9. Tipo de Acción en la prestación del Servicio:	73
Figura 10. Tipo de Contacto.....	74
Figura 11. Naturaleza de la demanda.....	75
Figura 12. Grado de Contacto de las Personas con el Servicio.....	76
Figura 13. Relaciones con los clientes.....	77
Figura 14. Ajustes del pedido a la entrega del servicio	78
Figura 15. Descripción del flujo del proceso	81
Figura 16. Flor del servicio de y El E!-WELLNESS.....	85
Figura 17. Proceso del servicio del E!-WELLNESS.....	90
Figura 18. Representación del sistema de entrega de servicio	94
Figura 19. Mapa de ruta.....	97

Figura 20. Estrategia organizacional DOFA.....99

Figura 21. Estructura organizacional.....102

LISTA DE TABLAS

pág.

Tabla 1. Descripción general de la empresa.....	18
Tabla 2. Elementos diferenciadores.....	22
Tabla 3. Normas generales del Código Sustantivo del Trabajo	33
Tabla 4. Comportamiento del PIB por ramas de actividad económica	40
Tabla 5. Comparación de los criterios para segmentar ambos tipos de mercados	45
Tabla 6. Segmentación de E!-WELLNESS	46
Tabla 7. Competencia, productos y poder de negociación proveedores y compradores.....	47
Tabla 8. Variables del estudio de MERCO	53
Tabla 9. Calidad laboral, Marca empleador y Reputación	54
Tabla 10. Formato entrevista a profundidad.....	56
Tabla 11. Tarifas sin IVA.....	62
Tabla 12. Accesibilidad, garantía y calidad.	69
Tabla 13. Demanda potencial y pronóstico de ventas.....	69
Tabla 14. Ficha técnica del servicio	71
Tabla 15. Servicio Orientado al Cliente.....	79
Tabla 16. Encuesta de satisfacción.....	84
Tabla 17. Momentos de verdad e indicadores.....	91
Tabla 18. Estrategias derivadas del DOFA.....	101
Tabla 19 Manual de funciones.....	103

Tabla 20. Remuneración personas	108
Tabla 21. Gastos de puesta en marcha	109
Tabla 22. Bases de Proyección	110
Tabla 23. Proyección de ventas.....	111
Tabla 24. Presupuestos de costos de mano de obra.....	112
Tabla 25. Descripción presupuesto, costos indirectos.....	113
Tabla 26. Proyección costos variables.....	113
Tabla 27. Nomina anual.....	114
Tabla 28. Gastos variables.....	115
Tabla 29. Proyección total de costos y gastos.....	115
Tabla 30. Simulación de pérdidas y ganancias proyectadas.....	116
Tabla 31. Proyección capital de trabajo.....	117
Tabla 32. Flujo de caja proyectado.....	120
Tabla 33. Calculo punto de equilibrio	121

RESUMEN

El presente *Informe Final de Investigación* tiene como finalidad realizar un estudio de viabilidad para la creación y puesta en marcha de la empresa **E!-WELLNESS**; organización que tiene como objetivo principal, prestar y ofrecer alternativas únicas y novedosas en el entorno de *Bienestar Laboral Empresarial*, combinando las últimas tendencias en actividades de bienestar y pausas activas para los empleados y toda una plataforma dinámica e interactiva provista por las consolas de *Video Juegos* y *las Pantallas Led* de alta resolución.

Para las empresas, es un espacio propicio que desde la dirección se fomenten espacios de *integración, actividades recreativas o pausas activas* que ayuden a generar un ambiente sano de trabajo, mejoren las condiciones de los empleados, incrementen el clima laboral, fortalezca el compromiso y el sentido de pertenencia hacia la empresa y finalmente se vea como una opción que incremente los niveles de productividad de la organización como objetivo secundario y prácticamente oculto.

Así mismo, **E! – Wellness** se presenta como una alternativa *innovadora* para que las organizaciones desarrollen programas de bienestar y mejoramiento de la salud y la calidad de vida de sus colaboradores mediante una experiencia divertida y memorable utilizando la interacción del ser humano con los videos juegos como una herramienta de crecimiento, aprovechamiento del tiempo libre y la sana diversión.

De igual forma, se presentara un análisis profundo sobre este nuevo negocio, como se desenvuelve dentro de una sociedad con un nuevo auge tecnológico y habido de nuevas formas de entretenimiento, recreación y aprovechamiento del tiempo libre de los seres humanos. Por esta razón, se estudia este nuevo mercado, ya que por su naturaleza tan diversa (Video Juegos

– Bienestar Laboral) y antes poco explorada ofrece una gran oportunidad de negocio en un ambiente competitivo y expectante de esta clase de actividades.

Palabras claves. Análisis, integración, clima laboral.

ABSTRACT

This Research Final Report is intended to make a feasibility study for the creation and launch of E! - WELLNESS; organization whose main objective, to provide and offer unique and innovative alternative in the Business Environment Labour Welfare combining the latest trends in welfare and active breaks for employees and all dynamic and interactive platform provided by Video Games consoles and high-resolution LED display screens.

For companies, it is a suitable space since the address spaces promote integration, recreation or active breaks that help to create a healthy environment to work, improve the conditions of employees, increase the work environment, strengthen the commitment and sense of belonging to the company and eventually be seen as an option to increase the productivity levels of the organization as a secondary objective and practically hidden.

Also, E! - Wellness is presented as an innovative alternative for organizations to develop wellness programs and improving the health and quality of life of its employees through a fun and memorable experience using the human interaction with video games as a tool for growth, use of leisure time and healthy fun.

Similarly, we present a deep analysis of this new business, as it operates within a society with a new technology boom, and there are new forms of entertainment, recreation and use of leisure time in humans. For this reason, we study this new market, since by their diverse nature (Video Games - Labour

Welfare) and before unexplored offers a great business opportunity in a competitive environment and expectant of such activities.

Keywords. Analysis, integration, labor climate

INTRODUCCIÓN

La capacidad de gestionar el talento humano se ha convertido en un verdadero reto para las organizaciones y sus dirigentes hoy en día. La Gestión Humana tiene el desafío, además de la administración del personal, para dar respuesta a necesidades estratégicas y brindar el apoyo para construir ventaja competitiva a través de las personas. Para ello, debe centrar sus esfuerzos en promover y desarrollar actividades de crecimiento profesional, calidad de vida y *Bienestar* e identificar mejores alternativas “salidas de lo común” que faciliten hacer realidad el desarrollo de planes y que eviten realizar largas y extensas reuniones, por cumplir el objetivo, pero que no producen trascendencia en la organización, haciendo que sean procesos poco llamativos, a los que se suman las presiones de los empleados para atender las condiciones especiales para conciliar la vida-trabajo, mejorar su calidad de vida, atraer y retener talentos, razón por la cual que generan resistencia en los colaboradores.

Teniendo en cuenta que las personas son el mayor activo de una compañía (*Talento Humano*), es necesario que las empresas cuenten no solo con políticas y directrices para la buena gestión y administración del personal, sino que también, generen espacios que fomenten el crecimiento personal de los colaboradores, mejoras en su calidad de vida y un cambio positivo en el clima laboral, que finalmente se ve reflejado en mejoras de rendimiento del personal y de la organización.

Bienestar laboral, debe y tiene que estar enmarcado dentro de las estrategias globales de la organización sin importar su ubicación, tamaño, razón social, mercado, segmento, país o entorno; Este es un impulsador que la organización utiliza para incrementar y fortalecer el compromiso de los colaboradores para con la empresa, incrementar la productividad y mejorar el

desempeño. Debido a estos factores, todas las organizaciones deben conocer su verdadero alcance y ser capaces de integrarlo a su estrategia corporativa, políticas y lineamientos, no se debe tratar de manera aislada a la visión y a los objetivos organizacionales ya que de él depende en gran medida el éxito y la supervivencia de la organización.

Las actividades de *Bienestar Laboral* deben ser vistas como herramientas que están a disposición de la organización para mejorar la salud física, emocional y mental de los trabajadores; De igual manera, son punto de partida para que la dirección alinee las estrategias, metas y objetivos con los empleados (equipo de trabajo) y de esta manera ser la plataforma para fomentar el liderazgo y el trabajo en equipo incrementando los procesos de productividad y eficiencia.

Finalmente, se puede decir que los empleados que están altamente comprometidos y motivados con su organización son mucho más eficientes y productivos. Ahora bien, cuando existe un verdadero bienestar laboral (organizacional) las empresas son mucho más efectivas y logran ser mucho más eficientes como mecanismo de ventaja competitiva (*Great Place to Work*). *A mayor bienestar, mayor compromiso de los empleados.*

1 RESUMEN EJECUTIVO

1.1 Nombre de la Empresa

Se presenta a continuación la descripción general de E!- WELLNESS y los elementos diferenciadores, objetivos, productos y servicios.

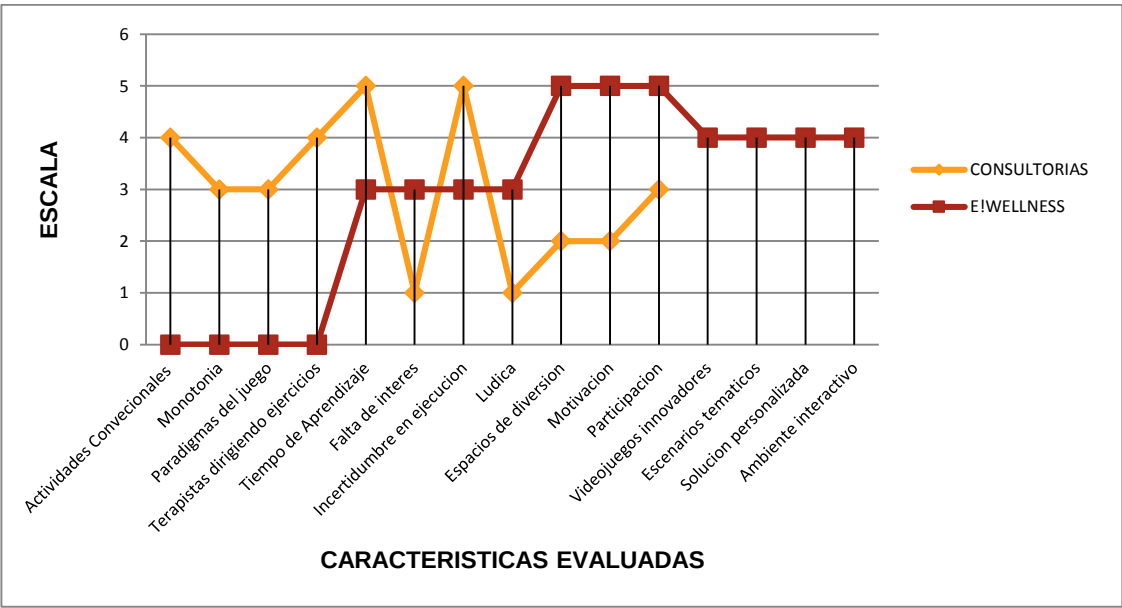
Tabla 1. Descripción general de la empresa

NOMBRE DE LA EMPRESA	E!-WELLNESS
Concepto del negocio E!-WELLNESS	Prestar servicios integrales de salud ocupacional y bienestar laboral por medio del uso de juegos interactivos virtuales desarrollando procesos de Gestión Humana relacionados con el bienestar laboral, fortaleciendo la calidad de vida y el clima laboral de una manera innovadora.

NOTA: Fuente elaboración propia

E!-WELLNESS estará dedicada a ofrecer una nueva alternativa para las empresas que deseen brindar a sus colaboradores una actividad diferente como apoyo al desarrollo de programas de salud ocupacional y bienestar laboral que se desarrollaran en el lugar donde la empresa elija, asegurando la participación del 100% de los empleados, así como reduciendo costos por desplazamiento, logística y ausentismo de los participantes.

Figura 1. Características evaluadas



Nota: Fuente elaboración propia

1.2 Tipo y Ubicación de la Empresa

La empresa está enmarcada en el sector de los servicios de entrenamiento, tecnología y bienestar, que se constituye como una Sociedad por Acciones Simplificada (SAS), mediante un contrato que constará en documento privado por tres personas naturales quienes realizarán un aporte en partes iguales y serán responsables del mismo. Será una sociedad de capitales de naturaleza comercial.

Se ubica en la zona céntrica de la ciudad de Bogotá (Bodega en Galerías, Chapinero o Teusaquillo).

1.3 Filosofía organizacional

1.3.1 Visión

(E!-WELLNESS) Se proyecta al año 2018, como el mejor aliado estratégico de las cajas de compensación para realizar una oferta integral de servicios de apoyo al bienestar laboral de las empresas privadas; suministrando soluciones lúdicas e interactivas de aprendizaje Experiencial y de la mano de soluciones tecnológicas innovadoras.

1.3.2 Misión

Prestar servicios integrales de bienestar, por medio del uso de Juegos Interactivos virtuales desarrollando los procesos de Gestión Humana relacionados con el Bienestar Laboral y fortaleciendo la Calidad de Vida y el Clima Organizacional de una manera innovadora.

1.4 Objetivos

1.4.1 Corto Plazo: (1 Año)

En un año ser uno de los proveedores destacados en ofrecer soluciones integrales de bienestar, apoyado en herramientas virtuales e interactivas para las Cajas de Compensación Familiar de la Ciudad de Bogotá, para lo cual se requiere contar con al menos 2 eventos por mes.

1.4.2 Mediano Plazo: (3 años)

En tres años se reconocido como el único proveedor de soluciones integrales de bienestar, que será nuestro derrotero para expandir la operación, estableciendo alianzas estratégicas con las cajas de compensación de la región.

1.4.3 Largo plazo: (5 años)

En cinco años ser la mejor opción para apoyar los procesos de Bienestar y Clima Laboral en las organizaciones, destacándose a nivel nacional, contando con un equipo de apoyo interdisciplinario de especialistas en procesos de clima organizacional en las ciudades más representativas del país, lo que nos permitirá expandir la operación y aumentar la planta de empleados.

1.5 Ventajas Competitivas

Ofrecer a las organizaciones del País, una opción moderna, innovadora y a un costo a la medida de la solución integral brindada, que preste un apoyo fundamental como herramienta de transformación y cambio organizacional. Esta alternativa se basará en una sin igual experiencia de aprendizaje virtual e interactivo que fortalece los procesos de calidad de vida de los colaboradores.

La oferta se adecua a cualquier espacio, ciudad, mercado y horario para el desarrollo de actividades de apoyo para salud ocupacional y bienestar laboral con ideas frescas e innovadoras, totalmente diferentes a las consultorías convencionales y tradicionales en Gestión Humana.

Tabla 2. Elementos diferenciadores

ELEMENTO DIFERENCIADOR	RAZÓN
INNOVACIÓN	Adaptar el uso de los videojuegos al entorno empresarial y la creatividad en la realización de las actividades será el valor agregado.
SERVICIO	Orientación al cliente en cada uno de los momentos de verdad, precios justos, tecnología de punta, y un excelente servicio de cara al cliente será el sello de reconocimiento,
EXPERIENCIA Y PROFESIONALISMO	Contar con expertos y profesionales en todos los frentes del negocio trabajando en pro del logro de los objetivos del cliente.

Nota: Fuente Elaboración Propia

1.6 Formulación del Problema

El bienestar laboral hoy en día es un factor clave que las organizaciones deben tener en cuenta debido a que su éxito depende directamente de los seres humanos que desarrollan sus actividades día a día en ellas. Las ciudades hoy son más caóticas y los niveles de estrés en el trabajo han aumentado considerablemente, por ello la calidad de vida y la salud física y mental de los trabajadores deben ser aspectos más relevantes dentro de una adecuada gestión empresarial.

Ser feliz, disfrutar la vida y el bienestar personal y familiar son los retos que las sociedades actuales tienen; las prioridades del ser humano han cambiado en

los últimos años, y la familia y el trabajo han tenido variaciones dentro de la escala de importancia de valores que obliga a las empresas a diseñar actividades que ayuden a minimizar el impacto de los factores externos.

Salud y trabajo son dos variables que tienen una relación directamente proporcional, si se tiene una buena salud física y mental permite un adecuado desarrollo de capacidades en el puesto de trabajo, niveles de eficiencia y eficacia deseables y se mantiene un bienestar laboral que se ve reflejado en resultados de productividad y clima laboral entre otros; sin embargo si el ámbito laboral (*clima laboral*) no le brinda un equilibrio emocional y físico al trabajador, este se convierte en una fuente de riesgo para la salud de la persona y de igual forma, para la salud de la organización.

El ausentismo, las enfermedades laborales, la desmotivación, la desunión de los equipos de trabajo y la fuga de talentos pueden resultar factores de alto impacto y costo para las organizaciones que no sean conscientes de la responsabilidad que conlleva el bienestar de los trabajadores dentro de la organización en el día a día. Así mismo, las empresas no solo tienen la responsabilidad, si no la obligación de promover el desarrollo, la motivación y el bienestar integral de los colaboradores y sus familias, generando espacios para que ellos gocen de un equilibrio emocional y físico dando como resultado una fuerza de trabajo de alto rendimiento y comprometida.

1.7 Justificación del Proyecto

El plan de negocio nace de la necesidad latente de generar nuevas alternativas y propuestas novedosas e innovadoras que den respuesta a los requerimientos de las organizaciones del presente, para la realización de sus actividades de bienestar laboral y salud ocupacional que favorezcan el desarrollo, la creatividad, identidad, participación y la salud de los colaboradores, y asimismo, sean el punto de partida para contribuir a mejorar su calidad de vida y fomentar procesos de eficiencia y eficacia productiva.

Es por esto que esta nueva propuesta de servicio ofrece a las empresas una forma innovadora de enfocar sus esfuerzos y actividades para diferenciarlas de las clásicas actividades deportivas o recreativas y ofrecer momentos de esparcimiento, diversión y lúdica que promueven y fortalecen la integración de los empleados para procesos de trabajo en equipo, incremento de motivación, compromiso y el desarrollo de fidelidad con la organización.

Todo lo anterior sustentado en lo que determina la Organización Mundial de la Salud (OMS) y la Organización Internacional del Trabajo (OIT) con respecto al concepto de la Salud Ocupacional :

“Es el proceso vital humano no solo limitado a la prevención y control de los accidentes” como una actividad multidisciplinaria que promueve y protege la salud de los trabajadores. La productividad y calidad en las empresas se debe a la salud integral de los trabajadores, quienes permiten un mayor desempeño de las mismas, dando como resultado el cumplimiento a la demanda que genere la economía de dicho país o región y a su vez permite la creación de nuevos empleos, visión a nuevos mercados, aumento del capital, reconocimiento propio y para la nación, entre otros”. (SISO SENA, 2010)

Adicionalmente, el plan de salud ocupacional y de bienestar laboral de las empresas en su mayoría está constituido por actividades a las cuales los colaboradores deben asistir en horarios extra laborales o deben restringirse por condiciones diversas, por esta razón las compañías pierden dinero y no se ven los resultados esperados ni el impacto deseado dentro de la cultura organizacional.

2 OBJETIVOS DEL PROYECTO

2.1 Objetivo General

Consolidar un plan de negocio que estudie la viabilidad de la creación de la empresa E!-WELLNESS analizando el entorno y todos los factores que determinen su creación.

2.2 Objetivos Específicos

- Analizar el mercado en el cual está enmarcado la empresa E!-WELLNESS y conocer el comportamiento del sector en que se mueven este tipo de empresas.
- Estructurar la estrategia corporativa y la política de servicio de la empresa.
- Establecer las características del servicio ofrecido y ponderar sus elementos diferenciales.
- Realizar la proyección financiera para determinar el apalancamiento económico necesario y posterior puesta en marcha.

3 CAPITULO III

NATURALEZA DEL PROYECTO

3.1 Marco Teórico

Para el desarrollo de este trabajo se tuvieron en cuenta teorías y postulados de varios autores que se trataron a lo largo de este proceso de formación y que aportaron a la construcción de este plan de negocio.

Estas teorías abarcan las variables que deben tenerse en cuenta para consolidar una estrategia de negocio sólida y analizar las variables del mercado y del entorno.

3.1.1 *La estrategia del Océano Azul*

“Los océanos azules representan a todas las industrias que no existen actualmente. Es el espacio desconocido del mercado. Los océanos rojos, las fronteras de la industria están definidas y aceptadas y se conocen las reglas del juego”. (Chan Kim & Mauborgne, 2008, p. 3).

Según los autores en los océanos rojos siempre existirá la rivalidad entre los rivales o competidores y estos intentaran superar el uno con el otro; en cambio los océanos azules se caracterizan por la creación de mercados en áreas que no están explotadas y que generan oportunidades de crecimiento sostenido. La competencia se torna irrelevante, pues las reglas del juego están por crearse con la necesidad de dejar a un lado la competencia destructiva si se quiere ser ganador ampliando los horizontes del mercado y generando valor a través de la innovación.

3.1.2 El modelo de las 5 fuerzas de Michael Porter

Según este autor se puede detectar las amenazas y oportunidades de un sector determinado; este modelo enumera 5 fuerzas competitivas que si se tienen en cuenta permiten alcanzar la rentabilidad en un negocio determinado.

Para Porter (1980), el éxito de una empresa depende de saber aprovechar mejor los factores externos favorables (oportunidades) y combatir las amenazas. Estas fuerzas afectan la competitividad de la empresa dentro de un sector y determina las posiciones dominantes. (Carrión Maroto, 2007, p. 87)

- Poder de negociación de los compradores o clientes
- Poder de negociación de los proveedores o vendedores
- Amenaza de entrada de nuevos competidores
- Amenaza de ingreso de productos sustitutos
- La rivalidad entre competidores

Figura 2. Modelo de las cinco fuerzas que guían la competencia industrial



Fuente: Carrion, Maroto (2007).

3.1.3 Estrategia de las 4P

Las 4P (Producto, Precio, Plaza y Promoción) son consideradas las variables o herramientas con las que se cuenta para lograr la meta o los objetivos de una empresa u organización. “Las 4P proporcionan un marco útil para la planeación del marketing. Sin embargo representan más el pensamiento del vendedor que el del comprador.” (Kotler, 2005, p. 75).

- Producto: Cualquier bien, servicio, idea, persona, lugar, organización o institución que se ofrezca en un mercado para su adquisición, uso o consumo y que satisfaga una necesidad. (Pyme).
- Precio: Es el valor intercambiable del producto, determinado por la utilidad o la satisfacción derivada de la compra y el uso o el consumo del producto. (Pyme).
- Plaza: Elemento del mix que se utiliza para conseguir que el producto llegue satisfactoriamente al cliente. (Pyme).
- Promoción: La comunicación persigue difundir un mensaje y que este tenga una respuesta del público objetivo al que va destinado. (Pyme).

3.1.4 Construcción de un plan de negocio

El plan de negocio se considera el estudio integral de la oportunidad que hay en el mercado para consolidar una idea de negocio en una realidad.

“Todo empresario hace plan de negocio, pero no todos lo hacen en la misma forma, con el mismo detalle o con las mismas herramientas.” (Rodrigo Varela V, 2008).

Para realizar un proyecto de emprendimiento se debe planificar el desarrollo de la realización del mismo y realizar un análisis previo para determinar la

factibilidad y rentabilidad del mismo antes de comenzar a invertir dinero, tiempo y esfuerzo.

“La complejidad del plan de negocio es directamente proporcional a la complejidad del negocio e inversamente proporcional al conocimiento y experiencia que tenga el empresario sobre el negocio”. (Varela Villegas, 2001, p. 316).

Según Varela Villegas (2001), el empresario debe lograr tres atributos básicos.

- Que dispone de un excelente producto o servicio con suficientes clientes dispuestos a adquirirlo.
- Que cuenta con un excelente equipo empresarial y un excelente equipo humano para poner en marcha el plan técnico y administrativo.
- Que tiene bien definidas la operación, los requerimientos de recursos, los resultados potenciales y las estrategias que permitan lograr los objetivos trazados.

Adicional también mencionamos los conceptos importantes sobre bienestar laboral y salud ocupacional que son la base fundamental en el desarrollo de nuestro proyecto.

3.1.5 Bienestar Laboral

El Bienestar Laboral representa el grado de satisfacción de las necesidades de los miembros de una organización. En este concepto se dimensionan varios factores tales como la satisfacción en el trabajo ejecutado, posibilidades de futuro en la organización, reconocimiento por los resultados obtenidos, salario recibido, beneficios ofrecidos, relaciones humanas en el grupo y la organización, ambientes psicológico y físico de trabajo, libertad de decidir, posibilidad de participar, etc.

De igual manera, el Bienestar laboral se relaciona con actitudes personales y comportamientos importantes para la productividad individual, como motivación para el trabajo, la adaptabilidad a los cambios en el ambiente de trabajo y creatividad. (Morales, 2011)

La organización Mundial de la Salud (OMS) y la Organización Internacional del Trabajo (OIT) determinan respecto al concepto de la Salud Ocupacional: “Es el proceso vital humano no solo limitado a la prevención y control de los accidentes si no a la una actividad multidisciplinaria que promueve y protege la salud de los trabajadores”.

La OMS expresa el siguiente concepto sobre Salud Ocupacional:

Tratar de promover y mantener el mayor grado de bienestar físico, mental y social de los trabajadores de todas las profesiones, prevenir todo daño causado a la salud de estos por las condiciones de su trabajo, protegerlos en su empleo contra los riesgos resultantes de la presencia de agentes perjudiciales a su salud, colocar y mantener al trabajador en un empleo adecuado a sus actividades fisiológicas y psicológicas, en suma, adaptar el trabajo al hombre y cada hombre a su trabajo” (Alvarez & Faizal, 2012)

La salud ocupacional se encarga de la prevención, promoción y rehabilitación de la salud en los trabajadores, que abarca la parte psicológica, considerando al hombre trabajador en varias perspectivas, contexto biológico, social y psicológico en un ambiente que es el trabajo, la cual es vital para mejorar la productividad y competitividad en las empresas.

La productividad y calidad en las empresas se debe a la salud integral de los trabajadores, quienes permiten un mayor desempeño de las mismas, dando como resultado el cumplimiento a la demanda que genere la economía de dicho país o región y a su vez permite la creación de nuevos empleos, visión a nuevos

mercados, aumento del capital, reconocimiento propio y para la nación, entre otros.

Al verse afectada excesivamente la salud de la población trabajadora, se disminuye notablemente la producción de la empresa repercutiendo en la economía de la región o país en el que se desarrolle. (SISO SENA, 2010)

La Salud Ocupacional actualmente representa una de las herramientas de gestión más importantes para mejorar la calidad de vida laboral de las instituciones y con ella su competitividad. Esto es posible siempre y cuando la institución promueva y estimule en todo momento la creación de una cultura en Seguridad y salud que debe estar sincronizada con los planes de calidad, mejoramiento de los procesos y puestos de trabajo, productividad, desarrollo del recurso humano y la reducción de los costos operacionales.

“En el contexto colombiano, el gobierno nacional considera que uno de sus objetivos fundamentales del bienestar laboral es el aspecto social, tendiente a favorecer a la clase productiva del país. Para tal efecto, ha emitido una serie de normas que buscan regular las acciones posteriores a las lesiones producidas por accidentes de trabajo y enfermedad profesional, y en el sentido preventivo, de todo tipo de lesiones asociadas con el trabajo”. (Salud Ocupacional UniValle, 2013)

La integridad de la vida y la salud de los trabajadores constituyen una preocupación de interés público, en el que participan el gobierno y los particulares (Ley 9/79).

El marco legal está dado por lineamientos constitucionales, convenios internacionales de la OIT, normas generales del Código Sustantivo del Trabajo (Ver tabla 3)

En la actualidad las empresas Colombianas, según la LEY 1616 de 2013, deben Promocionar la Salud Mental y Prevenir el Trastorno Mental en el Ámbito Laboral. Las Administradoras de Riesgos Laborales dentro de las actividades de promoción y prevención en salud deberán generar estrategias, programas, acciones o servicios de promoción de la salud mental y prevención del trastorno mental, y deberán garantizar que sus empresas afiliadas incluyan dentro de su sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo, el monitoreo permanente de la exposición a factores de riesgo psicosocial en el trabajo para proteger, mejorar y recuperar la salud mental de los trabajadores.

Tabla 3. Normas generales del Código Sustantivo del Trabajo

Nombre	Tema	Proceso donde aplica	Responsable
Ley 9 de 1979 Título III	Salud Ocupacional	Toda la organización	Representante Legal
Decreto 614 de 1984	Por el cual se determinan las bases para la organización y la Administración de la Salud Ocupacional en el país	Toda la institución	Salud ocupacional
Resolución 2013 de 1986. Ministerio de Trabajo	Comité Paritario Salud Ocupacional	Toda la institución	Salud ocupacional
Resolución 1016 de 1989	Organización, funcionamiento y forma de los Programas de Salud Ocupacional que deben desarrollar los patronos o empleadores en el país.	Toda la institución	Salud ocupacional

Nombre	Tema	Proceso donde aplica	Responsable
Ley 1010 de 2006	Se adoptan medidas para prevenir, corregir y sancionar el acoso laboral y otros hostigamientos en el marco de las relaciones de trabajo.	Toda la institución	Representante Legal o Jefe de Recursos Humanos
Resolución 2346 de 2007	Evaluaciones médicas ocupacionales y el manejo y contenido de las historias clínicas Ocupacionales	Toda la institución	Representante Legal o Jefe de Recursos Humanos Salud ocupacional
Resolución 2646 de 2008	Factores de riesgo Psicosocial en el trabajo y para la determinación del origen de las patologías causadas por el estrés ocupacional	Toda la institución	Salud ocupacional y Representante Legal o Jefe de Recursos Humanos

Fuente: Elaboración propia a partir de (ifbogota, 2013)

Para trabajar en este tema las organizaciones, a través de áreas como SISO, Bienestar y Desarrollo, buscan constantemente estructurar programas que mejoren la calidad de vida de sus empleados, logrando mayor satisfacción en el personal y en consecuencia una mayor productividad y calidad de los productos y servicios de la empresa u organización.

Con base en lo anterior el servicio define su oferta de valor en acompañar estos planes con actividades basadas en entretenimiento digital interactivo (Kinect) y la teoría del Aprendizaje Experiencial, construyendo programas integrales que les permitan mejorar su ambiente y estabilidad laboral.

- **Teoría de aprendizaje experiencial** de Kolb (1984) y su instrumento de medición de estilos denominado LSI (Learning Style Inventory), habla de la implicación del uso de los estilos de aprendizaje de los adultos dentro del proceso de mediación de los computadores en los cursos de aprendizaje virtual por medio de audio, gráficas y otros recursos multimedia y su diferencia frente a la educación tradicional. (Kolb, 1997)
- **Efecto Kinect:** Para X-BOX el efecto Kinect es la forma revolucionaria en que hoy día se disfrutan los videojuegos, así como la experiencia de entretenimiento que hay inmersa en ellos. Sin embargo, la gente comenzó a utilizar Kinect para usos que nunca se imaginaron. Desde ayudar a niños con autismo, a utilizarlo como herramienta de apoyo para cirujanos en quirófano y de incluirlo en el mundo corporativo para el logro de los objetivos organizacionales, Kinect va más allá de los juegos y su utilidad en el mundo ha favorecido varios entornos en donde el videojuego ha sido la herramienta principal. (Xbox, 2013)

Cerrando lo anterior se finaliza explicando la nueva tendencia que hay nivel mundial: **Gamification** que aporta sin lugar a dudas bases sólidas y suficientes para diseñar este modelo de negocio basado en la incorporación de los videojuegos al ambiente empresarial.

“La gamification o funware se basa en la aplicación de técnicas de diseño, pensamiento y mecánicas de juego en contextos no vinculados al ocio, con la idea de aportar un tributo lúdico a una actividad. Son acciones pensadas para incentivar la consecución de un objetivo mediante obsequios”. (Markemeeting, 2012)

La idea sería utilizar el pensamiento y la forma de actuar en los juegos (y videojuegos) para la resolución de problemas cotidianos. Entre los usos de esta técnica encontramos:

- Acciones de Gamification orientadas a la comunicación externa: Se puede utilizar esta herramienta para conseguir objetivos de leads (promoviendo las ventas) loyalty (fidelización de clientes) o incluso para mejorar el posicionamiento y branding.
- Acciones de Gamification orientadas a la motivación de recursos humanos: Este método sirve para la consecución de objetivos internos, tales como: aumento de satisfacción de los trabajadores, mejora del desempeño, estímulo del cumplimiento de metas a corto o largo plazo, mejora del ambiente laboral, o incremento de la implicación con la cultura y valores de la organización.

Todo lo anterior da bases suficientes para que este plan de negocios tenga la justificación sólida en la estructuración de una empresa que utilice los videojuegos como herramienta para apoyar los procesos de bienestar de las empresas y de esta manera obtener grandes beneficios para colaboradores y para la empresa misma.

4 CAPITULO IV

MERCADEO

4.1 Investigación de Mercado

4.1.1 *Análisis del Mercado*

La innovación tecnológica ha sido uno de los factores primordiales para la ampliación del sector servicios en el mundo, cada vez surgen nuevos servicios para ofrecer y más individuos que intervienen en este comercio, por ello es necesario conocer el comportamiento de la oferta y la demanda de servicios. En respuesta a lo anterior, y teniendo en cuenta la complejidad de su medición, se está realizando un esfuerzo por consolidar las cifras de comercio de servicios a nivel mundial.

4.1.2 *Sector de servicios en el mundo*

La tendencia de crecimiento del comercio de servicios continua de manera constante, sin embargo la crisis económica global afecta la dinámica de crecimiento que tiene este sector.

Figura 3. Comercio de servicios en el mundo



Fuente: Informe de comercio mundial 2009. OMC.

4.1.3 Sector Servicios en Colombia

Sin embargo en Colombia este sector durante el último año presentó un incremento aportando a la generación de empleo y actualmente representa el 69% de puestos de trabajo en el país. El gobierno nacional reconoce la importancia y el impacto de este sector dentro de la economía y el desarrollo del país. (Fenalco, 2012)

El sector de los servicios, como construcción, servicios públicos, comercio, restaurantes, hoteles, transporte e intermediación financiera, entre otros, “es muy grande y es donde más fácil se generan empleos, sin lugar a dudas”. (FENALCO, 2012). El año pasado en Colombia este sector representó para la economía 203 mil millones de dólares, con una participación del 61 por ciento de la economía local.

Desde el 2010 este sector ha venido incrementándose presentando un ascenso del 71 %, mientras que la industria y la agricultura se han mantenido debajo de lo esperado.

El Gobierno Nacional destacó los servicios comunales sociales y personales, las actividades inmobiliarias, el transporte, almacenamiento y comunicaciones, la construcción, los hoteles, el comercio y los restaurantes, entre otros. (Comercio, 2012)

Según el DANE **(2011)** este sector el año pasado aumento el 7,9%) Durante el 2012, los ingresos nominales de los servicios cubiertos por esta investigación aumentaron 7,9% con respecto al año precedente. Los mayores incrementos en los ingresos nominales se presentaron en los subsectores:

- Actividades de informática (12,3%), Publicidad (11,15) Salud humana privada (10,8%).
- El personal ocupado en el sector servicios registró un crecimiento de 3,1%.
- Los mayores incrementos se presentaron en informática (15,9%); postales y de correo (15,2%) y expendio de alimentos, bares y similares (11,2%).
- En cuanto al IV trimestre 2012 los ingresos nominales de los servicios cubiertos por esta investigación crecieron 6,4% con respecto al mismo período de 2011.
- Por subsector, los mayores incrementos se presentaron en los servicios de salud humana privada (11,9%) y de entretenimiento y otros servicios (11,4%).
- El personal ocupado promedio aumentó 1,5%. Los mayores incrementos se presentaron en los servicios de postales y de correo (18,1%) e informática (16,0%).

Tabla 4. Comportamiento del PIB por ramas de actividad económica 2011 - 2012

Variación porcentual anual - Series desestacionalizadas

Ramas de actividad	2011	2012
Agropecuaria, silvicultura, caza y pesca	2,4	2,6
Explotación de minas y canteras	14,4	5,9
Industria manufacturera	5,0	-0,7
Electricidad, gas de ciudad y agua	2,9	3,5
Construcción	10,0	3,6
Comercio, reparación, restaurantes y hoteles	6,0	4,1
Transporte, almacenamiento y comunicación	6,2	4,0
Establecimientos financieros, seguros, inmuebles y servicios a las empresas	7,0	5,5
Servicios sociales, comunales y personales	2,9	4,9
Subtotal valor agregado	6,3	3,9
Impuestos menos subvenciones sobre la producción e importaciones	10,9	4,7
PRODUCTO INTERNO BRUTO	6,6	4,0

Fuente: DANE - Dirección de Síntesis y Cuentas Nacionales

Según el DANE el subsector “ESTABLECIMIENTOS FINANCIEROS, SEGUROS, ACTIVIDADES INMOBILIARIAS Y SERVICIOS A LAS EMPRESAS” su comportamiento anual durante el 2011:

“El valor agregado sectorial para el año 2011 presentó una variación en 5,8%, respecto a 2010. Este comportamiento se explica por aumentos en la producción de los servicios de intermediación financiera, seguros y servicios conexos en 11,8%, de los servicios inmobiliarios y alquiler de vivienda en 2,9% y de los servicios a las empresas en 5,2%.”

4.1.4 Análisis del Sector

- ***El Servicio de Asesoría y Consultoría en Colombia***

“La oferta de servicios de asesoría y consultoría empresarial en Colombia se ha expandido gracias al interés que se ha generado por estimular a las Mipymes, ya que estas constituyen el motor que impulsa la economía nacional.

Los colombianos siempre se han caracterizado y han sido reconocidos internacionalmente por ser gente creativa y trabajadora; cada año surgen nuevas ideas de emprendedores con talento y ganas de salir adelante. Sin embargo, tal como lo demuestra un estudio realizado por la Fundación para el Desarrollo Sostenible (Fundes), el 80 por ciento de las Pymes no cuenta con una planeación estructurada y se concentra más en producir que en mirar hacia el mercado”

La ausencia de esta herramienta administrativa impacta durante el desarrollo de la idea al carecer de una metodología y unas metas definidas. Alfonso Arango, director de Gestión en Incubar Colombia (laboratorio de emprendimiento) al respecto dice, “generalmente, las personas inician su empresa porque creen que da plata y esa es una percepción bastante equivocada. La gente se acostumbra a aprender del error y, lastimosamente, las equivocaciones en los negocios se pagan muy caro”. (Rodas, 2008)

Frente a tan imperante necesidad de apoyo, “el sector de los servicios de asesoría y consultoría a las empresas en Colombia ha experimentado un enorme auge y constituye actualmente uno de los sectores más dinámicos de la economía, e igualmente en los últimos años se ha dado un crecimiento acelerado en la subcontratación de servicios de empresas entre países desarrollados y en desarrollo, lo que comúnmente se conoce como Offshore Outsourcing”. (TRANSPARENCIA POR COLOMBIA, 2008)

Estos servicios pueden clasificarse en dos grandes categorías: La primera está relacionada con servicios tecnológicos, entre los que destaca el desarrollo de software, el monitoreo remoto de redes y aplicaciones y los servicios de ayuda tecnológica. La segunda categoría consiste en la tercerización de procesos de negocio, más conocida como Business Processing Outsourcing (BPO). Generalmente se trata de procesos como atención a clientes, servicios de voz provistos por centros de llamadas, servicios de asesoría empresarial, contabilidad, publicidad, arquitectura, ingeniería, servicios legales y de procesamiento de documentos

- **La Consultoría** (MISIONPYME, 2009)

“Levantar información sobre la consultoría no es tarea sencilla. Esto se debe en primer lugar, a que se trata de un bien intangible cuya comercialización no siempre se registra. Y, en segundo término, a que no existen gremios visibles que la representen salvo la Mesa Sectorial de Consultoría Empresarial –MSCE del Sena.

De acuerdo con Guillermo Acevedo, presidente de la MSCE, en Colombia el 70% de los consultores son independientes. El otro 30% restante lo componen firmas consultoras debidamente registradas en las Cámaras de Comercio como sociedades legalmente constituidas. Un gran número de los consultores independientes tienen un puesto de trabajo estable y desarrollan esta actividad para obtener un ingreso extra.

De acuerdo con el estudio “Caracterización Ocupacional de la Consultoría en Colombia realizado por el Sena, en Colombia existen 10.397 firmas consultoras, orientadas en 16 especialidades: las firmas de Abogados y Jurídicos con un 48%, Consultores Generalistas 12%, Contabilidad, Tributación y Revisoría

Fiscal 10%, Sistemas de Información y Comunicación 10%, entre otras disciplinas.

Según la investigación, el 95% de las firmas consultoras son micros y el 5% restante corresponde a pequeñas y medianas empresas. Una de las principales debilidades identificadas en este estudio es la poca credibilidad que tiene la consultoría colombiana, exceptuando a algunas firmas consultoras, entre las que se encuentran el Centro Nacional de Productividad en Cali, Fundes en Bogotá, y las áreas internas de Universidades como ICESI en Cali, EAFIT en Medellín, y la Universidad del Rosario en Bogotá.

En 2005 en alianza entre el Sena y la Universidad Autónoma de Occidente se estableció en Cali la Mesa Sectorial de Consultoría Empresarial, la cual ha desarrollado 10 Normas de Competencia Laboral y dos titulaciones. El objetivo de las NCL de Consultoría es elevar la calificación de las personas que se desempeñan en este campo.

A la fecha se han evaluado y certificado por el Sena, 15 consultores que cumplieron con los requisitos exigidos en las Normas. Los empresarios podrán sentirse ahora más seguros contratando la consultoría colombiana ya que existen parámetros creados y aprobados que aseguran resultados positivos en las empresas asesoradas. Por el momento, las normas son de sometimiento voluntario pero los consultores deben ser conscientes de la importancia de participar de este proceso de calificación del talento humano, que en el mediano plazo se convertirá en obligatorio para todas las ocupaciones.

De acuerdo con Guillermo Acevedo, un consultor es quien presta un servicio de asesoramiento sin tener poder de decisión. En la consultoría existen múltiples variantes y grados de asesoramiento. La responsabilidad del asesor no se limita solamente a dar el consejo, sino en brindarlo de manera oportuna y a la

persona debida. El cliente a su vez debe aprender a solicitar y utilizar con habilidad los consejos del consultor. En general, los directores recurren a los consultores porque necesitan ayuda para resolver algún problema. (PROEXPORT, 2012)

A continuación se mencionan algunas debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas del sector de la consultoría en Colombia:

Figura 4. DOFA DEL SECTOR CONSULTORIA EN COLOMBIA



FUENTE: Ibid

4.1.5 Segmentación del Mercado

La base para la segmentación es un factor que varía entre los grupos de un mercado, pero que es consistente al interior de los propios grupos. Todo mercado puede ser segmentado de varias maneras, y aunque muchas de las bases utilizadas para segmentar un mercado orientado al consumidor también se pueden aplicar a los negocios y a la industria, la naturaleza de éstos eventualmente da origen a otras bases específicas de segmentación. (Tisconsulting, 2013)

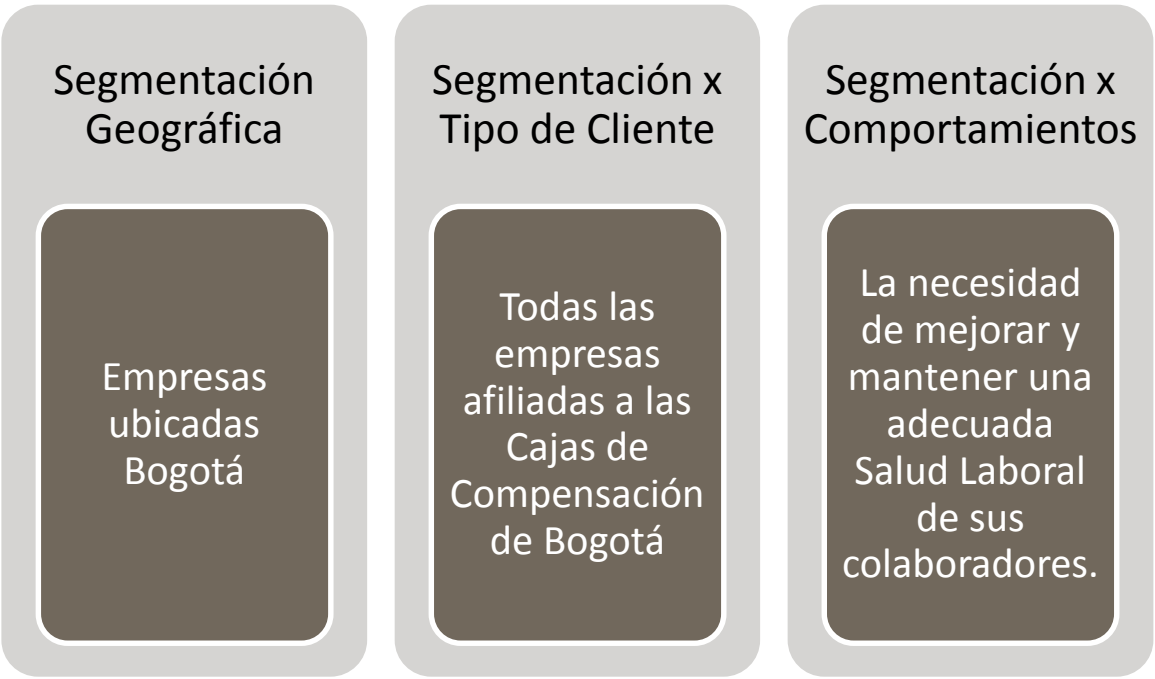
Tabla 5. Comparación de los criterios para segmentar ambos tipos de mercados.

Mercado orientado al consumidor		Mercado orientado a la industria	
Tipo de segmentación	Variables consideradas	Tipo de segmentación	Variables consideradas
Geográfica	Región, clima, densidad y tasa de crecimiento de la población	Geográfica	Ubicación, concentración de clientes, tasa de crecimiento de la industria local y factores macroeconómicos diversos
Demográfica	Edad, género, origen étnico, nacionalidad, educación, ocupación, religión, ingreso y estatus familiar	Por tipo de cliente	Tamaño de la organización, industria del cliente y posición en la cadena de valor
Psicográfica	Valores, actitudes, opiniones, intereses, actividades y estilos de vida de la población	Por comportamiento	Lealtad hacia los proveedores, patrones de utilización y tamaño de las órdenes
Por comportamiento	Nivel y patrones de utilización de productos, sensibilidad de precio, lealtad hacia una marca y búsqueda de beneficios y ofertas		

Fuente: Tomado de (Tisconsulting, 2013)

Con base en lo anterior la segmentación que se ha realizado al servicio que se ofrecerá a través de E-Wellness está enmarcada en la prestación de una consultoría y apoyo, a las empresas que están afiliadas a las Cajas de Compensación de la ciudad de Bogotá, en programas de Salud ocupacional y Bienestar, que le permitan a estas Compañías, a través de pausas activas diseñadas a su medida por medio de los juegos virtuales, mejorar y mantener una salud laboral adecuada para sus empleados.

Tabla 6. Segmentación de E!-WELLNESS



NOTA: Fuente elaboración propia

4.1.6 Análisis de la Competencia

El análisis de la competencia del proyecto está enmarcado en la estructura planteada en el modelo de las cinco fuerzas de (Porter, 1980), el cual analiza la influencia de las diferentes competencias que puede tener la compañía:

- Competencia Directa o potencial.
- La rivalidad entre los competidores.
- Poder de negociación de los proveedores.
- Poder de negociación de los compradores.
- Amenaza de ingreso de productos sustitos.

Tabla 7. Competencia, productos y poder de negociación proveedores y compradores



Fuente: elaboración propia de los autores a partir de (Porter, 1980)

4.2 Investigación del Mercado

Para abordar este capítulo se tuvieron en cuenta fuentes secundarias que aportaron cifras sobre cómo es manejado actualmente el Bienestar Laboral en Colombia y de cuánto aportan las organizaciones por la salud física y emocional de sus colaboradores. Dichas investigaciones dan como resultado que las empresas que incluyen dentro su estrategia organizacional el bienestar de los trabajadores son altamente productivas y rentables.

Great Place to Work y Merco durante los últimos años se han encargado de encuestar a trabajadores y de indagar al interior de las compañías para conocer de cerca la realidad del bienestar social empresarial.

Adicional se realizaron entrevistas a profundidad a profesionales en el campo del talento humano y salud ocupacional para determinar cómo es manejado el tema al interior de sus organizaciones y si ven dentro de la propuesta planteada por E- WELLNESS una buena alternativa y una opción válida para incluir dentro de sus programas de bienestar empresarial y pausas activas.

A continuación el consolidado de las investigaciones mencionadas anteriormente.

4.2.1 *Great Place to work*

La firma internacional GREAT PLACE TO WORK en sus estudios determina que el concepto que hace de una empresa un buen lugar para trabajar va más allá de un buen salario, unos beneficios especiales e, incluso, de las celebraciones de fechas especiales. Se deben tener en cuenta el estilo de liderazgo de la compañía, los espacios que crea de participación, el reconocimiento a la contribución de la gente, la forma como comunica sus

decisiones y la posibilidad de ofrecer un balance entre la vida profesional y personal, entre muchas otras cosas.

Sobre lo anterior basan la estrategia de recursos humanos las compañías que lideran este estudio en Colombia. Se analizan más de 200 firmas y se determinan cuáles son las 25 mejores empresas para trabajar en Colombia.

En cifras, 88% de las empresas evaluadas corresponden al sector privado; 57% son multinacionales y el 43% restante son empresas nacionales; el sector financiero, con 14%, tuvo la participación más alta; mientras que 32% de las compañías analizadas son líderes del mercado en sus respectivos sectores.

La lucha por captar el mejor talento humano disponible en el mercado es quizás la mayor batalla que libran hoy en día las empresas en todo el planeta, en medio de un escenario económico cambiante, de mayor competencia y de nuevos y feroces competidores internacionales. Retener el recurso humano es uno de los grandes retos para las compañías que operan en Colombia. Allí yace el verdadero valor de la empresa. (Dinero.com)

Que mide esta encuesta?

- Credibilidad
- Respeto
- Imparcialidad
- Camaradería
- Orgullo

A continuación un listado con algunas de las empresas que ocuparon un lugar en la lista de las 25 mejores empresas y la sinopsis de las actividades más representativas dentro de sus planes de bienestar y de cuanto invierten en pro de sus clientes interno

PUESTO 1: Seguros Bolívar

En solo bonificaciones destinó \$9.921 millones este año y en actividades lúdicas y recreativas otros \$1.800 millones. Cada uno de sus 1.481 trabajadores tiene derecho a un día adicional de vacaciones y, si decide entrar a la universidad y pedir un préstamo, la empresa le condona toda la deuda si pasa todas las materias. En el último año dictó 50.957 horas en capacitación a sus empleados y entrenó a 2.358 personas –entre trabajadores y familiares– en programas para administrar Pymes propias. Todos los empleados están inscritos en concursos de ascensos y prueba de ello es que en el último año hubo 165 promociones.

PUESTO 2: Seguridad Atlas

Esta firma convirtió la inversión en el bienestar de los trabajadores y sus familias en una prioridad de orden presupuestal. Destinó en este frente \$1.780 millones. Simultáneamente, creó su propio departamento de capacitación que cuenta, como atributo de vanguardia, con una plataforma de formación virtual con metodologías e-learning para colaboradores y clientes. Los funcionarios de mayor experiencia han sido convertidos en especialistas en formación de adultos. Algo que no solo minimiza costos de capacitación y entrenamiento, sino que aporta un mayor retorno a la inversión. Aquí también se le da un enorme valor a la academia. Por eso financia en 50% los estudios sobre seguridad integral y da apoyo en estudios superiores, postgrados y MBA. Esta empresa de vigilancia privada es la única de su género en el país vinculada al Pacto Global de la ONU sobre responsabilidad social. Su programa Integrarte capacitó y formó en los últimos dos años a más de 600 esposas y familiares de sus trabajadores en artes y oficios. Estos incentivos permanentes han permitido reducir en más de 24% las cifras sobre rotación de personas.

PUESTO 3: Seguros Sura

Gonzalo Alberto Pérez, presidente de Seguros Sura, está empeñado en que sus clientes comiencen a recibir la utilidad de sus servicios desde que compran un seguro. Es decir, que no tengan que padecer los siniestros para comenzar a percibir beneficios. Este énfasis en el servicio y en “volver tangible el seguro”, hace que el desarrollo del talento humano en la compañía sea un tema estratégico. De hecho, la compañía montó un programa de formación en servicio que consta de más de 18 módulos. El programa, llamado “Leyendas del Servicio Suramericana”, ha recibido a más de 3.357 participantes. Su objetivo: inculcar principios como la transparencia, el respeto, la responsabilidad y la equidad. Esta política se ha transformado en cifras: más de un centenar de ascensos en el último año y un modelo de compensación por desempeño que se extendió a todos los niveles de la organización.

PUESTO 6: Microsoft Colombia

Microsoft Colombia es el mejor ejemplo de cómo el uso de tecnología, junto con unas políticas internas claras, puede mejorar la calidad de vida de los empleados. Según Jorge Silva, su presidente, el uso de estas herramientas ha permitido elevar la flexibilidad para que los empleados cumplan sus objetivos, al tiempo que equilibran su vida personal con la laboral. “Por ejemplo, mucha gente opta por salir temprano de la oficina para recoger a sus hijos en el colegio y luego termina sus labores en el hogar”. A esto se une la creación de espacios internos como salas de videojuegos y cafeterías gratuitas que permiten a los empleados salirse de la rutina.

PUESTO 11: DIRECTV Colombia

Un nuevo modelo de liderazgo y respeto incondicional por los trabajadores, son solo dos de las claves que hicieron de DIRECTV uno de los mejores sitios para trabajar. “Involucramos a los empleados en las decisiones y les informamos oportunamente; así, generamos alto compromiso por los resultados y pasión por el negocio”, explica Carmen Lucila Osorno, presidente de la compañía. Según la ejecutiva, parte del éxito de la empresa está en tratar a los empleados tal y como quieren ser tratados los directivos.

PUESTO 12: Yanbal de Colombia

Confianza. Este es el principio que le ha permitido a Yanbal convertirse en un gran sitio para trabajar. El horario flexible y la reducción de la jornada los viernes para 70% de los colaboradores son algunos factores clave para retener el mejor talento, dice Adriana Cabrera, gerente de recursos humanos. Desarrollo del talento, líderes comprometidos, el concepto de crecer haciendo crecer, prosperidad para todos y la actuación bajo principios y valores son los aspectos estructurales de su gestión. En materia de beneficios, ofrece –entre otros– salas virtuales para que sus colaboradores desarrollen carreras tecnológicas y profesionales, programas para estrechar lazos con las familias, y otros de bienestar, salud y seguridad.

PUESTO 23: Mapfre

La decisión de buscar los reemplazos y las vacantes entre sus actuales empleados, y no por fuera de la compañía, ha sido una variable que le ha servido a Mapfre para mejorar el sentido de pertenencia de sus colaboradores, así como aumentar el tiempo que duran con la empresa (que en promedio alcanza diez años). Victoria Bejarano, presidente de la aseguradora, explica que la política consiste en tener métodos de selección transparentes, que les permitan a sus 750 trabajadores hacer carrera mediante concursos de méritos. No en vano, lo que más valoran los empleados es que allí reconocen el trabajo personal como una de las claves para obtener los resultados deseados. Así mismo, los trabajadores aprecian el programa de apoyo económico de la aseguradora para estudios de pregrado y posgrado, en el cual les financia hasta el 100%, siempre y cuando los beneficiarios tengan un desempeño académico excelente.

4.2.2 Investigación Merco

Adicional incluimos la medición que se realiza a las empresas a nivel mundial sobre las expectativas que los empleados tienen de las empresas donde trabajan y como estas están siendo cubiertas y/o satisfechas.

El Monitor Empresarial de Reputación Corporativa (MERCO) es un instrumento de evaluación que desde el años 2000 mide la reputación de las organizaciones que operan en España. Doce años después es uno de los monitores de referencia más grande en el mundo.

Tabla 8. Variables del estudio de MERCO

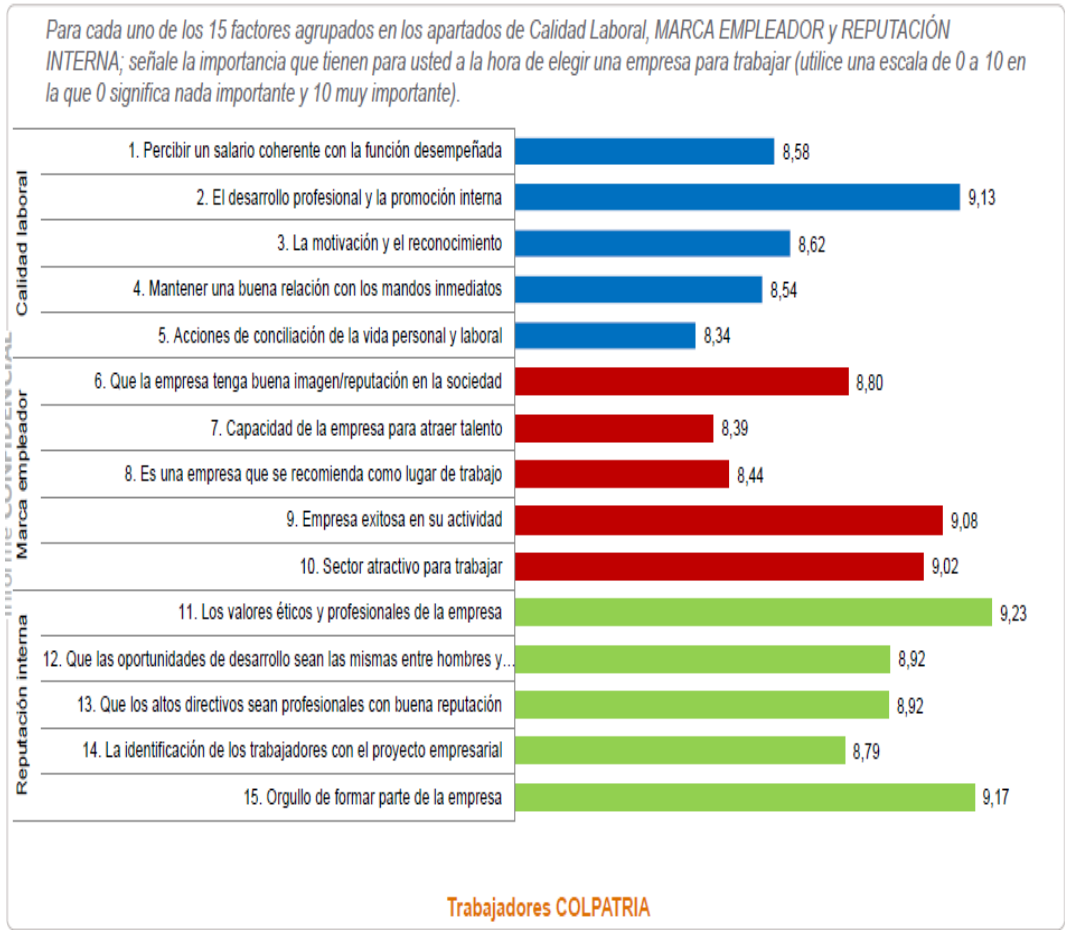
Merco personas considera las siguientes variables		
CALIDAD LABORAL	MARCA EMPLEADOR	REPUTACIÓN INTERNA
1. Salario	6. Imagen en la sociedad	11. Valores éticos y profesionales
2. Desarrollo profesional	7. Atracción de talento	12. Igualdad y diversidad
3. Motivación y Reconocimiento	8. Recomendación	13. Liderazgo alta dirección
4. Relación con los mandos inmediatos	9. Éxito empresarial	14. Identificación con el proyecto empresarial
5. Conciliación	10. Sector atractivo	15. Orgullo de pertenencia

CALIDAD LABORAL	MARCA EMPLEADOR	REPUTACIÓN INTERNA
1. Percibir un salario coherente con la función desempeñada	6. Que la empresa tenga una imagen/reputación en la sociedad	11. Los valores éticos y profesionales de la empresa
2. El desarrollo profesional y la promoción interna	7. Capacidad de la empresa para atraer talento	12. Que las oportunidades de desarrollo sean las mismas entre hombres y mujeres, y entre personas de diferentes nacionalidades
3. La motivación y el reconocimiento	8. Es una empresa que se recomienda como lugar de trabajo	13. Que los altos directivos sean profesionales con buena reputación
4. Mantener una buena relación con los mandos inmediatos	9. Empresa exitosa en su actividad	14. La identificación de los trabajadores con el proyecto empresarial
5. Acciones de conciliación de la vida personal y profesional	10. Sector atractivo para trabajar	15. Orgullo de formar parte de la empresa

FUENTE: MERCO

Para el año 2013 fueron encuestados 13.435 empleados de empresas colombianas sobre su percepción de 100 empresas Merco en tres variables: Calidad Laboral, Marca Empleador y Reputación Interna. (Investigación, 2013)

Figura 5. Factores importantes para el trabajador colombiano



FUENTE: MERCO

A través de esta gráfica se puede analizar cada uno de los factores más relevantes para los empleados colombianos, los cuales están agrupados en los tres atributos mencionados anteriormente

Tabla 9. Calidad laboral, Marca Empleador y Reputación

Para cada uno de los 15 factores agrupados en los apartados de CALIDAD LABORAL, MARCA EMPLEADOR y REPUTACIÓN INTERNA; señale la importancia que tienen para usted a la hora de elegir una empresa para trabajar (utilice una escala de 0 a 10 en la que 0 significa nada importante y 10 muy importante).

Trabajadores COLPATRIA		Total	EDAD				SEXO	
Calidad Laboral	1. Percibir un salario coherente con la función desempeñada	8,58	<30 años	30 y 40 años	41 y 50 años	Más de 50 años	Hombre	Mujer
	2. El desarrollo profesional y la promoción interna	9,13	9,11	9,26	8,92	9,00	9,07	9,26
	3. La motivación y el reconocimiento	8,62	8,56	8,77	8,83	8,00	8,58	8,71
	4. Mantener una buena relación con los mandos inmediatos	8,54	8,42	8,72	9,08	9,00	8,53	8,56
	5. Acciones de conciliación de la vida personal y laboral	8,34	8,25	8,43	8,92	9,00	8,31	8,40
Marca Empleador	6. Que la empresa tenga buena imagen/reputación en la sociedad	8,80	8,71	9,00	9,00	8,50	8,83	8,73
	7. Capacidad de la empresa para atraer talento	8,39	8,33	8,60	8,25	8,50	8,38	8,42
	8. Es una empresa que se recomienda como lugar de trabajo	8,44	8,38	8,68	8,17	8,00	8,39	8,55
	9. Empresa exitosa en su actividad	9,08	9,04	9,17	9,17	9,00	9,10	9,03
	10. Sector atractivo para trabajar	9,02	8,98	9,17	9,08	8,00	9,05	8,97
Reputación interna	11. Los valores éticos y profesionales de la empresa	9,23	9,16	9,32	9,58	9,00	9,21	9,26
	12. Que las oportunidades de desarrollo sean las mismas entre hombres y mujeres, y entre personas de diferentes nacionalidades	8,92	8,94	8,83	9,17	8,50	8,74	9,29
	13. Que los altos directivos sean profesionales con buena reputación	8,92	8,83	9,06	9,33	8,50	8,99	8,76
	14. La identificación de los trabajadores con el proyecto empresarial	8,79	8,65	9,04	9,25	9,00	8,81	8,74
	15. Orgullo de formar parte de la empresa	9,17	9,10	9,26	9,58	9,50	9,22	9,06
MUESTRA		191	68,1%	24,6%	6,3%	1,0%	67,5%	32,5%

FUENTE: MERCO

Como lo muestra el estudio, uno de los puntos que valoran los empleados dentro del atributo de Calidad Laboral está todas las acciones de conciliación de la vida personal y laboral que la empresa pueda realizar para ofrecerles una estabilidad personal y profesional dentro de la compañía, dentro de las que se incluyen todas los programas o actividades que estén relacionadas con el ser, y dentro de estas se incluyen las de Bienestar y Salud Ocupacional.

4.2.3 Instrumento de investigación – Entrevista en profundidad

Como apoyo a esta investigación, se soportara el proyecto con el concepto de diferentes expertos del sector de Recursos Humanos, sobre la importancia que tiene hoy en día para las Organizaciones, no solo colombianas sino a nivel mundial, el mantener un buen ambiente laboral para sus empleados, no solo a través de su desarrollo profesional sino también de su estabilidad emocional y física, puesto que estos dos elementos son fundamentales para mantener un buen rendimiento y productividad a la hora de cumplir con sus labores. Lo que se verá reflejado, al final en los logros financieros de las compañías.

Para sustentar esta premisa se utilizó la entrevista en profundidad, como herramienta cualitativa de investigación. Se escogieron tres líderes de empresas del sector de servicios (Compensar, Banco de Bogotá y Banco Colpatria) para que hablaran sobre su experiencia y recomendaciones sobre el manejo adecuado de este tipo de procesos o programas a desarrollar para fortalecer la salud mental y física de los empleados de una empresa.

A continuación se presenta la ficha técnica para la entrevista

Tabla 10. Formato Entrevista a profundidad

Entrevista de profundidad
Pausas Activas enfocadas en los juegos virtuales
El objetivo de la entrevista es conocer su punto de vista sobre la importancia que tiene para las organizaciones de hoy, mantener una estabilidad emocional y física adecuada en las personas que componen los equipos de trabajo de las mismas.
Introducción Siendo el recurso humano el factor más valioso para que una empresa cumpla sus objetivos, nos puede explicar desde su punto de vista

1. ¿Cuáles son los aspectos más importantes que debe fortalecer una empresa en sus colaboradores para mantener un buen ambiente y clima laboral?
2. ¿Cuáles cree que son los factores más relevantes que influyen en la generación de enfermedades laborales en sus empleados?
3. ¿Qué técnicas o programas utiliza su empresa para prevenir y/o mejorar este tipo de situaciones?
4. Está conforme y satisfecho con el tipo de actividades que se realizan actualmente para mejorar este tipo de inconvenientes en la salud de los empleados?
E-Wellness se presenta como una alternativa innovadora para las organizaciones de Bogotá que desean mejorar y mantener la salud de sus colaboradores mediante una experiencia divertida y memorable utilizando la interacción del ser humano con los videos juegos interactivos Kinect. Utilizaremos los espacios de la misma empresa para ofrecer pausas activas a través de juegos interactivos, desarrollados a su medida, llevaremos toda la infraestructura requerida para desarrollar la actividad , todo esto con el objetivo de mejorar temas como el estrés, mitigar enfermedades laborales, mejorar la concentración, generar espacios de actividad física y trabajar las relaciones interpersonales. Después de hacerle una descripción de nuestro servicio
1. ¿Qué piensa de la posibilidad de utilizar este tipo de herramienta digital para mejorar la salud mental y física de sus empleados?
2. ¿Qué oportunidades y debilidades puede ver en el servicio que proponemos?
3. ¿Estaría dispuesto a utilizar nuestros servicios? Y para qué tipo de procesos?
4. ¿Con qué frecuencia los utilizaría?
5. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?
6. ¿Cada cuánto realizaría una recompra de nuestros servicios?

4.2.4 Análisis de la entrevistas en profundidad. (Ver Anexos)

Para apoyar la investigación se realiza una investigación a 4 expertos en el tema laboral y de bienestar empresarial, con ellas se determina la importancia que les dan sus organizaciones a la salud física y emocional de sus colaboradores, conocer qué tipo de prácticas y actividades realizan y ya por ultimo conocer su opinión sobre la viabilidad de contratar una empresa como E!-WELLNESS para apoyar los procesos de bienestar y salud ocupacional , básicamente la realización de pausas activas de una manera novedosa y apoyados de los videojuegos.

A continuación se analiza la información arrojada por los entrevistados

¿Cuáles son los aspectos más importantes que debe fortalecer una empresa en sus colaboradores para mantener un buen ambiente y clima laboral?

Los expertos coinciden en que las empresas deben fortalecer y trabajar en mejorar la calidad de vida de los colaboradores y de sus familias, deben ser generadoras de espacios saludables para poder desarrollar el trabajo. Las políticas de una compañía deben tener planes de carrera que permitan que estos crezcan profesional y personalmente, deben contar con salarios adecuados. Adicional deben promover el liderazgo, la autogestión y el trabajo en equipo. La salud física y emocional de los trabajadores es responsabilidad de quien los contrata.

¿Cuáles cree que son los factores más relevantes que influyen en la generación de enfermedades laborales en sus empleados?

En este punto coinciden las posiciones en cuanto a que los factores psicosociales y los factores internos inciden en la aparición de este tipo de enfermedades. La falta de autocuidado y conocimiento. El exceso de trabajo, un mal clima laboral colaboran para que los trabajadores vean afectada su salud física y emocional, a su vez esto incide en el ausentismo y los bajos índices de productividad.

¿Qué técnicas o programas utiliza su empresa para prevenir y/o mejorar este tipo de situaciones?

La empresa colombiana esta sin lugar a dudas preocupada por velar por el bienestar de sus colaboradores, 3 grandes empresas que tienen dentro de su estrategia programas en donde se promueven actividades que fortalecen el bienestar de sus trabajadores. No es un tema ajeno en Colombia, además la legislación protege al trabajador y obliga a las empresas que este no sea un tema desconocido y que se tenga entre sus presupuestos una partida para el desarrollo de este tipo de programas.

¿Está conforme y satisfecho con el tipo de actividades que se realizan actualmente para mejorar este tipo de inconvenientes en la salud de los empleados?

La entrevista deja a la vista que aunque se está conforme con las actividades que se realizan actualmente aún falta algo en la empresa colombiana, no hay un verdadero involucramiento por parte de las directivas, no hay innovación en la presentación de dichas actividades, hace mucho se viene haciendo de lo mismo y los colaboradores están expectantes a nuevas experiencias.

Qué piensa de la posibilidad de utilizar este tipo de herramienta interactiva para mejorar la salud mental y física de sus empleados?

Todos coinciden en la respuesta que E!-WELLNESS sería una alternativa novedosa para los colaboradores; además creen que sería una propuesta que se adecuaría a las necesidades de cada una de sus empresas. Adicional manifiestan que este tipo de actividades puede incluirse en otro tipo de programas que fortalezcan otros aspectos en la organización.

¿Qué oportunidades y debilidades puede ver en el servicio que proponemos?

Las mayores oportunidades mencionadas son la innovación, la integración entre generaciones, que es una actividad totalmente distinta y que rompe los paradigmas convencionales.

Las debilidades son más que todo basadas en la incredulidad que se pueda trasladar toda la infraestructura directamente a la empresa para desarrollar las actividades, y que no conciben que los trabajadores con más de 40 años les puedan interesar este tipo de experiencia.

Adicional hay un aporte que es necesario que exista la traducción en indicadores y poder venderles la idea a los jefes tradicionalistas que no van con este tipo de actividades.

¿Estaría dispuesto a utilizar nuestros servicios? Y para qué tipo de procesos?

Todos estarían dispuestos a conocer el servicio y a ofrecérselos a todas las áreas de la organización.

¿Con qué frecuencia los utilizaría?

Son conscientes que estas actividades deben ser repetitivas y no pueden ser aisladas , todos hablan con una repetición mensual para poder ver resultados, coinciden en que es mejor hacerse por grupos o focos específicos dentro de la organización

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?

Les interesa conocer el servicio y poder determinar cuánto pagarían por él. Hablan de valores entre los \$20.000 mil y los \$30.000 mil pesos.

¿Cada cuánto realizaría una recompra de nuestros servicios?

Con una prueba piloto se medirían niveles de satisfacción y de ahí la organización determinaría. Si se ven resultados positivos en los grupos de trabajo se pensaría en recompras seguidas.

4.3 Plan estratégico de mercado

4.3.1 Estrategias de Mercado

El marketing estratégico es *“el elemento que define y encuadra las líneas maestras de comunicación y comercialización de la empresa, para aprovechar las oportunidades del mercado. Traza los objetivos y los caminos que luego deberán seguir las tácticas de marketing (marketing operativo) en aras de lograr un mayor resultado con la menor inversión y esfuerzo,*

definiendo el posicionamiento de la empresa frente al mercado elegido para ser destinatario de las acciones de comunicación y venta”. (Wikipedia, 2013)

4.3.2 Estrategia de Precio

Una estrategia de precios es un conjunto de principios, rutas, directrices y límites fundamentales para la fijación de precios inicial y a lo largo del ciclo de vida del producto, con lo cual, se pretende lograr los objetivos que se persiguen con el precio, al mismo tiempo que se mantiene como parte de la estrategia de posicionamiento general. (Promonegocios, 2013)

Para definir la estrategia de precios, al ser actividades de grupos variables se aplicó la formula según el volumen de personas por actividad, asegurando siempre que el valor del resultado de la resta entre el precio y los costos variables, cubriera los costos fijos.

Los precios varían de acuerdo al número de personas para el cual se haga la actividad.

- **Precios:** El programa de fijación de precios de E!-WELLNESS estará fijado por la paridad estando al mismo nivel de la competencia. Serán precios cómodos y accequibles para cualquier cliente.

Dentro del mercado de productos sustitutos el precio está enmarcado como precio único por ofrecer un servicio sin alta competencia y novedoso.

Tabla 10. Tarifas sin IVA

PRECIOS VIGENTES 2013		
Nro. personas	Valor	Total
12 pax min	65000	780000
24 pax	45000	1080000
36 pax	40000	1440000
48 pax	35000	1680000
52 pax en adelante	30000	1560000

FUENTE: Elaboración propia

4.3.3 Estrategias de Promoción

La promoción son las formas de comunicar los beneficios del servicio a través de publicidad, promoción en ventas, mercadeo directo, ventas personales y RRPP; con la información de la comunicación, ayuda a que el cliente se forme una idea del valor de producto.

4.3.3.1 Objetivo de la estrategia de promoción:

Con base en lo anterior, el objetivo será informar, recordar y persuadir a la audiencia objetivo para que la empresa se ubique como la primera y mejor opción en su mente, para trabajar requerimientos de Salud Ocupacional en el tema de Pausas Activas.

La mercadotecnia moderna requiere algo más que desarrollar un buen producto, fijarle un precio atractivo y ponerlo al alcance de sus clientes meta.

Las compañías también deben comunicarse con éstos, y lo que dicen nunca debe dejarse al azar. Para tener una buena comunicación, a menudo las compañías contratan compañías de publicidad que desarrollen anuncios efectivos, especialistas en promociones de ventas que diseñan programas de incentivos de ventas, y empresas de relaciones públicas que les creen una imagen corporativa.

El programa total de comunicaciones de mercadotecnia de una compañía llamado su mezcla promocional- está formado por la mezcla específica de publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas y ventas personales que utiliza la compañía para alcanzar sus objetivos de publicidad y mercadotecnia.

Las cuatro principales herramientas promocionales son las que se describen a continuación:

- **Publicidad:** Cualquier forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador bien definido.
- **Promoción de ventas:** Incentivos de corto plazo para alentar las compras o ventas de un producto o servicio.
- **Relaciones públicas:** La creación de buenas relaciones con los diversos públicos de una compañía, la creación de una buena "imagen de corporación", y el manejo o desmentido de rumores, historias o acontecimientos negativos.
- **Ventas personales:** Presentación oral en una conversación con uno o más compradores posibles con la finalidad de realizar una venta. (Marketing intensivo.com)

Para la Compañía es de vital importancia manejar una estrategia de promoción de venta que permita ingresar al mundo empresarial y dar a conocer el servicio y la innovación del mismo; por esto la estrategia de promoción que se utilizará estará enfocada en encontrar canales o foros en los que nuestros clientes potenciales, que son las empresas de Bogotá, puedan acceder a nuestro servicio conocerlo, probarlos y al final escogerlo, las estrategias son:

- **Demostración gratis:** Un montaje de un evento gratis para un área que necesita mejorar o fortalecer uno de los temas que se trabajaran, esto con el fin de que conozcan la efectividad de los servicios. Se ofrecerá el informe de gestión del evento con los resultados obtenidos en el equipo intervenido como valor agregado.
- **Alianzas de apoyo:** Trabajar en alianza con agencias de publicidad que ofrezcan el producto a sus clientes bajo el esquema de un porcentaje de comisión. Las empresas será Proveedora de las Cajas de Compensación como aliados estratégicos para que ellos sean los principales anunciantes del producto.
- **Exhibiciones:** Se utilizaran Stands Virtuales en Seminarios o Congresos relacionados con temas de Gestión Humana como medio de promoción.
- **Página web:** Como alternativas para penetrar el mercado, se tendrá encontramos en primera instancia un Portal Web, en donde los clientes podrán tener acceso a toda la información, conocer el portafolio de servicios y adquirirlos en tiempo real, de igual forma, se pautara en redes sociales, se patrocinaran eventos sociales y de tecnología y finalmente se realizaran exposiciones gratuitas de presentación con los grupos de Talento Humano de las Empresas Objetivo del mercado. Por medio de

esta comunicaremos información actualizada sobre nuestro servicio, las promociones vigentes, y temas de interés para nuestros clientes sobre Salud Ocupacional y Bienestar.

4.3.4 Estrategias de Comunicación

4.3.4.1 Publicidad

La publicidad trata de estimular la demanda o aceptación de un bien, servicio o idea que se requiere promocionar. De forma general, va a tener como finalidad modificar opiniones, actitudes, deseos y comportamientos del consumidor. (Slideshare.net)

Como medios de publicidad y para dar a conocer y posicionarnos en el mercado empresarial utilizaremos los siguientes canales:

Figura 6. Publicidad



NOTA: Fuente elaboración propia

4.3.4.2 Mercadeo Directo

Como medios de comunicación directa con el cliente potencial se adaptaran estrategias donde el cliente pueda interactuar con los servicios como Show Room y se utilizaran piezas de comunicación como folletos para dar a conocer los beneficios y ventajas competitivas.

Figura 7. Mercadeo directo



Teoría de aprendizaje experiencial de Kolb y su instrumento de medición de estilos denominado LSI (Learning Style Inventory), habla de la implicación del uso de los estilos de aprendizaje de los adultos dentro del proceso de mediación de los computadores en los cursos de aprendizaje virtual por medio de audio, gráficas y otros recursos multimedia y su diferencia frente a la educación tradicional.

Efecto Kinect: ha demostrado su utilidad en el mundo de la educación que favorece la atención de los alumnos a la vez que los entretiene. En el ámbito de la sanidad, Kinect, ha servido para desarrollar mejoras en la calidad de vida de los pacientes y facilitar la labor de los profesionales que trabajan con ellos.



Los videojuegos como herramienta de enseñanza, según un estudio de aDeSe, el 30% de los profesores de primaria usan videojuegos en las aulas.

Los videojuegos ayudan a mejorar habilidades cognitivas y favorecen la concentración de los alumnos gracias al entretenimiento y a la capacidad didáctica según lo confirma un 87% de los profesores. También desarrolla las capacidades psicomotoras como coordinación espacial y lateral y destreza visual.



Público Objetivo:
Áreas de Recursos Humanos de las empresas, específicamente los líderes de los procesos de Bienestar, Salud Ocupacional y Desarrollo.

Costo del servicio para grupos de 50 personas es \$25.000

Incluye:
Diagnóstico de la necesidad, propuesta, planeación y ejecución del evento e informe final.



e!-wellness

Nuestro servicio define su oferta de valor en acompañar los programas de Bienestar y Salud Laboral con actividades basadas en juegos interactivos (kinect) y la teoría del Aprendizaje experiencial, construyendo programas integrales que les permitan mejorar su ambiente y estabilidad laboral.



Ventaja competitiva
Contar con la asesoría por parte de personal especializado para el desarrollo de programas alineados a las necesidades de Bienestar y Salud Ocupacional antes, durante y posterior al evento.

Un servicio novedoso que utiliza los video juegos Kinect como base del mejoramiento de los espacios de Bienestar y Salud Laboral de los colaboradores de una compañía, suministrando espacios diferentes de pausas activas.

Visión:
E!-WELLNESS se proyecta al año 2018, como el mejor aliado estratégico de las cajas de compensación para realizar una oferta integral de servicios de apoyo al bienestar laboral de las empresas privadas; suministrando soluciones lúdicas e interactivas de aprendizaje experiencial y de la mano de soluciones tecnológicas innovadoras.

Misión:
Prestar servicios integrales de bienestar, por medio del uso de Juegos Interactivos virtuales desarrollando los procesos de Gestión Humana relacionados con el Bienestar Laboral y fortaleciendo la Calidad de Vida de una manera innovadora.

Nuestro servicio está sustentado en una necesidad que se presenta en las compañías que se preocupan por mantener un buen ambiente laboral, y la oportunidad que ofrece el mercado de utilizar el método del Aprendizaje Experiencial como medio para mejorar, mantener y/o fortalecer, al interior de las empresas, la calidad de vida de sus colaboradores.

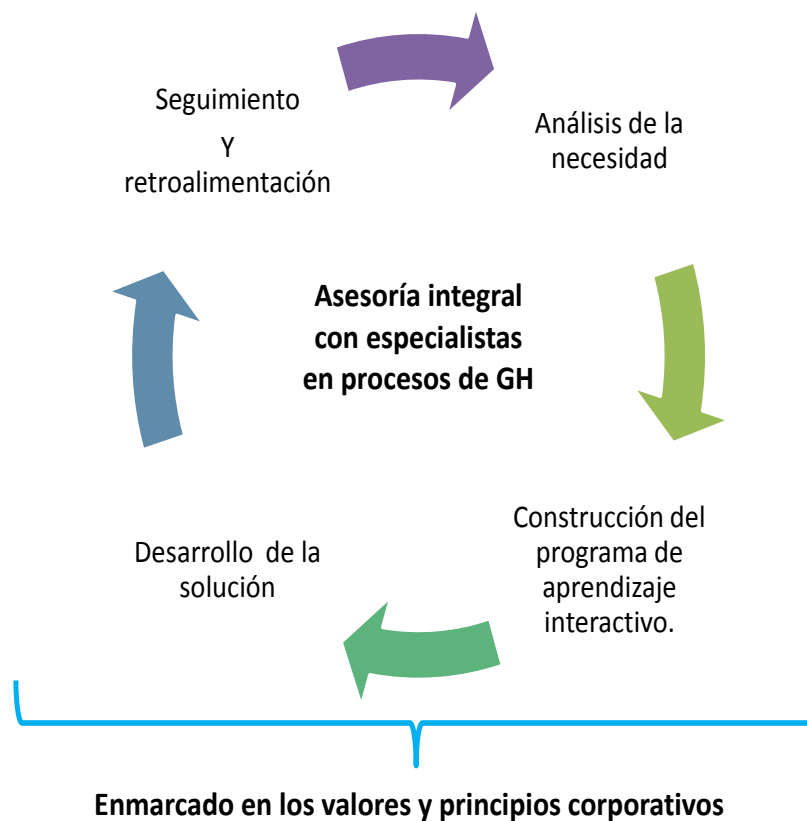
En la actualidad las empresas Colombianas, según la LEY 1616 de 2013, deben Promocionar la Salud Mental y Prevenir el Trastorno Mental en el Ámbito Laboral.

Para trabajar en este tema las organizaciones, a través de áreas como SISO y Bienestar, buscan constantemente estructurar programas que mejoren la calidad de vida de sus empleados, logrando mayor satisfacción en el personal y en consecuencia una mayor productividad y calidad de los productos y servicios de la empresa u organización.

4.3.5 Estrategias de Servicio

La garantía del producto es contar con un equipo de trabajo con amplia experiencia en los servicios de apoyo que se ofertan, idóneo y capaz de llevar a cabo la metodología que permita establecer la solución a ofrecer de acuerdo con las necesidades de la organización; para ello se realizara Investigación, Diagnóstico, Elaboración de la propuesta, planeación, ejecución e informe final que contiene el detalle de la actividad realizada para mejorar y fortalecer el proceso de SISO, bienestar y/o desarrollo que se apoya en el uso de tecnología de entretenimiento digital de vanguardia.

Figura 8. Modelo de servicio planteado.



NOTA: Fuente elaboración propia

Tabla 11. Accesibilidad, garantía y calidad.

ACCESIBILIDAD	•Ofrecer fácil acceso a nuestro portafolio de servicios a las organizaciones por medio del portal web para garantizar accesibilidad a nuestros servicios sin restricción.
GARANTIA	•contar con un equipo de trabajo con amplia experiencia en los servicios de apoyo que ofertamos, idóneo y capaz de llevar a cabo la metodología que nos permite establecer la solución a ofrecer de acuerdo a las necesidades de la organización
CALIDAD	•Medición permanente de la percepción del servicio prestado durante el desarrollo de las actividades y en el proceso de postventa

NOTA: Fuente elaboración propia

4.4 Proyecciones de Ventas

Calculo de la demanda potencial y pronóstico de ventas.

Tabla 13. Demanda potencial y pronóstico de ventas

NUMERO DE EMPRESAS MEDIANAS EN BOGOTA	EMPLEADOS QUE TOMAN EL SERVICIO X EMPRESA	CRECIMIENTO SECTOR SERVICIOS DANE
7579	300	4,60%

Población Objetivo

Para el cálculo de la demanda potencial, tomamos como base el número de empresas medianas en Bogotá por una población en promedio de 300 empleados en cada una de ellas, que demande el servicio.

DEMANDA POTENCIAL		
n	Número de compradores (personas)	2273700
p	Precio por servicio	30000
q	Promedio per cápita (promedio de compra)	2
Q	136.422.000.000	100%
	1.364.220.000	1%
	682.110.000	0.5%

Obteniendo este resultado, estimamos al quinto año una proyección de ventas que equivale al 0.5% del valor calculado para la demanda potencial, y a partir del mismo aplicando una regresión lineal con base en el crecimiento del sector (4.60%) nos presenta el pronóstico de ventas por año, indicando el número de unidades de venta por un precio incrementado según la inflación del 4% anual.

PRONOSTICO DE VENTAS E!-WELLNESS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Unidades	19741	18873	18913	18953	18994
Precio	30000	31380	32823	34333	35913
Venta Brutas	592242460,4	592242460,4	620799224,8	650732940	682.110.000

NOTA: Fuente elaboración propia

CAPITULO V

5 OPERACIÓN

5.1 Ficha Técnica del Servicio

Tabla 14. Ficha técnica del servicio

FICHA TÉCNICA DEL SERVICIO	
Nombre de la Empresa	<u>E!-WELLNESS</u>
NIT	Dirección
Ciudad	Bogotá
Construcción y desarrollo de actividades de apoyo para salud ocupacional y bienestar laboral, por medio del uso de consolas de entretenimiento digital con video juegos interactivos y en el lugar donde la organización lo defina, para mitigar y/o prevenir los síntomas laborales e incorporar comportamientos positivos y promover, mejorar, fortalecer el bienestar, la calidad de vida de los colaboradores y el clima organizacional en general.	
Nombre del Servicio	Desarrollo Actividades de Salud Ocupacional
	Desarrollo Actividades para Bienestar Laboral
Mercado Objetivo	Empresas Bogotanas que soliciten a través de su caja de compensación nuestros servicios
Atributos diferenciadores	Diseño de programa de acuerdo a la necesidad con el uso de tecnología interactiva y entretenimiento digital

NOTA: Fuente elaboración propia

5.2 Concepto del Servicio

A nivel económico y en el ámbito del marketing, se suele entender por servicio a un cúmulo de tareas desarrolladas por una compañía para satisfacer

las exigencias de sus clientes. De este modo, el servicio podría presentarse como un bien de carácter no material (Definicion .DE, 2013)

Partiendo de esa base, nuestra empresa construye su propuesta de valor para ayudar de manera interactiva y dinámica a clientes empresariales de Bogotá, a suplir sus necesidades para apoyar procesos de salud ocupacional y bienestar laboral

5.3 Estado de Desarrollo

E!-WELLNESS es una empresa que actualmente está en desarrollo, para su consolidación ya se encuentran planteada su filosofía corporativa, actualmente se está realizando el costeo de toda la infraestructura requerida, se están definiendo los perfiles de los especialistas en SISO, Bienestar y desarrollo y se encuentran en proceso de consulta con las cajas de compensación las condiciones para inscribirse como proveedores en la prestación de servicio.

Sin embargo, el diseño y planeación de la experiencia de servicio, que expresan el donde, cuando y como, ya se encuentran establecidos, a continuación se presentan las características de servicio identificadas para E!-WELLNESS.

- Tipo de acción en la prestación del servicio

Figura 9. Tipo de Acción en la prestación del Servicio

CATEGORIAS GENERALES DE LOS SERVICIOS		
Cual es la naturaleza de la acción del servicio	Quien o cual es el receptor directo del servicio	
	Personas	Posesiones
Acciones Tangibles	Proceso hacia las Personas E!-WELLNESS	Proceso hacia las posesiones
Acciones Intangibles	Proceso de estimulo mental	Proceso de Información

NOTA: Fuente elaboración propia

La organización ofrece acciones tangibles donde el receptor directo del servicio son las personas, requieren de su presencia física a lo largo de la entrega del servicio. En este tipo de servicios los clientes deben estar presentes físicamente en el proceso del servicio, no pueden tratar a distancia con el proveedor del mismo. La organización está dispuesta a visitar el cliente, desarrollando la actividad en las instalaciones donde el cliente se encuentre para aumentar y diversificar los servicios que se ofrecen.

E!-WELLNESS para este caso y debido a que su personal tiene un alto contacto con los clientes, el personal deberá ser altamente calificado y entrenado

para evitar el surgimiento de problemas con los clientes y evitar el riesgo de clientes insatisfechos.

- Tipo de Contacto en el Servicio

Figura 10. Tipo de Contacto

METODO DE ENTREGA DEL SERVICIO		
Naturaleza de la interacción entre el cliente y la organización de servicio.	Disponibilidad de ubicaciones de servicio	
	Una sola ubicación	Ubicaciones múltiples
<i>El cliente va a la organización de Servicio.</i>	• Teatro • Peluquería	• Servicio de bus • Cadena de Alimentos de preparación rápida
<i>La organización de servicio va a la ubicación del cliente</i>	• Cuidado del césped • Control de plagas • Taxis	
<i>El cliente y la org de servicio, realizan sus transacciones a distancia. E-mall.</i>	• Tarjetas de crédito • Red difusora	• Estación de T.V • Compañía de teléfonos.

NOTA: Fuente elaboración propia

La organización presta el servicio en la ubicación del cliente y por lo tanto la disponibilidad de ubicaciones del servicio es múltiple.

- Naturaleza de la demanda

Figura 11. Naturaleza de la demanda

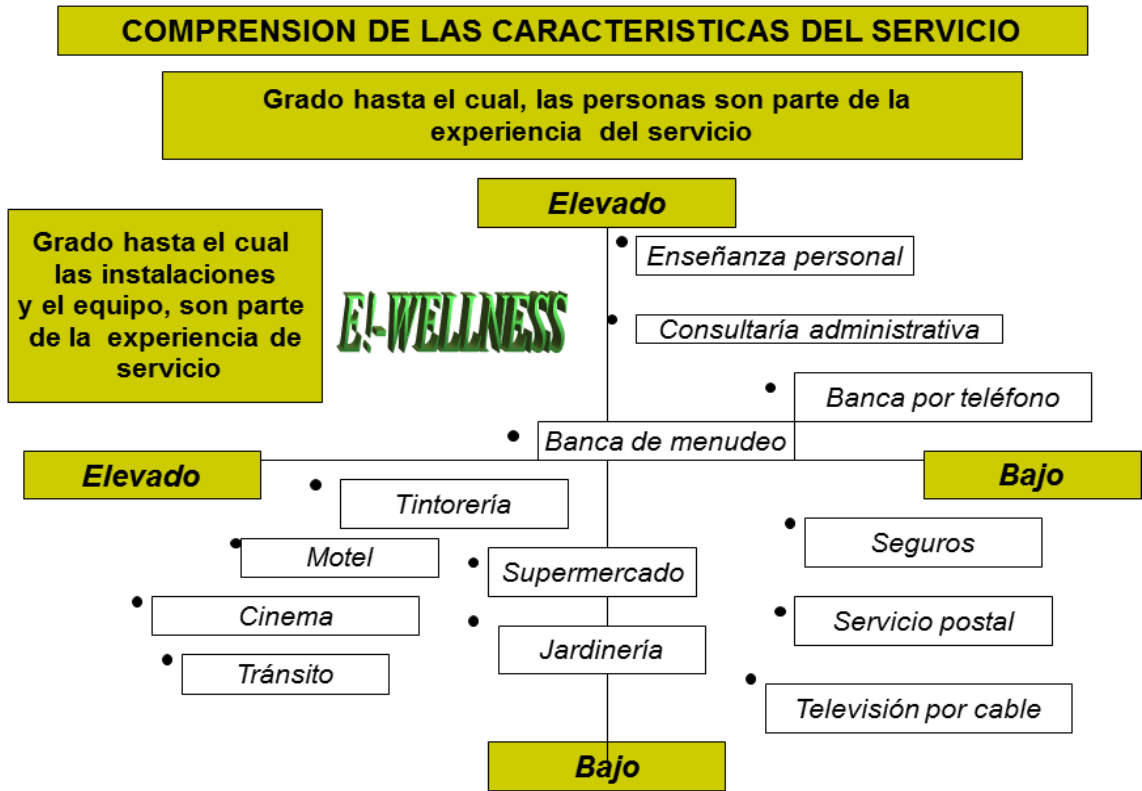
NATURALEZA DE LA DEMANDA DEL SERVICIO		
Grado hasta el cual esta Restringida la oferta	Grado de fluctuaciones de la demanda a lo largo del tiempo	
	Amplio	Limitado
<i>La demanda pico por lo Común, se puede satisfacer sin una demora considerable</i>	• Electricidad • Gas natural • Teléfono • Urgencias de policía	• Seguros • Servicios legales • Banca • Lavandería y tintorería
<i>La demanda pico excede con regularidad la Capacidad.</i>	• Contabilidad • Transporte • Hoteles y Moteles • Restaurantes • Teatros	

NOTA: Fuente elaboración propia

La naturaleza de la demanda del servicio pico excede con regularidad la capacidad y el grado de fluctuaciones de la demanda a lo largo del tiempo es limitado.

- Grado de contacto de las personas con el servicio

Figura 12. Grado de Contacto de las Personas con el Servicio



NOTA: Fuente elaboración propia

Dentro de las características del servicio, E!-WELLNESS posee un grado elevado donde las personas son parte de la experiencia del servicio y de la misma forma califica elevado el grado hasta el cual las instalaciones y el equipo son parte de la experiencia de servicio.

- Relaciones con los clientes

Figura 13. Relaciones con los clientes



NOTA: Fuente elaboración propia

La organización de servicio E!-WELLNESS posee una relación formal con sus clientes “membresía” y la naturaleza de entrega del servicio es por Transacciones separadas.

- Ajustes del pedido a la entrega del servicio

Figura 14. Ajustes del pedido a la entrega del servicio

AJUSTES SOBRE PEDIDO Y CRITERIO DE ENTREGA DEL SERVICIO			
Grado hasta el cual el personal que tiene contacto con el cliente, ejerce su criterio para satisfacer las necesidades del cliente individual	Grado hasta el cual se ajustan sobre pedido las características del servicio		
	Elevado	Bajo	
	Elevado		•Educación (aulas grandes) •Programas de prevención de la salud
Bajo	•Servicio Telefónico • Servicios de hotel • Restaurante de calidad.	• Transporte público. • Restaurante comida rápida. • Sala de cine.	

NOTA: Fuente elaboración propia

El personal que tiene contacto con el cliente ejerce su criterio para satisfacer las necesidades del cliente individual de forma elevada, así como el grado hasta el cual se ajustan sobre pedido las características del servicio es elevado.

5.4 Diseño del Servicio Orientado al Cliente

Tabla 125. Servicio Orientado al Cliente

PREVENTA		RECURSO
ACERCAR	Buscar dentro de las Cajas de Compensación la Gerencia o Proceso que maneje la Red de Proveedores y poder presentar el portafolio de servicios de E ! Wellness , conocer el documento de condiciones y poder aplicar a ser parte de su red de partners cumpliendo toda la normatividad exigida.	Portafolio de Servicios de E!Wellness Entrega de la documentación solicitada por las cajas
PROSPECTAR	Ofrecer un showroom de E!Wellness a cada una de las Cajas de Compensación de Bogotá, e invitar a toda la red de venta a vivir una experiencia de servicio para que ellos a su vez tengan garantía y conocimiento para ofrecer nuestro servicio.	Equipo promotor de ventas recibirán la demostración en cada caja
CONTACTAR	si desean contratar nuestro servicio la Caja de Compensación debe enviarnos a través de un correo electrónico una orden de servicio para poder ejecutar , o si desean que se realice una cotización se contactan por correo electrónico, para visita a una empresa interesada pueden contactarse a la línea telefónica de E! Wellness y agendar una cita para que vayan los expertos.	Correo electrónico corporativo Línea telefónica de servicio carta de intención

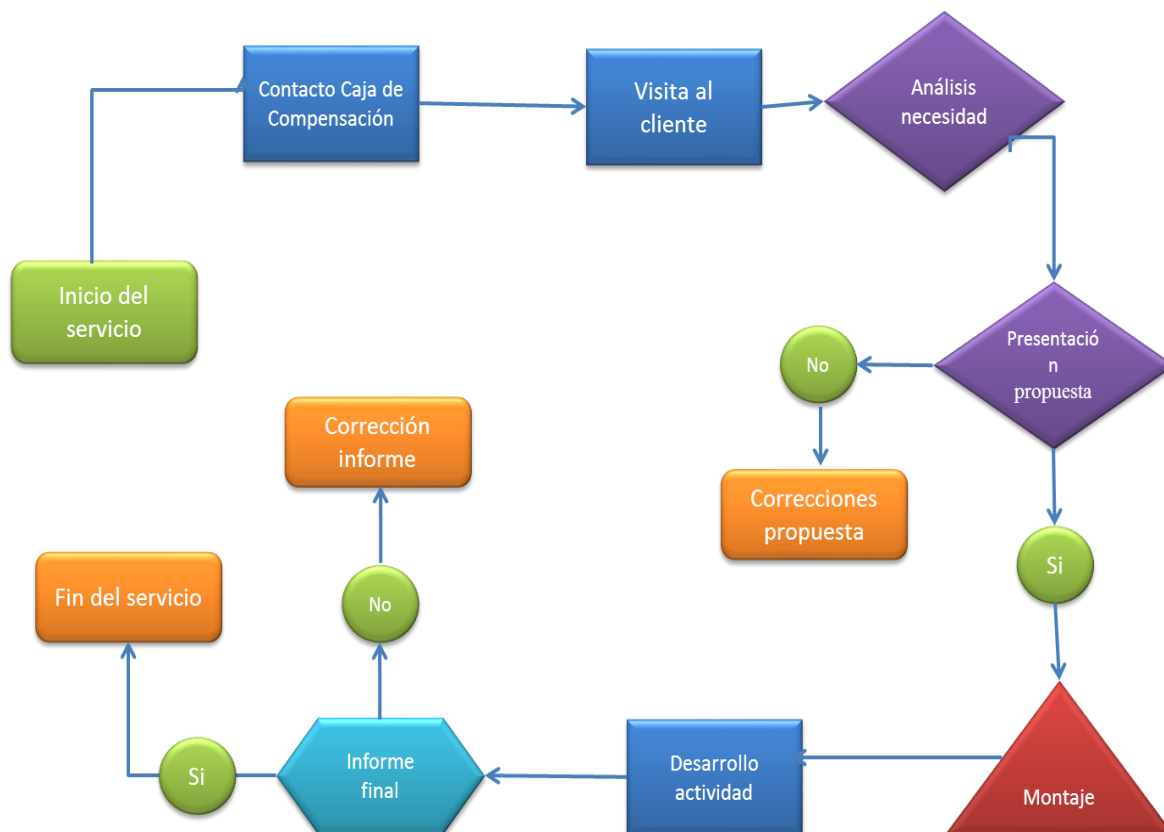
VENTA		RECURSO
PRESENTAR	Visita técnica en la organización que solicita el servicio por intermedio de la caja para elaboración del diagnóstico y formulación de la propuesta Identificación de la necesidad para establecer el equipo profesional requerido Determinar número de participantes para estimar el personal técnico requerido	Presentación formal del comercial y el especialista de en las instalaciones del usuario Cotización
CERRAR	Revisión y aceptación de la propuesta de servicio por parte de la organización. Definir calendario y escenario de la actividad para su desarrollo Identificar recursos a configurar en el escenario de la prestación del servicio	Documentación y contrato con el cliente y el usuario Planeación, programación y ejecución de la actividad
ACENTAR	Desarrollo del servicio elaboración de informe con el resultado de la actividad	Consolas de entretenimiento digital, personal técnico y profesional
REFERIR	Calificación otorgada por usuario a la actividad y la calificación otorgada por la caja a E!Wellness	Encuestas Voz a voz de la empresa q recibió

POSTVENTA		RECURSO
ATENCION	Presentación del informe final del diagnóstico que se realizó a la empresa contratante, este informe lo presentará el especialista que acompañó el proceso.	Informe Escrito, Registro Fotográfico, Resultado de la encuesta que diligenciaron los empleados.
MANTENIMIENTO	Mercadeo directo a los clientes con información sobre los servicios, sobre el uso de los videojuegos, tips de salud ocupacional y recomendaciones sobre clima y bienestar organizacional.	Correo Electrónico, y Telemercadeo

NOTA: Fuente elaboración propia

5.5 Descripción del Proceso

Figura 15. Descripción del Flujo de Proceso en la prestación del servicio



NOTA: Fuente elaboración propia

E!- Wellness será parte de la red de proveedores (prestador de servicio) de las 3 Cajas de Compensación Familiar de Bogotá, solo a través de este único canal, las empresas interesadas podrán cotizar y comprar nuestro servicio y de esta forma acceder a ser usuarios de esta novedosa experiencia de servicio. Siendo parte de la red de proveedores de las Cajas se garantizara cobertura total de todas las empresas afiliadas.

El proceso de prestación de servicio de E!-WELLNESS inicia con la solicitud formal por parte de la empresa interesada a través de la Caja de Compensación a la cual es afiliada, la Caja de Compensación a través de las personas que manejen los proveedores informa del interés de la empresa por contratar y conocer el servicio.

E!-WELLNESS, la Caja y el Cliente pactan una reunión técnica en las oficinas de la empresa interesada para dar a conocer el portafolio de servicio completo y así mismo entender las necesidades reales del cliente. En esta reunión se acuerda el lugar donde se prestara el servicio, el número de personas, el tiempo que la empresa destine para realizar la actividad y su necesidad básica.

Posterior a esto los especialistas de E!-WELLNESS proceden a realizar la propuesta formal y envían cotización del servicio al cliente únicamente a través del canal que es la Caja de Compensación.

Aprobada cotización se inicia la logística para realizar la actividad o se ajusta si el cliente considera que se debe alinear algo dentro de lo presupuestado.

Ya definida la hora, fecha y lugar para realizar la actividad con la empresa, se alistan las plataformas tecnológicas (TV CONSOLA DE VIDEOJUEGOS, CONTROLES) necesarias para realizar el evento, se cita al personal logístico que apoyara la actividad, se alista el transporte para el traslado y todo lo necesario para llevar a cabo el evento sin ninguna novedad.

Se realiza una nueva reunión técnica al interior de E!-WELLNESS con el personal logísticos y los especialistas encargados de direccionar la actividad, por último se hace el checklist de todos los requerimientos técnicos que se van a requerir para no olvidar ni dejar por fuera nada.

El día de la actividad se trasladan las plataformas al lugar que la empresa indico con anterioridad, se acuerda una hora y lugar para citar al personal logístico y previo a esto se adecua y se monta el espacio para el evento: ya listo el lugar se reciben a los participantes a la hora acordada y se da inicio a la actividad con una charla introductoria que da el Especialista que tendrá a cargo la actividad.

Luego en conjunto con el personal logístico los participantes deben registrarse en un formato especial, se les entrega el documento detallado con las reglas y se inicia la dinámica según el tiempo establecido por la Compañía contratante. Finalizado el tiempo de actividad el especialista cierra el evento y da las recomendaciones finales al grupo participante.

E!-WELLNESS entregara una encuesta de satisfacción a los participantes y a los coordinadores por parte de la empresa contratante para evaluar la calidad del servicio y el nivel de satisfacción de la actividad realizada, esto para posterior aval ante la Caja de Compensación que se prestó el servicio a cabalidad.

Tabla 16. Encuesta de satisfacción diseñada para E-WELLNESS

	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N																																																							
3	Nombre Cargo Telefono o Extencion Fecha: Empresa																																																																	
9	Califique el servicio de acuerdo a su percepcion: <table border="1"> <tr> <td>Malo</td> <td>Regular</td> <td>Bueno</td> </tr> </table>											Malo	Regular	Bueno																																																				
Malo	Regular	Bueno																																																																
11	Esperamos haya tenido una grata experiencia con E! Wellness, Nuestro proposito es seguir ofreciendo un excelente servicio, por favor contestar el siguiente cuestionario.																																																																	
13	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th></th> <th>Malo</th> <th>Regular</th> <th>Bueno</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>Amabilidad del personal.</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>Experticia en el manejo del servicio por parte de nuestro</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>Funcionalidad de las consolas de video juegos.</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>Ambientacion y distribucion del espacio fisico.</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>Nivel de innovacion de la actividad</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>Claridad de la informacion recibida.</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>Coordinacion de la actividad.</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>Presentacion del equipo de trabajo.</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>9</td> <td>Diversidad de video juegos.</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>10</td> <td>Satisfaccion general de la actividad.</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>													Malo	Regular	Bueno	1	Amabilidad del personal.				2	Experticia en el manejo del servicio por parte de nuestro				3	Funcionalidad de las consolas de video juegos.				4	Ambientacion y distribucion del espacio fisico.				5	Nivel de innovacion de la actividad				6	Claridad de la informacion recibida.				7	Coordinacion de la actividad.				8	Presentacion del equipo de trabajo.				9	Diversidad de video juegos.				10	Satisfaccion general de la actividad.			
		Malo	Regular	Bueno																																																														
1	Amabilidad del personal.																																																																	
2	Experticia en el manejo del servicio por parte de nuestro																																																																	
3	Funcionalidad de las consolas de video juegos.																																																																	
4	Ambientacion y distribucion del espacio fisico.																																																																	
5	Nivel de innovacion de la actividad																																																																	
6	Claridad de la informacion recibida.																																																																	
7	Coordinacion de la actividad.																																																																	
8	Presentacion del equipo de trabajo.																																																																	
9	Diversidad de video juegos.																																																																	
10	Satisfaccion general de la actividad.																																																																	
26	11 El tiempo de duracion de la actividad le parecio adecuado? Si ☐ No ☐ Porque en ambos casos?																																																																	
29	12 Volveria ustea a participar en otra actividad organizada por Si ☐ No ☐ Porque en ambos casos?																																																																	
32	13 Recomendaria usted a otra (s) personas esta actividad par Si ☐ No ☐ Porque en ambos casos?																																																																	

NOTA: Fuente elaboración propia

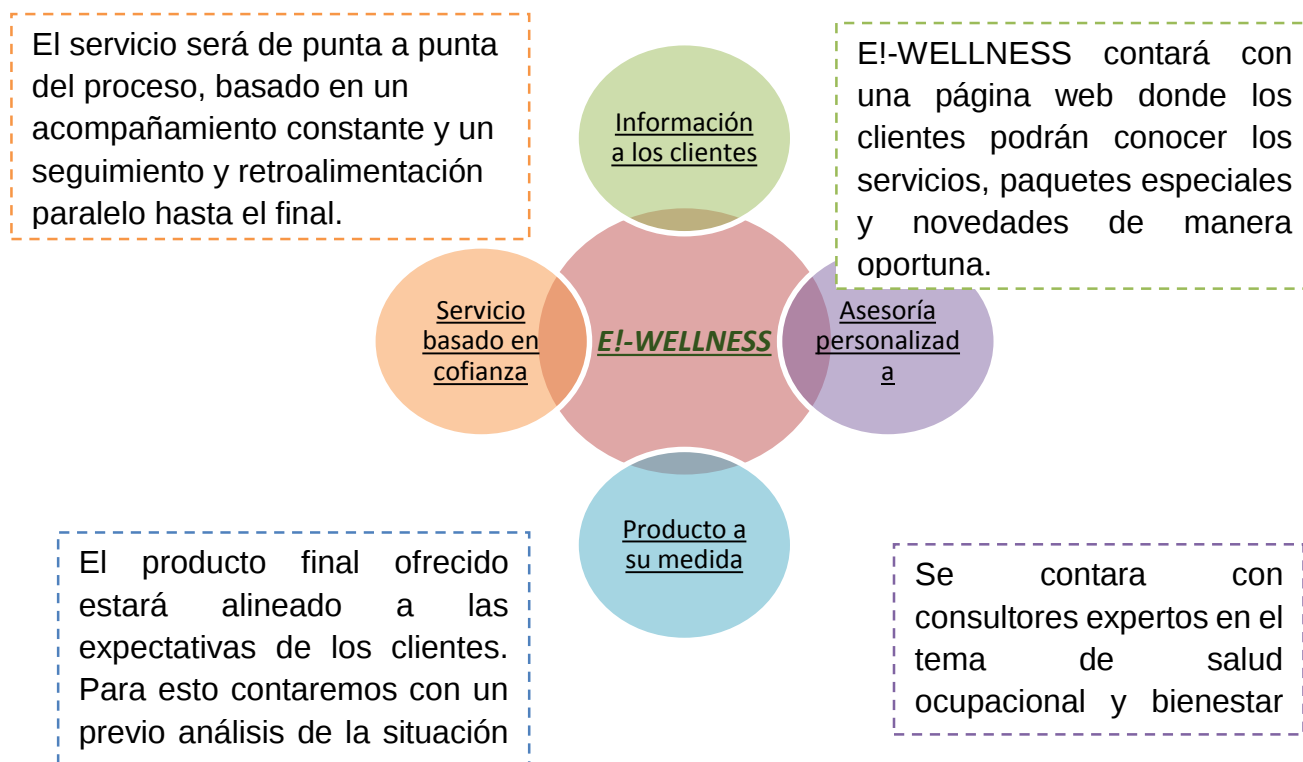
Para terminar el especialista encargado del evento realizará el análisis y desarrollará el informe para entregar a la empresa contratante.

5.5.1 Flor del servicio

De acuerdo al concepto suministrado por la “Flor del Servicio”, nos permite identificar cual es el servicio esencial rodeado por los grupos de servicios suplementarios (Wirtz, 2011 2da Edicion), identificando los siguientes:

El servicio esencial estará enfocado en atender necesidades puntuales de bienestar y salud ocupacional de las empresas, con el desarrollo de eventos que emplean plataformas tecnológicas donde la herramienta principal es el videojuego.

Figura 16. FLOR DEL SERVICIO DE E!-WELLNESS



Fuente: Elaboración propia toma del libro “Administración del Servicio” (Wirtz, 2011 2da Edicion).

Procesos de Información

- **Información:** E!-WELLNESS contará con una página web donde los clientes podrán conocer nuestros servicios, paquetes especiales y novedades de manera oportuna.
- **Consulta:** E!-WELLNESS contará con el servicio de correo electrónico y atención telefónica donde el cliente podrá acceder para conocer o resolver inquietudes con respecto al servicio.
- **Toma de pedidos:** Únicamente se realizará a través de la Caja de Compensación, la empresa interesada en contar con los servicios de E!-WELLNESS deberá hacer la solicitud formal por medio de ella.
- **Atención al cliente:** El servicio será de punta a punta del proceso, basado en un acompañamiento constante, un seguimiento y retroalimentación paralelo hasta el final.

Procesos Físicos

- **Facturación:** La factura se pasará directamente a la Caja de Compensación inmediatamente finalizado el servicio.
- **Pago:** E!-WELLNESS recibirá el pago de acuerdo a los lineamientos que tengan las cajas de compensación para pagarles a sus diversos proveedores.

5.5.2 *Uso del servicio*

El uso de los servicios se sustenta en la necesidad que presentan las empresas Bogotanas que desarrollan programas de salud ocupacional, según ley 9 de 1979 y las resoluciones 1016 y 2646, y de bienestar laboral justificados en el artículo 9 de la ley 1616 de 2013 que promueve la “*Promoción de la Salud Mental y Prevención del Trastorno Mental en el Ámbito Laboral*”; para ello, E!-WELLNESS propone la prestación de 2 tipos de servicio que suministran a las empresas el diseño de una solución a la medida, por medio del diagnóstico, análisis, desarrollo y evaluación de la necesidad organizacional como apoyo al desarrollo del Plan de Salud Ocupacional y/o de Bienestar Laboral que les interesa adelantar involucrando una solución lúdica, innovadora y con un método que asegura grandes y efectivos resultados.

Basados en esto, definimos nuestra oferta de valor al emplear el entretenimiento digital y de videojuegos interactivos y la teoría del aprendizaje experiencial, que implica el uso de estilos de aprendizaje en los adultos con el uso de recursos tecnológicos y el juego que propician comportamientos de autoconfianza y libertad.

El uso del servicio **Desarrollo Actividades de Salud Ocupacional**, apoyara procesos de salud ocupacional como Pausas Activas y Pausas Interactivas, mientras que el servicio **Desarrollo Actividades de Bienestar Laboral** apoyaran el desarrollo de actividades que fortalezcan el clima laboral, la motivación, el compromiso y el trabajo en equipo, como Jornadas lúdicas, Eventos de bienestar e integración y Torneos de cybergames.

5.6 Modelo de Auditoría del Servicio

El modelo de auditoría del servicio que E!-WELLNESS define, posee los siguientes objetivos:

- Determinar los momentos de verdad claves para el cliente.
- Jerarquizar los atributos que hacen parte de esos momentos de verdad.
- Evaluar el impacto que cada momento de verdad tiene en el cliente.
- Conocer si la propuesta de valor de la organización se está cumpliendo.
- Mejorar la calidad del servicio ofrecido.

Para ello, se establecen los siguientes momentos de verdad, resultado del análisis del diagrama de flujo causa y efecto, identifica 5 momentos de verdad con el cliente:

- a. **Contacto inicial:** El primero es el momento en el que alguna de las Cajas de Compensación nos contacta para pedirnos que las apoyemos con la prestación del servicio en una de las empresas afiliadas a la misma.

En esta fase E!-WELLNESS solicita a la Caja información general de la empresa para analizar las generalidades que la componen (sector, número de empleados, necesidad requerida) para poder hacer un previo análisis.

- b. El segundo momento de verdad es la **Visita** que se realiza a la empresa con el objetivo de entender a profundidad la necesidad del cliente y poder hacer una investigación más exhaustiva sobre los antecedentes que pueden estar generando la situación a trabajar,

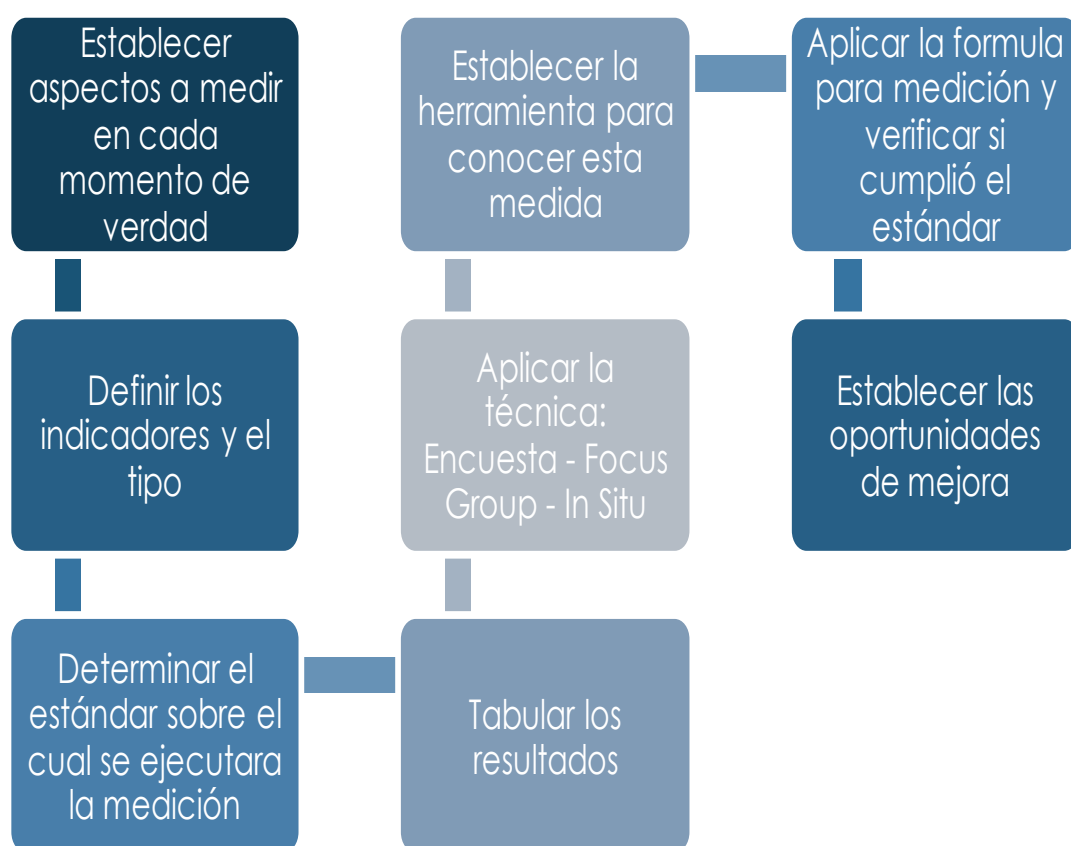
esto con el fin de poder acoplar de manera adecuada la propuesta que se le presentará posteriormente.

- c. Para el tercer momento que es la Presentación de la **Propuesta de la actividad y la Propuesta Económica**, la empresa le entrega al cliente un informe con el análisis previo de la situación actual, la recomendación a seguir frente a qué tipo de pausas activas a través de actividades de Video Juegos se debe trabajar, como medio para mejorar el aspecto de salud laboral que tenga débil.
- d. Si la propuesta es aprobada se llega al momento de verdad No 4, donde E!-WELLNESS inicia todo el **proceso logístico y de montaje del evento** a realizar en la empresa. En esta etapa las áreas administrativas y operativas de la Compañía son involucradas en el proceso para alinearlas y para que la prestación del servicio salga acorde a la propuesta presentada al cliente.
- e. El último momento de verdad que se tiene con la Caja es cuando se realiza el **Informe Final** con las recomendaciones a seguir después de haber realizado la actividad en la empresa y poder haber analizado cuáles son los pasos a seguir para que la empresa pueda seguir trabajando y fortaleciendo, de manera autónoma, sobre la salud laboral de sus empleados.

5.6.1 Índices de Satisfacción

Para la empresa es muy importante estructurar para cada momento de verdad unos índices de satisfacción que nos permitan identificar las oportunidades y fortalecer las debilidades en el proceso de servicio entregado al cliente.

Figura 17. Proceso de servicio de E!.- WELLNESS



NOTA: Fuente elaboración propia

Tabla 17. Momentos de verdad e indicadores

MOMENTO DE VERDAD	INDICADOR	OBJETIVO DE LA MUESTRA	ESTANDAR
CONTACTO CAJA DE COMPENSACION			
1. Oportunidad en la atencion de la solicitud	Numero de Solicitudes atendidas oportunamente/ Numero total de solicitudes atendidas	Actitud de servicio, conocimiento de la solucion y cumplimiento del plazo establecido	Mayor o igual al 95%
2. Propuestas de calidad y alineadas a la necesidad del cliente			
3. Asesoría y experiencia de nuestro personal			
VISITA AL CLIENTE			
1. Presentación de un servicio innovador y alineado a las necesidades del cliente	1- Numero de Visitas que concretaron una propuesta/ numero de visitas realizadas	Permite establecer la efectividad de la visita al cliente garantizando que toda la informacion necesaria sea obtenida con eficacia y eficiencia	Mayor o Igual al 95%
2. Percepcion del cliente sobre la asesoria del personal de la empresa	2- Numero de casos presentados por visitas repetidas para elaborar una propuesta/total de visitas realizadas		Menor o gual al 5%
3. Amabilidad y trato del equipo de trabajo			
PRESENTACION DE LA PROPUESTA			
1. Tiempo de entrega de la propuesta	1- Numero de propuestas aceptadas/ numero de propuestas realizadas	Cumplimiento del plazo establecido	Mayor o igual al 90%
2. Calidad de la propuesta	2- Numero acumulado de no conformidades /numero total de propuestas		Menor o igual al 10%
DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD			
1. Satisfaccion general de la actividad	1- Numero de actividades iniciadas puntualmente/numero total de actividades realizadas 2- Numero de personas que calificaron excelente la actividad/ numero total de participantes	Mide el desempeño general de la actividad velando por el cuidado de los estandares minimos de calidad a tener en cuenta durante el desarrollo de la misma	Mayor o igual al 90%
2.Calidad de la actividad			
3. Ambientacion y decoracion			
4. Calidad de los videojuegos, tecnologia utilizada			
5. Experiencia de los empleados			
6.Amabilidad			
INFORME FINAL			
1. Oportunidad en la entrega	1- Numero de clientes satisfechos con los resultados/ numero total de clientes	Identifica si el servicio prestado cubrio las expectativas, habilitando posibilidades de recompra asi como la buena referencia del servicio recibido por el voz a voz.	Mayor o igual al 90%
2. Calidad del informe	2- Numero de personas que nos recomendarian/numero total de encuestados		Mayor o igual al 90%
3. Asesoría y experiencia			
4. Confianza en la empresa			

NOTA: Fuente elaboración propia

5.7 Necesidades y Requerimientos

5.7.1 Características de la tecnología

Como parte de esta nueva oferta, **E-Wellness** se apoya en una plataforma tecnológica con desarrollo de punta y la tecnología más avanzada que genera procesos de interacción entre una mini computadora y el participante de la actividad; donde estamos hablando de los **Video Juegos**, que finalmente a través de las consolas, proporcionan nuestro insumo principal para el desarrollo de actividades, para ello se requiere:

Plataformas de entretenimiento digital conformadas por Televisor LCD de 42 pulgadas, consola de videojuegos interactivos Xbox Kinect, Nintendo Wii o Sony Play Station, gama de videojuegos por fabricante seleccionados de acuerdo a la actividad, controles y accesorios para su instalación.

El sistema funciona de una manera muy sencilla y utilizando el ultimo sistema de interacción tecnológico con videojuegos se planean y desarrollan las actividades con juegos o simuladores que permitan al participante interactuar con el video juego de manera individual o colectiva y se incorporen paso a paso los procesos y parámetros establecidos por gestión humana para tal fin.

También está integrada por el diseño e implementación del portal de la empresa que contiene la imagen organizacional de E!-WELLNESS, así como la presentación de los servicios contenidos en un book virtual que facilitara el acceso de los clientes a la información de servicios de actividades para salud ocupacional y bienestar laboral y el portafolio de opciones establecidas para atenderlas.

Adicionalmente, este portal brindara la posibilidad de un contacto directo habilitando la comunicación vía correo electrónico, blog y/o chat para la prestación de servicios.

5.7.2 Materias Primas, Suministros e Infraestructura

- E!-WELLNESS se hace cargo de toda la logística sin sobre costo para el traslado dentro del perímetro urbano de los equipos y las adecuaciones necesarias para el desarrollo de la actividad en el lugar y espacio donde la empresa lo decida.
- Para ello se requiere un vehículo tipo Carry, conductor para su manejo, el personal técnico encargado del mantenimiento, instalación y soporte de las plataformas tecnológicas, técnicos para adecuaciones físicas como el cableado, la energía regulada, la iluminación, entre otros.
- Especialistas en desarrollo de programas de gestión humana y salud ocupacional para el diagnóstico, análisis, diseño y evaluación de actividades de apoyo para Salud Ocupacional y Bienestar laboral.
- Personal administrativo para la atención de los procesos de contacto inicial y de postventa de los clientes así como de la administración del personal y la nómina.

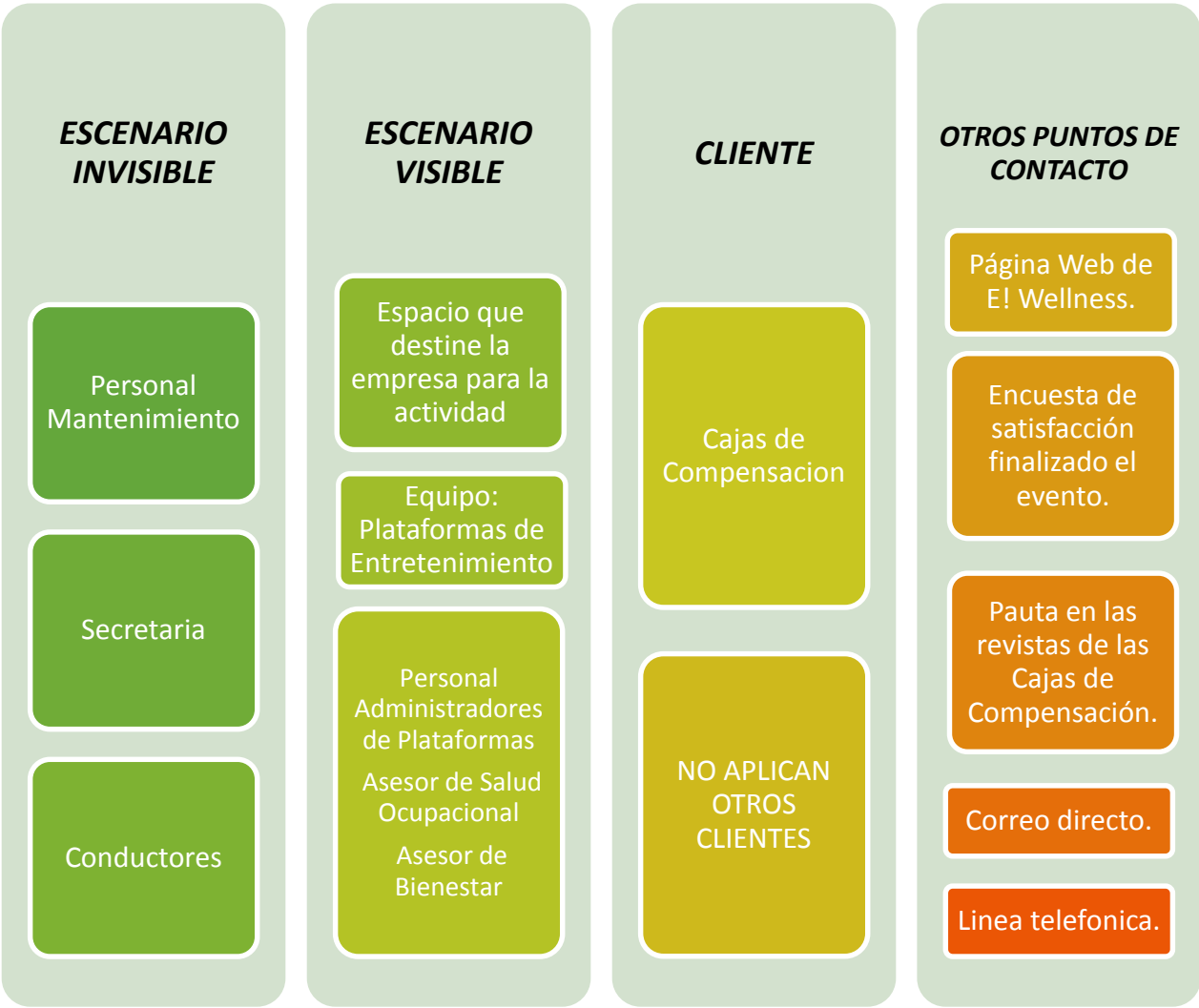
Es importante que la integración de recursos como instalaciones físicas, equipos y el trabajo tanto físico como mental del personal de servicio son parte fundamental de la prestación del mismo.

Un elevado contacto del personal para la prestación del servicio exige que sean los actores que desempeñan un papel de entrega, por lo tanto los empleados deben ser individuos que sean flexibles, informados, expresivos,

capacitados, leales, creativos y capaces de dar lo mejor de sí sin ser supervisados.

5.8 Escenario Visible y Escenario Invisible (INFRAESTRUCTURA)

Figura 18. Representación del Sistema de Entrega de Servicio de Alto Contacto



NOTA: Elaboración propia tomada de (Wirtz, 2011 2da Edicion)

5.8.1 Escenario invisible:

E!-WELLNESS contará con personal técnico que se encargará del mantenimiento y soporte de las plataformas tecnológicas y velará por las garantías de los equipos. Tendremos una persona que apoyará las labores administrativas y de servicio al cliente. Los conductores apoyarán la labor de transporte de las plataformas al lugar que la empresa disponga y posteriormente las devolverán a la bodega.

5.8.2 Escenario visible:

E!-WELLNESS dispondrá toda la logística requerida para llevar y adecuar el servicio donde la empresa lo disponga. Se contará con las plataformas tecnológicas (TV, Consolas de Videojuegos, Controles, Juegos) controladas y manejadas por personal calificado para ponerlas en marcha. Todos los eventos realizados en las empresas serán manejados por personal calificado y experto según la necesidad del cliente, es decir Asesores en Salud Ocupacional o Expertos en Bienestar Empresarial.

- Cliente

Las Cajas de Compensación de Bogotá (Cafam, Colsubsidio y Compensar) serán los únicos clientes de E!-WELLNESS. Cualquier empresa de la ciudad interesada en acceder a los servicios de la compañía deberá contactar y contratar únicamente a través de las Cajas.

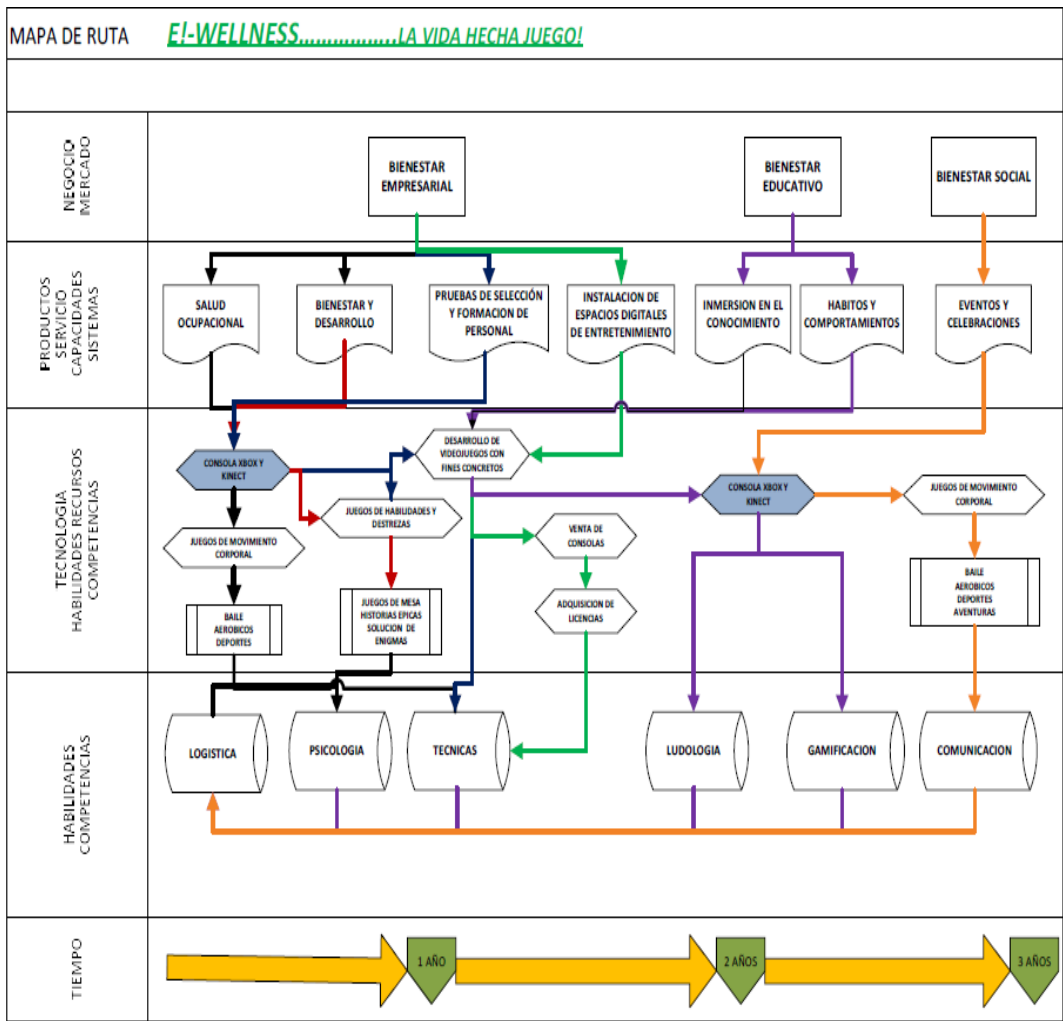
- Otros Puntos de Contacto

E!-WELLNESS utilizará varios medios para que los clientes conozcan y con los que se pueda comunicar directamente con la empresa. Entre los puntos de contacto estarán la página web, piezas publicitarias en medios especializados, línea telefónica, correo directo y finalizado cada evento se realizará una encuesta de satisfacción para conocer la opinión del cliente final.

5.9 Procesos de Investigación y Desarrollo

Por medio del uso de la técnica del “Road Mapping”, que *“permite **dibujar una estrategia de innovación a largo plazo y refleja los caminos que guían al destino deseado mediante marcos de actuación, como caminos estratégicos de innovación que permiten orientar el desarrollo tecnológico a los objetivos de mercado**”* (IKERLAN, Centro de Investigaciones Tecnológicas, 2007), se diseña el siguiente proceso de innovación a los servicios que E!-WELLNESS ofrece actualmente y que representamos así:

Figura 19. Mapa de Ruta



NOTA: Fuente elaboración propia

En este mapa se evidencia que con los servicios se incursiona en el bienestar empresarial, apoyando programas de salud ocupacional y bienestar laboral inicialmente, y que al proyectar esta misma línea de servicios en el tiempo, se puede a través de estas soluciones posteriormente apoyar procesos de selección del personal y el servicio de adecuación de espacios de entretenimiento propios en las instalaciones de las empresas.

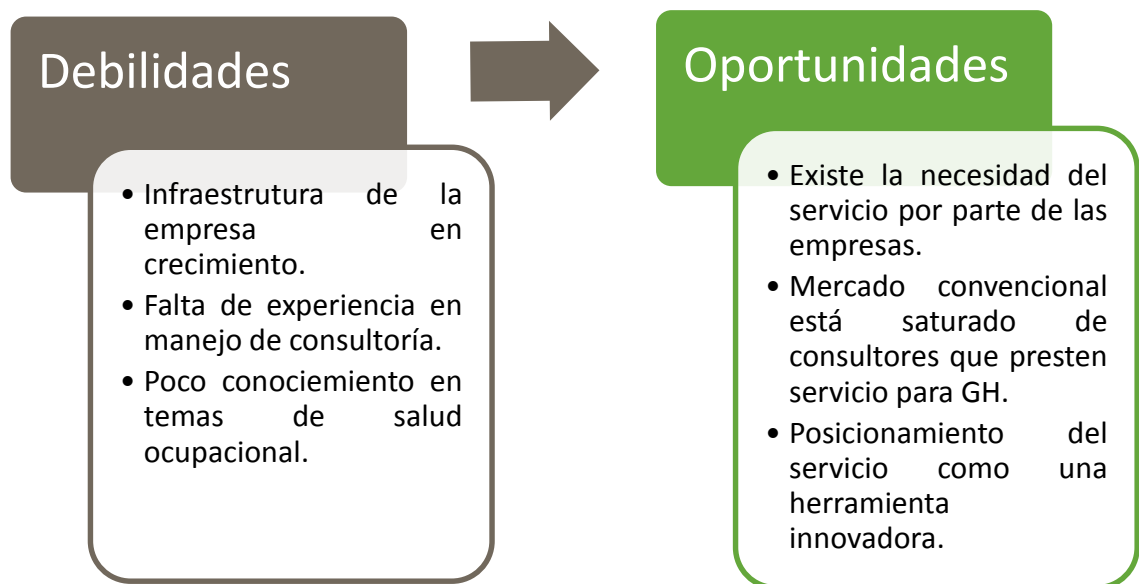
El Bienestar Educativo y Bienestar Social son parte de la proyección de líneas de servicio, que enmarcadas en la misma filosofía, apoyaran nuevas oportunidades de negocio, que tanto los avances tecnológicos en entretenimiento digital con videojuegos interactivos, como las garantías y oportunidades de incursión en la entrega de soluciones para desarrollar procesos de aprendizaje que brinda el juego.

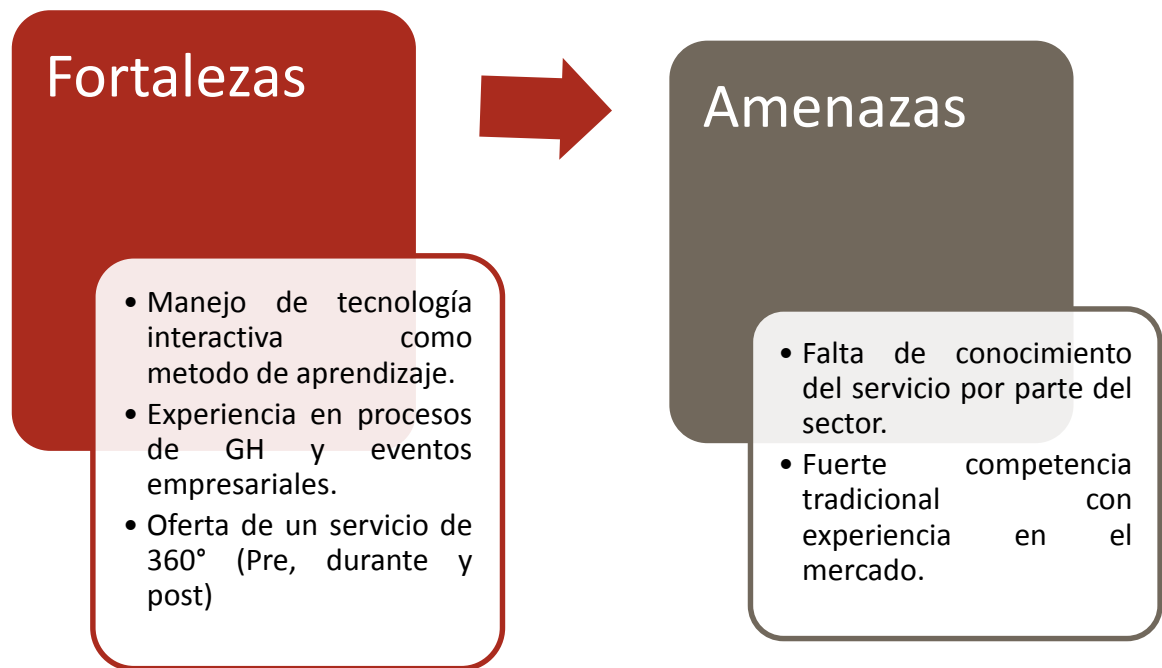
CAPITULO VI

6 ORGANIZACIONAL

6.1 DOFA de E-WELLNESS

Figura 20. Estrategia organizacional DOFA





6.1.1 Estrategias Derivadas del DOFA

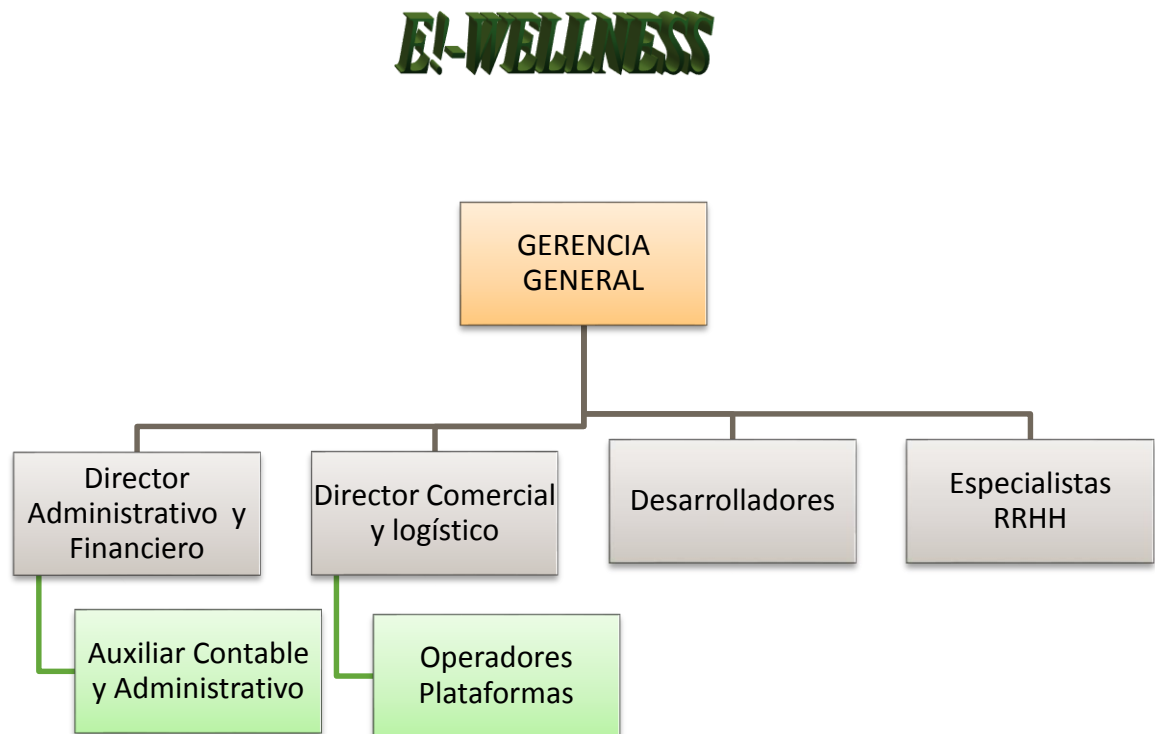
Teniendo en cuenta el resultado del análisis DOFA, se trabajará en las siguientes estrategias que permitirán aprovechar las oportunidades y mejorar las debilidades aprovechando las fortalezas que se tienen frente al mercado y frente a la competencia directa e indirecta.

Tabla 18. Estrategias derivadas del DOFA.

FUERZAS – F		DEBILIDADES – D
OPORTUNIDADES – O	- Aprovecharemos la oferta innovadora del manejo de los videos juegos interactivos para atacar la necesidad que tienen las compañías actualmente. - Ofreceremos a las empresas de Bogotá una propuesta interactiva que se diferencie de las propuestas de las consultorías convencionales.	Mantener un aprendizaje constante sobre: Los servicios de RRHH y el desarrollo de nuevas tecnologías virtuales que nos permitan estar a la vanguardia y ofrecer una asesoría efectiva a nuestros clientes.
AMENAZAS – A	Utilizaremos nuestra experiencia en los diferentes puntos que componen nuestra oferta de valor para diferenciarnos de la consultoría organizacional y agregar valor a las empresas desde un contexto nuevo: - Experiencia en manejo de eventos empresariales. (nos permite ofrecer eventos de excelente calidad) - Conocimiento en procesos tecnológicos (nos permite innovar constantemente en el desarrollo de nuevas ofertas virtuales) - Trayectoria en diferentes procesos de RRHH (Nos da el conocimiento real de las necesidades de nuestros potenciales clientes frente a los procesos de Bienestar y Salud Ocupacional.	NA

6.2 Estructura Organizacional

Figura 21. Estructura organizacional



Su estructura es: La Gerencia General y dos direcciones, a saber: Director Administrativo y Financiero, quién tendrá un auxiliar a cargo que lo apoyará en todos los temas administrativos, y el Director Comercial y Logístico quien liderará el equipo de operadores de las plataformas en cada evento. Adicional se tendrán a los ingenieros Desarrolladores que serán los encargados de elaborar los juegos que solicitan las empresas.

Además, con el objetivo de alcanzar los mejores niveles de operación y obtener el reconocimiento del desempeño de cada proceso, se contara con el

apoyo por prestación de servicios de personal especializado en temas de SISO (terapeutas), bienestar y desarrollo (psicólogos) con quienes se contara para la ejecución de las actividades a tiempo parcial.

Independiente de la variación del personal vinculado, para cada actividad se crea un equipo de trabajo conformado por todas las áreas inherentes a la oferta de servicio, para asegurar que se cumpla el debido ciclo de servicio brindado en las soluciones.

6.2.1 Manual de funciones de los cargos

Tabla 19. Manual de funciones

NOMBRE DEL CARGO:	Gerente General	CATEGORIA:	Profesional con especialización
1 MISION DEL CARGO			
Liderar el desarrollo estrategias que permitan a la Compañía ofrecer a los clientes soluciones virtuales alineadas a sus necesidades y liderar los equipos interdisciplinarios para que			
2 FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES			
1- Asesorar a las compañías en el desarrollo de programas de Bienestar y Salud ocupacional alineados a sus necesidades. Diseñar e implementar campañas de comunicación institucionales. 2- Generar estrategias que permitan desarrollar y abrir nuevas posibilidades de mercado para la Compañía. 3- Liderar el equipo de trabajo.			
3 COMPETENCIAS, ACTITUDES Y APTITUDES DEL CARGO			
Comunicación Efectiva Liderazgo Incluyente Capacidad de Trabajo en equipo Actitud Comercial			
4 CONOCIMIENTOS PROFESIONALES Y EXPERIENCIA			
Profesional en carreras afines a las áreas administrativas. Experiencia mínimo de 5 años liderando procesos de RRHH.			

NOMBRE DEL CARGO:	Director Financiero y Administrativo	CATEGORIA:	Profesional con especialización
1. MISION DEL CARGO			
Administrar y controlar los dineros generados por los servicios prestados a nuestros clientes.			
2. FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES			
1. Estructurar las herramientas financieras adecuadas para administrar adecuada mente los recursos de la Compañía. 2. Administrar los recursos físicos y monetarios de la Empresa. 3. Controlar el P&G y flujo de caja. 4. Liderar el equipo de trabajo del área financiera.			
3. COMPETENCIAS, ACTITUDES Y APTITUDES DEL CARGO			
Comunicación Efectiva Liderazgo Incluyente Agilidad numérica			
4. CONOCIMIENTOS PROFESIONALES Y EXPERIENCIA			
Profesional en carreras afines al área financiera. Experiencia mínimo de 5 años liderando procesos de contabilidad y finanzas.			

NOMBRE DEL CARGO:	Director Comercial y de Logística	CATEGORIA:	Profesional con especialización
1. MISION DEL CARGO			
Administrar y liderar ejecución de los programas de Bienestar y Salud Ocupacional desarrollados para nuestros clientes.			
2. FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES			
3. Manejar relaciones con los proveedores logísticos. 4. Planear la logística acorde para cada programa. 5. Liderar el equipo de trabajo del área.			
3 COMPETENCIAS, ACTITUDES Y APTITUDES DEL CARGO			
Comunicación Efectiva Liderazgo Incluyente Manejo de Relaciones interpersonales			
5. CONOCIMIENTOS PROFESIONALES Y EXPERIENCIA			
Profesional en carreras afines al área administrativa y Mercadeo. Experiencia mínimo de 5 años liderando Eventos Organizacionales.			

NOMBRE DEL CARGO:	Auxiliar Financiero y administrativo	CATEGORIA:	Técnico en contabilidad
1. MISION DEL CARGO			
Apoyar el manejo contable de la empresa.			
2. FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES			
6. Apoyar las tareas administrativas de la empresa. 7. Mantener actualizado el control de gastos y el flujo de caja.			
3. COMPETENCIAS, ACTITUDES Y APTITUDES DEL CARGO			
Comunicación Efectiva Actitud de servicio Agilidad numérica			
4. CONOCIMIENTOS PROFESIONALES Y EXPERIENCIA			
Tecnólogo en contabilidad o finanzas. Experiencia mínimo de 1 año en áreas contables. Manejo de Excel avanzado.			

NOMBRE DEL CARGO:	Operador Plataformas	CATEGORIA:	Técnico
5. MISION DEL CARGO			
Manejar las plataformas tecnológicas donde se desarrollarán los videos juegos.			
6. FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES			
Controlar que funcionen adecuadamente los equipos donde se proyectarán los videos juegos.			
7. COMPETENCIAS, ACTITUDES Y APTITUDES DEL CARGO			
Actitud de servicio Trabajo en Equipo Proactividad			
8. CONOCIMIENTOS PROFESIONALES Y EXPERIENCIA			
Tecnólogo en Sistemas. Experiencia mínimo de 1 año en manejo de plataformas tecnológicas.			

NOMBRE DEL CARGO:	Recreador	CATEGORIA:	Estudiante de universidad
9. MISION DEL CARGO			
Apoyar la animación de los eventos.			
10. FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES			
1. Desarrollar actividades que animen a las personas a participar.			
2. COMPETENCIAS, ACTITUDES Y APTITUDES DEL CARGO			
Comunicación Efectiva Actitud de servicio Creatividad			
3. CONOCIMIENTOS PROFESIONALES Y EXPERIENCIA			
Estudiante en formación.			

NOMBRE DEL CARGO:	Desarrollador Tecnológico	CATEGORIA:	Ingeniero de sistemas
11. MISION DEL CARGO			
Desarrollar juegos virtuales interactivos alineados a las necesidades del mercado.			
12. FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES			
1. Desarrollar juegos virtuales. 2. Crear nuevas opciones virtuales para cubrir las necesidades de los clientes.			
4. COMPETENCIAS, ACTITUDES Y APTITUDES DEL CARGO			
Actitud de servicio Creatividad			
5. CONOCIMIENTOS PROFESIONALES Y EXPERIENCIA			
Ingeniero de sistemas, experto en desarrollo de video juegos Experiencia mínima de 3 años en desarrollo.			

NOMBRE DEL CARGO:	Especialista RRHH	CATEGORIA:	Profesional
3. MISION DEL CARGO			
Asesorar a nuestros clientes en el desarrollo de programas de bienestar y salud ocupacional adecuados a sus necesidades			
4. FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES			
Analizar, desarrollar y ejecutar los planes ofrecidos a los clientes.			
6. COMPETENCIAS, ACTITUDES Y APTITUDES DEL CARGO			
Capacidad de análisis Actitud de servicio Foco externo			
7. CONOCIMIENTOS PROFESIONALES Y EXPERIENCIA			
Profesional en RRHH. Experiencia mínima de 3 años en áreas de Salud Ocupacional y Bienestar			

6.3 Costos Administrativos

6.3.1 Administración De Sueldos Y Salarios.

Para la prestación de servicios se mantendrá un grupo de especialistas en RRHH quienes trabajarán específicamente en los eventos que E!-WELLNESS preste a sus clientes, por lo tanto su remuneración será de acuerdo al tiempo de participación en el desarrollo de la solución integral de servicios.

La base fundamental para mantener la oferta de valor es contar con el apoyo de un grupo de profesionales especializados en áreas como:

- La financiera que permitirá desarrollar una oferta económica adecuada a las necesidades de los empresarios colombianos.
- La parte comercial estará a cargo de una persona que con su experiencia y relaciones de valor con los clientes abrirá las puertas en los diferentes sectores industriales de Bogotá.
- El objetivo de la gerencia será liderar las diferentes estrategias de crecimiento y masificación del servicio que ofreceremos.
- Por último, se encuentran los desarrolladores, quienes serán fundamentales para poder llevar a la realidad los programas de bienestar y salud ocupacional.

Para poder asesorar a las empresas de manera correcta y entregarle el programa adecuado, este equipo de profesionales, cada uno experto en su rama, será fundamental para cumplir con el objetivo, esto ya que en gran parte nuestro servicio está basado en la capacidad de asesoramiento y experiencia que tenga la empresa, y esto solo lo logra un equipo calificado.

Tabla 20. Remuneración personas base en la empresa

<i>Concepto</i>	<i>Sueldo</i>	<i>Carga prestacional</i>	<i>Nomina Mensual</i>	<i>Nomina Anual</i>
Gerente	4.000.000,00	2.093.200,00	6.093.200,00	73.118.400,00
Director financiero y administrativo	3.000.000,00	1.569.900,00	4.569.900,00	54.838.800,00
Director comercial y logístico	3.000.000,00	1.569.900,00	4.569.900,00	54.838.800,00
Desarrollador tecnológico	2.000.000,00	1.046.600,00	3.046.600,00	36.559.200,00
Auxiliar financiero y administrativo	700.000,00	366.310,00	1.066.310,00	12.795.720,00
	\$ 12.700.000,00	\$ 6.645.910,00	\$ 19.345.910,00	\$ 232.150.920,00

NOTA: Fuente elaboración propia

6.3.2 Gastos de Puesta en Marcha

Se realizará una inversión inicial dividida en los siguientes ítems:

Capital de 10.000.000. Donde cada socio invertirá 3.333.333 millones de pesos y se solicitará un préstamo de libre inversión por valor de 35.000.000 millones de pesos, este dinero se destinará para:

Tabla 21. Gastos de puesta en marcha

INVERSION INICIAL	
Equipos	
Pantallas	\$ 6.000.000,00
xbox – kinect	\$ 6.000.000,00
mueble	\$ 3.000.000,00
PC	\$ 1.600.000,00
Branding(marca-slogan-imagen corporativa)	\$ 3.000.000,00
página web	\$ 5.000.000,00
pauta en revistas	\$ 2.000.000,00
Desarrollo de juegos	\$ 5.000.000,00
Papelería (folletos-tarjetas-brotchure)	\$ 1.000.000,00
Gastos Legales	\$ 400.000,00
Camioneta Carry 2007	\$ 12.000.000,00
Inversion inicial	\$ 45.000.000,00

NOTA: Fuente elaboración propia

CAPÍTULO VII

7 FINANZAS

7.1 Bases de Proyección

A continuación se presentan las variables involucradas en el proceso de simulación financiera para E!-WELLNESS.

Tabla 22. Bases de proyección

Bases de Proyeccion		
<u>INVERSION INICIAL</u>		
Equipos		
Pantallas	\$ 6.000.000,00	
xbox – kinect	\$ 6.000.000,00	
mueble	\$ 3.000.000,00	
PC	\$ 1.600.000,00	
Branding(marca-slogan-imagen corporativa)	\$ 3.000.000,00	
página web	\$ 5.000.000,00	
pauta en revistas	\$ 2.000.000,00	
Desarrollo de juegos	\$ 5.000.000,00	
Papelería (folletos-tarjetas-brotchure)	\$ 1.000.000,00	
Gastos Legales	\$ 400.000,00	
Camioneta Carry 2007	\$ 12.000.000,00	
Inversion inicial	\$ 45.000.000,00	
<u>Políticas de Capital de trabajo</u>		
a) Materias Primas		0 días
b) Productos en Procesos		días
c) Productos Terminados		días
d) Cuentas por Cobrar		45 días
e) Cuentas por Pagar		días
f) GTPPP		
g) Ciclo operativo		45
h) Ciclo de efectivo		45
<u>HORIZONTE DE TIEMPO</u>		
Vida Util		5 Años
Depreciación		5 Años
Amortizacion Diferida		0 Años
<u>TASA INTERNA DE OPORTUNIDAD</u>		
TIO		28% E.A.
INFLACION		4% E.A.
Crecimiento del Sector Servicios		4,60%
Tasa de Ahorro		3,90%

7.2 Proyección de ventas

Tabla 23. Proyección de Ventas

Producto (Eventos de Bienestar)	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precio Unitario	\$ 30.000,00	\$ 31.200,00	\$ 32.448,00	\$ 33.745,92	\$ 35.095,76
# Unidades	16.200	16.945	17.725	18.540	19.393
Ventas Años Totales	\$ 486.000.000,00	\$ 528.690.240,00	\$ 575.130.390,68	\$ 625.649.844,20	\$ 680.606.926,51

La proyección de ventas para los próximos cinco años de E!-WELLNESS está basado en dos puntos importantes: el porcentaje de crecimiento del sector de servicios anual (4,60%) y el valor de la inflación (4%).

La empresa se enfocará durante los próximos cinco años en el segmento de mercado de empresas medianas de la capital del país, público que después de haber hecho un análisis está dispuesto a para un promedio de \$30.000 pesos por persona en cada programa que se le desarrolle.

Con un crecimiento del 4,6% anualmente, se cubrirá una buena porción del mercado de las empresas medianas afiliadas a las Cajas de Compensación de Bogotá y se obtendrá un presupuesto de ventas, en el primer año de 486.000.000 millones de pesos.

7.3 Proyección de Costos

La proyección de costos es lo que permitirá evaluar realmente, después de tener el valor invertido en equipos y la mano de obra necesaria para entregar el servicio, cuál es el precio adecuado para el servicio que se ofrecerá. Para ello se analizara cada uno de los costos involucrados en el proceso:

7.3.1 Proyección de Costos Mano de Obra Directa

El presupuesto de costo de mano de obra directa está proyectado bajo un incremento del 4% anual en los costos.

Tabla 24. Presupuesto de costos de mano de obra

Mano Obra Directa	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Numero de Operarios	4	4	4	4	4
Salario por Operario (Mensual)	600.000,00	624.000,00	648.960,00	674.918,40	701.915,14
Auxilio de transporte	70.800,00	73.632,00	76.577,28	79.640,37	82.825,99
Carga Prestacional (Mensual)	351.029,64	365.070,83	379.673,66	394.860,60	410.655,03
Por Empleado	1.021.829,64	1.062.702,83	1.105.210,94	1.149.419,38	1.195.396,15
Valor Nomina Mensual	4.087.318,56	4.250.811,30	4.420.843,75	4.597.677,50	4.781.584,60
Valor Nomina Anual	49.047.822,72	51.009.735,63	53.050.125,05	55.172.130,06	57.379.015,26

7.3.2 Presupuesto Costos Indirectos de Operación

Para realizar el presupuesto de los costos indirectos de operación, se obtuvieron los costos para el primer año, incluyendo aquellos costos que se prorratean con los gastos de administración.

Después de obtener estos costos totales se realizó una proyección de incremento del 4% de inflación para los siguientes años obteniendo así el presupuesto.

Tabla 25. Descripción presupuesto costos indirectos

<i>Concepto</i>	<i>Año 1</i>	<i>Año 2</i>	<i>Año 3</i>	<i>Año 4</i>	<i>Año 5</i>
Arrendamiento Bodega	7.200.000,00	7.488.000,00	7.787.520,00	8.099.020,80	8.422.981,63
Aseo y Vigilancia	12.000.000,00	12.480.000,00	12.979.200,00	13.498.368,00	14.038.302,72
Servicios (Agua, Telefono, Luz	3.000.000,00	3.120.000,00	3.244.800,00	3.374.592,00	3.509.575,68
Seguros	1.000.000,00	1.040.000,00	1.081.600,00	1.124.864,00	1.169.858,56
Mano de Obra Indirecta_Supl	36.559.200,00	38.021.568,00	39.542.430,72	41.124.127,95	42.769.093,07
Mantenimiento	1.800.000,00	1.872.000,00	1.946.880,00	2.024.755,20	2.105.745,41
Total CIF Fijos	61.559.200,00	64.021.568,00	66.582.430,72	69.245.727,95	72.015.557,07

7.3.3 Proyección Costos Variables

En cuanto a los costos en los que se incurrirán como apoyo al desarrollo de cada evento, están los costos del automotor que se utilizara para transportar los equipos, teniendo en cuenta un promedio de dos viajes diarios, durante los 20 días hábiles de cada mes.

Tabla 26. Proyección costos variables

<i>Concepto</i>	<i>Año 1</i>	<i>Año 2</i>	<i>Año 3</i>	<i>Año 4</i>	<i>Año 5</i>
Costo gasolina por viaje	12.000,00	12.480,00	12.979,20	13.498,37	14.038,30
Viajes al mes	24,00	24,00	24,00	24,00	24,00
meses	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
Transporte	3.456.000,00	3.594.240,00	3.738.009,60	3.887.529,98	4.043.031,18
Total Cif Variabels	3.456.012,00	3.594.252,00	3.738.021,60	3.887.541,98	4.043.043,18

7.4 Proyección de Gastos

7.4.1 Gastos de Administración y Ventas

Los gastos de administración son los generados específicamente por la nómina de los profesionales especializados que se necesitaran para poder asesorar de manera efectiva a las empresas a las que se les hará consultoría.

Es importante resaltar que la base fundamental para el cumplimiento de la promesa de valor esta en el desarrollo de una excelente propuesta que posteriormente al verla plasmada en el evento en sí, agregue valor a los empleados de cada empresa que se intervenga con el servicio.

Tabla 27. Nomina Anual

<i>Concepto</i>	<i>Sueldo</i>	<i>Carga prestacional</i>	<i>Nomina Mensual</i>	<i>Nomina Anual</i>
Gerente	4.000.000,00	2.093.200,00	6.093.200,00	73.118.400,00
Director financiero y adminis	3.000.000,00	1.569.900,00	4.569.900,00	54.838.800,00
Director comercial y logístico	3.000.000,00	1.569.900,00	4.569.900,00	54.838.800,00
Desarrollador tecnológico	2.000.000,00	1.046.600,00	3.046.600,00	36.559.200,00
Auxiliar financiero y administ	700.000,00	366.310,00	1.066.310,00	12.795.720,00
	\$ 12.700.000,00	\$ 6.645.910,00	\$ 19.345.910,00	\$ 232.150.920,00

	<i>Año 1</i>	<i>Año 2</i>	<i>Año 3</i>	<i>Año 4</i>	<i>Año 5</i>
GAV Fijo (Nomina)	232.150.920,00	241.436.956,80	251.094.435,07	261.138.212,47	271.583.740,97
GAV Fijo (Gastos Generales)	14.400.000,00	14.976.000,00	15.575.040,00	16.198.041,60	16.845.963,26
	246.550.920,00	256.412.956,80	266.669.475,07	277.336.254,07	288.429.704,24

Los gastos fijos generales corresponden al detalle de los siguientes elementos por mes y la respectiva liquidación de su consumo en el año:

Papeleria	300.000,00
Cafeteria	400.000,00
Mensajeria	500.000,00
	1.200.000,00

7.4.2 Gastos Variables

Otro gasto será el valor que se utilizara para promocionar la empresa y el portafolio a través de los diferentes canales de comunicación y piezas de comunicaciones impresas y digitales. Se tiene proyectado gastar en el primer año en promedio \$6.000.000 de pesos y mantener un rubro parecido, con un incremento del 4% (de acuerdo a la inflación), los primeros cinco años.

Tabla 28. Gastos Variables E!-WELLNESS

<i>GAV (Variables)</i>	<i>Año 1</i>	<i>Año 2</i>	<i>Año 3</i>	<i>Año 4</i>	<i>Año 5</i>
Publicidad	6.000.000,00	6.240.000,00	6.489.600,00	6.749.184,00	7.019.151,36
Impuesto GMF	1.944.000,00	2.114.760,96	2.300.521,56	2.502.599,38	2.722.427,71
	7.944.000,00	8.354.760,96	8.790.121,56	9.251.783,38	9.741.579,07

7.4.3 Proyección Total de Costos y Gastos

Tabla 29. Proyección total de Costos y Gastos

<i>Año 1</i>	<i>Año 2</i>	<i>Año 3</i>	<i>Año 4</i>	<i>Año 5</i>
\$ 254.494.920,00	\$ 264.767.717,76	\$ 275.459.596,63	\$ 286.588.037,45	\$ 298.171.283,30

7.5 Estado de resultados

Tabla 30. Simulación de pérdidas y ganancias proyectadas

PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO Simulacion en pesos corrientes sin Financiación					
CONCEPTO	1	2	3	4	5
VENTAS	486.000.000,00	528.690.240,00	575.130.390,68	625.649.844,20	680.606.926,51
COSTOS VENTAS					
Costo de Materia Prima Utilizada	-	-	-	-	-
Costo de Mano de Obra Directa	49.047.822,72	51.009.735,63	53.050.125,05	55.172.130,06	57.379.015,26
Costos Indirectos de Fabricación					
Depreciación	9.000.000,00	9.360.000,00	9.734.400,00	10.123.776,00	10.528.727,04
CIF Fijos	61.559.200,00	64.021.568,00	66.582.430,72	69.245.727,95	72.015.557,07
CiF Variables	3.456.012,00	3.594.252,00	3.738.021,60	3.887.541,98	4.043.043,18
TOTAL CIF	74.015.212,00	76.975.820,00	80.054.852,32	83.257.045,93	86.587.327,29
TOTAL COSTOS DE VENTAS	123.063.034,72	127.985.555,63	133.104.977,37	138.429.175,99	143.966.342,55
Utilidad Bruta	362.936.965,28	400.704.684,37	442.025.413,31	487.220.668,21	536.640.583,97
GASTOS OPERACIONALES					
Gastos Admon y Ventas Fijos	246.550.920,00	256.412.956,80	266.669.475,07	277.336.254,07	288.429.704,24
Gastos Admon y Ventas Variables	7.944.000,00	8.354.760,96	8.790.121,56	9.251.783,38	9.741.579,07
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	254.494.920,00	264.767.717,76	275.459.596,63	286.588.037,45	298.171.283,30
UTILIDAD OPERACIONAL	108.442.045,28	135.936.966,61	166.565.816,67	200.632.630,76	238.469.300,66
Mas Otros Ingresos	-				
Menos Otros Egresos					
Menos Gastos Financieros					
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	108.442.045,28	135.936.966,61	166.565.816,67	200.632.630,76	238.469.300,66
Impuestos 33%	35.785.874,94	44.859.198,98	54.966.719,50	66.208.768,15	78.694.869,22
UTILIDAD NETA	72.656.170,34	91.077.767,63	111.599.097,17	134.423.862,61	159.774.431,44

Después de proyectar unas ventas en el primer año por valor de \$486.000.000 millones de pesos y hacer un análisis de los costos fijos, variables y los gastos inherentes a la operación durante los 4 años siguientes, se observa

que resulta una utilidad neta en el primer año de \$72.000.000, con incremento anual en promedio del 22%.

7.6 Calculo Capital de Trabajo para E!-WELLNESS

Tabla 31. Proyección capital de trabajo

Calculo del Capital de Trabajo para el Proyecto

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Cuentas por cobrar	60.750.000,00	66.086.280,00	71.891.298,84	78.206.230,52	85.075.865,81
Materias Primas	-	-	-	-	-
Productos Terminados	-	-	-	-	-
Productos en Proceso	-	-	-	-	-
Necesidades de Efectivo	31.811.865,00	33.095.964,72	34.432.449,58	35.823.504,68	37.271.410,41
Total Necesidades					
Capital de W	92.561.865,00	99.182.244,72	106.323.748,41	114.029.735,21	122.347.276,23

Inversión anual de Capital de Trabajo para el proyecto

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversion Anual	92.561.865,00	6.620.379,72	7.141.503,69	7.705.986,79	8.317.541,02

De acuerdo con las proyecciones de costos y gastos (*Fijos y Variables*) que se tienen relacionadas en las tablas presentadas anteriormente y acorde al ciclo operativo y de efectivo (45 Días) planteado para el negocio, se concluye que se debe solicitar financiación externa para iniciar la operación general y así, garantizar la operación full del negocio durante el primer año, cubriendo en ella los gastos de nómina (*Administrativos y Operativos Especialmente*) y los gastos generales para el funcionamiento y la prestación correcta del servicio bajo altos estándares de calidad como promesa de valor del Negocio.

Dada la primera inversión inicial (\$45.000.000 COP) de las socias para la compra de suministros (*Televisores LED*, Consolas de Videojuego, Soportes, Automotor) e infraestructura, se podrá dar el inicio a la operación de las actividades; Es por esta razón, que se solicitara al banco en el cual registremos las operaciones y la nómina del equipo de trabajo, *El Crédito* que nos permita mantener operaciones a lo largo del año de acuerdo con las proyecciones realizadas, el PyG Proyectado y apalancados en el crecimiento del sector, adicionalmente buscando las facilidades y oportunidades que la Banca y el Gobierno ofrecen para las *Pymes* actualmente y el fomento y crecimiento empresarial.

Ahora bien, de acuerdo con el ciclo de efectivo, se proyecta tener la rotación de cartera a 45 días inicialmente mientras se posiciona la marca y posteriormente tratar de disminuir este ciclo para aumentar el flujo de caja, cumplir con las obligaciones financieras de corto y mediano plazo y garantizar la sostenibilidad del negocio.

7.7 Flujo de Caja Proyectada

Partiendo de la proyección y el cálculo realizado para este proyecto (*E!- WELLNESS*) en la tabla No. 31 lo primero que se debe destacar es que es un proyecto **Viable**, por cuanto la TIR de 106% y la TIRM de 63% superan ampliamente la tasa de oportunidad establecida en el 30%.

Ya para abordar el *Flujo de Caja* como tal y argumentar o soportar el proyecto, hay que tener en cuenta en primera instancia que a nivel operacional y con la financiación que se gestiona para el primer año inicialmente, se contaría entonces y solo hasta el segundo trimestre del año (*Acorde a la rotación de Cartera establecida*) con un flujo de caja de **\$6.804.680,86 COP** (*Incluida La Depreciación*

de los Equipos) Mensual; Por obvias razones, hasta finalizar el primer año de operación, se podría ver recuperada la inversión de capital (Financiación), pues según las estimaciones, a final del periodo fiscal se puede tener la utilidad total del ejercicio proyectada en **\$72.656.170,34 COP**, pero lo importante es que se tendría liquidez para cubrir las obligaciones e imprevistos después de los costos y gastos fijos.

Una vez inicie el segundo año, ya el flujo estaría más estabilizado y se proyecta un incremento acorde al crecimiento del sector y al periodo inmediatamente anterior del **25.4%** que para efectos reales correspondería a **\$8,369,813.97 COP** Mensual; Así mismo y según esta proyección de crecimiento, solo hasta el segundo año se podría ver flujo de caja positivo, se pretende de la misma manera a este periodo haber finalizado con los créditos de corto y mediano plazo que sirvieron en el primer año para arrancar la operación del proyecto, de allí en adelante se esperan crecimientos en promedio entre el 15% y el 25% durante los 4 primeros años con un gran salto en el 5to. Año proyectado casi al 102%.

Para finalizar, se espera una *TIR del 106.04%* y una TIRM del 63% que indicar un retorno sobre la inversión para las tres (3) Socias, considerable sobre el capital proporcionado por cada una de ellas; lo anterior, sumado a un buen flujo de caja y a las proyecciones ofrece gran seguridad sobre la inversión en este proyecto.

Tabla 32. Flujo de caja proyectado

FLUJO DE CAJA DEI PROYECTO						
Proyecciones en pesos corrientes sin financiación						
CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1. FLUJO DE OPERACIÓN						
Utilidad Neta		72.656.170,34	91.077.767,63	111.599.097,17	134.423.862,61	159.774.431,44
(+) Depreciación		9.000.000,00	9.360.000,00	9.734.400,00	10.123.776,00	10.528.727,04
Flujo Neto de Operación		81.656.170,34	100.437.767,63	121.333.497,17	144.547.638,61	170.303.158,48
2. FLUJO DE INVERSIÓN						
CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversión en Activos Fijos	(45.000.000,00)					
Inversion Preoperativa	-					
Inversion de Capital de trabajo		(92.561.865,00)	(6.620.379,72)	(7.141.503,69)	(7.705.986,79)	(8.317.541,02)
Flujo Neto de Operación	(45.000.000,00)	(92.561.865,00)	(6.620.379,72)	(7.141.503,69)	(7.705.986,79)	(8.317.541,02)
3. FLUJO DE RECUPERACIÓN						
CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Recuperacion Activo Fijo						4.500.000,00
Recuperacion Capital de W						113.782.966,89
Flujo Neto de Operación						118.282.966,89
TOTAL FLUJO NETO DEL PROYECTO	(45.000.000,00)	(10.905.694,66)	93.817.387,91	114.191.993,48	136.841.651,82	280.268.584,35
VPN (30%)	\$ 190.738.882,41					
TIR	106,0%					
TIRM	63,4%					
Este proyecto es VIABLE						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
5. VALOR PRESENTE DE CADA FLUJO	-\$45.000.000,00	(\$ 8.520.073,96)	\$ 57.261.589,30	\$ 54.450.985,66	\$ 50.977.487,79	\$ 81.568.893,61

7.8 Punto de Equilibrio

Tabla 33. Calculo punto de equilibrio

CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos y Gastos Fijos	317.110.120	329.794.525	342.986.306	356.705.758	370.973.988
Costos y Gastos Variables	60.447.835	62.958.749	65.578.268	68.311.455	71.163.638
Costos Variables Unitarios	3.731	3.715	3.700	3.685	3.670
Total Precio de Ventas	30.000	31.200	32.448	33.746	35.096
Margen Contribución	26.269	27.485	28.748	30.061	31.426

	Unidades	% Participacion	Costos Fijo	Costo unit	Precio de Venta	margen	P DE E	DIARIO
Eventos de bienestar	16.200	100%	317.110.120,00	3.731	30.000	26.269	12.072	40
	-	0%	-	3.731	-	- 3.731	-	0

Una vez realizado los cálculos de Flujo de Caja, se desarrolla el punto de equilibrio, el cual permitirá conocer el número mínimo de clientes que se deben atender para así poder ser sostenibles en el tiempo y garantizar la prestación de los servicios y del equipo de trabajo.

Desde este punto de vista, y acorde a la proyección, se estableció entonces un total de **16.200** participantes atendidos para un año con el respectivo crecimiento anual, entonces, teniendo en cuenta el precio de venta que inicialmente se proyectó (\$30.000 COP x Part.) y el margen de ganancia que el producto ofrece por usuario **87.6%** (Basados en el cálculo del costo unitario \$3.731,35 COP) se proyecta que para lograr *Punto de Equilibrio* se tendría que lograr un mínimo de **40 usuarios diarios** sobre una base de 300 días hábiles en un año, esta cifra indica un total de **12.072** usuarios anuales con los cuales se podría cubrir los costos fijos totales anuales incluidos los impuestos y demás gastos.

Finalmente, hay que tener en cuenta que dentro de esta línea de negocio puede presentarse cierta estacionalidad, y debido a ella, habrá que prever periodos del año en los cuales sea más baja la carga laboral y otros en los cuales

la misma aumente lo cual influiría en los ingresos y egresos de operación. Adicionalmente, se podría utilizar como gancho de ventas promociones (Estrategia Mercadeo) y descuentos a clientes frecuentes lo cual garantice un mayor número de servicios diarios o semanales con los cuales sea posible cubrir el *P.E.* y así garantizar la recompra y posicionamiento de la marca.

CAPITULO VIII

8 CONCLUSIONES

Las áreas de Gestión Humana tienen el desafío de la administración del personal y de brindar el apoyo necesario y suficiente a sus colaboradores en los frentes de salud laboral, bienestar social, capacitación, formación entre otros; esto con el fin de construir ventajas competitivas a través de las personas, que sean visibles a nivel organizacional. Los empleados que están altamente comprometidos y motivados con su organización son mucho más eficientes y productivos.

Realizado este modelo de negocio y analizando todos factores influyentes, se determina que en el mercado actual hay cabida para dar apertura a un tipo de negocio como el que se ha planteado, un negocio innovador, con una estructura tecnológica vanguardista y que sería sin lugar a dudas una alternativa atractiva para las organizaciones que se interesan por la salud física y emocional de sus trabajadores.

De igual manera se logra identificar un mercado potencial para el negocio dado hoy día que las empresas Colombianas, según la LEY 1616 de 2013, deben Promocionar la Salud Mental y Prevenir el Trastorno Mental en el Ámbito Laboral, por esto la Salud Ocupacional actualmente representa una de las herramientas de gestión más importantes para mejorar la calidad de vida laboral de las instituciones y con ella su competitividad.

Ya por ultimo realizando el análisis financiero los indicadores económicos permiten hacer una evaluación del proyecto e identificar que el negocio SI es rentable y viable económicamente.

BIBLIOGRAFÍA

Álvarez y Faizal (2012). *Adaptar el trabajo al hombre y cada hombre a su trabajo*. Disponible en: www.buenastareas.com/materias/trabajo.

Bienestar Laboral. Decreto 1567 de 1998. Disponible en: bienestarlaboral70017.blogspot.com/2009/06/decreto-1567-de-1998.html

Carrión Marotto (2007). Fuerzas que afectan la competitividad de la empresa y su entorno. Disponible en: www.monografias.com/trabajos81/gestion-recursos-humanos-y-mejora-del-servicio/gestion-recursos-humanos-y-mejora-del-servicio

Chan Kim & Mauborgne, (2008). La estrategia del océano azul: cómo desarrollar un nuevo mercado. p. 3). Disponible en: [ooks.google.es/books/about/La_estrategia_del_oceano_azul.html?...](http://books.google.es/books/about/La_estrategia_del_oceano_azul.html?...)

DANE (2011). El subsector: Establecimientos financieros, seguros, actividades inmobiliarias y servicios a las empresas.

Dinero.com. Las 25 mejores empresas para trabajar. Disponible en: (<http://www.dinero.com/edicion-impres/caratula/articulo/25-mejores-empresas-para-trabajar/141530>)

Fenalco (2012). Sector servicios en Colombia. Disponible en: www.buenastareas.com/ensayos/Sector-Servicios-Colombia/3684

Kolb (1997). The Theory of Experiential Learning and ESL, Vol. III, No. 9, September. Disponible en: <http://iteslj.org/Articles/Kelly-Experiential/>

Kotler (2005). 10 principios del Nuevo marketing. Disponible en:
www.alzado.org/articulo.php?id_art=439

Markemeeting (2012). gamification o funware. Disponible en:
wikipedia.org/wiki/Gamification

Meci calidad. Componente ambiente de control, bienestar social y laboral.
Disponible en: [http://mecicalidad.dafp.gov.co/
documentacion/Componente%20Ambiente%20de%20Control/Bienestar%20Social
%20Laboral.pdf](http://mecicalidad.dafp.gov.co/documentacion/Componente%20Ambiente%20de%20Control/Bienestar%20Social%20Laboral.pdf)

Porter, M. (1980). El modelo de las 5 fuerzas. Harvard: Business School

Promonegocios. (2013). Estrategias de precios. Disponible en:
www.promonegocios.net/precio/estrategias-precios.html

Slideshare.net. comportamientos del consumidor. Disponible en:
www.slideshare.net.

Siso Sena (2010). Disponible en: ww.sena.edu.co/acerca...**Sena**

Transparencia por Colombia (2008). Disponible en: www.larepublica.com

Tisconsulting. Marketing segmentation basic strategies. Disponible en:
<http://tisconsulting.org/es/news/market-segmentation-basic-strategies>

Varela, R. (2008). Innovación Empresarial. ICESI. Disponible en:
www.dasumo.com/libros/rodrigo-varela-innovación-empresarial-pdf.h

Universidad del Valle (2013). *Sentido preventivo, de todo tipo de lesiones asociadas con el trabajo*. Disponible en: www.educaedu-colombia.com/especializacion-en-higiene-y-seguridad-industrial-postgrado-

Xbox (2013). El videojuego. Disponible en: www.enter.co/entretenimiento/nuevo-xbox-

Wikipedia (2013). Estrategias de mercado. Disponible en: Wikipedia.gov.co.

LICENCIA DE USO – AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES

Actuando en nombre propio identificado (s) de la siguiente forma:

Nombre Completo: Marilen Villalba Mayorga

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número: 52.422.685

Nombre Completo: Ginna Paola Guayacán Rincón

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número: 52.396.262

Nombre Completo: Sandra Milena Betancourt Peláez

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número: 52.537.532

Nombre Completo _____

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número: _____

El (Los) suscrito(s) en calidad de autor (es) del trabajo de tesis, monografía o trabajo de grado, documento de investigación, denominado:

Plan de negocios E-Wellness.

Dejo (dejamos) constancia que la obra contiene información confidencial, secreta o similar: SI
NO (X)

(Si marqué (marcamos) SI, en un documento adjunto explicaremos tal condición, para que la Universidad EAN mantenga restricción de acceso sobre la obra).

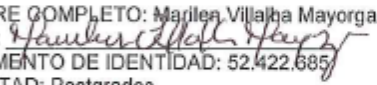
Por medio del presente escrito autorizo (autorizamos) a la Universidad EAN, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad EAN y a los usuarios de bases de datos y sitios webs con los cuales la Institución tenga convenio, a ejercer las siguientes atribuciones sobre la obra anteriormente mencionada:

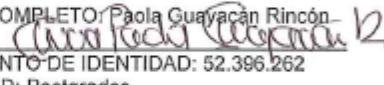
- A. Conservación de los ejemplares en la Biblioteca de la Universidad EAN.
- B. Comunicación pública de la obra por cualquier medio, incluyendo Internet
- C. Reproducción bajo cualquier formato que se conozca actualmente o que se conozca en el futuro
- D. Que los ejemplares sean consultados en medio electrónico
- E. Inclusión en bases de datos o redes o sitios web con los cuales la Universidad EAN tenga convenio con las mismas facultades y limitaciones que se expresan en este documento
- F. Distribución y consulta de la obra a las entidades con las cuales la Universidad EAN tenga convenio

Con el debido respeto de los derechos patrimoniales y morales de la obra, la presente licencia se otorga a título gratuito, de conformidad con la normatividad vigente en la materia y teniendo en cuenta que la Universidad EAN busca difundir y promover la formación académica, la enseñanza y el espíritu investigativo y emprendedor.

Manifiesto (manifestamos) que la obra objeto de la presente autorización es original, el (los) suscritos es (son) el (los) autor (es) exclusivo (s), fue producto de mi (nuestro) ingenio y esfuerzo personal y la realizó (zamos) sin violar o usurpar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es de exclusiva autoría y tengo (tenemos) la titularidad sobre la misma. En vista de lo expuesto, asumo (asumimos) la total responsabilidad sobre la elaboración, presentación y contenidos de la obra, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Universidad EAN por estos aspectos.

En constancia suscribimos el presente documento en la ciudad de Bogotá D.C.,

NOMBRE COMPLETO: Marilea Villalba Mayorga
FIRMA: 
DOCUMENTO DE IDENTIDAD: 52.422.685
FACULTAD: Postgrados
PROGRAMA ACADÉMICO: Gerencia de Servicios

NOMBRE COMPLETO: Paola Guayacán Rincón
FIRMA: 
DOCUMENTO DE IDENTIDAD: 52.396.262
FACULTAD: Postgrados
PROGRAMA ACADÉMICO: Gerencia de Servicios

NOMBRE COMPLETO: Sandra Betancourt Peláez
FIRMA: 
DOCUMENTO DE IDENTIDAD: 52.532.532
FACULTAD: Postgrados
PROGRAMA ACADÉMICO: Gerencia de Servicios

NOMBRE COMPLETO: _____
FIRMA: _____
DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____
FACULTAD: _____
PROGRAMA ACADÉMICO: _____

Fecha de firma: Julio 29 de 2013