



**UNIVERSIDAD CASA GRANDE
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y CIENCIAS POLÍTICAS**

**MODELO DE NEGOCIO “GOODLIFE”:
GERENCIA DE ESTUDIO DE MERCADO**

Elaborado por:

OTTO ALBERTO ESPINOSA CARPIO

Tutoría por: Suleen Diaz

GRADO

Trabajo previo a la obtención del Título de:

Licenciado en Administración de Empresas

**Guayaquil, Ecuador
Agosto,2021**

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, **ESPINOSA CARPIO OTTO ALBERTO** declaro libre y voluntariamente lo siguiente:

1. Que soy el/la autor/a del trabajo de titulación **“Modelo de negocio GOODLIFE Gerencia de estudio de mercado**, el cual forma parte del proyecto Modelo de Negocio **“GOODLIFE”**,
2. Que el trabajo de titulación contenido en el documento de titulación es una creación de mi autoría por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas.
3. Que el trabajo de titulación fue realizado bajo modalidad de aprendizaje colaborativo junto con los estudiantes: Lottie Paola Bayas Lopez, Cristina Leyda Quiridumbay Quinde, Rendon Castro María Gabriela, Susana Elvira Loqui Cedeño y Leonardo Danilo Vaca Briones

En virtud de lo antes declarado, asumo de forma exclusiva la responsabilidad por los contenidos del trabajo de titulación, su originalidad y pertinencia y exonero a la Universidad Casa Grande de toda responsabilidad civil, penal o de cualquier otro carácter por los contenidos desarrollados en dicho trabajo.



ESPINOSA CARPIO OTTO ALBERTO

0922745658

DECLARACION DE AUTOR

ESPINOSA CARPIO OTTO ALBERTO en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación “**Modelo de Negocio GOODLIFE**” de la modalidad Modelos de Negocio, autorizo a la Universidad Casa Grande para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en su Repositorio Virtual, con fines estrictamente académicos, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Asimismo, autorizo a la Universidad Casa Grande a reproducir, distribuir, comunicar y poner a disposición del público mi documento de trabajo de titulación en formato físico o digital y en cualquier medio sin modificar su contenido, sin perjuicio del reconocimiento que deba hacer la Universidad sobre la autoría de dichos trabajos.



ESPINOSA CARPIO OTTO ALBERTO
0922745658

RESUMEN EJECUTIVO

A pesar de las implicaciones mundiales que ha ocasionado el COVID19, el sector productivo no se ha detenido, es así como el teletrabajo se convirtió en alternativa para la reactivación económica. Pero a los habituales retos laborales se suma entonces; la invasión de horarios y jornadas de trabajo extendidas. Dicha problemática da paso al desarrollo de estrés y ansiedad, principalmente en mujeres, quienes además deben encontrar el equilibrio entre su trabajo, ser madre y gerente del hogar. Esta situación demostró un nicho importante de mercado y se propuso la creación de una APP móvil llamada GOODLIFE que brinde servicios para potenciar la inteligencia emocional a través de herramientas tecnológicas y ayuda psicológica. El negocio consiste en motivar, a través de publicidad; la descarga de la APP y posterior suscripción a planes de duración mensual, donde se tendrá soporte profesional y acceso a una red de contactos que comparten las mismas necesidades.

Aun cuando el mercado cuenta con varias APP's de ayuda psicológica, no existe una plataforma segmentada hacia mujeres y mucho menos que tenga ambiente digital personalizado, es decir, cuentan con mensajes masivos y estrategias generales de autocontrol. GOODLIFE, por el contrario, ofrece la oportunidad de contar con el soporte de profesionales en el área psicológica, además de la posibilidad de inscribirse a foros temáticos que se desarrollan en función de las necesidades expuestas por las usuarias. La plataforma cuenta también con programas alimenticios, planeadores calendarios y sugerencias de rutinas. Todo lo que se podría conseguir descargando varias APP's, dando así la fortaleza de proveer varios servicios dentro del mismo ambiente digital.

La misión es potenciar la inteligencia emocional de las mujeres tanto en el ámbito personal como profesional, suministrando herramientas tecnológicas que sean de motivación y guía para vivir a plenitud, a través de una comunidad interactiva de soporte; que como resultado aumente su concentración, creatividad y manifestación de ideas. Con una captación promedio anual de 41207

usuarios, equivalente al 35% del mercado meta ecuatoriano y su fidelización. La visión es liderar el mercado digital ecuatoriano en suministro de herramientas tecnológicas generadoras de una cultura de autoconocimiento profundo en las mujeres, que las ayude a estar siempre motivadas y en control de sus emociones para alcanzar una mejor calidad de vida.

Para ello se ha estructurado un equipo de trabajo interno compuesto por el jefe administrativo, su asistente, un asistente técnico y un Community manager. El equipo de trabajo externo lo conforman expertos en salud mental e inteligencia emocional, ginecología y nutrición. La empresa busca también contribuir con el medio ambiente, para lo cual cuenta con dos proyectos de responsabilidad social que incluyen la reducción de la huella de carbono. GOODLIFE tiene como objetivo alcanzar el desarrollo de las habilidades emocionales de madres ecuatorianas de la zona urbana, con empleo adecuado, cuya modalidad de trabajo sea el Home Office, por medio de la comunicación asertiva y la innovación tecnológica. Se valida la relevancia del producto mediante entrevistas, investigación de grupo focal y encuestas.

Las estrategias de recaudación parten de tres tipos de ingresos, uno es los contratos con sponsors, los planes publicitarios que estará presente en la app cuando el usuario no se haya suscrito y dos tipos de suscripción con diferenciación de beneficios. El estudio financiero refleja la viabilidad y sostenibilidad del proyecto, siendo \$61450 el monto por inversión requerida para la puesta en marcha del proyecto. La TIR es superior al 73% y el VAN supera los \$58300.

Este documento es el resultado del trabajo colaborativo de María Gabriela Rendon Castro, Lottie Paola Bayas Lopez, Cristina Leyda Quiridumbay Quinde, Otto Alberto Espinosa Carpio, Susana Elvira Loqui Cedeño y Leonardo Danilo Vaca Briones y expone el plan de negocios del proyecto "GOODLIFE"; por tal razón los contenidos guardan relación entre si con los demás documentos que integran el trabajo general, existiendo la posibilidad que ciertos datos se repitan, sin que esto implique plagio.

PALABRAS CLAVE

APP móvil, estrés, teletrabajo, mujeres, mindfulness

CONSIDERACIONES ÉTICAS

GOODLIFE como modelo de negocio, nace del colaborativo de un equipo de seis compañeros académicos, quienes tienen como aspiración el fortalecimiento profesional. Posterior al análisis de la problemática social que se afronta mundialmente por las medidas sanitarias adoptadas a fin de contener la pandemia por SARS CoV-2 y tomando como base las consideraciones éticas se determinó como valor; el interés de mejorar la calidad de vida de mujeres en Home Office con situaciones de estrés y ansiedad.

La validez científica se consolida a través de las investigaciones, mientras que la selección de los sujetos de estudio se realizó de manera justa y no discriminatoria. Cada profesional entrevistado fue informado de la investigación, de modo que no se ha violentado la propiedad intelectual de ningún participante.

Así mismo se ha respetado la privacidad de las mujeres encuestadas y su información personal no ha sido divulgada, ni compartida. Ha primado la dignidad, la veracidad y el interés de conservar el bienestar de todos los involucrados. Los análisis financieros contemplan políticas justas y el presente proyecto no constituye plagio a ningún otro trabajo.

INDICE DE CONTENIDO

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN	II
DECLARACION DE AUTOR	III
RESUMEN EJECUTIVO.....	IV
PALABRAS CLAVE.....	VI
CONSIDERACIONES ÉTICAS.....	VI
INDICE DE CONTENIDO	VII
INDICE DE FIGURAS.....	XI
INDICE DE TABLAS.....	XII
ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN	13
OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	15
Objetivo General	15
Objetivos Específicos	15
GERENCIA: DESING THINKING.....	16
Empatizar	17
Mapa ¿Qué? ¿Cómo? ¿Por qué?.....	17
Mapa de empatía.....	17
Mapa de trayectoria	18
Definir.....	18
Mapa Usuario + Necesidad + Insight	18
Idear	19
Brainstorming	19
Mapa de Costo / Relevancia	19
Poster de Concepto	20
Prototipar.....	23
Proceso y Diseño de Prototipado	23
Validar.....	25

<i>Testeo del Prototipo</i>	25
<i>GERENCIA: ESTUDIO DE MERCADO</i>	26
<i>Estudio de Mercado</i>	26
<i>Análisis de las 5c's</i>	26
<i>Investigación de mercado</i>	33
<i>Objetivo General:</i>	33
<i>Objetivos Específicos:</i>	33
<i>Población</i>	34
<i>Muestra</i>	35
<i>Diseño de la Investigación</i>	36
<i>Desarrollo de la Investigación</i>	37
<i>Resultados de la investigación</i>	37
<i>Análisis</i>	41
<i>GERENCIA: PLAN DE MARKETING</i>	42
<i>La posición estratégica</i>	42
<i>Estrategia Competitiva y Diferenciales</i>	42
<i>Posicionamiento</i>	43
<i>Servicios</i>	44
<i>Necesidades que satisface GOODLIFE</i>	44
<i>Características</i>	45
<i>Propuesta de Valor</i>	45
<i>Precio</i>	46
<i>PVP</i>	46
<i>Precio que estima el cliente</i>	47
<i>Precios de la Competencia</i>	48
<i>Distribución/Plaza</i>	48
<i>Método</i>	48
<i>Acceso</i>	48
<i>Promoción y Comunicación</i>	49
<i>Nombre de la Empresa</i>	49
<i>Identidad Corporativa</i>	49
<i>Slogan y Logotipo</i>	49
<i>Plan de Medios y Presupuesto</i>	50
<i>Resumen</i>	51
<i>GERENCIA: ESTUDIO TÉCNICO</i>	52
<i>Descripción del servicio</i>	52

<i>Descripción del prototipo</i>	52
<i>Proceso de prestación del servicio</i>	59
<i>Determinación de la capacidad productiva</i>	60
<i>Ubicación del Proyecto</i>	63
<i>Diseño arquitectónico</i>	64
<i>Costos</i>	64
<i>Vida Útil del Proyecto</i>	66
<i>Estructura jurídica del negocio</i>	67
<i>Propiedad intelectual</i>	68
<i>Contratos</i>	68
GERENCIA: ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	70
<i>Planeación estratégica y del Recurso Humano</i>	70
<i>Definición de Misión, Visión y valores</i>	70
<i>Organigrama de la organización</i>	71
<i>Necesidades de Recursos Humanos</i>	72
<i>Análisis y diseños de puestos del negocio</i>	72
<i>Procedimientos de selección de personal a implementar</i>	76
<i>Compensaciones</i>	79
<i>Descripción de las compensaciones del personal del negocio</i>	79
<i>Indicadores Claves de Gestión (KPI's)</i>	79
<i>Fijación de principales KPI's del negocio</i>	79
<i>Estrategia y Acciones de Responsabilidad Social Empresarial</i>	79
<i>Estrategia</i>	80
GERENCIA ESTUDIO FINANCIERO	84
<i>Presupuesto</i>	84
<i>Plan de inversiones, clasificación y fuentes de financiamiento</i>	84
<i>Política de cobros, pagos y existencias</i>	85
<i>Capital de Trabajo</i>	85
<i>Programa y calendario de inversiones</i>	85
<i>Depreciaciones de activos fijos y amortizaciones y activos diferidos</i>	86
<i>Programa de producción y ventas</i>	87
<i>Costos mano de obra directa y costos variables</i>	88

<i>Gastos de administración, ventas (comisiones %) y financieros</i>	88
<i>Planeación Financiera</i>	89
<i>Flujo de caja proyectado</i>	89
<i>Estado de Pérdidas y Ganancias</i>	90
<i>Balance General</i>	90
<i>Evaluación del proyecto</i>	91
<i>Punto de equilibrio</i>	91
<i>Viabilidad financiera</i>	92
<i>Índices financieros</i>	93
<i>Análisis de sensibilidad</i>	94
 <i>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</i>	 98
 <i>BIBLIOGRAFÍA</i>	 101
 <i>ANEXOS</i>	 103
<i>ANEXO 1: Entrevista 1</i>	103
<i>ANEXO 2: Entrevista 2</i>	106
<i>ANEXO 3: Entrevista 3</i>	108
<i>ANEXO 4: FOCUS GROUP</i>	111
<i>ANEXO 5: Encuesta; Plantilla y Tabulación</i>	115
<i>ANEXO 6: Experiencia Usuaría</i>	124
<i>ANEXO 7: Referencias de adquisiciones activo fijo</i>	126

INDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1 Desing Thinking</i>	16
<i>Figura 2 Mapa ¿Qué? ¿Cómo? ¿Por qué?</i>	17
<i>Figura 3 Mapa de empatía</i>	17
<i>Figura 4 Mapa de trayectoria</i>	18
<i>Figura 5 Mapa Usuario + Necesidad + Insight</i>	18
<i>Figura 6 Mapa Costo Relevancia</i>	19
<i>Figura 7 Modelo Canvas</i>	21
<i>Figura 8 Prototipo 1, Ambiente APP</i>	23
<i>Figura 9 Prototipo 2, Ambiente APP</i>	24
<i>Figura 10 Matriz PEST</i>	28
<i>Figura 11 Análisis FODA</i>	29
<i>Figura 12 Triángulo de Servicios</i>	31
<i>Figura 13 Formula del cálculo de la muestra</i>	35
<i>Figura 14 Matriz de Porter</i>	40
<i>Figura 15 Estrategia de Posicionamiento, Prototipo de Valoración en tiendas digitales</i>	44
<i>Figura 16 Precios competencia</i>	48
<i>Figura 17 Logotipo GOODLIFE</i>	49
<i>Figura 18 Manual de Marca</i>	50
<i>Figura 19 Flujo de Poseso de Producción</i>	59
<i>Figura 20 Ubicación en el Mapa GPS</i>	63
<i>Figura 21 Plan Coworker</i>	63
<i>Figura 22 Ingreso Principal del Coworking</i>	64
<i>Figura 23 Ciclo de Vida</i>	67
<i>Figura 24 Mapeo Stakeholders</i>	71
<i>Figura 25 Estructura Organizacional y su presupuesto</i>	71
<i>Figura 26 Perfil Comercial ADECCO</i>	76
<i>Figura 27 Anuncios Laborales</i>	77
<i>Figura 28 Logo ODS 3 Y 5</i>	82
<i>Figura 29 Logo ODS 13</i>	82
<i>Figura 30 Punto de Equilibrio</i>	92

INDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1 Proyección Población Urbana al 2021</i>	34
<i>Tabla 2 Proyección Población Femenina Urbana al 2021</i>	34
<i>Tabla 3 Proyección Madres al 2021</i>	34
<i>Tabla 4 Población por nivel de empleo</i>	35
<i>Tabla 5 Desarrollo final de la población</i>	35
<i>Tabla 6 Prestaciones PLAN ORO</i>	46
<i>Tabla 7 Prestaciones PLAN PLATA</i>	46
<i>Tabla 8 Prestaciones PLAN BRONCE</i>	47
<i>Tabla 9 Planificación presupuestaria de Publicidad</i>	51
<i>Tabla 10 Datos de la Demanda y la Colocación del Servicio</i>	61
<i>Tabla 11 Numero de atenciones personalizadas</i>	62
<i>Tabla 12 Capacidad Productiva</i>	62
<i>Tabla 13 Organización Horaria de Profesionales y Bot</i>	62
<i>Tabla 14 Activos fijos</i>	65
<i>Tabla 15 Gastos Diferidos</i>	65
<i>Tabla 16 Gastos Administrativos</i>	66
<i>Tabla 17 Gastos de Ventas</i>	66
<i>Tabla 18 Costo Variable Unitario y Costo Fijo</i>	66
<i>Tabla 19 Programa de Carga Salarial y de Beneficios Sociales</i>	79
<i>Tabla 20 Indicadores de Gestión</i>	79
<i>Tabla 21 Plan de Inversiones</i>	84
<i>Tabla 22 Capital de Trabajo</i>	85
<i>Tabla 23 Planificación de la Inversión</i>	86
<i>Tabla 24 Depreciaciones</i>	87
<i>Tabla 25 Gastos amortizables</i>	87
<i>Tabla 26 Mano de Obra directa</i>	88
<i>Tabla 27 Gastos Administrativos y de Ventas</i>	88
<i>Tabla 28 Flujo de Caja</i>	89
<i>Tabla 29 p&g proyectado</i>	90
<i>Tabla 30 Balance General Proyectado</i>	90
<i>Tabla 31 Viabilidad Financiera</i>	92
<i>Tabla 32 Índices</i>	93
<i>Tabla 33 escenario financiero 1</i>	94
<i>Tabla 34 escenario financiero 2</i>	96

ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN

La Organización Mundial de la Salud define la salud mental como un “estado de bienestar en el que el individuo realiza sus capacidades, supera el estrés normal de la vida, trabaja de forma productiva y fructífera, y aporta algo a su comunidad”, dicha teoría fue respaldada por La Organización Panamericana de la Salud (OPS, 2014), quienes actualizaron el plan de acción integral sobre salud mental como respuesta a la prevalencia de trastornos mentales y la elevada brecha de tratamientos médicos desde el sector público

El plan tenía una temporalidad de cinco años y promovía el acceso a recursos que consoliden la salud mental desde políticas nacionales, además instaba a los países a revisar el marco legal de protección social ante trastornos mentales. No obstante, el informe sobre el sistema de salud mental en el Ecuador (MSP, 2018) arrojó datos alarmantes. Se determinó que apenas el 1% del presupuesto general del Estado, asignado a la salud, fue destinado al tratamiento de trastornos de tipo mental. En contraste con los establecimientos privados quienes presentan una curva en aumento en cuanto a sus prestaciones. El Ministerio de Salud, expuso en su informe además que solo el 5% de las escuelas primarias cuentan con profesionales que atiendan la salud mental de los educandos.

Ya hacia el año 2020 el tema de estrés laboral, ansiedad y miedo, giró en torno a la aparición del COVID-19, causado por un nuevo coronavirus (SARS-CoV-2) y las regulaciones mundiales de confinamiento por pandemia, elevando así los índices de trastornos mentales en la población mundial. Un segmento seriamente afectado fueron las mujeres, quienes presentaron graves implicaciones psicológicas, los profesionales de la salud han reportado importantes tasas de depresión, ansiedad, insomnio y estrés en la actual epidemia.

Aunque no existen estudios que valoren aspectos psicosociales a causa de epidemias, la Universidad Autónoma de Bucaramanga (2020) presentó un artículo científico donde el 89% de los sujetos analizados responde sentirse estresado y angustiado por el COVID, presentando mayor

somatización las mujeres. Así lo corrobora el INEGI (2021) quien expone que el 92% de mujeres en Home Office realizan además quehaceres domésticos, cuidado de terceros y mantenimiento de vivienda en simultaneo.

Por lo anteriormente expuesto se vuelve imprescindible explorar mercados que no solo abran puertas a oportunidades financieras, sino que también sean de gran aporte social. Fomentar en mujeres la inteligencia emocional a través de rutinas de meditación, yoga, asesorías psicológicas, la creación de redes de contacto y la asignación de tareas concretas.

Es así que nace la idea de diseñar una APP cuya propuesta de valor consiste en ser una aplicación creada para mujeres, en la que, a través de su comunidad personalizada por categorías, podrán reunirse de forma libre, segura y anónima, donde ellas logran identificarse con sus gustos y expresarse, para liberarse del estrés que les produce la cotidianidad con ayuda de profesionales.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

Objetivo General

Diseñar un plan de negocios para la creación de una APP que promueva el fortalecimiento de la inteligencia emocional a través de herramientas que ayuden a regular los niveles de estrés en madres ecuatorianas de la zona urbana, con empleo adecuado que laboran bajo la modalidad Home Office.

Objetivos Específicos

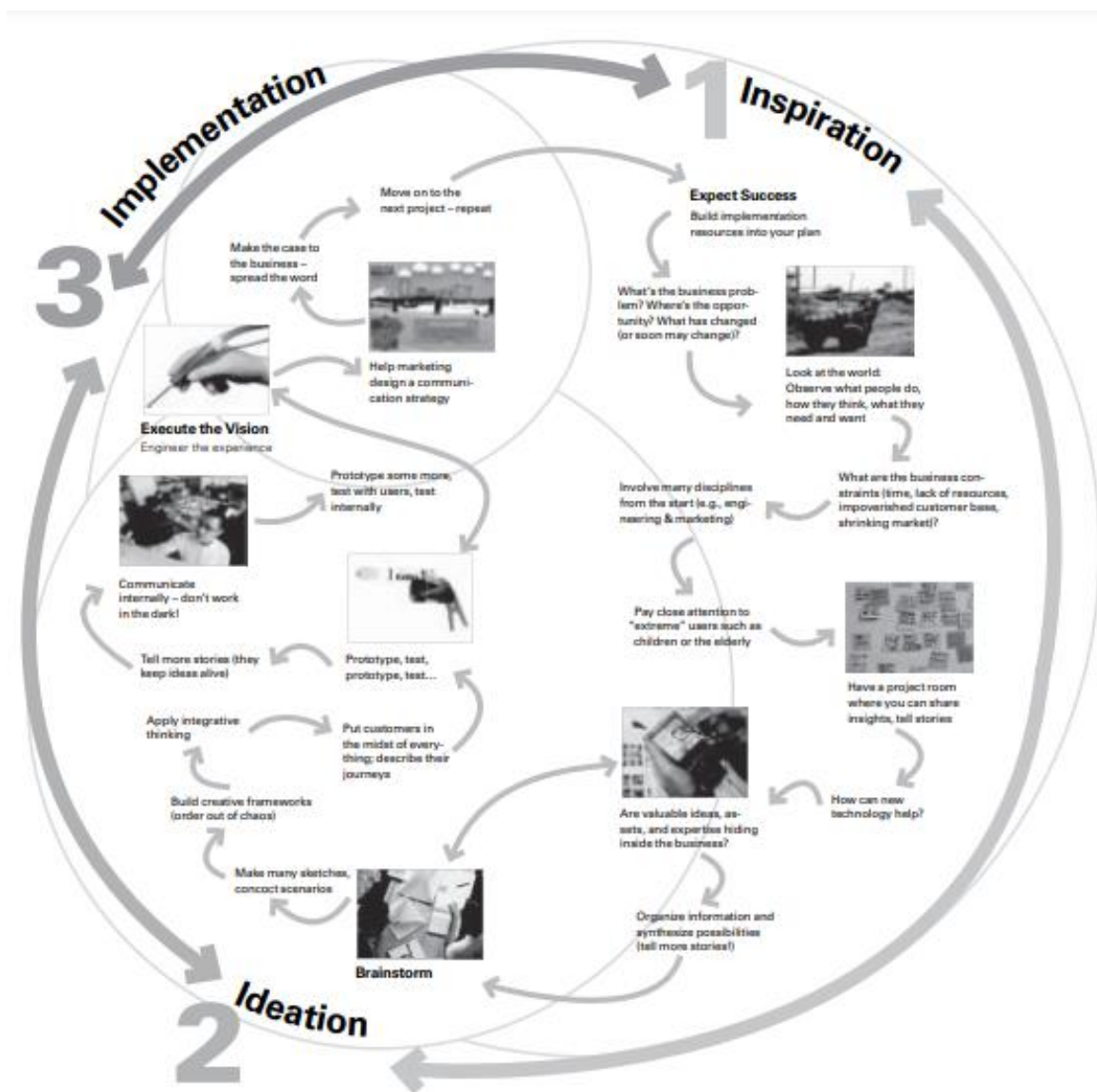
1. Elaborar la metodología del Design Thinking a fin de construir soluciones innovadoras que redefinan la experiencia de satisfacción total de las usuarias de la App.
2. Realizar una investigación de mercado que evalúe la aceptación de una App que ayude a reducir los niveles de estrés en madres ecuatorianas de la zona urbana, con empleo adecuado cuya modalidad laboral sea el Home Office.
3. Precisar la planificación de marketing estableciendo las estrategias a implementar y las condiciones en función de las prestaciones de servicio, su precio, plaza y promoción.
4. Determinar la alternativa técnica que se acople a los criterios de viabilidad del proyecto en cuanto al servicio, su tamaño, capacidad, ubicación, diseño y costos.
5. Definir los procesos administrativos, legales y de responsabilidad social con los que la organización aporta a la sociedad.
6. Analizar la viabilidad financiera del proyecto, a partir del cálculo de las razones de rentabilidad económica y financieras.

GERENCIA: DESING THINKING

El pensamiento del diseño como metodología busca priorizar al cliente de manera creativa (Tim, 2008). El proceso conlleva el desarrollo de cinco etapas en las que se recopila la mayor cantidad de información, desde el año 2009 se utiliza activamente como una herramienta que resuelve problemas a partir de las necesidades reales.

Figura 1 Desing Thinking

Fuente: Harvard Business Review, Tim Brown, 2008, HARVARD BUSINESS SCHOOL PUBLISHING CORPORATION, pág. 5



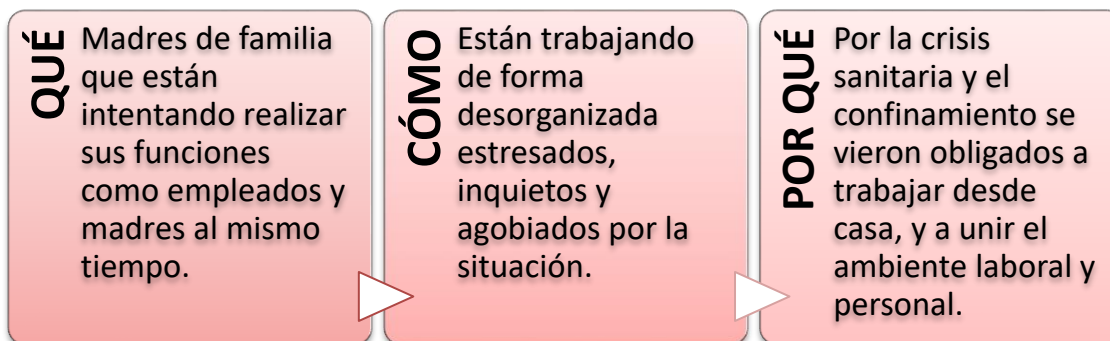
Empatizar

Mapa ¿Qué? ¿Cómo? ¿Por qué?

Luego de considerar los problemas a partir de la reestructuración laboral por COVID-19 y las necesidades desde la perspectiva del cliente ideal se establece el siguiente mapeo:

Figura 2 Mapa ¿Qué? ¿Cómo? ¿Por qué?

Fuente: Elaboración Propia

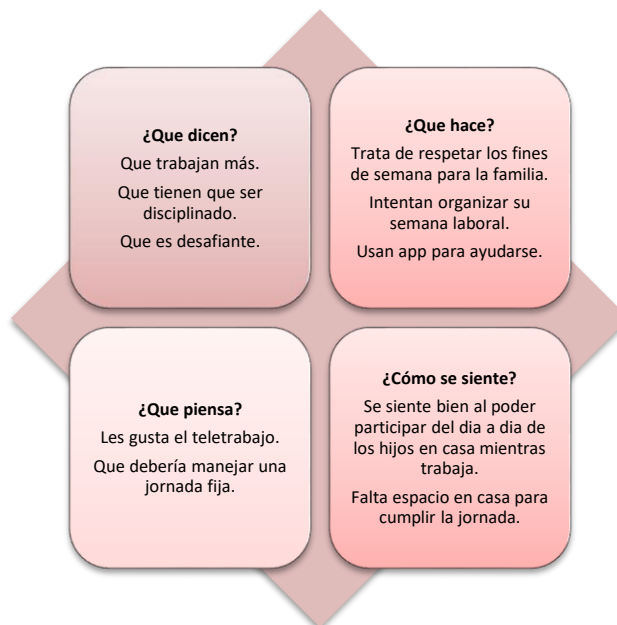


Mapa de empatía

El grupo focal y sus apreciaciones permitieron establecer los siguientes datos:

Figura 3 Mapa de empatía

Fuente: Elaboración Propia



Mapa de trayectoria

Esta metodología sirve para identificar las etapas que recorre la usuaria; desde que le sobreviene una necesidad relacionada con el estrés y la ansiedad que le provoca el home office, hasta que se suscribe a GOODLIFE, el mapa de trayectoria valora los sentimientos y las emociones que se percibe y los conjuga con los factores medibles del modelo de negocio.

Figura 4 Mapa de trayectoria
Fuente: Elaboración Propia



Definir

Mapa Usuario + Necesidad + Insight

Figura 5 Mapa Usuario + Necesidad + Insight
Fuente: Elaboración Propia

Usuario	Necesidades	Insight
<ul style="list-style-type: none"> • Madre ecuatoriana de 20 a 54 años, ubicada en la zona urbana, con modalidad de trabajo Home Office 	<ul style="list-style-type: none"> • Espacio físico y jornada definida para el home office. • Respeto hacia ese espacio y tiempo. • Tener respaldo profesional para los temas de salud mental. 	<ul style="list-style-type: none"> • Comodidad • Comunicación • Privacidad • Manejo del estrés • Establecer relaciones interpersonales

Idear

El brainstorming permite construir alternativas que posterior se convertirán en la solución a las necesidades planteadas en las fases anteriores, la presente etapa de la metodología Design Thinking permite acceder de manera exploratoria a mayores áreas de innovación que los demás comercios ignoraron (López & De León, 2011).

Brainstorming

Interrogantes como estas, dan paso a una lluvia de ideas que plantean posibles soluciones a las necesidades de la usuaria:

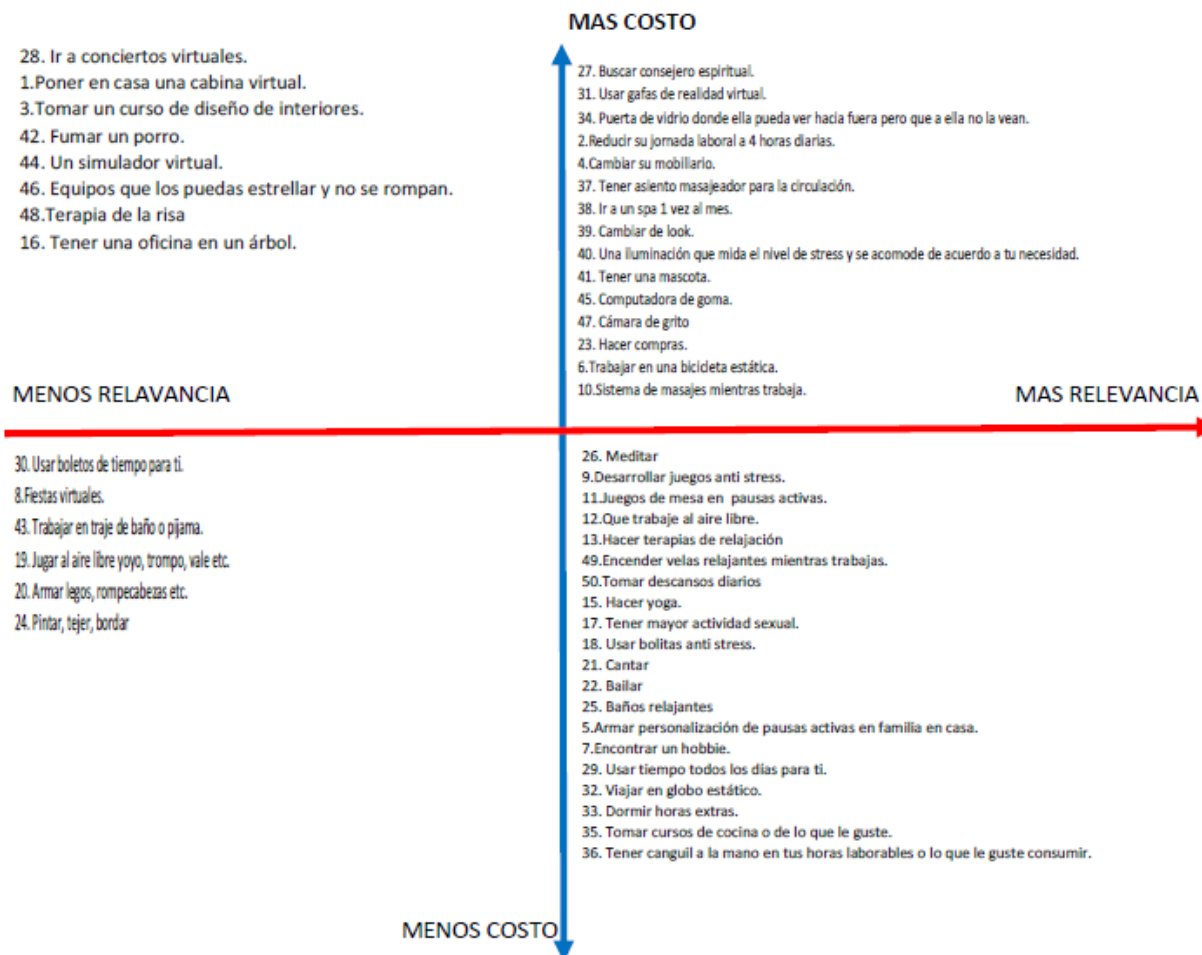
- ¿Cómo establecer una guía para adecuar un espacio ideal de trabajo?
- ¿Cómo contribuir para definir la jornada presencial semanal ideal?
- ¿Cómo proporcionar el respaldo profesional que necesita la usuaria de acuerdo a su trabajo?
- ¿Cómo podemos contribuir con la usuaria para que se respete su espacio y jornada, tanto su entorno familiar, así como su empleador?
- ¿Como promovemos el manejo de los niveles de estrés?

El brainstorming en colaboración del equipo dejó como resultado 50 ideas que se detallan en el mapa de costo relevancia, según su categoría.

Mapa de Costo / Relevancia

Este mapa permite ubicar cada una de las ideas del brainstorming de acuerdo a su costo y relevancia, por lo general a mayor costo de inversión mayor será la relevancia y la implicación directa con el problema. Además, cuando se logra ubicar las ideas que generan costos, se las puede incluir dentro del paquete de servicios que GOODLIFE está dispuesto a proveer.

Figura 6 Mapa Costo Relevancia
Fuente: Elaboración Propia



Poster de Concepto

El poster de concepto responde las principales interrogantes del modelo de negocio y expone un borrador de manera coherente. Se compone de secciones que constituyen una línea de tiempo hacia el pensamiento futuro (Datar, 2011).

El concepto se basa en diseñar una APP que ayude a administrar mejor el tiempo de las mujeres que hacen home office y de esa forma ayudar a bajar sus niveles de estrés mediante consejos, asesorías para control y manejo de sus emociones. El modelo CANVAS define el nicho como “Madres que laboran en home office y tienen la necesidad de gestionar mejor su tiempo para de esa forma disminuir sus niveles de estrés.”

Socios claves:	Sistema Android y Sistema IOS.
Actividades claves:	Descarga de la APP desde las tiendas virtuales de Android o IOS Generar publicidad a través de redes sociales
Recursos claves:	Plataformas de descarga o tiendas virtuales Redes sociales
Propuesta de valor:	GOODLIFE es una aplicación creada para mujeres, en el cual, a través de su comunidad personalizada por categorías, podrán reunirse de forma libre, segura y anónima, donde ellas podrán identificarse con sus gustos y expresarse, para liberarse del estrés que les produce la cotidianidad con ayuda de expertos.
Relaciones con los clientes:	Principalmente a través del chat IN App y redes sociales
Canales:	APP STORE y Play Store Disponible en las plataformas de Android e IOS.
Segmento de clientes:	Madres ecuatorianas de la zona urbana, que laboran en home office de NSE A, B, C, C+
Estructura de costos:	Pago al desarrollador del APP, plataformas (canales de distribución), redes para búsqueda y posteo a clientes.
Fuentes de Ingreso:	Planes de Suscripción Planes publicitarios. Sponsors

Figura 7 Modelo Canvas
Fuente: Elaboración Propia

El Problema

La metodología de trabajo actual es el Home Office y plantea serios episodios de estrés y ansiedad en mujeres que además deben equilibrar sus actividades laborales con sus funciones dentro del hogar.



Socios Clave

Canales

Actividades Clave

Descarga de app en tiendas digitales
Publicidad de captación en redes
Diseño Planes Publicitarios
Convenio con Sponsors

Recursos Clave

Redes Sociales

Plataformas de descarga

Propuesta de Valor

Ser una aplicación creada para mujeres

en la que, a través de su comunidad personalizada por categorías, podrán reunirse de forma libre, segura y anónima

donde ellas logran identificarse con sus gustos y expresarse, para liberarse del estrés que les produce la cotidianidad.

Segmento de Clientes

"Madres ecuatorianas ubicadas en las zonas urbanas, que laboran bajo la modalidad home office!"

Relación con Clientes

Las usuarias se contactan mediante

Redes Sociales
Chat de la APP

Estructura de Costos

Desarrollo de la APP
Costo Plataforma
Pauta a potenciales usuarias

Fuentes de Ingreso

01 SUSCRIPCIÓN USUARIAS

Plan Básico \$2.99
Plan Premium \$3.99

02 PLANES PUBLICITARIOS

Plan Oro \$653.40 - Plan Plata \$333.00
Plan Bronce \$133.20

03 SPONSORS

Convenios con servicios de salud
\$500.00 c/a

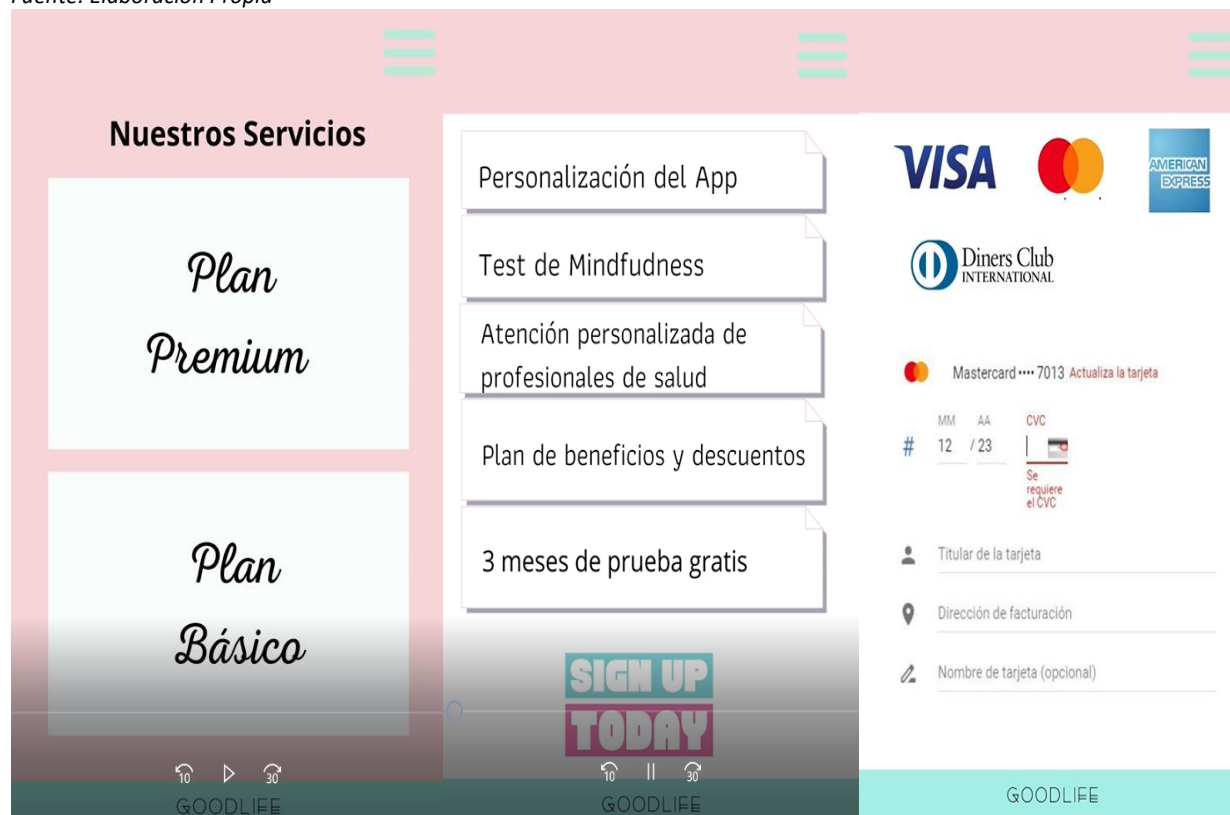
Prototipar

Prototipar permite volver tangible la idea de negocio de manera que se pueda exponer a las usuarias, (Alba, 2020) afirma que el prototipo es una herramienta, mas no un fin, una herramienta que permite aprender en menor tiempo las bondades del servicio y así generar adaptación con los usuarios, de modo que puedan resolver su problemática.

Proceso y Diseño de Prototipado

Como app móvil, el diseño se basa en modelos de formatos digitales. Se incluye el ingreso a la página principal, con las opciones para los dos tipos de planes. Posterior ingresa el método de pago y se accede a los test que van a permitir clasificar las actividades dentro de la app.

Figura 8 Prototipo 1, Ambiente APP
Fuente: Elaboración Propia



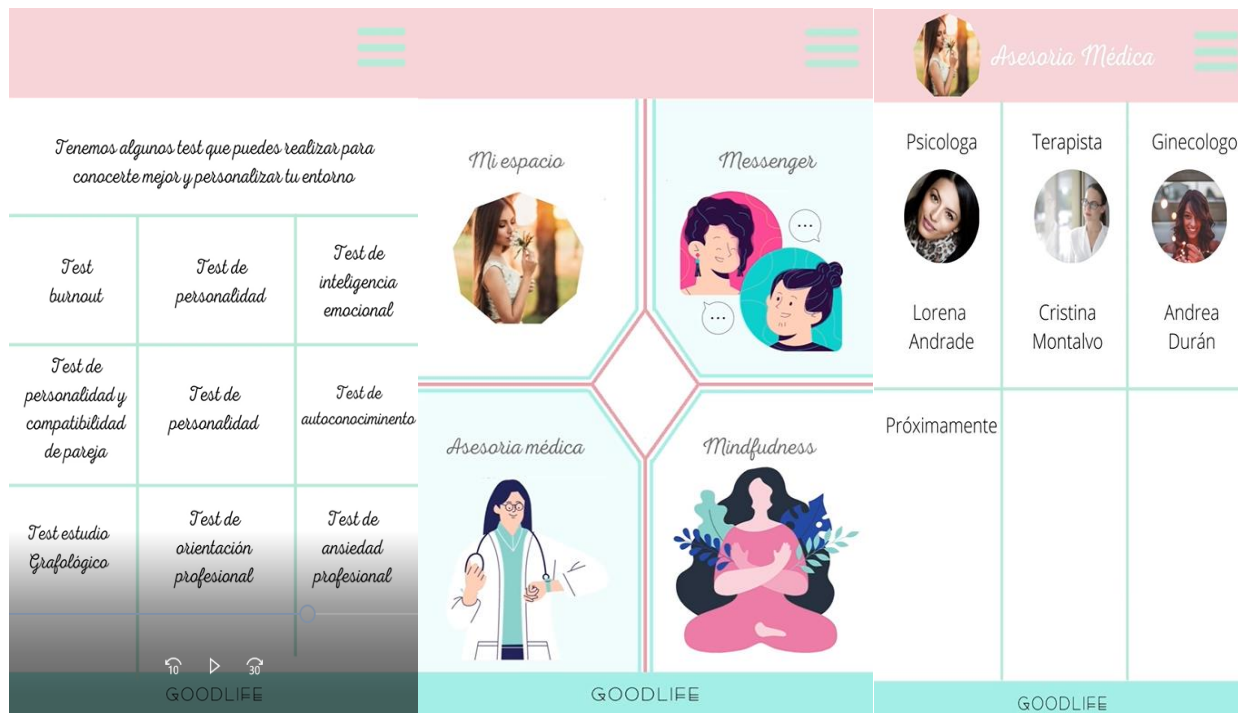


Figura 9 Prototipo 2, Ambiente APP
Fuente: Elaboración Propia



Validar

Testeo del Prototipo

Hallazgos y Oportunidades de Mejora Identificadas

A partir del prototipo realizado se pudo identificar lo siguiente:

- Se debe mejorar la personalización incluyendo un avatar de identificación y un Nickname.
- Es importante categorizar el chat de amigas (acceso a la comunidad), de acuerdo a sus preferencias por categorías; salud física, salud mental, alimentación, finanzas, relaciones con hijos y relaciones con pareja.
- El chat con los expertos en ginecología, nutrición y psicología debe explicar los términos y condiciones de su usabilidad.
- Se añade un mensaje o frase motivacional cada vez que se ingresa al APP
- Es preciso crear un ambiente de libre acceso con opciones generales donde la usuaria tenga una experiencia de “prueba” aun antes de la suscripción gratuita.
- Los clientes que pretenden pautar, no encuentran atractivo el hecho de no contar con un espacio adecuado para visualizar los banners publicitarios.

En ese aspecto fue de gran valor el testeo, ya que se logró establecer los errores a corregir. Identificar los problemas y luego priorizar el orden en el que se irán resolviendo y ejecutando las mejoras, es lo que influirá es la determinación de la viabilidad de un proyecto, pero es imposible armar dicha planificación si antes no se realizó el testeo del prototipo (Knapp, Zeratsky, & Kowitz, 2016).

GERENCIA: ESTUDIO DE MERCADO

Estudio de Mercado

Análisis de las 5c's

Contexto

El análisis PEST, nos va a ayudar a identificar los factores del entorno, que van a afectar a nuestro proyecto, desde el punto de vista externo.

Análisis político

Es un análisis del entorno político por el cual está pasando el país, las situaciones trascendentales que son necesario conocer para la toma de decisiones acertadas. Existe mucha incertidumbre sobre el destino político del país, continua la pugna de la clase política para acaparar poder e influencia, a pesar de concluir las elecciones, el escenario es en muchas formas volátil. la “derecha” llegó al poder, mientras que la izquierda intenta recuperarlo, pactos hechos y rotos, protestas y reclamos de sectores sociales.

La inestabilidad política internacional, también repercute negativamente en el ambiente político ecuatoriano, se están buscando alianzas o acuerdos políticos entre naciones extranjeras y el Ecuador.

Análisis económico

Análisis útil para conocer el entorno económico por el que está atravesando el país, es un factor que habilita, demora o bloquea la toma de decisiones. El desbalance entre ingresos y egresos está incrementando niveles de endeudamiento que pueden ocasionar una crisis general. La banca nacional percibe la inestabilidad. Sin embargo, las líneas de crédito están abiertas para calificados desde BBB hasta AAA.

La tasa de desempleo se incrementó durante pandemia, para junio 2020, el 39,1% de la Población en Edad de Trabajar (PET) es económicamente inactiva. La tasa de empleo bruto se ubicó en 52,8% a nivel nacional. Para el mismo periodo, la tasa neta de desempleo alcanzó el 13,3% a nivel nacional, y hasta el

momento no hay indicios de recuperación.

Análisis social

Con este análisis apreciamos las tendencias sociales actuales, y la cual debe ser tomada en consideración sobre todo cuando se manejan temas de servicios como la creación de la solución que se busca. La sociedad restringe gastos suntuarios, acude al crédito para lo necesario. El desempleo y la precarización del trabajo aumentó, se redujo salarios y horario laboral, aumento el teletrabajo dramáticamente.

Respecto a condiciones de vida, los guayaquileños de clase media buscan mejorarlas optando por ciudadelas cerradas, la misma que esta endeudada en créditos hipotecarios. La inseguridad se ha convertido en un tema crítico para la sociedad, la criminalidad aumentó, la sociedad teme, se resguarda a sí misma y la fuerza pública no se da alcance.

Análisis tecnológico

Aquí consideraremos que tanto avanzamos tecnológicamente como país, y el direccionamiento que debemos mantener para avanzar acorde a la tendencia del mercado:

- La tecnología cada vez rige más la economía en el Ecuador.
- La penetración del internet y de equipos informáticos e inteligentes se vio dinamizada por la necesidad de teletrabajo, telemedicina y teleeducación.
- Los artículos tecnológicos se han convertido en un importante rubro de ingresos y de gastos, sobre todo en los estratos socio económico medio y alto, sin embargo, las tablets y smartphones de procedencia china están permitiendo el acceso a otros estratos antes excluidos.
- La disponibilidad de apps gratuitas ha permitido que el ecuatoriano promedio esté familiarizado con su uso y les saque ventaja.

Figura 10 Matriz PEST
Fuente: Elaboración propia



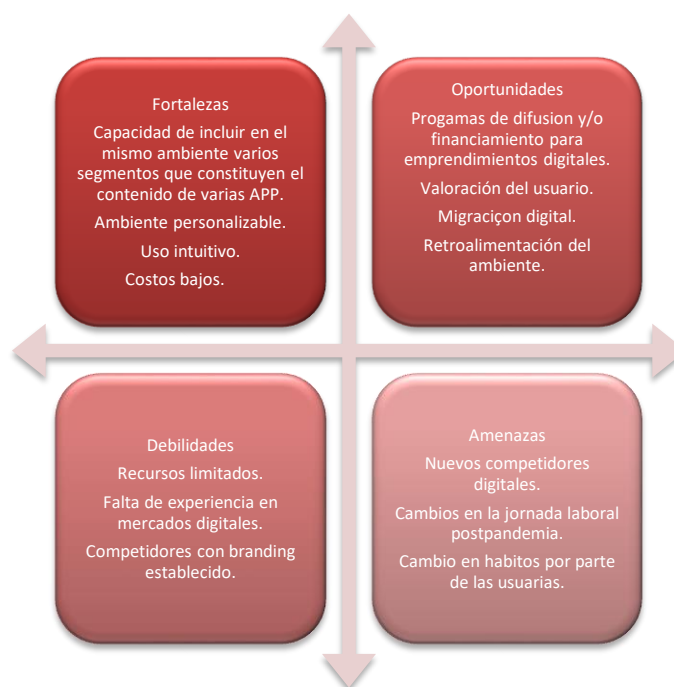
Compañía

En este apartado se realiza un análisis de las Fortalezas de la organización, en contraste con las Debilidades. Así también se analizan las oportunidades y las amenazas a las que se expone.

Identificar líneas de investigación dentro de la elaboración de un proyecto permite proponer la creación de un modelo de negocios sustentable, conocer las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas refleja la información del entorno que rodea la organización, tanto en un ambiente interno como externo (Villagomez, Mora, & Barradas, 2014).

Los factores internos como fortalezas y debilidades son aquellos sobre los que se puede ejercer control, mientras que las oportunidades y amenazas son factores de control externo que deben identificarse a tiempo para colocar en ventaja competitiva a la organización.

Figura 11 Análisis FODA
Fuente: Elaboración propia



En relación a los Clientes

Se establece una relación de comunicación interna que permita mantener la estrategia de servicio a los clientes, que fundamentalmente se basa en conocer lo que quiere nuestra cliente típica y la habilidad de adaptar nuestros servicios de manera individual, así generar relaciones de largo plazo basadas en la confianza y buena fidelización, esta última la buscaremos concretar con un servicio adaptado que entregue soluciones lo más idiosincráticos posibles.

En relación a los Colaboradores

Usaremos capacitación, la supervisión proactiva, aplicaremos políticas que generen bienestar, oportunidades y confianza en nuestros colaboradores, Su medición de desempeño clara, permitiendo que ellos mismos se establezcan metas de excelencia y reconociendo el desempeño óptimo sostenido; todo esto con el fin de embarcarlos en el proyecto, y así se esfuercen por establecer relaciones fuertes con los usuarios.

En relación a los Sistemas

Nuestra empresa está fundamentada en la tecnología, la misma que usamos como empresa y adaptamos de la mejor manera, para poder ser eficientes en nuestro esfuerzo de alcanzar los objetivos trazados, y nos permita dar soluciones a los problemas de los usuarios, nuestro modelo iniciará contratando externamente la parte de creación y mantenimiento/mejoras de la app, servidores, respaldos de app y data. Todo bajo la cercana supervisión y dirección del Asistente técnico-operativo y del Gerente administrativo, las reuniones y trabajo se harán por plataformas online, que deben facilitar las funciones en lugar de complicarlas.

Clientes

El mercado potencial, son mujeres ecuatorianas que residen en el sector urbano, que se encuentran laborando en casa o en teletrabajo, cuyas edades están entre 20 y 54 años. La información de la población se tomó de las estadísticas publicadas del (INEC, CENSO, 2010). La investigación de mercado de este modelo de negocio, se tomó en cuenta que el cliente y el usuario son la misma persona, al ser las mujeres, con incremento de sus niveles de estrés en muchas ocasiones producto del teletrabajo.

En relación a los Sistemas

Se continúa catalogando de novedoso la relación entre cliente y sistemas ya que mediante las tecnologías modernas es posible prever problemas relacionados con el óptimo funcionamiento de los sistemas y anticiparse a ellas (Lawton, 2021).

Siendo esta una de las dos más importantes relaciones de este triángulo de servicio, es fundamental. Por medio de la tecnología se facilitará la comunicación con el cliente y la medición de satisfacción y uso de nuestras soluciones a fin de adaptarlas mejor con el paso del tiempo; a fin de que sean eficiente y se vuelva un recurso masivo, para facilitar la vida y solucionar los problemas de los usuarios. Buscamos establecer relaciones claras de responsabilidad con terceros que garanticen que los sistemas y servicios digitales sean eficientes y ofrezcan una experiencia excelente a las usuarias.

Mantendremos un monitoreo de la calidad del servicio de todos los aspectos de su prestación para asegurarnos de primera mano la satisfacción del cliente en el primer momento que lo adquiere, cuando se le envié un bien diseñado email de bienvenida; también cuando el cliente oye un podcast, o lee un artículo, escucha melodías de relajación o termina un ejercicio guiado de mindfulness, que pueda deslizar una barra de nivel de satisfacción, y tenga una opción para compartir más detalles si así lo desea.

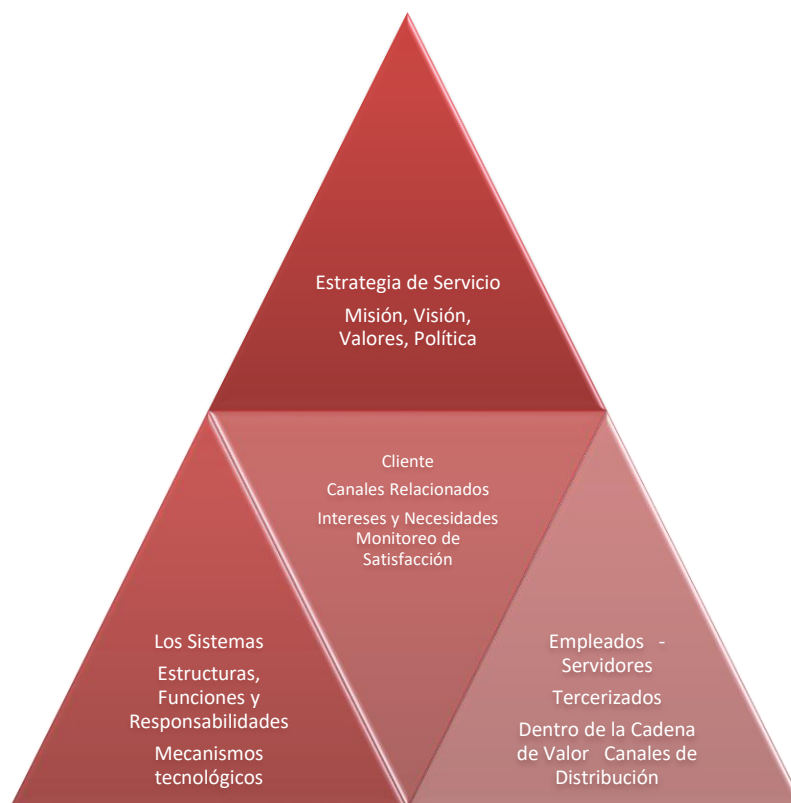
Colaboradores

Los colaboradores externos con los que se contará serán los negocios en los que se oferta el relajamiento y estrategias de masaje y meditación para disminuir los niveles de estrés, que son otros tipos de negocios que no representan a la competencia pero que buscan solucionar el mismo problema que se ha planteado, con la finalidad que recomienden el servicio del presente proyecto de modelo de negocio o realizar alianzas estratégicas por la promoción y suscripción al nuevo servicio que se está ofertando.

En el desarrollo de esta colaboración bilateral, existirá el apoyo para la suscripción con descuentos para el personal, así como la capacitación para el uso de la herramienta/servicio, con la finalidad de recibir mutuamente beneficios propios de las alianzas.

En el esquema del triángulo de servicios, se crean relaciones que buscamos sean estrechas y funcionales, usamos la expresión colaboradores, pues incluye a empleados y a terceros. (Karl, 1988) El triángulo de servicios facilita la comprensión de la prestación de servicios como un todo, que se encadena y que actúa alrededor del cliente. Albercht afirmaba que el triángulo fomenta la excelencia en el servicio, ya que integra estrategias de mercado, filosofía de servicio, captación de personal adecuado, contacto con el usuario y la operación de todos ellos en ambientes de alta comprensión.

Figura 12 Triángulo de Servicios
Fuente: Karl Albercht, 1988



En relación a los Sistemas

Siendo que el asistente técnico/operativo, y su equipo, son receptores de servicios tecnológicos y además del gerente administrativo supervisa las soluciones tecnológicas y la satisfacción del cliente, será muy importante para nosotros que los sistemas y la tecnología implementada en los procesos sea funcional y sin errores o carencias que impidan a los colaboradores desarrollar eficazmente sus funciones.

Se establecerán canales para interactuar con los clientes y facilitar que la empresa gestione las necesidades del cliente, página web y redes sociales. Así como para mantener banners, infomerciales y cuñas aspiracionales, que faciliten la captación continua y que dirijan tráfico a nuestra landing page para que nos encuentren quienes buscan nuestra solución.

En relación a los Clientes

La relación entre el personal y el cliente prioriza el establecimiento de vínculos comerciales prolongados y eficaces, para ello expone herramientas como la capacitación y el estudio de perfiles.

(Gregorio, 2020). Esta es el área de interconexión y la relación más relevante de este triángulo de servicio. Es crucial, porque es decisivo de la permanencia del cliente y la posibilidad de que se convierta a sí mismo en embajador del servicio y soluciones que proveemos. Siempre será el punto en el que se puede brindar o no una buena experiencia al consumidor, lo cual tiene el potencial de cambiarlo todo. Deseamos personalizar la atención, pues es nuestra propuesta de valor y fortaleza diferenciadora y deseamos que no sea solo en la app.

Por lo que, además de capacitar y motivar a los colaboradores pensamos que entendimiento del modelo de servicio y el empoderamiento facilitarán alcancen altos niveles de rendimiento y una gestión satisfactoria. Haremos encuestas de satisfacción en las diferentes fases del servicio al cliente, para identificar fallas, errores y oportunidades.

Investigación de mercado

Objetivo General:

Evaluar la aceptación de una APP que ayude a regular los niveles de estrés en mujeres ecuatorianas con hijos, que hacen teletrabajo.

Objetivos Específicos:

- Mapear los principales competidores.
- Mapear aliados estratégicos, quienes serán sponsors y cuyas actividades son afines con la salud.
- Identificar las opciones que el segmento busca para reducir sus niveles de estrés.
- Identificar el comportamiento del segmento identificado al momento de usar una APP.
- Determinar los contenidos de la app, según las recomendaciones de los profesionales entrevistados.

Población

Con la finalidad de segmentar la población de acuerdo al nicho establecido, (INEC, Proyección Nacional por edades - provincias 2010 - 2020, 2010) se toma como referencia información del último censo. La población ecuatoriana asciende a 17'677.378 habitantes, de los cuales el 47.12% son mujeres entre 20 y 54 años y el 63.40% de ellas se encuentran en la zona urbana.

Tabla 1 Proyección Población Urbana al 2021

Fuente: INEC (2010)

	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Urbana	5.424.591	5.653.451	61,92%	63,40%
Rural	3.335.904	3.263.432	38,08%	36,60%
Totales	8.760.495	8.916.883	17.677.378	

Tabla 2 Proyección Población Femenina Urbana al 2021

Fuente: INEC (2010)

GRUPOS DE EDAD	TOTAL, PAIS	%
TOTALES	17.677.378	
20 - 24	1.530.194	8,66%
25 - 29	1.410.516	7,98%
30 - 34	1.299.415	7,35%
35 - 39	1.200.620	6,79%
40 - 44	1.087.250	6,15%
45 - 49	960.123	5,43%
50 - 54	841.228	4,76%
TOTALES	8.329.346	47,12%
Urbano 63,40%	5.280.805	

El último boletín del INEC referente a la cantidad de madres en Ecuador fue el 2013, donde se determinó que el 24.07% de la población femenina es madre. (INEC, Encuesta de Condiciones de Vida Sexta Ronda, 2013)

Tabla 3 Proyección Madres al 2021

Fuente: Encuesta Condiciones de Vida INEC (2013).

población 2013	15520973
Madres 2013	3735915
% de madres en Ecuador	24,07%
Proyección 2021	4254964

El corte a mayo del 2021 de la categorización laboral indica que en promedio el 80.69% de la población femenina que pertenece a la zona urbana cuenta con empleo digno. (Boletín Técnico N° 07-2021-ENEMDU , 2021)

Tabla 4 Población por nivel de empleo

Fuente: Boletín INEC, mayo 2021

Indicadores	Total	Urbano	Rural	Hombre	Mujer	%	%	
	Nacional	Área		Sexo				
Empleo Adecuado/Pleno	2.670.281	2.154.634	515.647	1.769.707	900.574	33,73%	80,69%	726.668

Luego de realizar el cálculo poblacional final se pudo determinar que la cantidad de habitantes que se ajusta al perfil de la usuaria es de 82415 “Madres ecuatorianas con empleo adecuado/pleno en la zona urbana entre 20 y 54 años”.

Tabla 5 Desarrollo final de la población

Fuente: Elaboración propia

población Nacional	17.677.378	100%
población Femenina Nacional de 20 a 54 años en el área urbana	5.280.805	32,48%
Madres del sector urbano	2.697.647	15,26%
Mujeres con empleo adecuado nacional área urbana	726.668	17,48%
Madres Ecuatorianas de la zona urbana con empleo digno	174.909	0,99%
Madres Ecuatorianas de la zona urbana con empleo digno de 20 a 54 años	82.415	Población Segmentada

Muestra

Figura 13 Formula del cálculo de la muestra

Fuente: Elaboración propia

$$\text{Tamaño de la muestra} = \frac{\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2}}{1 + \left(\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2 N} \right)}$$

En detalle cada ítem contenido en la fórmula es el siguiente:

n =	tamaño muestra	¿?
N =	población o universo	82415
Z =	nivel de confianza	95% - 1.96
p =	probabilidad a favor	0.5
q =	probabilidad en contra	0.5
e =	error muestra	5% - 0.05

Para el presente cálculo se estima un nivel de confianza del 95%, mientras que el margen de error está dentro del 5%. Para obtener una precisión deseada las probabilidades a favor o en contra se calculan sobre 0.5, debido a la diversidad del universo. La cantidad de personas a encuestar son 278.

$$n = \frac{82415 \times (1,96)^2 \times (0,5) \times (0,5)}{(0,05)^2 \times (82415 - 1) + (1,96)^2 \times (0,5) \times (0,5)}$$

$$n = 278$$

Diseño de la Investigación

La metodología de la investigación es el estudio acerca del método o métodos de investigación en la práctica científica y en la obra que presenta la facultad de Ciencias Sociales de Oxford se resalta la importancia de establecer la teoría del método con la finalidad de mostrar la realidad del trabajo planteado. El proceso de investigación se presenta en un esquema que permite identificar las fases que debe cumplir un proyecto para demostrar su relevancia científica y académica. (Rocha, 2015)

La presente investigación es de Método Científico ya que surge a partir del planteamiento de una problemática, por la información disponible el alcance es de tipo exploratorio, por las herramientas

utilizadas tiene características tanto cualitativas, así como cuantitativas y por las fuentes obtenidas es de campo. Las Técnicas de Investigación que se utilizaron fueron las Entrevistas a profundidad, los grupos focales y encuestas.

Desarrollo de la Investigación

Para las entrevistas a profundidad se consultó con la valoración de tres expertos, uno en el área digital, diseñador de apps y contenidos, el Dr. Marcelo Pimentel, especialista en Psicología y Mindfulness y el especialista Magister Fernando García en Seguridad y Salud Ocupacional. Así mismo se consultó con un grupo focal de 6 mujeres, que laboran en relación de dependencia, son madres, están en teletrabajo cuyas edades van entre 20 y 54 años, se llevó cabo a través de la herramienta de comunicación zoom.

Se realizaron encuestas de llenado digital mediante un cuestionario en Google Forms, cuyo link de acceso fue enviado por redes sociales y por WhatsApp a mujeres dentro de Ecuador, que hacen teletrabajo, con hijos y sus edades están entre 20 y 54 años. Ver Anexo 6.

Resultados de la investigación

En la investigación cualitativa a un grupo focal de 6 mujeres, indicaron que lo ideal sería tener un APP donde exista una comunidad de mujeres y que a través de ella se ofrezcan temas de auto superación, manejo de estrés, mindfulness, alimentación, auto conocimiento. Expresaron que debería ser a prueba mínimo por 3 meses y que luego de eso el monto máximo que pagarían serían de hasta \$5 mensuales, siempre y cuando haya más beneficios.

En los resultados cuantitativos se realizó encuesta a la muestra de 278 mujeres, dando como resultado que por encima del 50% existe aceptación e intencionalidad hacia la APP. La razón principal por la que descargarían la APP es para relajarse, seguido del factor innovador y por recomendaciones.

La funcionalidad que debería tener la APP para motivar su descarga es que sea de uso fácil, que sea de utilidad para la usuaria y que plantee información relevante, que posea personalización y que genere

contenido de entretenimiento. Los temas que debería abordar son acerca de Salud mental y física, alimentación, finanzas y educación.

Investigación cualitativa:

Grupo focal: Este grupo focal se realizó con 6 mujeres, se direcciono a recoger opiniones sobre como ellas que son madres de familia, que están en teletrabajo hacen para el manejo de su estrés, que les gusta hacer, como se sienten, muchas de ellas manifestaron que es complicado hacer tantas cosas a la vez, si estarían dispuestas a usar una app para auto ayudarse y sus comentarios y recomendaciones, se dirigió a hacer una comunidad de mujeres que las ayude, motive e incentive a auto realizarse.

Investigación cuantitativa:

Encuestas: Mediante la aplicación del Google Forms se diseñó una encuesta con capacidad para 278 respuestas, cuyo acceso fue cargado en las redes sociales de todos los integrantes del proyecto y el link fue enviado además mediante WhatsApp a usuarias a nivel nacional que cumplieran el perfil requerido. Las encuestadas que pudieron acceder al cupo de respuestas tenían su residencia en ciudades como Quito, Cuenca, Ambato, Portoviejo, Guayaquil, Duran, Daule, Santo Domingo de los Tsáchilas, entre otros.

De la tabulación respectiva de resultados obtuvimos la siguiente información que es relevante para la construcción del producto y conocimiento de los ingresos asociados. Una app que sea una comunidad de mujeres donde las temáticas que debe tener son: Salud Física, Salud mental, alimentación, finanzas, relaciones con hijos y relaciones de pareja.

- Las 5 principales motivaciones que harían que descarguen un APP para manejo de estrés serian:
Para relajarse, por novedad, por recomendación, para desarrollo personal y juegos u ocio.
- Solamente el 21% estaría dispuesta a pagar por la suscripción de un APP que ayude al manejo del estrés. Por lo que es necesario buscar opciones para generar ingresos.

- Los montos en rangos que estarían dispuestas a pagar nuestro segmento esta entre \$0.51 y \$2.99 de forma mensual.

Mapa de la Competencia

Competencia Análisis de Porter

Condiciones de la demanda:

- 17% de la población femenina con trabajo formal, que está desempeñando sus funciones laborales en formato de teletrabajo.
- Ecuador es un país con altos índices de maltrato a la mujer y poco apoyo en sus tareas de parte de sus familiares.
- Los niveles de estrés en mujeres a raíz de la pandemia se han incrementado por todas las actividades que deben de realizar en casa.
- Falta de educación en la sociedad y de respeto a valores.

Industrias de apoyo:

- Proveedores tecnológicos en crecimiento, pero limitados en centros de I+D
- Especialistas en diversas ramas como ginecología, pediatría, psicología, etc.
- Centros de alimentación y nutrición, meditación y mindfulness
- Redes de comunicación.

Condiciones de factores:

- Pocos diseñadores de APP's para este tipo de servicios en el país.
- Desconocimiento de la oportunidad y valor que se le puede dar con herramientas tecnológicas al manejo del estrés.

- Falta de un centro de apoyo tecnológico en el país para desarrollo de nuevas opciones conectándose a las tendencias anuales.

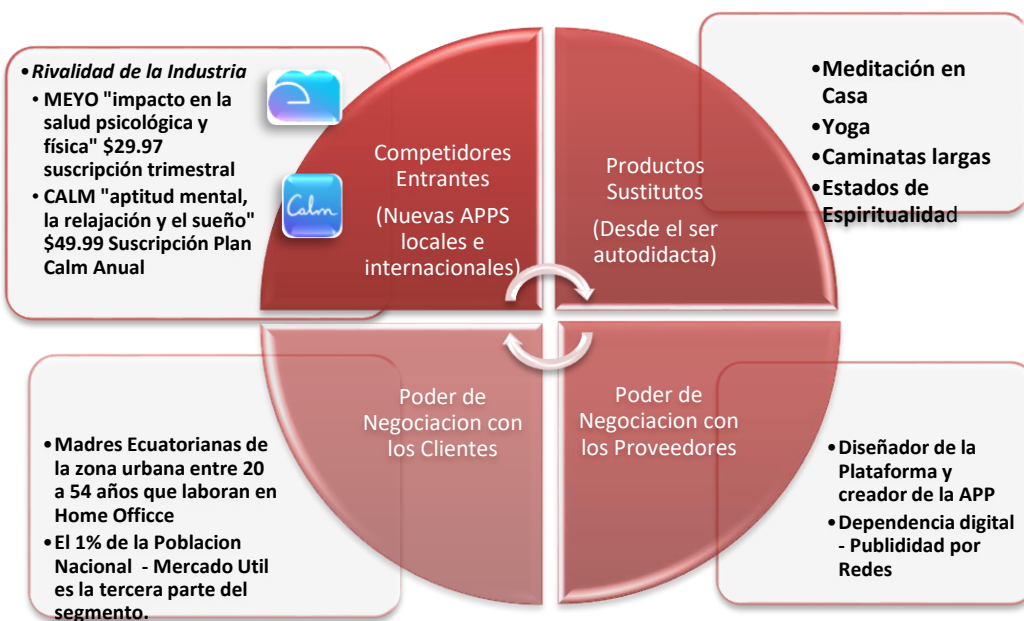
Estrategia y Rivalidad:

- No existe un clúster que ayude a herramientas tecnológicas a desarrollarse.
- Falta de cultura tecnológica en el país.
- Alta competencia en diferentes tipos de APP's, como Calm, Meyo entre las más relevantes y que tienen algunas opciones de manejo de estrés.

Rol del Gobierno:

El rol del gobierno es fundamental, en el apoyo de nuevas industrias y de tecnología, creando estabilidad para los negocios y generando fuentes de empleos, que sean equitativos y bien remunerados. Es importante que este nuevo gobierno brinde todo su apoyo a nuevas opciones de crecimiento y estudie las tendencias que anualmente se van presentando. (Márquez, 2021)

Figura 14 Matriz de Porter
Fuente: Elaboración propia.



Análisis

Mercado Objetivo Potencial

En la obra Análisis del Mercado se define al Mercado Potencial como aquel que lo conforma el total de usuarios con propensión a consumir un nuevo servicio, sin que haya mayor predisposición hacia la compra del mismo. (Quintana, 2004)

Para GOODLIFE las 82.415 madres ecuatorianas, con empleo adecuado/pleno, entre las edades de 20 a 54 años, constituyen una posible usuaria. Sin embargo, en este mercado de servicios donde se provee un intangible existen otros dos competidores con los que se segmenta ese nicho a un tercio de la población. Y un segmento de mujeres no tiene interés por el uso de medios digitales. Es un reto para GOODLIFE obtener una captación en progresivo durante el primer año, hasta el 35% de la porción de mercado que equivale a 5.769 mujeres suscritas por mes.

GERENCIA: PLAN DE MARKETING

La posición estratégica

La posición estratégica en una organización se logra obtener una vez que se complementa la variedad, las necesidades del cliente y el acceso al producto o servicio. (Porter, 1985)

Estrategia Competitiva y Diferenciales

GOODLIFE aspira alcanzar el desarrollo de la inteligencia emocional y la realización personal de las mujeres que se encuentran en situación de estrés, debido a la falta de equilibrio entre el manejo del hogar y el desempeño laboral, a través del uso de una app de mindfulness (atención plena) que no provee solo sonidos relajantes, GOODLIFE trasciende porque brinda la posibilidad de personalizar el entorno digital de modo que se ajuste a cada necesidad particular, accediendo así a soporte profesional o foros en áreas puntuales.

Una vez suscrita forman parte de una comunidad interactiva que comparte situaciones similares y lo mejor es que a través de las diferentes herramientas se obtiene solución a los distintos problemas como calendarizar actividades, ideas para la alimentación diaria, programas de ejercicios mentales y físicos, entre otras. Todo esto por valores de suscripción mensual, que pueden ser cancelados y retomados en cualquier momento, no atamos a nuestras usuarias con planes anuales o semestrales, porque creemos en el autoconocimiento y la superación personal.

- Social. - Orientada principalmente a la comunidad entre personas y construcción de redes de contacto.
- Utilitaria y productiva. - Proporciona la herramienta solucionar problemas bastante específicos, basado en tareas concretas, cortas y rápidas.
- Educativa e Informativa. - En esta App se privilegia el acceso al contenido, por esto la legibilidad

y facilidad de navegación son fundamentales para nosotros.

- Creación. – Se ubica en foco la creatividad mediante la interacción del usuario y potenciarla como por ejemplo reproducir videos y sonidos y escribir en el chat de la APP.
- App gratuita. - Sin duda uno de los mayores beneficios de nuestra aplicación es el tiempo gratuito que tenemos de prueba, con esto no existe ninguna barrera de entrada para que un usuario descargue la aplicación y la pruebe.

Posicionamiento

- Posicionamiento basado en la variedad: GOODLIFE posee variedad en cuanto a las herramientas o utilitarios dentro del ambiente digital, al que las usuarias pueden acceder, sin la necesidad de descargar más de una APP. Ejemplo, El planeador laboral, el programa de salud física y mental, las opciones para optimizar actividades dentro del hogar, entre otros.
- Posicionamiento basado en las necesidades de los clientes (segmentación de clientes). GOODLIFE, a diferencia de sus competidores no exige la suscripción a planes prepago de cancelación anual o semestral, dicha práctica es empática con la realidad financiera de la usuaria.
- Posicionamiento basado en el acceso:

Se propone el formato de una aplicación móvil, ya que es más común para las mujeres hoy en día; GOODLIFE permite el acceso gratuito al periodo de prueba y además permite la valoración del cliente. Cada tienda digital cuenta con la opción de descarga gratuita de la APP.

Colocando publicidad en redes sociales como Instagram, Twitter, y anuncios en Facebook y YouTube, podemos abarcar gran terreno en términos de publicidad y dar a conocer nuestra herramienta. Otra manera de canalizar el enfoque al demográfico específico es utilizando LinkedIn – una red de conexión para y por profesionales.

Figura 15 Estrategia de Posicionamiento, Prototipo de Valoración en tiendas digitales
Fuente: Elaboración propia



Servicios

Suscripciones

APP Móvil con descarga en tiendas digitales, que permite gestionar la inteligencia emocional a mujeres, cuyas edades se ubiquen preferiblemente entre los 20 y 54 años, con hijos a su cargo, que vivan en zonas urbanas y cuya metodología laboral sea el Home Office. Bajo la modalidad de suscripción a dos tipos de planes.

Publicidad

Publicidad dentro de una APP móvil con captación progresiva de un nicho de mercado segmentado. Bajo la modalidad de contratación de tres tipos de planes.

Necesidades que satisface GOODLIFE

GOODLIFE al pertenecer al mercado de servicios, ha sido diseñada para satisfacer necesidades de carácter intangible. La salud emocional es una necesidad básica dadas las condiciones de estrés y ansiedad que produce encargarse de varias actividades. A continuación, una breve reseña de los beneficios de contar con la APP:

- Aumento en la concentración

- Reduce los niveles de stress laboral
- Baja la cantidad de pensamientos negativos o agobiantes recurrentes
- Reduce inquietud
- Aumenta la creatividad y la originalidad
- Facilita la toma de decisiones
- Desarrollas ese estado de conciencia (autoconocimiento)

Características

Proveedor:	https://www.good-life-app.com/	
Tamaño	112.21 MB	
Categoría	Salud mental	
Compatibilidad	iPhone	Requiere iOS 13.0 o posterior.
	iPad	Requiere iPadOS 13.0 o posterior.
	iPod touch	Requiere iOS 13.0 o posterior.
	Android	Versión actual – Depende del dispositivo
	Android Wear	Versión actual
Idiomas	Español	
Edad	16+	

Propuesta de Valor

GOODLIFE es una aplicación creada para mujeres, en la que, a través de su comunidad personalizada por categorías, podrán reunirse de forma libre, segura y anónima, donde ellas serán capaces de identificarse con sus gustos y expresarse, para liberarse del stress que les produce la cotidianidad con ayuda de profesionales.

Precio**PVP**

El proyecto se monetizará por las suscripciones a dos tipos de planes y por la venta de publicidad que será difundida en el ambiente gratuito de la APP.

Descargas	Gratis	
Suscripciones	Plan Básico	\$2.99
	Plan Premium	\$3.99
Publicidad	Plan Oro	\$653.40
	Plan Plata	\$333.00
	Plan Bronce	\$133.20

Tabla 6 Prestaciones PLAN ORO

Fuente: Elaboración propia

Paquete Publicitario ORO			
Objetivo del anuncio	CPC promedio		
Descarga de aplicaciones	0,3		
Generación de clientes potenciales	0,19		
Ventas de catálogo	0,16		
Visitas en el negocio	0,14		
Conversiones	0,13		
Alcance	0,11		
Likes en la página y reconocimiento de marca	0,07		
Reproducciones de vídeo y tráfico	0,05		
Mensajes	0,04		
Interacción en publicaciones	0,02		
Total	1,21		
300% de recargo en app	3,63	21,78	653,4
	Unidad	Diario	Mensual

Tabla 7 Prestaciones PLAN PLATA

Fuente: Elaboración propia

Paquete Publicitario PLATA			
Objetivo del anuncio	CPC promedio		
Descarga de aplicaciones	0,3		
Generación de clientes potenciales	0,19		
Alcance	0,11		
Likes en la página y reconocimiento de marca	0,07		
Reproducciones de vídeo y tráfico	0,05		
Interacción en publicaciones	0,02		
Total	0,74		
300% de recargo en app	2,22	11,1	333
	Unidad	Diario	Mensual

Tabla 8 Prestaciones PLAN BRONCE

Fuente: Elaboración propia

Paquete Publicitario BRONCE			
Objetivo del anuncio	CPC promedio		
Generación de clientes potenciales	0,19		
Alcance	0,11		
Likes en la página y reconocimiento de marca	0,07		
Total	0,37		
300% de recargo en app	1,11	4,44	133,2
	Unidad	Diario	Mensual

Precio que estima el cliente

Las mujeres que formaron parte del FOCUS GROUP manifestaron que \$5.00 sería el monto mensual máximo de pago por suscripción a una APP como GOODLIFE, mientras que las encuestas demostraron que el 9.7% estaría dispuesta a pagar entre \$2.00 y \$2.99 mensual, en un porcentaje de 13.2% hay una propensión de pago entre \$5.00 y \$5.99 mensual. Mientras que un 42% no está dispuesta a pagar por un servicio digital.

En Ecuador el reparto de las plataformas digitales tiene su auge únicamente cuando se trata de la obtención de un bien físico al final de la transacción. Ej. Uber Eats.

Precios de la Competencia

Los costos de los principales competidores son por suscripciones, ya que las descargas son gratuitas. Meyo ofrece suscripciones en planes desde trimestral hasta el anual. Mientras que Calm tiene únicamente distintos planes de suscripción anual en premium. Ningún competidor ofrece planes de suscripción mensual como GOODLIFE. Cabe señalar que la mayor proyección en ventas de estas APP está en mercados internacionales y su presencia en Ecuador es menor al 1%. (CALM, s.f.) (MEYO, s.f.)

Figura 16 Precios competencia

Fuente: Appstore Preview, IStore

	<p>Meyo: Bienestar Emocional 12+</p> <p>Meyo App Designed for iPad</p> <p>★★★★★ 4.7 • 259 Ratings</p> <p>Free · Offers In-App Purchases</p>		<p>Calm: Meditación y Sueño</p> <p>Meditación y Sueño Calm.com Diseñado para iPad</p> <p>Núm. 8 en Salud y forma física ★★★★★ 4,5 • 16,1 mil valoraciones</p> <p>Gratis · Ofrece compras dentro de la app</p>																																								
<p>Precio Gratis</p>	<p>In-App Purchases</p> <table border="0"> <tbody> <tr><td>1. Meyo Premium - 30% Descuento</td><td>6,99 €</td></tr> <tr><td>2. Meyo Premium</td><td>9,99 €</td></tr> <tr><td>3. Meyo Premium Semestral (-30%)</td><td>34,99 €</td></tr> <tr><td>4. Comprar reto</td><td>2,29 €</td></tr> <tr><td>5. Comprar reto</td><td>1,09 €</td></tr> <tr><td>6. Comprar reto</td><td>3,49 €</td></tr> <tr><td>7. Meyo Premium Semestral</td><td>49,99 €</td></tr> <tr><td>8. Meyo Premium Anual + Kit</td><td>249,99 €</td></tr> <tr><td>9. Meyo Premium Anual</td><td>94,99 €</td></tr> <tr><td>10. Meyo Premium Trimestral</td><td>26,99 €</td></tr> </tbody> </table>	1. Meyo Premium - 30% Descuento	6,99 €	2. Meyo Premium	9,99 €	3. Meyo Premium Semestral (-30%)	34,99 €	4. Comprar reto	2,29 €	5. Comprar reto	1,09 €	6. Comprar reto	3,49 €	7. Meyo Premium Semestral	49,99 €	8. Meyo Premium Anual + Kit	249,99 €	9. Meyo Premium Anual	94,99 €	10. Meyo Premium Trimestral	26,99 €	<p>Precio Gratis</p>	<p>Compras dentro de la app</p> <table border="0"> <tbody> <tr><td>1. Calm Premium</td><td>49,99 €</td></tr> <tr><td>2. Calm Premium</td><td>35,99 €</td></tr> <tr><td>3. Calm Premium</td><td>35,99 €</td></tr> <tr><td>4. Calm Premium</td><td>57,99 €</td></tr> <tr><td>5. Calm Premium</td><td>15,99 €</td></tr> <tr><td>6. Calm Premium</td><td>15,99 €</td></tr> <tr><td>7. Calm Premium</td><td>15,99 €</td></tr> <tr><td>8. Calm Premium</td><td>38,99 €</td></tr> <tr><td>9. Calm Premium</td><td>74,99 €</td></tr> <tr><td>10. Calm Premium</td><td>40,99 €</td></tr> </tbody> </table>	1. Calm Premium	49,99 €	2. Calm Premium	35,99 €	3. Calm Premium	35,99 €	4. Calm Premium	57,99 €	5. Calm Premium	15,99 €	6. Calm Premium	15,99 €	7. Calm Premium	15,99 €	8. Calm Premium	38,99 €	9. Calm Premium	74,99 €	10. Calm Premium	40,99 €
1. Meyo Premium - 30% Descuento	6,99 €																																										
2. Meyo Premium	9,99 €																																										
3. Meyo Premium Semestral (-30%)	34,99 €																																										
4. Comprar reto	2,29 €																																										
5. Comprar reto	1,09 €																																										
6. Comprar reto	3,49 €																																										
7. Meyo Premium Semestral	49,99 €																																										
8. Meyo Premium Anual + Kit	249,99 €																																										
9. Meyo Premium Anual	94,99 €																																										
10. Meyo Premium Trimestral	26,99 €																																										
1. Calm Premium	49,99 €																																										
2. Calm Premium	35,99 €																																										
3. Calm Premium	35,99 €																																										
4. Calm Premium	57,99 €																																										
5. Calm Premium	15,99 €																																										
6. Calm Premium	15,99 €																																										
7. Calm Premium	15,99 €																																										
8. Calm Premium	38,99 €																																										
9. Calm Premium	74,99 €																																										
10. Calm Premium	40,99 €																																										

Distribución/Plaza

Método

La metodología de distribución por mayor accesibilidad es en los Mercados Digitales con la tienda de aplicaciones o plataforma de distribución (como, por ejemplo, Apple App Store, Google Play o Amazon Appstore) en la que la App se encuentre disponible (cada una, “Proveedor de App”). Mientras que la plaza en la que se realizará la promoción es mediante redes sociales, Instagram y Facebook.

Acceso

La accesibilidad de insumos que GOODLIFE utiliza proviene de la adquisición de espacio en la nube,

pautaje en redes sociales y la mano de obra especializada en software.

Promoción y Comunicación

Nombre de la Empresa

“GOODLIFE”

Identidad Corporativa

“Somos una empresa que cree firmemente en el poder transformador de las mujeres, creemos que a través de la comunicación asertiva e innovación tecnológica seremos capaces de impulsarlas a alcanzar el desarrollo óptimo de sus habilidades emocionales.”

Slogan y Logotipo

*Figura 17 Logotipo GOODLIFE
Fuente: Elaboración propia*



“Tu vida más plena, satisfactoria y exitosa”

Usando la psicología del color y las asociaciones de emociones que estos producen, se ha diseñado y seleccionado el logotipo usando los dos colores principales – verde-turquesa y magenta – y sus varias tonalidades complementarias, que representan una mezcla de cualidades y percepciones fuertes para nuestro mercado objetivo.

El ícono asociado con la marca, aparenta ser un piñón, una piña, una semilla, con una punta que se dirige hacia arriba, encontramos que esta forma expresa nuevos comienzos. La semilla se relaciona con la feminidad, fecundidad y la capacidad de crear. El degradado en color rosa marítimo permite un efecto llamativo pero relajante, con el cual creemos muchas mujeres se van a relacionar e identificar.

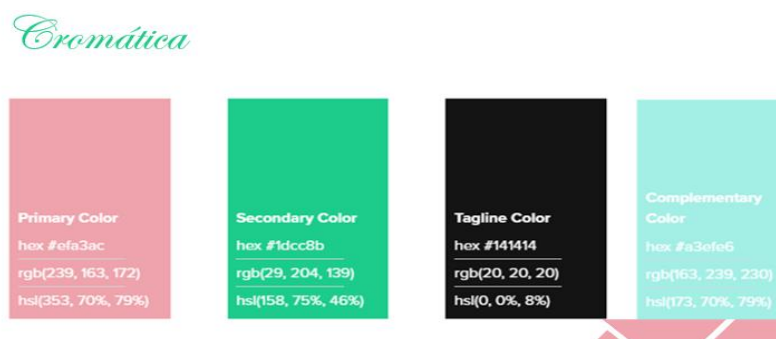
El verde primaveral [hex #1dcc8b] evoca temas de salud orgánica, bienestar, crecimiento, un retorno a lo natural; muy atado a lo que deseamos ofrecer con nuestra app en cuanto a encontrar balance entre la vida ocupada de una mujer ejecutiva y su paz interna. Encontramos que es ideal para nuestra app. A su vez es un color versátil, ya que variaciones del mismo podrán ser utilizados para el desarrollo de las diferentes páginas.

El rosado marítimo [hex #efa3ac] que se usa en degradado, es una mezcla particular de rojo-morado y blanco. Esta combinación de colores exude serenidad, vitalidad, espiritualismo, sabiduría, paciencia, confianza y claridad. Es un color no agresivo que invita a la reflexión y a la introspección – muy en línea con las metas de nuestra app.

La tipografía que se escogió es una fuente muy particular, es una variación arbitraria de la “Arista 2.0 Alternate Light.” Así que es única y llama la atención. No por ser diferente deja de ser clara, elegante y legible – como las propuestas de nuestra app; enfocadas en las necesidades particulares de cada cliente.

Figura 18 Manual de Marca

Fuente: Elaboración propia



Plan de Medios y Presupuesto

La estrategia de comunicación del servicio se basa en el alto porcentaje de respuesta en redes, así como en el chat de la APP. El Community Manager es quien se encargará de la atención personalizada, que únicamente será de carácter virtual y que posterior servirá de base de datos para retroalimentación.

Las valoraciones de los usuarios también cuentan con un indicador de relevancia que se debe tratar a priori, para mantener la calificación por encima de 4.8 estrellas. Se tendrá alianzas estratégicas con empresas que presten servicios presenciales afines a las prestaciones digitales de GOODLIFE, quienes actuarán como Sponsors. El plan presupuestario de la publicidad se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 9 Planificación presupuestaria de Publicidad

Fuente: Elaboración propia

MARKETING Y PUBLICIDAD	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total Año 1
Expectativa	327	327	327										980
Captación	327	327	327	327			327	327	327	327			2614
Mantenimiento				327	327	327	327	327	327	327	327	327	2940
Navidad											327	327	653
Día del Padre						327							327
Día de la Madre					327								327
													7841

Resumen

- Pautaje en Redes Sociales y en buscadores de acuerdo a palabras clave.
- Captación de Seguidores en redes a través de publicidad por compensaciones o premios.
(Cupones de Descuento)
- Campaña de Expectativa en Facebook e Instagram (Contenido en publicaciones del feed y reels)
- Campaña de Test de Mindfulness como enganche de la APP a través de influencers locales
(Mes de Suscripción Gratis – Activación Servicio)

GERENCIA: ESTUDIO TÉCNICO

Descripción del servicio

GOODLIFE es una Aplicación de uso móvil que permitirá a mujeres generen un proceso de aprendizaje de cómo manejar su estrés a través de herramientas cognitivas, que las ayudara a auto conocerse, aumentar la concentración, reducir los niveles de stress, bajar la cantidad de pensamientos recurrentes negativos, reducir las inquietudes, aumentar la creatividad, las ideas nuevas y la originalidad, facilitando la toma de decisiones y el manejo de la inteligencia emocional, desarrollando un estado de conciencia y así sentirse mejor.

Descripción del prototipo

Proceso de la Experiencia de usuario GOODLIFE

1. Ingresar a Google Play o IOS
2. Muestra el icono de GOODLIFE (con el lema: tu vida más plena, satisfactoria y exitosa)
3. En cada plataforma se mostrarán las pantallas de recorrido de GOODLIFE y un video que está colgado en YouTube que se puede ver con imágenes y mensaje que motiva la descarga.
4. Ingreso al ícono de GOODLIFE que ya se encuentra en el dispositivo del cliente (luego de haber sido descargado)
5. Primera pantalla en fondo de GOODLIFE da la bienvenida:

¡Bienvenida a GOODLIFE!

Has dado el primer paso para tener un mejor control de tus emociones y de esta forma tener una vida más placentera y en auto control.

GOODLIFE te ayudará a reducir tus niveles de stress, a interactuar en una comunidad de forma libre segura y anónima e intercambiando gustos y preferencias en un entorno confiable que busca tu auto realización.

6. Debajo de este mensaje se presenta el ícono de continuar. (si da clic avanza si no da clic) se queda en la pantalla original.
7. Avanza a la siguiente pantalla que presenta la siguiente información:

¡GOODLIFE quiere ayudarte!

Para nosotros es vital conocerte y para poder lograrlo te mostramos nuestro contenido para que escojas lo que mejor se adapte a ti:

Elije tus intereses en orden de prioridad, aquí cuando la persona hace clic le muestra el número por prioridad ej.:

Mindfulness	1	Salud Física	Salud Mental
Alimentación		Finanzas	2
		Relaciones con hijos	3
Relaciones con pareja		Comunidad	4

8. Debajo de este menú se muestra la palabra continuar (si la persona la marca avanza al siguiente paso, sino se queda ahí hasta que la persona salga o continúe)
9. Luego de esto se abrirá el cuadro de términos y condiciones, donde se especifica todo lo que hace el App y tiene el botón de aceptar al final del texto (si la persona marca si avanza sino deberá salir).
10. Luego de haber aceptado los términos y condiciones aparecerá una nueva pantalla que dirá:

¡Hola! El primer paso para ayudarte a lograr una vida más placentera consiste en conocerte, para eso deberás personalizar tu perfil, sigue los siguientes pasos:

- 1) *Crea tu Nickname*
- 2) *Indícanos tu edad*
- 3) *Email*
- 4) *Se presenta la opción de ingresar por perfil de Facebook o Google*

- 5) *Usa las siguientes imágenes como avatar (presentamos menú de imágenes; rosa rosada, una cartera, una copa de vino, una muñequita haciendo yoga, una muñequita haciendo ejercicios).*
- 6) *Al terminar de usar las opciones le aparecerá una pantalla pop-up instantánea que le mostrará a la usuaria como quedo su perfil: ej.:*

Gaby

Muñequita haciendo yoga (imagen)



11. Posterior a ese paso en la parte inferior de este menú estarán mostrados 4 iconos que al clicarlos te llevan a una opción:
- Chat de amigas (se le pone un icono relacionado al tema)
 - Herramientas para reducir el stress (se le pone icono relacionado al tema)
 - Chat con expertos (se le pone icono relacionado al tema)
 - Test de mindfulness para conocer tus niveles de stress
12. Cuando las usuarias clican cada uno de esos iconos se le presentaran las siguientes opciones:
- Chat de amigas: (las llevará a un video de imágenes de muñequitas chateando, haciendo cosas en el hogar, con los hijos, trabajando en teletrabajo y una voice over explicará cómo funciona el chat de amigas).
 - La voice over: Mientras las imágenes salen dirá: *Sabemos qué haces muchas cosas a la vez y que eso puede llevarte a situaciones de stress, a través de este canal nuevo de comunicación podrás reunirte de forma libre, segura y anónima con muchas mujeres que se sienten igual que tú, chatear de un tema puntual y luego de unos segundos desaparecerá de forma*

instantánea, liberando de esta forma tus emociones y sintiéndote más feliz, para poder acceder a él debes de suscribirte a uno de nuestros planes.

13. Cuando termina el video se presentará la pantalla de nuestros planes de suscripción:

Plan básico (\$2.99)

Herramientas para reducir stress
 Chat de amigas ilimitado
 Mensajes motivacionales (audios)
 4 consultas mensuales a expertos
 Descuentos de hasta 10% en salud
 y bienestar.

Plan Premium (\$3.99)

Herramientas para reducir stress
 Chat de amigas ilimitado
 Chat con expertos (12 consultas al mes)
 Mensajes motivacionales (audios)
 Descuentos de hasta 20% en salud
 y bienestar.

*Los descuentos se pactarán con los sponsors.

14. Cuando la usuaria escoge el plan se le abrirá la pasarela de pago con Tarjeta de crédito o Tarjeta de débito:

Se muestran los iconos de las marcas de tarjetas de crédito y se pide:

- Número de Tarjeta (que el sistema enmascara)
- Fecha de caducidad MM/AA
- Código de seguridad CVV
- Titular de la Tarjeta de crédito

15. El icono de herramientas para reducir el stress (las llevará igual a un video que contará con imágenes de muñequitas que pueden hacer en esta opción) La voice over dirá:

Sabemos que en tu vida cotidiana tienes altas cargas de stress es por eso que en GOODLIFE queremos ayudarte para que te liberes de ellas, pudiendo escoger y personalizando lo que más te guste y en el camino nosotros te ayudaremos con consejos, rutinas, mensajes que harán que te sientas cada día

mejor, para acceder a ellas solo debes suscribirte a nuestros planes (regresa al punto 13 y 14.) Dentro del

menú de herramientas para reducir el stress tendremos:

- *Mindfulness*
- *Meditación*
- *Respiración*
- *Ejercicios*

Cuando se clicla en cada uno de ellos se presentarán audios o videos de muñequitas indicando que se debe hacer.

16. El icono de Chat con expertos, (psicología, nutrición, ginecología)

Para este proceso igual se presentará un video explicativo y lleva luego a los puntos 13 y 14. En el video en on se escucha a la voice over que dirá: *Sabemos que tienes muchas dudas o preguntas por hacernos, queremos atenderte y darte nuestras mejores recomendaciones a través de nuestros expertos en psicología, nutrición y ginecología, para poder acceder a ellos debes de suscribirte.*

Nota* En este proceso se incluye un Bot, que tendrá pre cargado preguntas y respuestas comunes, con palabras y frases en inteligencia artificial para contestar todo el tiempo a las usuarias. Y cuando no tenga respuestas presentara el mensaje:

¿Te gustaría que te contacte un especialista para ofrecerte atención personalizada? Si indica SI, envía al experto la consulta para que en horario laborable responda por el mismo canal, si dice que NO, se cierra el chat indicando. ¿Necesitas que te ayude en algo más?

17. Icono final será de Test de mindfulness, de igual forma existirá un video con imágenes relajantes

y en on se escuchará: *Este test se llama MAAS es un cuestionario con quince ítems diseñados para valorar una característica de la atención plena disposicional; esto es, la conciencia abierta o receptiva de la atención y la atención a lo que está ocurriendo en el presente. Este test se puede*

completar en menos de 5 minutos, solo debes de responder sinceramente a tu primera reacción, está compuesto de 6 valoraciones y al final te daremos el diagnóstico. Adelante ánimo a realizarlo y a conocer tu atención plena ante la vida totalmente gratis. (presenta el botón continuar si acepta va al test sino acepta se queda en la página donde estaba).

Preguntas del test y escala:

- 1) A veces estoy experimentando una emoción y no soy consciente de ello hasta algo más tarde. (1 2 3 4 5 6)
- 2) Rompo o derramo cosas por descuido, por no prestar atención o por estar pensando en algo distinto. (1 2 3 4 5 6)
- 3) Encuentro difícil permanecer centrado en lo que está pasando en el presente. (1 2 3 4 5 6)
- 4) Tiendo a caminar rápido para llegar a los sitios y no presto atención a lo que experimento a lo largo del camino. (1 2 3 4 5 6)
- 5) Tiendo a no darme cuenta de emociones de tensión física o incomodidad hasta que realmente reclaman mi atención. (1 2 3 4 5 6)
- 6) Me olvido el nombre de la persona tan pronto como me lo dicen la primera vez. (1 2 3 4 5 6)
- 7) A veces parece como si estuviera moviéndome en “automático” sin mucha conciencia de lo que estoy haciendo. (1 2 3 4 5 6)
- 8) Hago las actividades con prisas y sin estar realmente atento a ellas. (1 2 3 4 5 6)
- 9) Me centro tanto en el objetivo que quiero lograr que pierdo contacto con lo que estoy haciendo ahora para alcanzarlo. (1 2 3 4 5 6)
- 10) Hago trabajos o tareas automáticamente, sin ser consciente de lo que estoy haciendo. (1 2 3 4 5 6)
- 11) Me encuentro escuchando a las personas con «una oreja», haciendo o pensando algo distinto al mismo tiempo. (1 2 3 4 5 6)

12) Conduzco el coche a los sitios en “piloto automático” y luego me pregunto por qué fui allí. (1 2

3 4 5 6)

13) Me siento constantemente preocupado con el pasado o con el futuro. (1 2 3 4 5 6)

14) A veces me encuentro haciendo cosas sin prestar atención. (1 2 3 4 5 6)

15) Tiendo a «picar» sin ser consciente de lo que estoy comiendo. (1 2 3 4 5 6)

Cuando la usuaria culmina el test, el sistema pondera y da los resultados:

Una vez llenado el MAAS la media de las puntuaciones de las 15 preguntas. Las puntuaciones más bajas reflejan menores niveles de mindfulness disposicional (y que por cierto está relacionados con altos niveles de estrés, ansiedad, depresión u otros problemas psicológicos) y las más altas reflejan altos niveles de mindfulness. Lo que significa que la persona está en conciencia plena de su vida y tiene bajos niveles de stress.

Si las puntuaciones son bajas, presentará el siguiente mensaje:

En GOODLIFE queremos ayudarte a desarrollar tu inteligencia emocional, a controlar tus emociones, a gestionar tu ansiedad es por eso que te presentamos las siguientes opciones:

- Posterior a ese mensaje se presenta un menú:
- Mindfulness te presenta 30 prácticas para desarrollar tu inteligencia emocional.
- Mindfulness te presenta 10 prácticas sencillas para gestionar tu ansiedad.
- Mindfulness te presenta 10 actividades para mejorar tu autoestima.
- Mindfulness te presenta 10 actividades para combatir la depresión.
- Mindfulness te presenta 10 prácticas para superar tu dependencia emocional.
- Mindfulness te presenta 10 prácticas para disminuir la ansiedad y agobio de estar en casa todo el tiempo.

Si las puntuaciones son altas, presentará el siguiente mensaje:

GOODLIFE estamos felices de saber que estas en conciencia plena en tu vida, para que sigas así

te dejamos los siguientes videos animados de más opciones que te ayudaran a vivir plenamente siempre:

- Video animado de 10 posturas de yoga básico
- Video animado de 3 opciones de respiración
- Video animado de 10 ejercicios fáciles de estiramiento
- Video animado de 10 chistes
- Video de 3 frases motivacionales

Cada vez que la usuaria ingrese a nuestra plataforma el sistema la reconoce y le dará la bienvenida de forma personalizada:

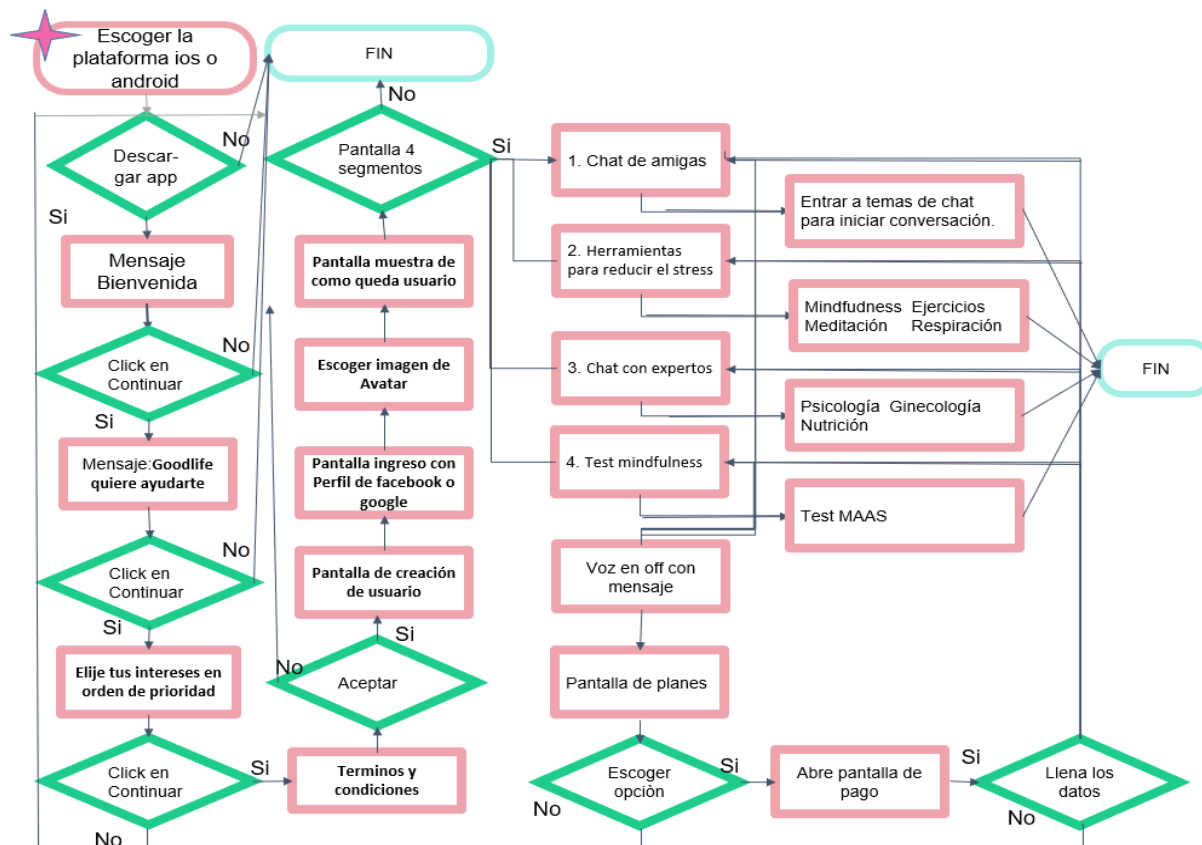
¡Hola Gaby! (usará el Nickname que la usuaria personalizó), hoy te dejamos esta frase que sabemos te llenara de alegría

El flujo de datos de información de los procesos de la App se va a efectuar una vez que el usuario decida descargar la aplicación. Una vez descargada, se realiza una consulta a la base de datos para ofrecer inmediatamente los servicios que se encuentran disponibles.

La información del cliente es almacenada de manera confidencial y de estricta reserva, luego si el cliente acepta los términos y condiciones se aplica test y se almacenan los resultados, si no acepta los términos solo se aplica la información del plan básico sin suscripción, por otra parte, el usuario que resuelve el test, puede escoger el tipo de plan, con una consulta a la base de datos de los costos y los datos requeridos, se consulta la forma de pago, se almacena la forma escogida y los accesos a las plataformas que registre el usuario/cliente y de esta manera finaliza el proceso del flujo de la información de la aplicación y su utilización por medio de los usuarios.

Proceso de prestación del servicio

*Figura 19 Flujo de Poseso de Producción
Fuente: Elaboración propia*



Determinación de la capacidad productiva

Comenzando en una vista transaccional; la capacidad productiva equivale a la cantidad de producción que la organización es capaz de obtener en un determinado periodo de tiempo, tomando en consideración los ingresos de recursos en equivalencia con la provisión del servicio (Sánchez Sello, 2016). Las aplicaciones móviles se alojan en repositorios de datos estructurados de servidores web bajo un protocolo http, dicho alojamiento permite acceder a gran parte de las cualidades del hardware. Tiene como ventaja la agrupación de códigos y posterior distribución en APP store (Silberschatz, 2006).

Para realizar el cálculo de la capacidad productiva instalada, se tiene en consideración la cantidad de tiempo en crear la aplicación, desde el estudio de los requerimientos iniciales, el diseño, la programación y las pruebas beta. A partir de ello, la capacidad productiva varía de acuerdo a las posibles actualizaciones que se pueden realizar dentro de app, sobre todo para ser incluidas en las dos plataformas más utilizadas que son App Store de Apple para el sistema IOS y Google Play para el sistema Android.

Otra consideración relevante para el cálculo de la capacidad productiva es la expectativa de captación.

1. Requisitos Web Hosting:

- 1 TB de almacenamiento Microsoft 365 MyPyMEs (Microsoft, s.f.)
- Compatible con Windows 10, Windows 8.1, Windows 7 Service Pack 1 y las dos versiones más recientes de macOS

2. Expectativa de Captación

- Población 82415
- Mercado Meta, la tercera parte de la población segmentada, más la porción de mercado con bajo interés digital. 16.483
- Entre el mes 1 y el mes 12 se estima una captación progresiva del 10% al 35%

Tabla 10 Datos de la Demanda y la Colocación del Servicio
Fuente: Elaboración Propia

DEMANDA POTENCIAL	82.415	COMPETENCIA			3			PORCIÓN DE MERCADO NO INTERESADA		2		PORCIÓN DE MERCADO		16.483
		% de captación	0%	10%	10%	10%	20%	20%	20%	30%	30%	30%	35%	
PRODUCCIÓN (Captación Anual)	0	1648	1648	1648	3297	3297	3297	4945	4945	4945	5769	5769	41207	
Cantidad de Atenciones Personalizadas 60%	0	989	989	989	1978	1978	1978	2967	2967	3461	3461	3461	25219	

La cantidad de atenciones personalizadas equivale al 60% de la producción mensual. Los expertos que tendrán disponibilidad de horario de atención de 8 horas diarias son 2, cuyo horario será desde las 7h00 am hasta las 16h00 y de 16h00 a 00h00. Durante la jornada de 00h00 a 07h00 la usuaria será asistida por el Bot, el mismo que cuenta con información precargada, con la finalidad de atender a las personas disponen de tiempo en horas de la tarde – noche. En el caso que el Bot no haya podido satisfacer la necesidad de la usuaria, habrá un redireccionamiento a un experto dentro de la jornada que corresponda.

Tabla 11 Numero de atenciones personalizadas
Fuente: Elaboración Propia

CONCEPTO	CANTIDAD	TIPO
Atención por hora (A)	4	Usuarios/clientes
Cantidad de Asistencia (B)	3	2 expertos – 1 Bot
Cantidad diaria (C)	8	Horas
Cantidad mensual (D)	24	Días
Cantidad de meses (E)	12	meses
Cantidad de servicio (F=A*B*C*D*E)	25219	Atenciones anuales

La capacidad productiva durante el primer año es en promedio del 34%, la plataforma está diseñada como APP nativa y posee 1T de almacenamiento, lo que permite captar hasta 10000 consumidores por mes, mientras que la proyección promedio de usuarias para el primer año es de 3434.

Tabla 12 Capacidad Productiva
Fuente: Elaboración Propia

Capacidad de Atención	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000
PRODUCCIÓN (Captación Anual)	0	1648	1648	1648	3297	3297	3297	4945	4945	4945	5769	5769
% Capacidad Instalada	0%	16%	16%	16%	33%	33%	33%	49%	49%	49%	58%	58%

Tabla 13 Organización Horaria de Profesionales y Bot
Fuente: Elaboración Propia

DIAS	HORARIO A Profesional 1	HORARIO B Profesional 2	Bot
Lunes	07:00 – 16:00	16:00 – 00:00	00:00 – 07:00
Martes	07:00 – 16:00	16:00 – 00:00	00:00 – 07:00
Miércoles	07:00 – 16:00	16:00 – 00:00	00:00 – 07:00
Jueves	07:00 – 16:00	16:00 – 00:00	00:00 – 07:00
Viernes	07:00 – 16:00	16:00 – 00:00	00:00 – 07:00
Sábado	07:00 – 16:00	16:00 – 00:00	00:00 – 07:00

Ubicación del Proyecto

Modelo: Espacio Coworking

Dirección: Peatonal Única 147 y Cedros, Guayaquil

Ubicación GPS -2.134858, -79.939296

Figura 20 Ubicación en el Mapa GPS

Fuente: Google Maps

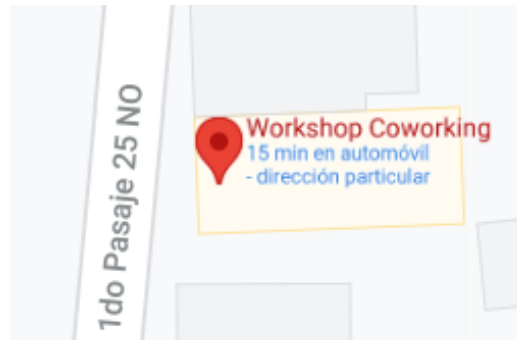


Figura 21 Plan Coworker

Fuente: <https://workshopcoworking.com/>



Coworker

\$150

Plan de tiempo completo con acceso a 2 horas de salas de reuniones al día.

Contrata este plan con tu socio por \$200 mensuales.



Diseño arquitectónico

Figura 22 Ingreso Principal del Coworking
Fuente: <https://workshopcoworking.com>



Costos

Se plantea la adquisición de 4 Laptop MacBook Pro M1, para que el personal de nómina haga uso de ellas tanto en las jornadas Home Office así como en las jornadas coworking. Además de que se proveerá del mobiliario para que el personal desarrolle en Home Office de manera óptima.

Tabla 14 Activos fijos
Fuente: Elaboración propia

ACTIVOS FIJOS	
MOBILIARIO	2.872
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	7.000
TOTAL ACTIVOS FIJOS	9.872

El rubro mayor dentro del proyecto GOODLIFE es el desarrollo de la APP y la web, la adquisición del hosting, el dominio y las licencias. Ya que consiste en inicialmente establecer las interfases para permitir el logueo, se incluye el monto de inversión en temas investigativos de viabilidad y los gastos que corresponden la propiedad intelectual. También se presentan los Intereses Preoperativos del Crédito.

Tabla 15 Gastos Diferidos
Fuente: Elaboración propia

ACTIVOS DIFERIDOS	
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	800
I + D	2.500
INTERESES PREOPERATIVOS	2.848
REGISTRO DE MARCA	1.800
DESARROLLO PÁGINA WEB/APP	26.000
HOSTING/DOMINIO	5.000
MICROSOFT 365 MyPyMEs (5 Usuarios)	1.200
LEGAL - DESARROLLO POLITICA Y TERMINOS APP	5.000
PATENTES Y LICENCIAS	500
TOTAL ACTIVO DIFERIDO	45.648

Los gastos administrativos, por mes y por el monto para el año uno. Además del rubro presupuestado para los aportes de profesionales, quienes laborarán bajo la modalidad de servicios prestados. Las Telecomunicaciones están conformadas por el plan móvil y el plan de internet que la empresa solventa a los 5 colaboradores, tanto internos como externos. No invertimos en Internet Fijo, ya que el Coworking provee ese servicio. En Suministros se ha asignado un presupuesto mensual de \$100.00 que prevé cubrir los requerimientos del personal durante sus jornadas. Los gastos de Ventas

equivalen a la comisión del 15% que se paga a los Comisionistas por la colocación de los Planes de Publicidad Oro Plata y Bronce dentro de la APP.

Tabla 16 Gastos Administrativos
Fuente: Elaboración propia

GASTOS ADMINISTRATIVO		1
SUELDO PERSONAL ADM	Nómina	37.502
COWORKING	\$200,00 Mensual	2.400
TELECOMUNICACIONES	\$42 + \$56 Mensual	5.880
SERVICIOS CONTABLES	\$300 Mensual	3.600
SERVICIOS PROFESIONALES	\$1000 Mensual C/1	24.000
SEGUROS	\$200 Mensual	2.400
SUMINISTROS	\$100 Mensual	1.200
PROGRAMA DE RSE	Presupuesto RSE	3.913
TOTAL GASTO ADMINISTRATIVO		80.895

Tabla 17 Gastos de Ventas
Fuente: Elaboración propia

GASTO DE VENTAS		1
COMISIONES POR PUBLICIDAD		8.541
MARKETING Y PUBLICIDAD		7.841
TOTAL GASTO DE VENTAS		16.381

Tabla 18 Costo Variable Unitario y Costo Fijo
Fuente: Elaboración propia

COSTO VARIABLE UNITARIO	1,20	COSTO FIJO	ANUAL	Precio Unitario Promedio			
Porción Anual de Comisiones por descargas PP (30%)	14.797,57	Gastos Administrativos	80.895	Plan Básico	2,99	60%	1,79
		Gastos de Ventas	16.381	Plan Premium	3,99	40%	1,60
		MOD	31.119				
TOTAL COSTO VARIABLE	14.797,57	TOTAL COSTO FIJO	128.396	Promedio Ponderado			3,39

Vida Útil del Proyecto

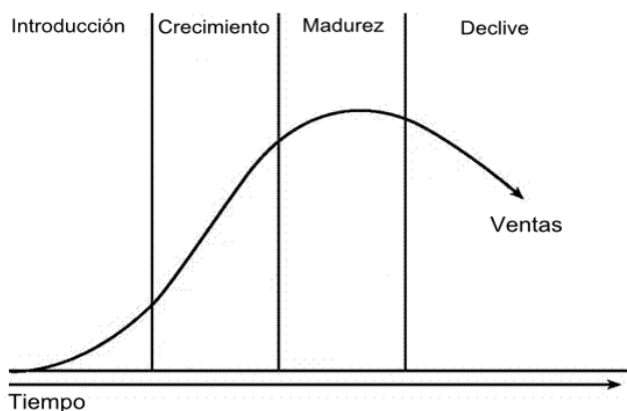
En la obra “Los efectos colaterales de la obsolescencia tecnológica” se expone tres conceptos en cuanto al periodo útil de los proyectos digitales: **(Vega, 2012)**

- Obsolescencia de función: Cuando la funcionalidad fue reemplazada por la moda o mejoras de los competidores.

- **Obsolescencia de calidad:** Cuando el servicio presenta un desgaste en un corto periodo por la falta de prestaciones que resulten atractiva al cliente.
- **Obsolescencia de conveniencia:** Cuando el servicio pierde el rendimiento o calidad debido al desgaste en el gusto del consumidor, debido a la integración de mejoras o modificaciones que se realicen.

El Ciclo de Vida de un Proyecto se determina mediante la identificación de varias fases, desde que surge la idea de resolución a la problemática que va a satisfacer las necesidades del cliente, posterior la puesta en marcha de la inversión e implementación, hasta cuando se empieza a generar la rentabilidad deseada. **(Bayly, 2017)**

Figura 23 Ciclo de Vida
Fuente: *Elaboración Propia*



Basados en esta afirmación teórica, los activos que se proyectan en el presente modelo de negocio comprenden equipos de computación que se depreciarán a 3 años y el activo intangible del desarrollo web tiene una obsolescencia acelerada; GOODLIFE plantea una vida útil de 3 años, con proyección a 3 años adicionales posterior a la reestructuración digital y tecnológica.

Estructura jurídica del negocio

GOODLIFE estará regida por la Superintendencia de Compañías como una Sociedad Anónima con participación del 16.66% del paquete accionario, dividida en partes iguales entre seis personas que diseñaron el modelo de negocios.

Los organismos de control que regulan las actividades comerciales de GOODLIFE son:

- SRI
- Registro Mercantil
- Municipio de Guayaquil

Propiedad intelectual

En Ecuador es el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual(IEPI) la organización que protege los derechos intelectuales, en el año 2018, dicho instituto cambio su razón social por Secretaría Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI) mediante Decreto Ejecutivo **(Presidencia, 2018)**

GOODLIFE deberá registrar en SENADI la marca, slogan y la propiedad intelectual generada por su personal reflejada en la APP como obra literaria.

Contratos

El apartado legal ubicado en el Artículo 14 del Código del Trabajo, cuya actualización fue publicada en el Registro Oficial de junio 2020, establece contrato individual de trabajo por tiempo indefinido **(MRL, 2020)** y es bajo esta reglamentación que GOOLIFE redactará los Contratos de Trabajo a su personal.

Las usuarias por su parte firmarán un Acuerdo, donde declaran conocer y aceptar los Términos del Servicio y Política de Privacidad que protegen tanto a la información personal del cliente, así como el respaldo legal de la organización.

Los Ítems que trata la Política de Privacidad son:

- Transparencia - Tipos de Información Personal que Recolectamos y Cómo se usa
- Recolección y Uso de Información

- Tipos de Información Personal que Recolectamos
- Información Brindada a través de los Servicios y Otras fuentes
- Información Recolectada al Utilizar Cookies y otras Tecnologías Web
- Información de Localización
- Procesamiento de Pagos por Terceros
- Información compartida con nuestros proveedores de servicios
- Sus Opciones y Desvinculación

GERENCIA: ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Planeación estratégica y del Recurso Humano

Definición de Misión, Visión y valores

La visión y misión tienen su marco conceptual en la idea de cómo se transmite el cumplimiento de las metas planteadas, dentro de una organización es el norte para alcanzar la excelencia **(Kaiten, 2017)**

Misión

Potenciar la inteligencia emocional de las mujeres tanto en el ámbito personal como profesional, suministrando herramientas tecnológicas que sean de motivación y guía para vivir a plenitud, a través de una comunidad interactiva de soporte; que como resultado aumente su concentración y creatividad.

Visión

La visión es liderar el mercado digital ecuatoriano en suministro de herramientas tecnológicas generadoras de una cultura de autoconocimiento profundo en las mujeres, que las ayude a estar siempre motivadas y en control de sus emociones para alcanzar una mejor calidad de vida.

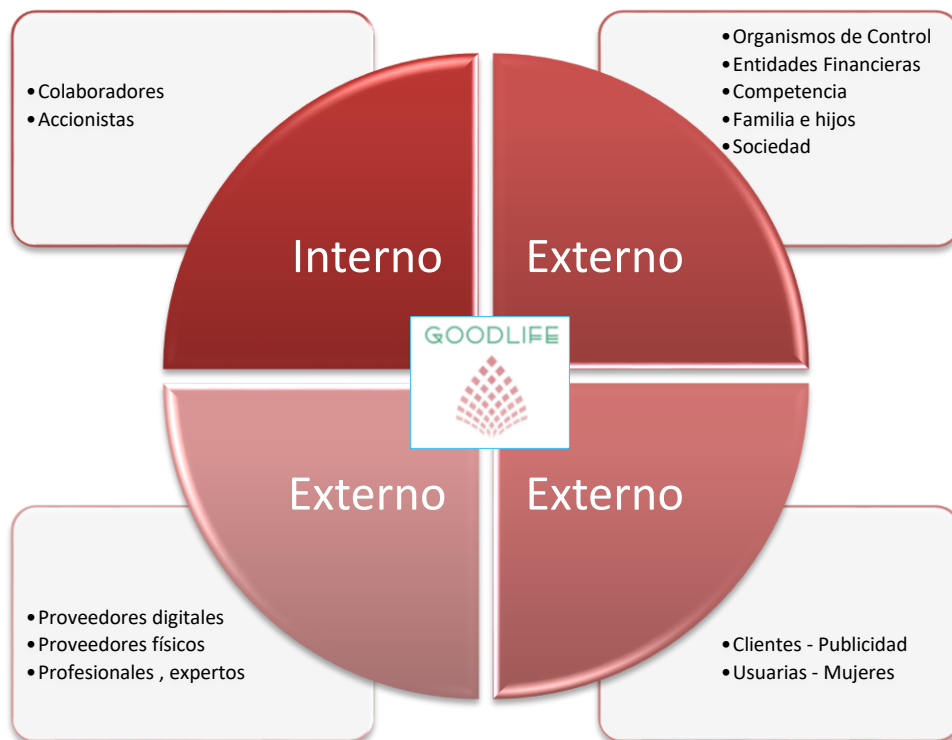
Valores corporativos

- Honestidad
- Confiabilidad
- Transparencia

Stakeholders Internos: Accionistas, colaboradores (servicios prestados)

Stakeholders Externos: Organismos de Control, Competencia, Familia e hijos, Sociedad, Proveedores, Entidades financieras, Clientes (Publicidad en APP), Usuaris de la APP, Organizaciones Gubernamentales, Medios de difusión (redes sociales)

Figura 24 Mapeo Stakeholders
Fuente: Elaboración Propia



Organigrama de la organización

Figura 25 Estructura Organizacional y su presupuesto
Fuente: Elaboración Propia



Necesidades de Recursos Humanos

Lograr la excelencia dentro de una organización depende de la eficiencia y eficacia del capital humano y esto se vuelve el factor estratégico del proyecto (Montoya Agudelo, 2016). GOODLIFE se plantea focalizar sus recursos financieros en la contratación del personal estrictamente necesario de acuerdo a la planificación de gestión. Dividido en dos grupos, uno de personal de planta y otro de personal free lance, cuya disponibilidad va a depender de las necesidades de la usuaria.

Análisis y diseños de puestos del negocio

Jefe administrativo

PERFIL

Educación formal:

- Graduado de Carreras Universitarias en Administración de Empresas, Ingeniería Comercial, Economía o carreras afines al cargo.

Experiencia Requerida:

- Experiencia de 2 a 3 años en el cargo o en funciones similares, con dominio de inglés.

Capacitación o conocimientos adicionales:

- Calidad del Servicio
- Conocimientos generales financieros
- Conocimientos de procesos de productos y servicios de APP

Habilidades y aptitudes especiales:

- Liderazgo
- Administración de Recursos humanos
- Toma de decisiones y solución de problemas
- Manejo de relaciones interpersonales
- Capacidad de análisis

- Capacidad de planificación
- Enfoque hacia el cliente
- Optimización de Recursos
- Trabajo en Equipo
- Mejoramiento Continuo
- Orientación y responsabilidad por resultados

FUNCIONES

- Monitorear el cumplimiento de metas
- Seguimiento y monitoreo de la atención del AP
- Capacitación al personal
- Planificación de metas
- Análisis de mejoras continuas
- Manejo de estándares de atención del APP
- Seguimiento con los proveedores
- Aprobación de contenidos del APP

Asistente oficina

PERFIL

Educación formal:

Cursando carreras universitarias o egresado en Administración de Empresas, Ingeniería Comercial,

Economía o carreras afines al cargo.

Experiencia requerida:

Experiencia mínima de 1 año, con dominio de inglés.

Capacitación o conocimientos adicionales:

- Calidad del Servicio

- Conocimientos básicos financieros
- Conocimientos básicos contables, utilitarios

FUNCIONES

- Atención telefónica (interna y externa).
- Soporte al área técnica operativa y servicio al cliente
- Generación de reportes de control
- Servicio al cliente
- Control de archivos / procesos
- Comparativos y benchmarking.

Asistente técnico/operativo

PERFIL

Educación formal:

Cursando carreras universitarias o egresado en Auditoría, Sistemas o carreras afines al cargo.

Experiencia requerida:

Experiencia mínima de 1 año, con dominio de inglés.

Capacitación o conocimientos adicionales:

- Programación APP y sistemas básicos
- Conocimientos básicos contables
- Dominio de utilitarios.

FUNCIONES

- Seguimiento y control con proveedores
- Mantenimiento y actualización de producto
- Generación de reportes de control
- Servicio al APP

- Control de procesos

Community manager

PERFIL

Educación formal:

Cursando carreras universitarias o egresado en Marketing, Diseño gráfico, Comunicación Social y Relaciones Publicas o carreras afines al cargo.

Experiencia requerida:

Experiencia mínima de 2 años, con dominio de inglés.

Capacitación o conocimientos adicionales:

- Programación APP y sistemas básicos
- Herramientas del Community Manager
- Herramientas de diseño para Community Manager
- Content Curation y Cool Hunting Story Telling
- Narrativa Transmedia Dinamizador de comunidades

FUNCIONES

- Estrategia y planificación de contenidos.
- Manejo de Redes sociales.
- Manejo de On Page.
- Monitoreo y control con proveedor.
- Administrar la comunidad online
- Gestionar la identidad e imagen de la marca.

El área Contable y de RRHH estará a cargo del Outsourcing Ramos Soluciones y Desarrollos, quienes tendrán bajo su responsabilidad las siguientes funciones por un fee mensual:

Contabilidad e impuestos

- Procesamiento de las transacciones contables
- Emisión de información financiera en base a las NIIFS y a los PCGA
- Cumplimiento de obligaciones fiscales tales como Declaraciones y Anexos
- Depuración de Balance, conciliaciones bancarias
- Con la información cargada en el software contable establecimiento de los kpi financieros

Nóminas

- Elaboración de Perfiles Profesionales
- Capacitaciones
- Manejo paginas IESS, MRL.
- Cálculos y emisión de Roles de Pago general e individual

Procedimientos de selección de personal a implementar

Este proceso estará a cargo del Outsourcing Adecco, quien se encargará de la búsqueda, análisis y proceso de selección del personal de acuerdo a los perfiles y funciones de cada cargo que hemos establecido en nuestra estructura **(ADECCO, s.f.)**.

Figura 26 Perfil Comercial ADECCO

Fuente: ADECCO



Brindamos a su Organización soluciones en materia de Selección de Personal para: **Cargos básicos, administrativos, profesionales y selecciones masivas.**

Nos adaptamos a sus necesidades, seleccionando el mejor talento que represente valor agregado para su organización.

Alcance del servicio de selección de personal



Cargos básicos



Administrativos



Profesionales



Selecciones masivas

Figura 27 Anuncios Laborales
Fuente: Elaboración Propia

¿Eres Empleador? ¿No puede acceder o su cuenta? [regístrame](#) [Ingresar](#)

Adecco Buscar empleo

[← Volver al listado](#)

Jefe administrativo [POSTULARME](#)

PERFIL

Graduado de Carreras Universitarias en Administración de Empresas, Ingeniería Comercial, Economía o carreras afines al cargo. [Guardar aviso](#)

Experiencia Requerida:

Experiencia de 2 a 3 años en el cargo o en funciones similares, con dominio de inglés.

Capacitación o conocimientos adicionales:

- Calidad del Servicio
- Conocimientos generales financieros
- Conocimientos de procesos de productos y servicios de APP

Habilidades y aptitudes especiales:

- Liderazgo
- Administración de Recursos humanos
- Toma de decisiones y solución de problemas
- Manejo de relaciones interpersonales
- Capacidad de análisis
- Capacidad de planificación
- Enfoque hacia el cliente
- Optimización de Recursos
- Trabajo en Equipo
- Mejoramiento Continuo
- Orientación y responsabilidad por resultados

FUNCIONES

- Monitorear el cumplimiento de metas
- Seguimiento y monitoreo de la atención del AP
- Capacitación al personal
- Planificación de metas
- Análisis de mejoras continuas
- Manejo de estándares de atención del APP
- Seguimiento con los proveedores
- Aprobación de contenidos del APP

¿Eres Empleador? ¿No puede acceder o su cuenta? [regístrame](#) [Ingresar](#)

Adecco Buscar empleo

[← Volver al listado](#)

Asistente oficina [POSTULARME](#)

PERFIL

Cursando carreras universitarias o egresado en Administración de Empresas, Ingeniería Comercial, Economía o carreras afines al cargo. [Guardar aviso](#)

Experiencia requerida:

Experiencia mínima de 1 año, con dominio de inglés.

Capacitación o conocimientos adicionales:

- Calidad del Servicio
- Conocimientos básicos financieros
- Conocimientos básicos contables, utilitarios

FUNCIONES

- Atención telefónica (interna y externa)
- Soporte al área técnica operativa y servicio al cliente
- Generación de reportes de control
- Servicio al cliente
- Control de archivos / procesos
- Comparativos y benchmarking

¿Eres Empleador? | ¿No puede acceder a su cuenta? [registrarme](#) [Ingresar](#)

Adecco Buscar empleo 


[← Volver al listado](#)

Asistente técnico/operativo

POSTULARME

PERFIL

Cursando carreras universitarias o egresado en Auditoria, Sistemas o carreras afines al cargo.

 Guardar aviso

Experiencia requerida:

Experiencia mínima de 1 año, con dominio de inglés.

Capacitación o conocimientos adicionales:

- Programación APP y sistemas básicos
- Conocimientos básicos contables
- Dominio de utilitarios.

FUNCIONES

- Seguimiento y control con proveedores
- Mantenimiento y actualización de producto
- Generación de reportes de control
- Servicio al APP
- Control de procesos

¿Eres Empleador? | ¿No puede acceder a su cuenta? [registrarme](#) [Ingresar](#)

Adecco Buscar empleo 

[← Volver al listado](#)

Community manager

POSTULARME

PERFIL

Cursando carreras universitarias o egresado en Marketing, Diseño gráfico, Comunicación Social y Relaciones Públicas o carreras afines al cargo.

 Guardar aviso

Experiencia requerida:

Experiencia mínima de 2 años, con dominio de inglés.

Capacitación o conocimientos adicionales:

- Programación APP y sistemas básicos
- Herramientas del Community Manager
- Herramientas de diseño para Community Manager
- Content Curation y Cool Hunting Story Telling
- Narrativa Transmedia Dinamizador de comunidades

FUNCIONES

- Estrategia y planificación de contenidos
- Manejo de Redes sociales
- Manejo de On Page
- Monitoreo y control con proveedor
- Administrar la comunidad online
- Gestionar la identidad e imagen de la marca

Compensaciones

La compensación salarial es la suma de beneficios tanto económicos como intangibles que el colaborador de una organización recibe por su prestación laboral (Mateos, 2017).

Descripción de las compensaciones del personal del negocio

Tabla 19 Programa de Carga Salarial y de Beneficios Sociales

Fuente: Elaboración Propia

CARGO	N.º	SUELDO	XIII	XIV	APORTE	VACACIONES	FONDO RESERVA	TOTAL	TOTAL	TOTAL ANUAL	TOTALES
MOD											31.119
Asistente operativo	1	900	75	33	109	38	75	1.230	1.230	14.762	
Community manager	1	1.000	83	33	122	42	83	1.363	1.363	16.358	
ADMINISTRATIVOS											37.502
Jefe administrativo	1	1.500	125	33	182	63	125	2.028	2.028	24.336	
Asistente	1	800	67	33	97	33	67	1.097	1.097	13.166	
											68.622

Indicadores Claves de Gestión (KPI's)

Fijación de principales KPI's del negocio

Tabla 20 Indicadores de Gestión

Fuente: Elaboración Propia

INDICADORES DE GESTION AÑO 1														
Mes	INDICADORES DE GESTION AÑO 1												Total	% Cumplimiento
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
1. Suscripción al APP	-	1.648	1.648	1.648	1.648	3.297	3.297	3.297	3.297	4.945	4.945	4.945	3461	100%
2. Retención cliente	95	%	95%	95%	95%	95%	95%	95%	95%	95%	95%	95%	95%	100%
3. Indicadores de Satisfacción NPS	3,5	3,5	4	4	4,5	4,5	4,8	4,8	4,8	4,8	4,8	4,9	4,41	4,4
4. Llamadas ingresadas / atendidas	97	%	97%	97%	97%	95%	95%	95%	95%	95%	94%	94%	96%	95%
5. Tiempos respuesta APP /test Pingdom	85	85	89	89	89	90	90	90	92	92	92	92	89,5	90

Estrategia y Acciones de Responsabilidad Social Empresarial

Estrategia

GOODLIFE, fiel a los valores corporativos de honestidad, confiabilidad y transparencia planea dirigir la empresa de forma sostenible, implementando proyectos que influyan sobre los ejes empresariales social y ambiental; el proyecto social tendrá una temporalidad de un año, periodo luego del cual se realizará un nuevo proyecto, orientado a las necesidades que se presenten. El segundo proyecto tendrá la temporalidad que se le ha dado de vida útil al modelo de negocios, es decir, tres años.

- ▶ Social. – Potenciar la inteligencia emocional del grupo de interés vulnerable.
- ▶ Ambiental. - Minimizar el impacto de la huella de carbono.

Proyectos

Proyecto 1

Potenciar la inteligencia emocional del grupo de interés, objeto del presente estudio; mujeres en situación de estrés laboral y familiar. Mediante el uso de la APP (Test, Talleres, Red de Apoyo) a costo diferenciado posterior al análisis de su estado socio económico.

Objetivo

Buscar el bienestar emocional de mujeres que compiten en desigualdad con las situaciones de estrés laboral por teletrabajo, debido a que afrontan además tareas domésticas. Pero que por sus ingresos económicos tienen la limitante de visitar un profesional.

Con la generación del contenido en nuestra APP vamos a ayudar a las mujeres a disminuir sus niveles de stress mediante estrategias de auto conocimiento, auto valoración y manejo de su inteligencia emocional. De esta forma estamos influyendo de manera positiva en nuestra responsabilidad social sostenible en el tiempo.

Actividades

El Community Manager:

- Coloca en redes sociales el test donde además de las aristas que califican como clientes a una usuaria, determine el nivel económico y socio cultural de mujeres en situación de estrés.
- Promueve con carácter publicitario el llenado del test.
- Tabula los resultados y los remite al asistente técnico.

El asistente técnico:

- Desarrolla el perfil del grupo de interés vulnerable.
- Analiza las alertas del perfil y contacta a las usuarias a través de los medios colocados en el test.
- Se emite un código cupón que se ingresará al momento de la descarga de la APP e instantáneamente accede al contenido sin costo.

Proyecto 2

Minimizar el impacto de la huella de carbono, a través del uso cero de material impreso y consumo eléctrico corporativo mínimo, ya que las horas de coworking son las estrictamente necesarias. El resto de las labores son por teletrabajo. (Manual de Eficiencia Energética)

Objetivo

Aportar acciones que reduzcan el calentamiento global y hagan de la organización un lugar comprometido con el medio ambiente.

Actividades

- Elaborar un Manual de Eficiencia Energética aplicado a las instalaciones de coworking, el mismo que estará dirigido a toda la comunidad de trabajo presencial.
- Tener la política de cero impresos y potenciar el uso de publicidad por redes sociales y el manejo de comunicaciones, presentaciones y acceso externo mediante la web.
- Implementar facturación electrónica.

Relacionar cada proyecto con los ODS:

Proyecto 1

Figura 28 Logo ODS 3 Y 5
Fuente: OMS Portal



El proyecto uno, está basado en los fundamentos de las ODS 3 y 5 que apunta a la salud y el bienestar y la igualdad de género. (PNUD, 2015). Al ser parte de los objetivos la construcción y generación de contenido saludable para que las usuarias disminuyan sus niveles de stress estamos contribuyendo a su salud, porque los altos niveles de stress son causantes de diversos tipos de enfermedades, entre las más comunes tenemos: Presión arterial alta, Insuficiencia cardíaca, diabetes, obesidad, depresión o ansiedad, problemas de la piel, como acné o eczema, problemas menstruales que causan trastornos hormonales.

De esta forma al entender como potenciar su inteligencia emocional y auto control, estarán potenciando su salud y vivirán mejor cada día.

El simple hecho de ser mujeres coloca una desventaja histórica que provoca desigualdad, la división desigual del trabajo no remunerado -tanto doméstico como en el cuidado de otras personas-, pero si una mujer puede manejar su inteligencia emocional la vuelve competitiva.

Proyecto 2

Figura 29 Logo ODS 13
Fuente: OMS Portal



El proyecto dos, está basado en los fundamentos de la **ODS 13** que trata **la Acción por el Clima**. La ODS 13 indica: Acción por el clima. La contribución con el medio ambiente y el clima reside en reducir o compensar la huella de carbono o huella ecológica, aplicando un conjunto de prácticas y dinámicas que aislen o capturen el CO2 producido de la atmósfera.

Reflexión sobre el voluntariado corporativo dentro de los proyectos

Al ser GOODLIFE un emprendimiento por ahora pequeño, no cabe aun la forma de incluir el voluntariado corporativo.

Presupuesto de los proyectos de responsabilidad social corporativa

Proyecto 1.-	Promoción del test	\$647,83
Proyecto 2.-	Manual de Eficiencia Energética	\$1200.00
	Implementar facturación electrónica	\$525.00
Total		\$3,912.83

GERENCIA ESTUDIO FINANCIERO

El análisis financiero comprende el conjunto de acciones que sirven para valorar la factibilidad de un proyecto, a partir de los montos que se dispone, que se financia y los costos que generan la prestación del servicio. En términos de rentabilidad económica, la presente gerencia va a exponer la viabilidad del Proyecto GOODLIFE. **(Prieto, 2010)**

Presupuesto

Plan de inversiones, clasificación y fuentes de financiamiento

Tabla 21 Plan de Inversiones
Fuente: Elaboración Propia

PLAN DE INVERSIONES	
ACTIVOS FIJOS	
MOBILIARIO	2.872
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	7.000
TOTAL ACTIVOS FIJOS	9.872
ACTIVOS DIFERIDOS	
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	800
I +D	2.500
INTERESES PREOPERATIVOS	2.848
REGISTRO DE MARCA	1.800
DESARROLLO PÁGINA WEB/APP	26.000
HOSTING/DOMINIO	5.000
MICROSOFT 365 MyPyMEs (5 Usuarios)	1.200
LEGAL - DESARROLLO POLITICA Y TERMINOS APP	5.000
PATENTES Y LICENCIAS	500
TOTAL ACTIVO DIFERIDO	45.648
CAPITAL DE TRABAJO	
OUTSOURCING CONTRATACIONES	800
MANO DE OBRA DIRECTA	1.124
GASTOS ADM	2.921
GASTOS DE VTAS	592
IMPREVISTOS (5%)	494
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	5.930
TOTAL PLAN DE INVERSIONES	61.450

Con una proyección de 3 años y una inversión de \$61450. GOODLIFE busca incursionar como emprendimiento al mercado local, se planea obtener un crédito Startup de \$40000 equivalente al 65% del requerimiento inicial. El 35% restante corresponde al aporte de capital que realizan los 6 socios en montos iguales. Dicha inversión hará posible la adquisición de activos fijos, así como gestionar el pago del desarrollo de la APP y las implicaciones económicas que genera.

Política de cobros, pagos y existencias

El proyecto GOODLIFE tendrá un factor de caja de 13 días, la política de cobros es de dos días, el equivalente al periodo en hacerse efectivo en las cuentas de la organización los pagos con tarjetas de crédito que realizarán las usuarias. Al tratarse de servicios digitales (intangibles) no hay periodo de inventario. Para pagos se estima un periodo de 15 días y el periodo Preoperativo es de 180 días

Capital de Trabajo

La inversión con la que se pone en marcha un proyecto constituye el Capital de Trabajo, ya sea en proyectos nuevos o en las reestructuraciones (**Guzmán, 2002**). GOODLIFE luego de estimar el factor de caja, calcula que \$5930 es el monto que permitirán continuar con la gestión durante el periodo preoperativo.

*Tabla 22 Capital de Trabajo
Fuente: Elaboración Propia*

CAPITAL DE TRABAJO	
FACTOR CAJA	13
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	5.413,27

Programa y calendario de inversiones

La adopción y desarrollo de un plan de inversión conlleva el establecimiento de un rango de fechas programadas, con la finalidad de valorar los riesgos y poder ejercer control sobre ellos (Gitman, 2009).

Se estima que dentro del periodo preoperativo el valor inicial es el correspondiente al estudio e investigación, posterior, dentro del primer mes es necesario la adquisición de los equipos de computación,

el mobiliario y los almacenamientos en la nube, además de las licencias digitales. Durante los 60 primeros días se realizará abonos por avances para el desarrollo completo de la APP, por ende durante este mismo tiempo es necesario cubrir gastos de personal. A partir de los 61 días y previo al lanzamiento de la APP se realizará la campaña de expectativa.

Tabla 23 Planificación de la Inversión
Fuente: Elaboración propia

PLAN DE INVERSIONES	30 días	60 días	90 días	120 días	150 días	180 días
MOBILIARIO		X				
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN		X				
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	X					
I +D	X					
INTERESES PREOPERATIVOS		X	X	X	X	X
REGISTRO DE MARCA	X					
DESARROLLO PÁGINA WEB/APP	X	X				
HOSTING/DOMINIO	X					
MICROSOFT 365 MyPyMEs (5 Usuarios)	X					
LEGAL - DESARROLLO POLITICA Y TERMINOS APP	X	X	X			
PATENTES Y LICENCIAS	X					
OUTSOURCING CONTRATACIONES	X					
MANO DE OBRA DIRECTA	X	X	X	X	X	X
CAPITAL DE TRABAJO ADM. Y VTAS		X	X	X	X	X
GASTOS ADM	X	X	X	X	X	X
GASTOS DE VTAS				X	X	X
IMPREVISTOS (5%)	X					

Depreciaciones de activos fijos y amortizaciones y activos diferidos

Depreciar un bien proviene del desgaste en su valor original por la innovación o por el deterioro físico. Para determinar su valor se calcula el monto residual (Pérez Porto & Merino, 2014). GOODLIFE posee en sus activos fijos las Pc que se deprecian en un periodo de 3 años por constituirse tecnología y posee mobiliario, cuyo periodo es de 5 años. Las Amortizaciones de Gastos de constitución se calculan a cinco años, en la tabla adjunta, se presentan los valores a tres años por ser el periodo de vida útil del proyecto.

Tabla 24 Depreciaciones
Fuente: Elaboración Propia

DEPRECIACION	ANUAL	MENSUAL	años	valor residual	AÑOS			
					1	2	3	
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	7.000	2.200	183	3	400	2.200	2.200	2.200
MOBILIARIO	2.872	379	32	6	600	379	379	379
	9.872	2.579	215		1.000	2.579	2.579	2.579

Tabla 25 Gastos amortizables
Fuente: Elaboración Propia

AMORTIZACIÓN		1	2	3
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	800	160	160	160
I +D	2.500	500	500	500
INTERESES PREOPERATIVOS	2.848	570	570	570
REGISTRO DE MARCA	1.800	360	360	360
DESARROLLO PÁGINA WEB/APP	26.000	5.200	5.200	5.200
HOSTING/DOMINIO	5.000	1.000	1.000	1.000
MICROSOFT 365 MyPyMEs (5 Usuarios)	1.200	240	240	240
LEGAL - DESARROLLO POLITICA Y TERMINOS APP	5.000	1.000	1.000	1.000
PATENTES Y LICENCIAS	500	100	100	100
TOTAL AMORTIZACIÓN	45.648	9.130	9.130	9.130

Programa de producción y ventas

Para el primer año se estima una colocación del 10% durante el primer cuatrimestre, posterior al mes de prueba, luego un cuatrimestre de 20% de captación y el último trimestre del año llegar al 35% de la intención de compra.

Para el segundo año se planifica un periodo de estabilidad donde la captación será del 35%, el tercer año presenta un incremento durante el primer trimestre al 40%, luego desciende al 35 y 30% respectivamente. Estadísticamente el cliente pierde el interés en proyectos digitales por nuevos competidores o modas. Debido a la rapidez con la que se desarrollan las nuevas tecnologías, este modelo de negocio es analizado únicamente por 3 años cuando se han depreciado contablemente sus bienes y es conveniente plantear un nuevo análisis de una innovación, constituyéndose en un nuevo modelo de negocio

Costos mano de obra directa y costos variables

Tabla 26 Mano de Obra directa

Fuente: Elaboración Propia

CARGO	CANTIDAD	SUELDOS BASE	XIII	XIV	APORTE PATRONAL	VACACIONES	FONDO RESERVA	TOTAL UNITARIO	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL	TOTALES
MOD											31.119
Asistente técnico-operativo	1	900	75	33	109	38	75	1.230	1.230	14.762	
Community manager	1	1.000	83	33	122	42	83	1.363	1.363	16.358	

Los costos variables corresponden a la equivalencia en relación a las ventas de la comisión por la colocación del plan premium, que suma \$14797 anual.

Gastos de administración, ventas (comisiones %) y financieros

Tabla 27 Gastos Administrativos y de Ventas

Fuente: Elaboración Propia

GASTOS ADMINISTRATIVO		1
SUELDO PERSONAL ADM	Nómina	37.502
COWORKING	\$200,00 Mensual	2.400
TELECOMUNICACIONES	\$42 + \$56 Mensual	5.880
SERVICIOS CONTABLES	\$300 Mensual	3.600
SERVICIOS PROFESIONALES	\$1000 Mensual C/1	24.000
SEGUROS	\$200 Mensual	2.400
SUMINISTROS	\$100 Mensual	1.200
PROGRAMA DE RSE	Presupuesto RSE	3.913
TOTAL GASTO ADMINISTRATIVO		80.895
GASTO DE VENTAS		1
COMISIONES POR PUBLICIDAD		8.541
MARKETING Y PUBLICIDAD		7.841
TOTAL GASTO DE VENTAS		16.381

AÑOS	1	2	3	TOTAL
GASTOS FINANCIEROS	5.185,00	3.145,00	1.105,00	9.435,00
PRINCIPAL	13.333,33	13.333,33	13.333,33	40.000,00
TOTAL	18.518,33	16.478,33	14.438,33	49.435,00

Los gastos administrativos están conformados por el pago de nómina del personal administrativo, el alquiler del coworking, la factura por planes celulares e internet de los colaboradores, el fee mensual del

outsourcing contable, la facturación de los profesionales y el presupuesto del proyecto de responsabilidad social. Los gastos de ventas equivalen a la comisión fija por publicidad dentro de la app al vendedor free lance y los posteos en redes, otras apps y distintas actividades que promuevan el marketing en la organización. Los gastos financieros se componen de la porción de capital amortizada a tres años y la cuota de intereses descendiente, característica de la tabla de amortización alemana.

Planeación Financiera

Flujo de caja proyectado

Tabla 28 Flujo de Caja
Fuente: Elaboración Propia

FLUJO DE CAJA PROYECTADO	INV. INICIAL	1	2	3
INGRESOS OPERACIONALES				
RECUPERACIÓN POR VENTAS		196378	290179	217162
EGRESOS OPERACIONALES				
MANO DE OBRA DIRECTA		31119	31431	31745
GASTOS ADMINISTRATIVOS		75545	76287	77035
COMISIONES		14798	24860	24860
GASTOS DE VENTAS		16381	16887	17414
PARTICIPACION DE EMPLEADOS		0	5608	18310
IMPUESTO A LA RENTA		0	7945	25939
TOTAL EGRESOS OPERACIONALES		137844	163017	195302
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL		58535	127161	21859
INGRESOS NO OPERACIONALES				
CREDITOS BANCARIOS	40000			
APORTE DE CAPITAL	21450			
TOTAL INGRESOS NO OPERACIONALES	61450	0	0	0
EGRESOS NO OPERACIONALES				
PAGO DE INTERESES		5185	3145	1105
PAGO DE CREDITO BANCARIO		13333	13333	13333
ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS				
ACTIVOS FIJOS	9872			
ACTIVOS DIFERIDOS	45648			
CAPITAL DE TRABAJO	5930			
TOTAL EGRESOS NO OPERACIONALES	61450	18518	16478	14438
FLUJO NO OPERACIONAL	0	-18518	-16478	-14438
FLUJO NETO GENERADO	-61450	40016	110683	7421

El flujo de caja demuestra para el primer año un disponible de \$40016, para el año 2 \$110683 y para el tercer año \$7421.

Estado de Pérdidas y Ganancias

El estado de pérdidas y ganancias muestra utilidad para los tres periodos. Se refleja que el segundo año bajo la proyección de ventas se obtiene una utilidad atractiva. Dicha rentabilidad será reinvertida en el proyecto de reinversión de la marca y metas de negocio.

Tabla 29 p&g proyectado
Fuente: Elaboración Propia

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO			
	1	2	3
VENTAS	197.476	291.800	218.375
COSTO DE VENTAS	45.917	56.291	46.838
UTILIDAD BRUTA	151.558	235.509	171.537
GASTOS ADMINISTRATIVOS	80.895	81.704	82.521
GASTOS DE VENTAS	16.381	16.887	17.414
EBITDA	54.282	136.918	71.601
GASTOS DE AMORTIZACIÓN	9.130	9.130	9.130
GASTOS DE DEPRECIACIÓN	2.579	2.579	2.579
EBIT	42.574	125.210	59.893
GASTOS FINANCIEROS	5.185	3.145	1.105
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN	37.389	122.065	58.788
15% PARTICIPACIÓN	5.608	18.310	8.818
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	31.780	103.755	49.970
25% IMPUESTOS	7.945	25.939	12.493
UTILIDAD NETA	23.835	77.816	37.478

Balance General

El presente Estado Financiero se elaboró conforme a los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados, considerando para el activo los bienes y su depreciación, las amortizaciones, los valores de cartera pendiente al cierre del ciclo contable. En el pasivo se registró la proyección de los valores que adeuda la empresa al finalizar el ciclo.

Tabla 30 Balance General Proyectado
Fuente: Elaboración Propia

BALANCE GENERAL PROYECTADO			
	1	2	3
ACTIVOS			
ACTIVO CORRIENTE			
CAJA BANCOS	50.196	154.703	166.990
CUENTAS POR COBRAR	1.097	1.621	1.213
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	51.293	156.324	168.203
ACTIVO FIJO			
MOBILIARIO	2.872	1.650	1.650
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	7.000	7.000	7.000
(-) DEPRECIACIONES	-2.579	-5.157	-7.736
TOTAL ACTIVO FIJO	7.293	3.493	914
ACTIVO DIFERIDO			
ACTIVOS DIFERIDOS	45.648	45.648	45.648
AMORTIZACIONES ACUMULADAS	-9.130	-18.259	-27.389
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	36.518	27.389	18.259
TOTAL ACTIVOS	95.104	187.205	187.376
PASIVOS			
PASIVO CORRIENTE			
CUENTAS POR PAGAR	5.350	5.418	5.487
IMPUESTOS POR PAGAR	7.945	25.939	12.493
PARTICIPACIÓN POR PAGAR	5.608	18.310	8.818
TOTAL PASIVO CORRIENTE	18.903	49.666	26.797
PASIVO A LARGO PLAZO			
DEUDA A LP	26.667	13.333	0
INTERESES POR PAGAR LP	4.250	1.105	0
TOTAL PASIVO LARGO PLAZO	30.917	14.438	0
TOTAL PASIVO	49.820	64.104	26.797
PATRIMONIO			
CAPITAL SOCIAL PAGADO	800	800	800
UTILIDAD RETENIDA	0	23.835	101.652
APORTES A FUTURAS CAPITALIZACIONES	20.650	20.650	20.650
UTILIDAD/PERDIDA DEL EJERCICIO	23.835	77.816	37.478
TOTAL PATIMONIO	45.285	123.101	160.579
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	95.105	187.206	187.376

Evaluación del proyecto

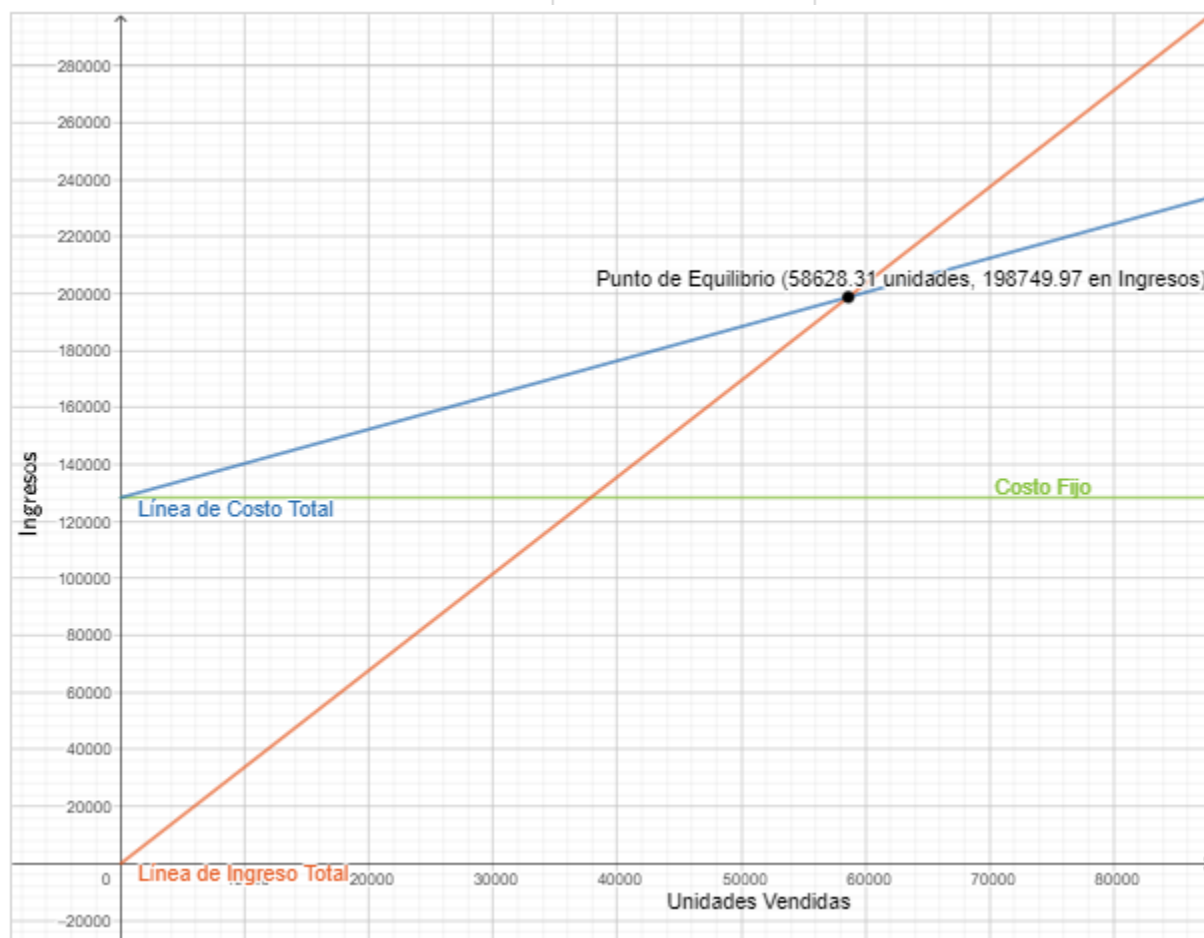
Punto de equilibrio

Luego del desarrollo de la formula el punto de equilibrio se da en 58628 unidades equivalentes a

\$198.479 en ingresos. El monto del costo fijo total usado es de \$128.396 el costo variable unitario es de \$1.20 y el precio ponderado es \$3.39.

Figura 30 Punto de Equilibrio
Fuente: Elaboración Propia

$$P.E \text{ (ventas)} = \frac{\text{Costo fijo total}}{1 - \frac{\text{Costo variable unitario}}{\text{Precio de venta unitario}}}$$



Viabilidad financiera

GOODLIFE permite la recuperación de la inversión en un 73% dentro de los dos primeros años y llega a tener una valoración favorable de mercado que asciende a \$58347. El proyecto se muestra viable, considerando las variables expuestas en el presente trabajo de investigación.

Tabla 31 Viabilidad Financiera

Fuente: Elaboración Propia

TIR	73,16%	VIABILIDAD FINANCIERA				
VAN	58.347,77					TMAR
		PAYBACK			TMAR	
PERIODO	INVERSIÓN	FLUJO	RENTABILIDAD EXIGIDA	RECUPERACIÓN INVERSIÓN	16,94%	
1	\$ 61.450	\$ 40.016	\$ 10.410	\$ 29.606		
2	\$ 31.843	\$ 110.683	\$ 5.394	\$ 105.288		
3		\$ 7.421				
		RECUPERACIÓN DE FINANCIAMIENTO BANCARIO			TMAR BANCO	
PERIODO	INVERSIÓN	FLUJO	RENTABILIDAD EXIGIDA (BANCO)	RECUPERACIÓN INVERSIÓN	9,96%	
1	40.000	\$ 40.016	3.984	36.032		
2	\$ 3.968	\$ 110.683	\$ 395	110.288		
3		\$ 7.421				
		RECUPERACIÓN DE FINANCIAMIENTO ACCIONISTAS			TMAR APORTES	
PERIODO	INVERSIÓN	FLUJO	RENTABILIDAD EXIGIDA (BANCO)	RECUPERACIÓN INVERSIÓN	6,98%	
1	21.450	\$ 40.016	1.497	38.519		
2		\$ 110.683				
3		\$ 7.421				

Índices financieros

Los índices calculados se muestran en indicadores de porcentajes y valores positivos. El activo en relación a las ventas es 2.08, mientras que la liquidez es de 2,71, ambos datos muestran que la organización cuenta con el circulante suficiente para cubrir sus pasivos, sin llegar a valores altos que demuestren exceso de recursos inutilizados.

Tabla 32 Índices

Fuente: Elaboración Propia

INDICE DE EFICIENCIA

ROTACIÓN DE ACTIVO TOTAL (VTAS NETAS/ACTIVO TOTAL)	2,08	1,56	1,17
INDICE DE LIQUIDEZ (ACTIVO CORRIENTE/PASIVO CORRIENTE)	2,71	3,15	6,28

INDICES DE RENTABILIDAD

	Año 1	Año 2	Año 3
ROE (UTILIDAD NETA/PATRIMONIO)	53%	63%	23%
ROS (UTILIDAD NETA/VENTAS)	12%	27%	17%
ROA (UTILIDAD NETA/ACTIVOS)	25%	42%	20%

INDICE DE ENDEUDAMIENTO

PASIVO/ACTIVO	52%	34%	14%
CAPITAL/ACTIVO	48%	66%	86%

Análisis de sensibilidad

Luego de realizar estimaciones aleatorias se obtiene dos tipos de escenarios, uno donde existe perdida en el primer año y utilidades para el año dos y tres, con una baja tasa de retorno y otro donde se complica el retorno de la inversión, así como el cumplimiento de las obligaciones corrientes y no corrientes, por la perdida.

Escenario 1:

Para este escenario se estima una captación de mercado muy conservadora y regular en el año 1, del 10% para el primer semestre y 20% del quimestre restante. Para el segundo año se registra una colocación progresiva de usuarias del 20% al 35% y para el tercer año una captación en descenso del 35% al 20%, debido a la perdida de interés de la usuaria por el producto. El Flujo de Efectivo muestra el déficit de circulante para el primer y tercer año y la tasa de retorno del proyecto se ubica en 10.25%, siendo este un porcentaje que no motiva a invertir. El Estado de Perdidas y Ganancias expresa una perdida superior a los \$6000 para el primer periodo y ganancias para los periodos siguientes.

Tabla 33 escenario financiero 1
Fuente: Elaboración Propia

% de captación	0%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	20%	20%	20%	20%	20%
Año 1	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
PRODUCCIÓN (Captación Anual)	0	1648	1648	1648	1648	1648	1648	1648	3297	3297	3297	3297	3297
% de captación	20%	25%	25%	25%	25%	30%	30%	30%	30%	35%	35%	35%	
Año 2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
PRODUCCIÓN (Captación Anual)	3297	4121	4121	4121	4121	4945	4945	4945	4945	5769	5769	5769	
% de captación	35%	30%	30%	30%	30%	25%	25%	25%	25%	20%	20%	20%	
Año 3	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
PRODUCCIÓN (Captación Anual)	5769	4945	4945	4945	4945	4121	4121	4121	4121	3297	3297	3297	

FLUJO DE CAJA PROYECTADO	INV. INICIAL	1	2	3
INGRESOS OPERACIONALES				
RECUPERACIÓN POR VENTAS		147844	249733	179349
EGRESOS OPERACIONALES				
MANO DE OBRA DIRECTA		31119	31431	31745
GASTOS ADMINISTRATIVOS		75545	76287	77035
COMISIONES		9470	20421	18645
GASTOS DE VENTAS		16381	16887	17414
PARTICIPACION DE EMPLEADOS		0	0	12875
IMPUESTO A LA RENTA		0	0	18239
TOTAL EGRESOS OPERACIONALES		132517	145025	175953
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL		15327	104708	3396
INGRESOS NO OPERACIONALES				
CREDITOS BANCARIOS	40000			
APORTE DE CAPITAL	21450			
TOTAL INGRESOS NO OPERACIONALES	61450	0	0	0
EGRESOS NO OPERACIONALES				
PAGO DE INTERESES		5185	3145	1105
PAGO DE CREDITO BANCARIO		13333	13333	13333
ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS				
ACTIVOS FIJOS	9872			
ACTIVOS DIFERIDOS	45648			
CAPITAL DE TRABAJO	5930			
TOTAL EGRESOS NO OPERACIONALES	61450	18518	16478	14438
FLUJO NO OPERACIONAL	0	-18518	-16478	-14438
FLUJO NETO GENERADO	-61450	-3192	88230	-11042

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO			
	1	2	3
VENTAS	148.669	251.128	180.351
COSTO DE VENTAS	40.590	51.851	40.623
UTILIDAD BRUTA	108.080	199.277	139.729
GASTOS ADMINISTRATIVOS	80.895	81.704	82.521
GASTOS DE VENTAS	16.381	16.887	17.414
EBITDA	10.803	100.686	39.793
GASTOS DE AMORTIZACIÓN	9.130	9.130	9.130
GASTOS DE DEPRECIACIÓN	2.579	2.579	2.579
EBIT	-905	88.978	28.085
GASTOS FINANCIEROS	5.185	3.145	1.105
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN	-6.090	85.833	26.980
15% PARTICIPACIÓN		12.875	4.047

UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	-6.090	72.958	22.933
25% IMPUESTOS		18.239	5.733
UTILIDAD NETA	-6.090	54.718	17.199

TIR	10,25%
VAN	-6.565,15

Escenario 2:

Para este escenario se estima una captación de mercado pesimista, muy por debajo de la intención de compra, en el año 1 del 10%. Para el segundo año se registra una colocación progresiva de usuarias del 10% durante un quimestre y 20% para los 7 meses siguientes. Y para el tercer periodo se estima una captación en descenso del 20% al 10%, debido a la pérdida de interés de la usuaria por el producto. El Flujo de Efectivo muestra el déficit de circulante para el primer y tercer año y la tasa de retorno del proyecto se vuelve negativa e impide la recuperación de lo invertido.

Tabla 344 escenario financiero 2
Fuente: Elaboración Propia

% de captación	0%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%
Año 1	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
PRODUCCIÓN (Captación Anual)	0	1648	1648	1648	1648	1648	1648	1648	1648	1648	1648	1648
% de captación	10%	10%	10%	10%	10%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%
Año 2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
PRODUCCIÓN (Captación Anual)	1648	1648	1648	1648	1648	3297	3297	3297	3297	3297	3297	3297
% de captación	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	10%	10%	10%
Año 3	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
PRODUCCIÓN (Captación Anual)	3297	3297	3297	3297	3297	3297	3297	3297	3297	1648	1648	1648

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO			
	1	2	3
VENTAS	121.555	167.073	142.328
COSTO DE VENTAS	37.630	42.677	34.408
UTILIDAD BRUTA	83.925	124.397	107.920

GASTOS ADMINISTRATIVOS	80.895	81.704	82.521
GASTOS DE VENTAS	16.381	16.887	17.414
EBITDA	-13.352	25.805	7.984
GASTOS DE AMORTIZACIÓN	9.130	9.130	9.130
GASTOS DE DEPRECIACIÓN	2.579	2.579	2.579
EBIT	-25.060	14.097	-3.724
GASTOS FINANCIEROS	5.185	3.145	1.105
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN	-30.245	10.952	-4.829
15% PARTICIPACIÓN		1.643	-724
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	-30.245	9.309	-4.105
25% IMPUESTOS		2.327	-1.026
UTILIDAD NETA	-30.245	6.982	-3.079

FLUJO DE CAJA PROYECTADO	INV. INICIAL	1	2	3
INGRESOS OPERACIONALES				
RECUPERACIÓN POR VENTAS		120880	166145	141537
EGRESOS OPERACIONALES				
MANO DE OBRA DIRECTA		31119	31431	31745
GASTOS ADMINISTRATIVOS		75545	76287	77035
COMISIONES		6511	11246	12430
GASTOS DE VENTAS		16381	16887	17414
PARTICIPACION DE EMPLEADOS		0	0	1643
IMPUESTO A LA RENTA		0	0	2327
TOTAL EGRESOS OPERACIONALES		129557	135850	142594
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL		-8678	30295	-1057
INGRESOS NO OPERACIONALES				
CREDITOS BANCARIOS	40000			
APORTE DE CAPITAL	21450			
TOTAL INGRESOS NO OPERACIONALES	61450	0	0	0
EGRESOS NO OPERACIONALES				
PAGO DE INTERESES		5185	3145	1105
PAGO DE CREDITO BANCARIO		13333	13333	13333
ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS				
ACTIVOS FIJOS	9872			
ACTIVOS DIFERIDOS	45648			
CAPITAL DE TRABAJO	5930			
TOTAL EGRESOS NO OPERACIONALES	61450	18518	16478	14438
FLUJO NO OPERACIONAL	0	-18518	-16478	-14438
FLUJO NETO GENERADO	-61450	-27196	13816	-15496

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Este proyecto ha sido una enseñanza continua y con él he podido conocer cómo mujeres, madres de familias, con dependencia laboral bajo la modalidad de teletrabajo e involucradas diariamente en los quehaceres del hogar, sufren de niveles de stress que ocasionan problemas de salud física y mental, para esto hemos creado una aplicación móvil **GoodLife** (App) que les permita obtener fuentes de conocimiento sobre diversos temas que contribuyan a su desarrollo personal, al potenciar sus conocimientos les dará mayor seguridad y el empoderamiento necesario y de esta forma poder mejorar su calidad de vida.

Dentro de nuestro proceso de investigación utilizamos una metodología mixta en la que aplicando técnicas de investigación como: entrevistas a profundidad, grupos focales y encuestas, cuyos resultados contribuyeron las herramientas y opciones de servicio que debe tener nuestra aplicación para satisfacer las necesidades de este segmento, permitiéndoles así tener acceso a una comunidad donde puedan interactuar y exponer sus necesidades de forma incógnita así como también herramientas de autoconocimiento y mindfulness. Queremos lograr captar el 35% de nuestro mercado objetivo en nuestro primer año de un segmento meta de 82.415 mujeres que se tomó como referencia según estadísticas del INEC en proyección a una población urbana al año 2021, de un total de población a nivel nacional de 17.677,378 habitantes.

Con la investigación de mercado se obtuvo información respecto a la aceptación de nuestra App que ayude a mujeres que hacen teletrabajo a disminuir sus niveles de estrés, nuestros objetivos específicos fueron mapear los principales competidores que ofrecen este tipo de servicio, establecer como este segmento busca reducir sus niveles de estrés y que opciones usa, mapear aliados estratégicos que estuvieran interesados en ser parte de esta solución e identificar el comportamiento del segmento al momento de usar un APP, nuestro cálculo de población y muestra con respecto al entorno económico y características demográficas de la población objetivo que son mujeres con empleo adecuado, madres de

familia en edades de 20 a 54 años, con hijos y que vivan en zonas urbanas.

En las entrevistas a profundidad realizada a tres expertos, se concluyó que mediante el mindfulness se busca reducir los niveles de estrés, lograr la motivación y el aumento de la creatividad, facilitar la toma de decisiones y evaluar emociones y estas ayuden a la concentración. Nuestro experto en seguridad ocupacional destaca que el teletrabajo es una excelente herramienta con tendencia a mantenerse Pos Covid, que existe mucho por hacer ya que muchas empresas implementaron el teletrabajo a raíz del Covid, así también que se debe implementar una cultura ya que existe muchas mujeres que tienen diferentes roles dentro del hogar esto a causa de la sociedad en que vivimos. Finalmente, nuestro experto en diseñador de App destaca que el desarrollo de una app nunca termina siempre es necesario el mantenimiento y desarrollo constante del producto.

Dentro de nuestra investigación mixta tuvimos un focus group integrado por mujeres que cumplan con el perfil de nuestro mercado objetivo, producto de esta investigación dio como resultado que las mujeres buscan obtener dentro de una App ayude a disminuir sus niveles de estrés, que cuente con una comunidad de mujeres y tener un costo mensual máximo de \$5,00 contar con un mindfulness, tener un tiempo de prueba de tres meses y contar con una herramienta de autoconocimiento y consejos de alimentación.

Nuestro análisis Pest dentro del ámbito político se destaca que existe una inestabilidad, incertidumbre y una expectativa de cambio, dentro de lo económico existe un alto nivel de endeudamiento, pocas líneas de crédito, mayor desempleo, mejor imagen internacional, en lo social reducción de salarios, teletrabajo, inseguridad, acelerado proceso de vacunación y finalmente dentro del ámbito tecnológico más conectados, más equipos tecnológicos y mayor adaptación.

Como análisis FODA, nuestras fortalezas serian: capacidad de adaptación, capacidad de innovar, personalizable, uso intuitivo, prueba gratuita. Como oportunidades tenemos la posibilidad de difusión en programas para emprendedores y retroalimentación inmediata para mejoras. Nuestras debilidades

serian: recursos económicos limitados y falta de experiencia y finalmente nuestras amenazas serian: nuevos competidores, cambios de hábitos digitales constantes y cambios en la modalidad de teletrabajo.

Finalmente, nuestro mercado objetivo con tiempo de captación de un año nos permitiría iniciar en el primer mes un porcentaje del 0% incrementándose en el segundo mes a un 3% luego de forma consecutiva su incremento en los siguientes meses hasta llegar al mes 12 con un porcentaje de captación del 35%.

Recomendaciones

Por lo tanto, se concluye que existe un mercado viable para el desarrollo de una App como **GoodLife** ya que es una aplicación que ayuda a mejorar la calidad de vida de las mujeres, madres de Familia, amas de casa, profesionales inmersas en el estrés producto de sus actividades diarias otorgándoles fuentes de conocimiento, dándoles seguridad y sobre todo contribuyendo a su desarrollo personal.

De la misma forma esta aplicación innovadora también puede ser dirigida hacia jóvenes que padecen de inseguridad alimenticia lo que ocasiona problemas de salud física, a su falta de ánimo debido a se encuentran perturbados por los cambios, producto de la edad y transición hacia la madurez y finalmente a mejorar su estado ánimo ya que cuentan con una comunidad que les permitirá entre jóvenes bajo los mismos perfiles poder interactuar y exponer todas sus necesidades, la creación de esta App permite nuevas oportunidades de negocios a partir de los cambios en los hábitos del manejo electrónico en las personas, de la misma forma este modelo también podría ser implementado por medio de una plataforma web que ofrezca los mismos beneficios en un aplicativo que tenga el aplicativo móvil

BIBLIOGRAFÍA

- ADECCO. (s.f.). *ADECCO PERSONAL*. Obtenido de : <https://www.adecco.com.ec/seleccion-de-personal/>
- Alba, A. (20 de 05 de 2020). *Desing Thinking*. (J. G. SINTETIA, Entrevistador)
- Bayly, K. (24 de 08 de 2017). *IDESAA*. Obtenido de <https://idesaa.edu.mx/blog/el-ciclo-de-vida-de-un-proyecto-de-inversion/>
- (2021). *Boletín Técnico N° 07-2021-ENEMDU* . Ecuador.
- CALM. (s.f.). *CALM*. Obtenido de <https://www.calm.com/es>
- Datar, S. M. (18 de 11 de 2011). *Developing a Concept Poster*. (A. ORG, Entrevistador)
- Gitman, L. (2009). *FUNDAMENTOS DE INVERSIONES*. Mexico: PEARSON EDUCATION.
- Gregorio, C. (13 de 09 de 2020). *IEDGE BUSINESS SCHOOL*. Obtenido de <https://www.iedge.eu/gregorio-cortes-sistemas-para-la-gestion-de-la-relacion-con-los-clientes>
- Guzmán, C. (01 de 05 de 2002). *Universidad Nacional de Colombia*. Obtenido de <https://revistas.unal.edu.co/index.php/ingev/article/view/21419>
- INEC. (2010). *CENSO*.
- INEC. (2010). *Proyeccion Nacional por edades - provincias 2010 - 2020*. Ecuador.
- INEC. (2013). *Encuesta de Condiciones de Vida Sexta Ronda*. Ecuador.
- Kaiten, J. (28 de 06 de 2017). *DSPACE*. Obtenido de <http://148.202.167.116:8080/xmlui/handle/123456789/1087?show=full>
- Karl, A. (1988). *Services America Doing Business in the New Economy*. Illinois, USA: LEGIS EDITORES SA.
- Knapp, J., Zeratsky, J., & Kowitz, B. (2016). *Sprint - El metodo para resolver problemas y testar nuevas ideas en solo cinco días*. Rancho Cucamonga, CA: Conecta.
- Lawton, G. (05 de 2021). *Teach Target*. Obtenido de <https://searchdatacenter.techtarget.com/es/definicion/CRM-Gestion-de-relaciones-con-los-clientes>
- López, J., & De León, F. (2011). *DOCPLAYER*. Obtenido de <https://docplayer.es/75495329-Desing-thinking-joaquin-lopez-lerida-felix-de-leon-molinari-1.html>
- Márquez, M. (27 de 05 de 2021). *Marketing and Web*. Obtenido de <https://www.marketingandweb.es/marketing/cinco-fuerzas-de-porter/>
- MEYO. (s.f.). *MEYO*. Obtenido de <https://meyo.io/>
- Microsoft. (s.f.). *Microsoft Business*. Obtenido de <https://www.microsoft.com/es-ww/microsoft-365/business/compare-all-microsoft-365-business-products?market=ec#>
- Montoya Agudelo, C. A. (2016). EL RECURSO HUMANO COMO ELEMENTO FUNDAMENTAL . *Revista Científica Vision del Futuro*, 5.
- MRL. (2020). *Suplemento del Registro Oficial No. 229, Art. 14 Código de Trabajo*. Quito, Ecuador.
- MSP. (2018). *Sistema de Salud Mental en el Ecuador* .
- OPS. (2014). *Análisis de Situación Sobre la Salud Mental*.
- PNUD. (2015). *Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo*. Obtenido de <https://www1.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals.html>
- Porter, M. (1985). *Competitive Advantage*. New York, USA: Macmillan Inc.
- Presidencia. (2018). *Decreto Ejecutivo 356, SENADI*. Quito, Ecuador.
- Prieto, C. (2010). *Fundación para la Educación Superior San Mateo*. Obtenido de <https://www.sanmateo.edu.co/documentos/publicacion-analisis-financiero.pdf>
- Quintana, A. (2004). *La Formación*. Obtenido de http://accioneduca.org/admin/archivos/clases/material/analisis-de-mercado_1563825598.pdf
- Rocha, M. (2015). *Metodología de la Investigación*. Progreso.
- Sánchez Sello, P. R. (2016). Absorptive capacity from foreign direct investment . *International Business Review*, 23-25.

- Silberschatz, A. (2006). *Fundamentos de Bases de Datos*. Madrid, España: The McGraw Company.
- Tim, B. (2008). Desing Thinking. *Harvard Business Reviw*, 4-5.
- Vega, O. (2012). Efectos colaterales de la obsolescencia tecnológica. *Revista Facultad de Ingeniería UPTC*, 2.
- Villagomez, J., Mora, A., & Barradas, D. (2014). EL ANÁLISIS FODA COMO HERRAMIENTA PARA LA DEFINICIÓN DE LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN. *Revista Mexicana de Agronegocios*, 2.

ANEXOS

ANEXO 1: Entrevista 1

Dr. Especialista en Mindfulness: Dr. Marcelo Pimentel

¿Qué es el Mindfulness?

Es un estado de conciencia donde las personas desarrollan habilidades para poder entender la realidad, no reaccionar, no responder, donde todo es más simpático. La forma de vida o filosofía consciente que se extrae de distintos linajes como yoga budismo.

¿Cuáles son los beneficios de practicar mindfulness?

Aumento en la concentración, reduce los niveles de stress laboral, baja la cantidad de pensamientos recurrentes, reduce inquietud, aumenta la creatividad 22% ideas nuevas y 11% originalidad, facilita la toma de decisiones y la I. Emocional. Desarrollas ese estado de conciencia y te sientes mejor.

¿Cuál es el mejor momento en el día para practicar mindfulness?

No hay... está subordinada a la persona mismo no hay tiempo exacto... hay mejor desempeño cuando eres más joven.

¿Entre hombres y mujeres, ¿cuál de ellos consideras tienen mayores niveles de estrés y por qué?

En términos biológicos las mujeres tienen más stress.

¿Cuál consideras son las razones más comunes que generan mayores niveles de estrés?

Los pensamientos agobiantes, la ausencia de los niveles de auto conocimiento, la ausencia de cultivar auto gestión. El éxito está subordinado al dinero perdemos la práctica de la paciencia. (ausencia Autocontrol, paciencia, auto conocimiento)

¿De acuerdo a las razones más comunes que nos mencionas, podrías indicarme un par que sean las más fuertes e indicarme por qué?

Los pensamientos agobiantes y ausencia de paciencia, ese entrenamiento que nos falta. Nuestras vidas se tratan de administrar caos.... Todo lo queremos muy rápido.

¿En tu experiencia, cuales consideras son las edades de mujeres con los mayores niveles de stress?

Se viven en la época de estudios, las que salen de adolescencia e ingresan al mundo real... adultos jóvenes (los nuevos adultos).

¿Como crees que el teletrabajo ha afectado a las mujeres en el mundo?

OMS indica que ha aumentado el stress en todos. 40% más de aumento de casos de salud mental en Perú. El encierro ha malogrado, el entorno, la situación actual ha generado mayores niveles de stress mas no el teletrabajo.

¿La depresión y la ansiedad como crees ha afectado a las mujeres que hacen teletrabajo?, y cuál sería la mejor forma de manejarlo?

Ansiedad clínica, si ha aumentado, puestos encima de la mesa por la pandemia, es pura emoción, debe ser tratada por un especialista, altos de stress dañino, primero es stress y luego viene la ansiedad. La depresión no tiene datos, se puede investigar, (buscar información)

¿Cuáles consideras tu podrían ser las mejores opciones para ayudar a las mujeres a disminuir sus niveles de stress?

Como herramienta mindfulness, necesitamos mejorar la conciencia de vivir, cultivar presente, sentir, pensar, calmar cuerpo y mente. Yoga, thai chi, ayudan a estar presente tomar conciencia de lo que sucede. Cualquiera de estas prácticas podría funcionar.

Primero hay que calmarse.

Recomendaría cualquier práctica que traiga calma

Tejer concentración repetitiva, muy mindfulness, cultivo de la paciencia.

¿Basándonos en tu experiencia, crees que en un APP podríamos hacer mindfulness

Si, hay centenas, se ajustaría a las habilidades de comprender tus emociones, ser más observador, de responder y no reaccionar, de apreciar, lo ideal sería que te tomes una prueba FFQ de estado de mindfulness, deberían poder hacer algo así.

Necesitas menos horas en niños para lograr mejores desempeños en mindfulness.

Entrenar distintas actitudes, atender algo con mucha atención, tu mente descansa, se relaja

Practicas formales, se hacen sentados, echado.

Practica informal, lo cotidiano, hacer las cosas modo mindful dedicarte a atender muy bien lo que estás haciendo, haz todo con calma con dedicación, siente, vívelo, con paciencia, es un entrenamiento para la mente para estar preparado para las emociones.

Cultivar la presencia, tiene efectos mentales y físicos.



ANEXO 2: Entrevista 2

Entrevista a Guillermo Bernal, creador de Apps.

¿Cómo es la mejor forma de mercadear la usabilidad de un APP?

Para mercadear o dar a conocer una aplicación móvil se utilizan campañas de publicidad mediante redes sociales o publicidad física en los lugares de los aliados estratégicos. Por ejemplo, *PedidoYa* incluía publicidad en los locales de comida que soportaba dentro de su aplicación móvil.

¿Cómo se puede generar curiosidad a los usuarios para que la descarguen y la usen?

Mediante videos cortos que resalten el problema que se busca resolver, actualmente se utiliza bastante a los *influencers* que invitan a utilizar un producto en específico.

¿Conoces cuáles son las mejores APP para disminuir el estrés?

En Ecuador Calm y Meyo son las más conocidas

¿De estas que has mencionado, para ti cuales son las mejores y por qué?

No me gustan ninguna de las 2, por eso no puedo dar mayor opinión sobre ellas.

¿Si nosotros queremos crear un APP para Android y Apple iOS, Cual sería el costo de la inversión?

El costo de inversión podrías calcular con el costo de desarrollo de la aplicación móvil, le sumas el costo de publicidad y por supuesto, los costos operativos que vayan a incurrir mantener dicha aplicación móvil. Los valores van en relación con las características que tenga la aplicación, la infraestructura tecnológica en la que se sostenga y la fuerza de marketing que se le quiera aplicar. En nuestro mercado se podría cotizar entre 12 y 25mil dólares todo el desarrollo y mantenimiento.

¿Cada qué tiempo es recomendable hacer mejoras o mantenimientos?

Los ciclos de actualización de una aplicación son mayormente cortos, ciclos de 3 meses o 1 mes dependiendo de las características a mejorar en dicho ciclo. Siempre se incluyen las correcciones en estos ciclos, estos tienen un nivel de relevancia que decidirá si se espera al final del ciclo de actualización o se envía de manera inmediata la corrección.

¿Cuál crees tú que debería ser el contenido ideal para el APP que ayude a bajar los niveles de estrés?

Deberá tener un diseño limpio, con bastante espacio, efectos sutiles y transiciones fluidas. Ya que nuestro interés es bajar los niveles de stress el usuario debe sentirse bien utilizando la aplicación móvil. Realizar recordatorios es algo disruptivo, un tono especial debería utilizarse para dar una indicación sin interrumpir de manera abrupta la actividad que estuviere realizando. Debe adaptarse a cada persona, no todos manejan stress por las mismas causas y por ende habría diferentes acciones que tomar para atacar el stress, recomiendo revisar algún estudio al respecto y focalizar en unos cuantos casos en específico.

¿Cómo se puede hacer alianzas estratégicas como sponsors para la creación de APP's?

Mediante el contacto directo, hay una etapa de recolección de información donde se busca encontrar los posibles aliados estratégicos. De entre estos se visitan todos con la finalidad de establecer alianzas y viabilizar acuerdos.

¿Cuánto tiempo toma crear una APP?

Dependiendo de las características que vaya a incluir, los servicios externos que se tengan que incluir como servidores o correos, el equipo de desarrollo, la complejidad del diseño o la navegación. Puede ser tan rápido como 1 mes o tan especializado como más de 1 año.

¿Cuál es la mejor forma de rentabilizar una APP que es nueva?

Existen dos tipos de monetización en una aplicación móvil hoy en día. Uno es mediante una suscripción a contenido frecuente, comúnmente utilizado en servicios de transmisión de multimedia como Netflix; el otro es por micro - transacciones dentro de la aplicación móvil, por ejemplo, para usar la funcionalidad de agendar recordatorios debes pagar \$1.99. El uso de cualquiera de los dos tipos va muy de la mano con el modelo de negocios a utilizar.

ANEXO 3: Entrevista 3

Especialista en Seguridad y Salud Ocupacional.

Magister Fernando García B

Experto en Seguridad Ocupacional

1. ¿Qué es un riesgo de salud psicosocial?

Hola, los riesgos psicosociales en el trabajo son aquellos que están originados por deficiencias en la organización en la gestión de tareas y un entorno negativo, estos factores pueden afectar la salud física, psicológica y social del trabajador.

2. ¿Al conocer el concepto de este riesgo, entre hombres y mujeres quienes están más expuestos y por qué?

Realmente los riesgos psicosociales impactan a hombres y mujeres porque son producto de las deficiencias de las organizaciones, quizás ahora estén más expuestas las mujeres por el contexto de la pandemia.

3. ¿Cuáles crees tú son los nuevos riesgos en teletrabajo?

Son muchos, pero entre los más relevantes tenemos; poca autonomía, abuso de la flexibilidad laboral, bajo desarrollo profesional, choque de horas entre lo personal y lo laboral, depresión, aislamiento, falta de vida social al que se estaba acostumbrado.

4. ¿Consideras que el teletrabajo produce síndrome de Burnout, por qué?

Es el síndrome del trabajador quemado, significa que los trabajadores llegan a altos niveles de stress producidos por el exceso laboral y no manejan un control adecuado de sus emociones, afectando su personalidad y autoestima, según mi experiencia las mujeres se exponen más a este tema ahora porque hacen múltiples tareas en el hogar más las de oficina, afectándose mayoritariamente.

5. ¿Entre hombres y mujeres quienes consideras tu manejan mejor el stress y por qué?

Es una pregunta complicada la verdad, los seres humanos por naturaleza sabemos manejar nuestros niveles de stress, voy a atreverme a decirte como experiencia personal que creo fielmente que los

hombres manejan mejor su stress, porque hacen actividades extras al hogar y saben cómo desconectarse por completo, mientras que las mujeres por su naturaleza tienden a hacer y pensar muchas cosas a la vez, lo que hace que su mente no descanse como debería, que le falte esa desconexión necesaria y afecte sus niveles de control de emociones y eleve su stress.

6. ¿Cuáles crees tú son los principales síntomas de un trabajador que está pasando por altos niveles de stress?

Yo creería que los más notorios o principales son:

Mala memoria, falta de sueño, irritabilidad, falta de energía, falta de concentración, problemas sexuales, cuello y hombros rígidos, dolores de cabeza frecuentes, desanimo. Todos estos síntomas no son al mismo tiempo, pero si se presentan con más frecuencia afectando la salud de las personas seriamente.

7. ¿Cuál sería tu recomendación para las empresas para que ayuden a sus colaboradores a bajar sus niveles de stress?

Son muchas las recomendaciones que podría darte, pero considero que estas que son sencillas pueden ayudar mucho:

Otorgar a los trabajadores todos los muebles y enseres necesarios para poder realizar el trabajo desde casa, ejemplo; escritorio, silla, posa pies, todo eso es fundamental para la buena postura y cuidar la salud. Otra cosa es cultura del respeto de horarios, se debe de respetar los horarios laborales, no interferir muy temprano o tarde, que se respeten las jornadas de trabajo, como si fuera en formato presencial.

Constantes evaluaciones psicosociales y de ambiente de trabajo eso ayuda mucho a entender lo que piensan o sienten los trabajadores, entre otras....

8. ¿Cuáles consideras tu son los principales retos de las mujeres ahora en el teletrabajo?

Uy, buena pregunta, creo que tienen mucho, el tener que atender el hogar, las tareas que deben hacer, con la casa, los hijos, la familia no es fácil y si le añadimos que ahora no hay esa desconexión por horas entre el trabajo y el hogar, se vuelve una situación muy compleja, por eso creo que uno de los

principales retos que tienen las mujeres es aprender a disminuir sus niveles de stress y manejar sus emociones y que ellas no las dominen.

9. ¿Qué soluciones propondrías a las mujeres para poder hacer frente al teletrabajo y cumplir con sus demás tareas?

Buena pregunta, no creo que sean soluciones más vale recomendaciones; podrían hacer más ejercicio, dormir mínimo de 7 a 8 horas diarias, beber mucha agua, buscar como disminuir su stress con prácticas de mindfulness que está muy de moda y encierra todo lo que tiene que ver con la auto superación y manejo de emociones, practicar yoga, en fin, realmente las mujeres son tan brillantes que pueden hacer muchas cosas a la vez y buscar ese equilibrio necesario en sus vidas.

10. ¿En Ecuador conoces las estadísticas de cuantas personas están en teletrabajo? ¿Y de esas en porcentaje sabes aproximadamente cuantos son hombres y mujeres?

No tengo cifras exactas ahora, leí en estadísticas de teletrabajo meses atrás que desde la pandemia en nuestro país casi el 47% de las personas con empleo pleno (ósea registradas oficialmente) hacen teletrabajo, de eso yo diría que un 53% son mayormente mujeres.

ANEXO 4: FOCUS GROUP

Presentación

En este momento se presenta el moderador para que los miembros del grupo se sientan familiarizados y empezar a crear un clima favorable. En este punto también se explica el motivo de la reunión, se establece el tiempo que va a durar y se presenta a los integrantes del grupo.

¡¡Hola!! Soy GABRIELA RENDON, estudiante de la Universidad Casa Grande, nos encontramos en nuestro proceso de titulación y necesitamos de su ayuda para obtener información importante que nos permita avanzar en nuestro proyecto de tesis.

Introducción de la metodología

Los participantes deben conocer que va a suceder en cada momento para que se sientan relajados. Por ello, se explica asuntos técnicos y formales del modo de proceder. Por ejemplo, que la entrevista se grabará, como se va pedir el turno de palabra, explicar que todo el mundo puede expresar libremente sus opiniones dentro del respeto y resolver, si queda, alguna duda.

Es importante que todas ustedes conozcan cómo vamos a manejar este focus group de antemano muchas gracias por su tiempo.

Vamos a tomar en promedio una hora con 30 minutos como máximo, grabaremos la sesión, les pido a todas por favor tener las cámaras encendidas todo el tiempo, es importante que todas nos den su opinión, que participen porque solo así podemos obtener la información que necesitamos, para ello cada vez que quieran comentar algo pueden levantar la mano de zoom para que puedan participar.

Siéntanse cómodas y muy relajadas con nosotros.

Técnicas para romper el hielo

Aquí empiezan a ser necesarias las destrezas del moderador. El moderador ha de propiciar un buen clima en el que destaque la confianza. El clima es otro de los elementos importantes del focus group efectivo. Por ello, puede empezar alguna dinámica de presentación entre los participantes.

O simplemente plantear preguntas como:

Ahora, que todas ustedes me conocen me gustaría por favor me ayuden indicando:

¿Cómo se llaman?

Zully	29años	1 hija de 3.6 meses	teletrabajo
Lilian	34años	2 niñas (9 y 7 años)	teletrabajo
Irina	34años	1 bebe de 10 meses	teletrabajo
Wendy	41años	3 hijos	teletrabajo
Marcela	44años	3 hijas	teletrabajo
Wendy	36años	1 hija	teletrabajo

Preguntas generales o de apertura

Estas son importantes para ver cómo se desarrollan los participantes y cuál es su nivel de implicación. En este bloque se realizan preguntas generales como:

¿Usas muchas APP's en tu celular? No usan

¿Qué tipo de apps te gustan? Recordatorios, calendarios periodo, llamadas, redes sociales

¿Porque te gustan esas apps? Por necesidad

¿Crees que las apps son útiles en el día a día? Si, con temas que necesitan

Preguntas de transición

Sencillamente estas preguntas sirven para introducir el producto o servicio que va a ser testado. Por ello se habla de la relación con la marca o con el producto.

¡Nosotros queremos crear un producto nuevo en una APP que brinde el servicio de ayuda a relajarse!

¿Crees que serviría?, por qué?

Si, nos ayudara a salir de la rutina.

Debo saber el contenido porque a veces el fono me estresa.

A veces ya no quiero saber nada de fono, debe ser muy buena.

Trabajan todo el día en el celular, pero las apps de juego si entretienen.

Pudieron revisar las APPS que les enviamos como las ven, ¿qué mejorarían o que eliminarían?

Eran a pagar, no gratis, programas, objetivos, mediciones (se refieren a Meyo), le causo stress.

No les gusta porque son pagadas, se sintieron abrumadas...

Ni siquiera les da gana de abrirla. Ellas usan herramientas prácticas, por ejemplo, la meditación por celular no lo ven.

Buscan paz y tranquilidad, donde puedan crecer espiritualmente... autenticas... superación.

Una comunidad es una excelente idea, les gusta gente desconocida que te ayude.

Que existan expertos que nos ayuden.

¿Chicas, que características ustedes creen debería tener un APP que ayude a reducir sus niveles de stress?

Control emocional, palabras de aliento, manejo de emociones, crecimiento espiritual, buscar algo que nos llegue por ejemplo en vivo, cosas que nos alienten, motiven, temas sexuales (es decir, consejos)

Parte afectiva, es muy importante, red de apoyo... debe ser motivador, conocer temas innovadores, juegos (ocio)

**¿Creen Uds. que una APP estará bien o que otras cosas se les ocurre?
para cumplir con este objetivo**

Preguntas específicas

Antes de realizar este tipo de preguntas se les proporciona a los presentes el producto u objeto de estudio. En este punto se trata de conocer que opinan sobre aspectos como el envoltorio, la textura, el color, el tamaño, la forma, el modo de uso... Todo esto nos servirá para saber qué opina nuestro público objetivo sobre el objeto de estudio.

Presentar el video de GOODLIFE....

¿Qué métodos usan Uds. para relajarse después de un largo día?

Ver películas, ver redes sociales, recetas comidas, un rico baño, escuchar música, ver series, leer,

¿Qué les gusta hacer comúnmente para relajarse?

Reflexiones, meditar, buscar su propio yo, espiritualidad, escuchar audios, más auditivos, planificar las cosas,

¿Creen Uds. que el teletrabajo ha incrementado sus niveles de stress? SIIII, totalmente, pero pasar tiempo en familia es disfrutar del hogar.

¿Creen Uds. que la idea de un APP para ayudar a relajarse es buena, por qué?

Tendríamos que ver que tiene la app...

Ver si en realidad ayuda, sentir que se conecta contigo.

Preguntas de cierre

Estas sirven para terminar de rematar los detalles que se pretenden conocer. Dependen mucho del curso del debate que se haya dado en la sala. Pero si queda algún aspecto por conocer deberá ser el moderador quien en este punto lo introduzca directamente.

¿Estarían Uds. dispuestas a pagar por un APP de comunidad que tenga todo lo que hemos hablado?

Descarga sin costo, lo básico de enganche, y para subir vas poniendo costo.... Parecido a Spotify...

¿Cuánto estarían dispuestas a pagar?, menos de 0.50 y máximo \$10

Como máximo hasta \$5 mensuales....

El pago como les gustaría, diario, quincenal, mensual, trimestral, anual,

Trimestral para probar.... es un buen periodo para ver si la voy a usar.

Cual creen Uds. sería la mejor forma de que mujeres como Uds. conozcan esta APP, con post en sus redes sociales, ¿en YouTube?, como deberíamos promocionarla...

Redes sociales Facebook, Instagram... son las más fuertes en comunicación. YouTube

Debemos buscar algo muy focalizado... sin tanta cosa, directo y al grano.... Tomar en cuenta el logo y slogan.... Añadir, recetas y ejercicios.....

ANEXO 5: Encuesta; Plantilla y Tabulación

Preguntas de la encuesta realizada a 278 mujeres.



Encuesta exploratoria - Estrés y Teletrabajo

1. Que tan frecuente usarías una APP que te ayude a relajarte y disminuir los niveles de stress.

Nada frecuente 1 2 3 4 5 Muy frecuente

2. Que te motivaría a descargar una aplicación móvil para el manejo del stress, selecciona hasta 5.

- Novedad/ probar algo diferente
- Ocio/juegos
- Funcionalidades concretas (consultas/mensajes/comunidades)
- Desarrollo personal
- Para relajarse
- Por recomendación (amigos y familiares)
- Otras

3. Cuáles son las características de las aplicaciones móviles que consideras importantes, elije las 5 más importantes.

- Facilidad de uso
- Accesibilidad (lista para ti cuando desees)
- Personalización (que se adapte a tu realidad)

- Con accesos a descuentos y promociones
- Entretienen
- Diseño visual de la aplicación
- Posibilidad de interactuar con otros usuarios
- Utilidad (te ayuda)
- Fiabilidad (guía confiable, vigente y relevante)
- Proporcionan información

4. En una comunidad de mujeres a través de una AP, ¿cuáles de las siguientes temáticas te gustaría más?, puedes elegir más de una.

- Salud física
- Salud mental
- Educación
- Finanzas
- Relación de pareja
- Relaciones con hijos
- Alimentación
- Otros

5. Cuanto tiempo consideras que es suficiente para decidir si quieres o no quedarte con una APP.

- Un día
- Menos de una semana
- Entre una semana y 15 días

- Entre 15 días y un mes
- Mas de un mes
- Otros

6. A través de qué medios te gustaría recibir información de esta plataforma.

- Instagram
- Facebook
- Tik Tok
- WhatsApp
- Twitter
- Pinterest
- Otros

7. ¿Qué tan dispuesta estarías en pagar por mantener una suscripción de una APP que te ayude con el manejo del stress?

Nada dispuesta 1 2 3 4 5 Muy dispuesta

8. ¿Como te gustaría que sea la frecuencia de cobro?

- Diario
- Quincenal
- Mensual
- Trimestral
- Semestral
- Anual

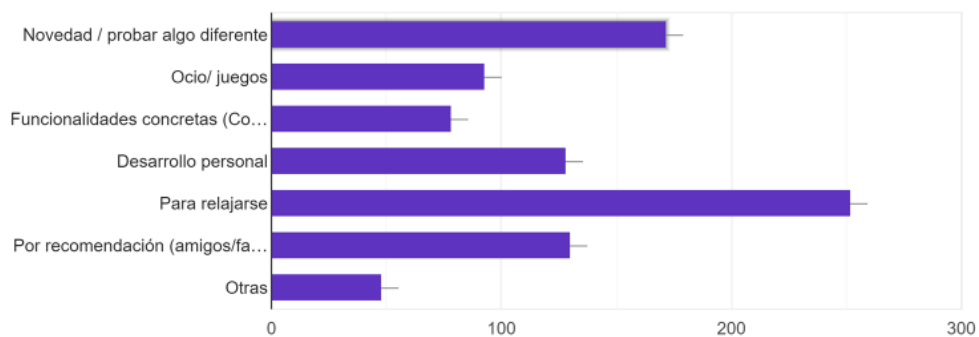
- Sin cobro

9. ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar Mensualmente por una APP que te ayude a relajarte?

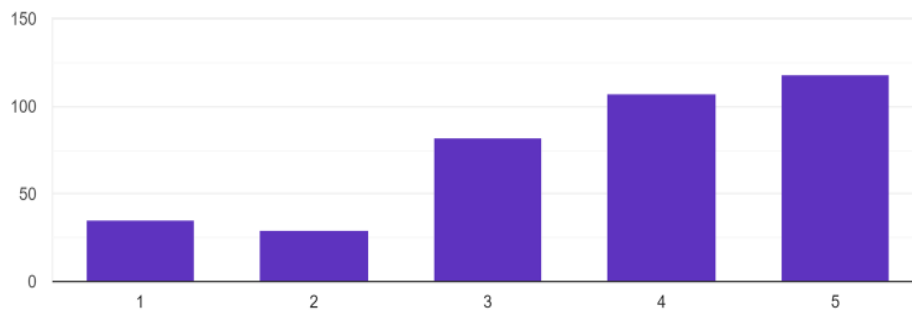
- No pagaría
- Menos de \$0.50
- Entre \$0.51 y \$0.99
- Entre \$1 y \$1.99
- Entre \$2 y \$2.99
- Entre \$3 y \$3.99
- Entre \$4 y \$4.99
- Entre \$5 y \$5.99
- Mas de \$6

Tabulación

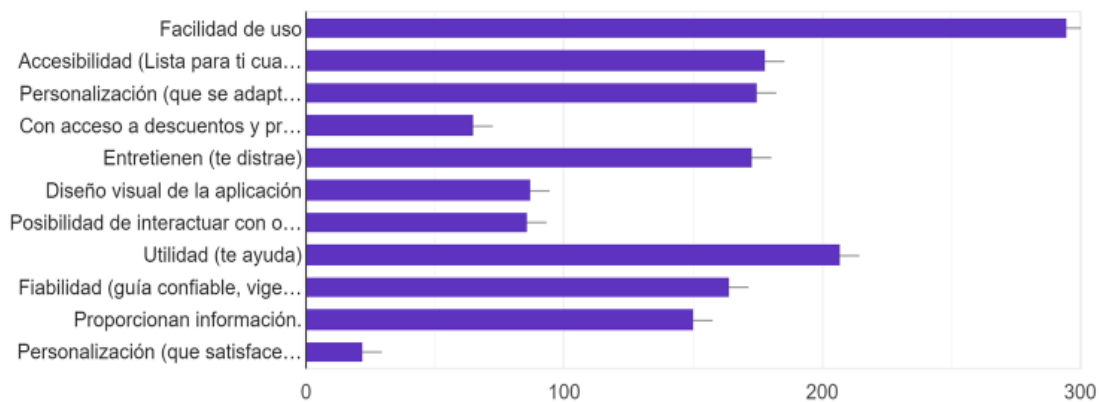
¿Qué te motivaría a descargar una aplicación móvil para el manejo del estrés? Selecciona hasta 5



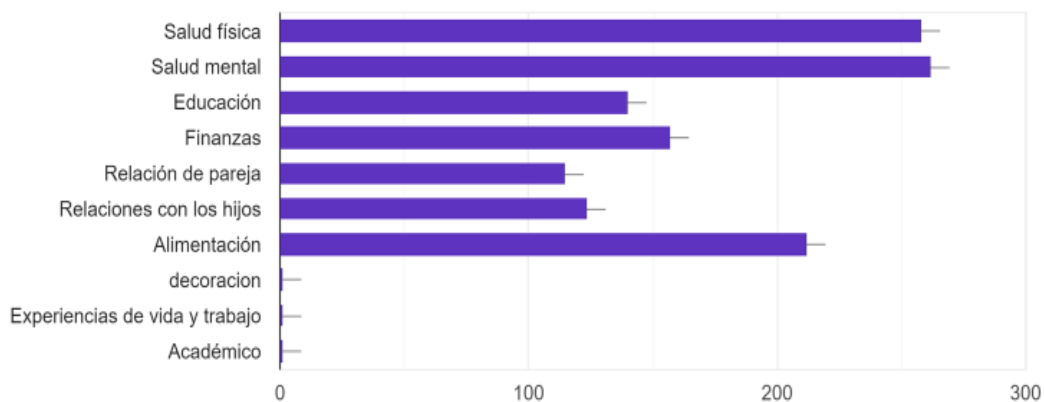
¿Qué tan frecuente usarías una APP que te ayude a relajarte y disminuir los niveles de estrés?



¿Cuáles son las características de las aplicaciones móviles que consideras importantes? Elige las 5 más importantes.



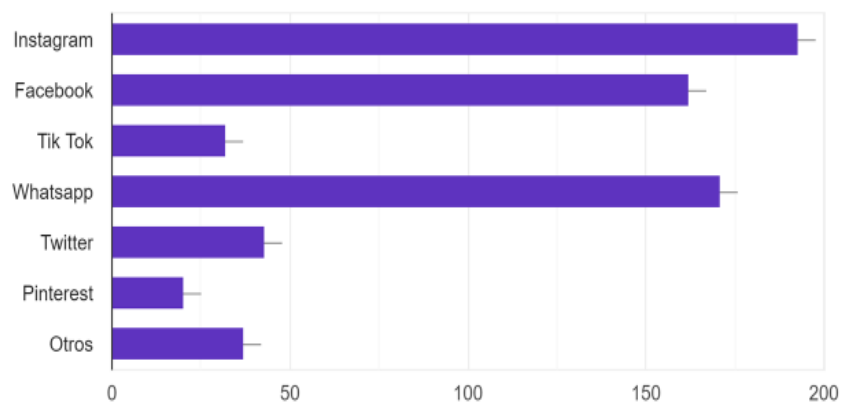
¿En una comunidad de mujeres a través de una app, cuales de las siguientes temáticas te gustarían mas? (Puedes elegir más de una)



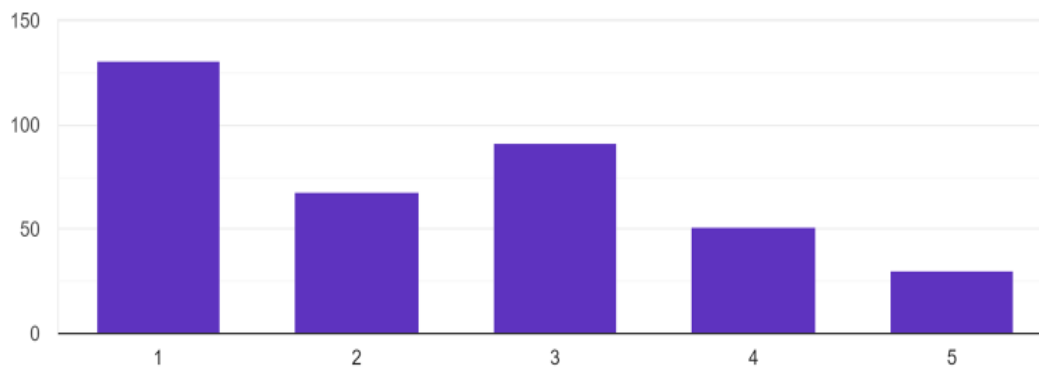
¿Cuánto tiempo consideras que es suficiente para decidir si quieres o no quedarte con una app?



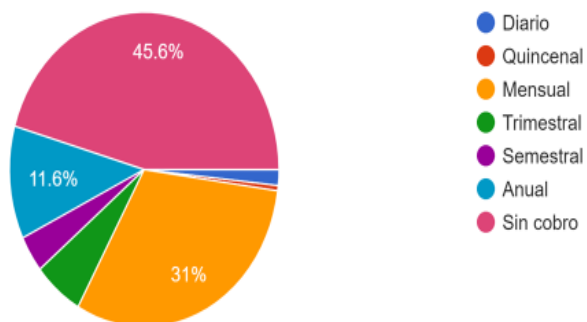
A través de qué medios te gustaría recibir información de esta plataforma?



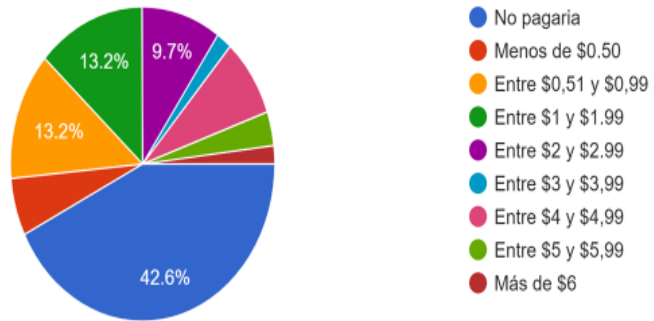
¿Qué tan dispuesta estarías en pagar por mantener una suscripción de una APP que te ayude con el manejo del stress?



¿Cómo te gustaría que sea la frecuencia del cobro?



¿Cuánto estarías dispuesto a pagar MENSUALMENTE por una APP que te ayude a relajarte?



ANEXO 6: Experiencia Usuaría

Menú de frases

Las administrará el Bot con un algoritmo:

Frases motivadoras para conseguir lo que deseas:

- “Cuando todo el mundo está en silencio, incluso una sola voice over se vuelve poderosa”. – Malala Yousafzai
- “Aprovecha al máximo avivando las diminutas chispas interiores de la posibilidad, en llamas de logro”. – Golda Meir
- “Saber lo que se debe hacer elimina el miedo”. – Rosa Parks
- “No llegué allí deseándolo o esperándolo, sino trabajando para ello”. – Estée Lauder
- “Puedes ser el líder en tu propia vida”. – Kerry Washington
- “Cuando te sientes copiado, recuerda que las personas solo pueden ir a donde has estado ya. No tienen idea de hacia dónde te diriges”. – Liz Lange
- “No puedes complacer a todos, y no puedes hacer que todos te quieran”. – Katie Couric
- “Mantén tu cabeza y tus estándares altos. Incluso cuando las personas o las circunstancias intenten derribarte”. – Tory Johnson

Frases de mujeres exitosas:

- La pregunta no es quién me va a dejar; es quién me va a detener”. – Ayn Rand
- Difunde amor donde quiera que vayas. Que nadie venga a ti sin salir más feliz”. – Madre Teresa
- “Toma en serio las críticas, pero no personalmente. Si hay verdad o mérito en la crítica, intenta aprender de ella. De lo contrario, deja que te resbale”. – Hillary Clinton
- “Lo normal no es algo a lo que aspirar, es algo de lo que debes huir”. – Jodie Foster
- “El poder no te es dado. Tienes que tomarlo”. – Beyoncé Knowles Carter
- “Lo más difícil es la decisión de actuar, el resto es meramente tenacidad”. – Amelia Earhart

- “La diferencia entre las personas exitosas y las que no, es cuánto tiempo pasan tiempo sintiéndose mal por ellas mismas”. – Barbara Corcoran
- “Puedes pasar tu vida dibujando líneas. O puedes vivir tu vida cruzándolas”. – Shonda Rhimes
- “Prefiero arrepentirme de las cosas que he hecho que lamentar las cosas que no he hecho”. – Lucille Ball

Métrica

Escala del TEST

Fuente: Kirk Warren Brown, PhD. & Richard M. Ryan, PhD.

1	2	3	4	5	6
Casi siempre	Frecuentemente	Con cierta frecuencia	No frecuentemente	Con poca frecuencia	Casi nunca

ANEXO 7: Referencias de adquisiciones activo fijo

Fuente: Portal Novicompu Ecuador



Laptop MacBook Pro M1 8core, 8gb, 256gb, huella, 2560X1600 2021

1.750,00 \$

Qty:

▲ Últimas unidades en stock

[Descripción](#) ▼

Fuente: <https://www.tecnosmart.com.ec/>



Silla Corsair T2 ROAD Warrior - Black/White

Silla Gamer de alta calidad, reclinable, full ajustable y flexible, estructura de acero, asientos de espuma densa y revestimiento de cuero

- La CORSAIR T2 ROAD WARRIOR cuenta con un asiento ancho, respaldo alto y acentos de color personalizados de dos capas, lo que le brinda el estilo, la comodidad y la resistencia que necesita para sesiones de juego de larga duración.

Silla Gamer de alta calidad, reclinable, full ajustable y flexible, estructura de acero, asientos de espuma densa y revestimiento de cuero

\$ 479.99

Fuente: <https://www.auron.com.ec/productos/home-office/>

NEW



Escritorio Home Desk

\$238.00

Escritorio multifunción para hogar u oficina, en moderna combinación de colores. Con estructura metálica y archivador lateral.

1

AÑADIR AL CARRITO

Añadir a la lista de deseos  COMPARE

Availability: In stock

Categories: Escritorio Colaborativo, Escritorios de Oficina

Share Post:  facebook

 twitter

 pinterest