



**TRABAJO FIN DE GRADO**  
**GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS**  
**CURSO ACADÉMICO 2023/2024**  
**CONVOCATORIA MARZO 2024**

**TÍTULO**  
**CREACIÓN DE VITAL ACTIVE, UNA EMPRESA DE SERVICIOS DEDICADA A**  
**MEJORAR LA SALUD**

AUTORA: Sánchez Domínguez, Alba

DNI: 53747177H

**GRADO / DOBLE GRADO QUE CURSA: ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN**  
**DE EMPRESAS + CIENCIA, GESTIÓN E INGENIERÍA DE SERVICIOS**

TUTOR: Aragüés Lobo, Alberto

En Madrid, a 29 de febrero de 2024

## **AGRADECIMIENTOS**

En primer lugar, quiero agradecer a mis padres y a mi hermana por todo su esfuerzo y apoyo para que yo pudiera estudiar esta carrera. También, por animarme y siempre alentarme a crecer.

En segundo lugar, quiero agradecer a mi tutor Alberto Aragüés por haberme ayudado y guiado a lo largo de este trabajo.

También, a todas las personas que conocí en la carrera por acompañarme en esta aventura de aprender administración y dirección de empresas. Y a todas las personas que se dedican al mundo de la salud y deporte por inspirarme para realizar este trabajo.

## RESUMEN

El objetivo de este Trabajo de Fin de Grado consiste en crear el servicio Vital Active y su correspondiente Plan de Empresa.

La solución final es la creación de un servicio tecnológico destinado a ayudar a las personas a mejorar su salud física y mental mediante asesoramiento y formación con profesionales, a través de una aplicación web y móvil. Para realizar y gestionar las tareas del proyecto se utilizan metodologías ágiles como *Design Thinking* y *Scrum*.

En la actualidad, la creciente popularidad del cuidado físico, nutricional y mental ha impulsado a las personas a llevar un estilo de vida más saludable; la conciencia sobre los riesgos asociados con el sedentarismo, las dietas poco saludables y el estrés ha llevado a una mayor búsqueda de soluciones para mejorar la calidad de vida.

Vital Active es una empresa de servicios que ofrece planes personalizados y asesoramiento, pone a disposición del usuario profesionales con la capacidad de mejorar su bienestar. El cliente cuenta con una plataforma web y móvil para la gestión de todas las actividades.

La plataforma unifica los tres principales servicios de Vital Active que son el entrenamiento, el asesoramiento nutricional y el asesoramiento psicológico. El usuario puede gestionar sus entrenamientos, dietas, sesiones, progresos, aprender nuevas recetas, aprender técnicas para mejorar su salud mental, contactar con profesionales y comunicarse con otros clientes.

El resultado final integra de manera sencilla e intuitiva las necesidades del usuario, y presenta la viabilidad para una puesta en marcha del servicio. Posibilitando mejoras y trabajos futuros que conviertan a Vital Active en un servicio de calidad y utilizado por miles de personas.

**Palabras clave:** Vital Active, servicio, usuario, aplicación, entrenamiento, asesoramiento, salud, nutrición, psicología, bienestar.

## ÍNDICE DE TÍTULOS

CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN .....	7
I. Motivación .....	7
II. Planteamiento de objetivos .....	7
III. Estructura de la memoria .....	8
IV. Metodología y herramientas .....	8
CAPÍTULO 2. SITUACIÓN ACTUAL .....	9
I. Situación actual.....	9
1. Actividad física.....	9
2. Alimentación .....	10
3. Salud Mental .....	11
4. Empresas competidoras .....	12
II. Crítica a la situación actual .....	12
III. Propuesta .....	13
CAPÍTULO 3. DISEÑO DEL SERVICIO.....	14
I. Fase de investigación .....	14
II. Fase de empatización.....	17
1. Diagrama de persona .....	17
2. Mapa de empatía .....	17
III. Fase de definición .....	18
IV. Fase de ideación .....	19
1. Propuesta de valor .....	20
2. Producto mínimo viable (PMV) .....	21
V. FASE DE DISEÑO DEL SERVICIO.....	21
1. Definición de Vital Active .....	21
2. Modelo Canvas.....	23
3. Service Blueprint .....	23
VI. FASE DE PROTOTIPADO Y TESTEO .....	24
1. Customer Journey Map .....	25
CAPÍTULO 4. PLAN DE EMPRESA .....	26
I. La Empresa.....	26
1. Misión, Visión y Valores .....	26
2. Objetivos generales.....	27
3. Análisis DAFO.....	27
II. Plan de producción y organización .....	28
1. Procesos del servicio .....	28
2. Infraestructuras e instalaciones, mobiliario y local .....	30
3. Medios técnicos: Selección de equipos y características técnicas .....	31
4. Tiempo de entrega del servicio .....	32
5. Planificación a corto, medio y largo plazo .....	32
III. Plan de marketing .....	33
1. Análisis de mercado .....	33
2. Segmentación de mercado y clientes potenciales .....	33

3.	Política de servicio.....	34
4.	Política de comunicación.....	35
5.	Política de precios.....	35
6.	Política de distribución.....	36
IV.	Plan de Recursos Humanos.....	36
1.	Organigrama.....	36
2.	Estructura organizativa de la empresa.....	36
3.	Perfiles y puestos.....	37
4.	Políticas de Recursos Humanos.....	37
V.	Plan económico – financiero.....	38
1.	Forma jurídica.....	38
2.	Gastos de inversión.....	39
3.	Fuentes de ingresos.....	39
4.	Gastos de personal.....	40
5.	Cuenta de pérdidas y ganancias.....	41
6.	Balance.....	41
7.	Tesorería provisional.....	42
8.	Ratios de rentabilidad.....	42
VI.	Plan de Contingencia.....	43
CAPÍTULO 5. CONCLUSIONES.....		44
CAPÍTULO 6. FUTURAS MEJORAS.....		45
CAPÍTULO 7. BIBLIOGRAFÍA.....		46
CAPÍTULO 8. ANEXO.....		47
I.	Marco de trabajo ágil Scrum.....	47
II.	Metodología Design Thinking.....	48
III.	Resultados encuesta.....	48
IV.	Plan económico – financiero ampliado.....	51
V.	Plan de comunicación.....	52

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1.	Rango de edades encuestados.....	14
Ilustración 2.	Respuestas encuesta actividad física motivos.....	15
Ilustración 3.	Respuestas encuesta aplicación alimentación.....	15
Ilustración 4.	Respuestas encuesta bienestar mental.....	16
Ilustración 5.	Respuestas encuesta disposición a pagar servicio.....	16
Ilustración 6.	Diagrama de persona.....	17
Ilustración 7.	Diagrama de empatía.....	18
Ilustración 8.	Dot Voting de ideas claves.....	19
Ilustración 9.	Valor añadido.....	20
Ilustración 10.	Producto mínimo viable.....	21
Ilustración 11.	Fases de Vital Active.....	22
Ilustración 12.	Modelo Canvas.....	23
Ilustración 13.	Modelo Service Blueprint.....	24
Ilustración 14.	Wireframes versión móvil.....	24

Ilustración 15. Prototipo versión web.....	24
Ilustración 16. Prototipo versión móvil.....	25
Ilustración 17. Customer Journey Map .....	25
Ilustración 18. Valores de Vital Active .....	26
Ilustración 19. Análisis DAFO .....	27
Ilustración 20. Subprocesos de Vital Active .....	30
Ilustración 21. Organigrama Vital Active .....	36
Ilustración 22. Ejemplo de tablero Scrum (Atlassian).....	47
Ilustración 23. Metodología Design Thinking.....	48
Ilustración 24. Género de los encuestados.....	48
Ilustración 25. Actividad física semanal de los encuestados.....	48
Ilustración 26. Frecuencia semanal de actividad física de los encuestados.....	49
Ilustración 27. Deseo de una plataforma de entrenamiento.....	49
Ilustración 28. Experiencia con plataformas de alimentación.....	49
Ilustración 29. Beneficios de usuarios sin experiencia.....	50
Ilustración 30. Conocimientos para planificar alimentación .....	50
Ilustración 31. Nivel de estrés de los encuestados .....	50
Ilustración 32. Estrategias para manejar el estrés.....	50
Ilustración 33. Funcionalidades en una aplicación.....	51
Ilustración 34. Logotipo Vital Active.....	53

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Inversión inicial.....	39
Tabla 2. Fuentes de ingresos .....	39
Tabla 3. Datos estimados de usuarios anuales.....	39
Tabla 4. Ingresos por trimestre primer año .....	40
Tabla 5. Ingresos por trimestre segundo año.....	40
Tabla 6. Ingresos por trimestre tercer año .....	40
Tabla 7. Gastos de personal.....	41
Tabla 8. Cuenta de pérdidas y ganancias.....	41
Tabla 9. Balance año 1 .....	42
Tabla 10. Tesorería provisional .....	42
Tabla 11. Ratios.....	42
Tabla 12. Predicción usuarios registrados año 1 .....	51
Tabla 13. Predicción usuarios registrados año 2 .....	51
Tabla 14. Predicción usuarios registrados año 3 .....	51
Tabla 15. Tesorería año 1 .....	52
Tabla 16. Tesorería año 2 .....	52
Tabla 17. Tesorería año 3 .....	52

## CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN

En este capítulo se expone la motivación y la justificación de este trabajo, los objetivos planteados, la metodología utilizada y la estructura de la memoria.

### I. Motivación

El interés en el cuidado de la salud ha aumentado significativamente en los últimos años. Las personas son cada vez más conscientes de la importancia de llevar un estilo de vida saludable y están dispuestas a invertir en servicios que mejoren su condición física y mental.

Además, la industria deportiva y de alimentación están en constante evolución y la incorporación de tecnología e innovación puede optimizar la forma en que las personas ejercitan, se alimentan y cuidan su bienestar en general. Esta relación entre la industria de la salud y la tecnología ha sido la motivación de la creación de Vital Active.

Existe un largo camino por recorrer para ayudar a las personas a mejorar su salud a través de dispositivos, aplicaciones y soluciones tecnológicas. La visión de Vital Active es la creación de un servicio completo e integral de salud y tecnología, donde el usuario se sienta motivado, fomente su compromiso con los programas de ejercicio y nutrición, optimice la gestión de su salud y se le ofrezca una atención más personalizada y efectiva.

Por consiguiente, se busca alcanzar el éxito y potenciar la contribución de Vital Active mediante la ampliación de su aportación de valor en diversas áreas. En esta memoria se presenta el plan empresarial de un servicio diseñado para capturar estas motivaciones y unificar las oportunidades identificadas.

### II. Planteamiento de objetivos

Este trabajo de Fin de Grado consiste en desarrollar un servicio y su respectivo plan empresarial, para implementarlo en el futuro.

Siguiendo la metodología propuesta, la creación de Vital Active tiene como objetivo:

- Crear un servicio centrado en las necesidades del usuario.
- Plantear una solución innovadora para la gestión del bienestar general de las personas.
- Implementar una plataforma viable que integre los tres principales servicios de Vital Active: entrenamiento, asesoramiento nutricional y asesoramiento psicológico.
- Desarrollar programas funcionales que contribuyan a mejorar la salud de los usuarios.
- Diseñar un proyecto intuitivo y atractivo para el público objetivo.
- Establecer una comunicación eficiente entre los desarrolladores y los clientes para alcanzar un resultado común.

### III. Estructura de la memoria

Esta obra ha sido desarrollada en ocho partes siguiendo la organización de los capítulos de la siguiente manera:

**Capítulo 1. Introducción.** En el inicio de este Trabajo de Fin de Grado se efectúa la introducción del tema, se exponen los objetivos que se pretenden alcanzar, se detalla la organización de la memoria y se describen las herramientas y metodologías empleadas en el desarrollo del trabajo.

**Capítulo 2. Situación actual.** Se especifican las tecnologías existentes involucradas en las áreas de enfoque investigativo de Vital Active, así como las compañías que podrían ser posibles rivales. Se propone una solución que será la base para la creación del nuevo servicio a través de la crítica de la situación actual de las distintas áreas de estudio.

**Capítulo 3. Diseño del servicio.** Se detalla el proceso de concepción del servicio, siguiendo la metodología *Design Thinking* con sus herramientas y técnicas correspondientes. En este capítulo se incluye la definición de Vital Active con sus funcionalidades esenciales y el prototipo de la plataforma.

**Capítulo 4. Plan de empresa.** Se presenta el respectivo plan empresarial, inicialmente la declaración de misión, visión, valores y posteriormente los planes de producción, marketing, recursos humanos, aspectos económicos – financieros y plan de contingencia.

**Capítulo 5. Conclusiones.** Se realiza un planteamiento sobre la consecución de los objetivos propuestos al principio de este proyecto y al final se encuentran las conclusiones personales de la alumna.

**Capítulo 6. Futuras mejoras.** Este capítulo está dedicado a trabajos futuros en las cuales se continuará investigando y perfeccionando el servicio.

**Capítulo 7. Bibliografía.**

**Capítulo 8. Anexo.**

### IV. Metodología y herramientas

En este proyecto se emplearán dos enfoques metodológicos distintos, que son complementarios en su desarrollo y aplicables en diferentes contextos. Para la elaboración del plan empresarial y el control de procesos en Vital Active, se implementará el marco de trabajo ágil *Scrum*. Esta elección se fundamenta en su capacidad para ajustarse a situaciones imprevistas y en su capacidad de entregar resultados de manera iterativa e incremental. Es especialmente apropiada para la creación de este servicio, en el cual los requisitos del producto final podrían evolucionar durante el proceso (8.1 *Marco de trabajo ágil Scrum*).

Por otro lado, para desarrollar y definir un servicio centrado en el cliente, buscando las soluciones más idóneas para satisfacer sus necesidades, se empleará la metodología *Design Thinking* (8.2 *Metodología Design Thinking*).

## CAPÍTULO 2. SITUACIÓN ACTUAL

### I. Situación actual

Aplicando la metodología *Design Thinking*, tras la concepción inicial del nuevo servicio, se llevó a cabo un análisis sobre las tecnologías existentes, herramientas disponibles y la competencia del mercado. A medida que el proyecto de Vital Active ha ido tomando forma, se han ido identificando nuevas informaciones. Estos hallazgos de relevancia se organizan sistemáticamente en este capítulo.

La investigación se estructura en tres segmentos debido a las marcadas diferencias en los procesos que definen el servicio. Además, se añade una cuarta sección referente a las compañías que impulsan la conciencia del bienestar y recopilan algunas tecnologías mencionadas.

#### 1. Actividad física

La Organización Mundial de la Salud (OMS, 2022) define la actividad física como “cualquier movimiento corporal producido por los músculos esqueléticos, con el consiguiente consumo de energía. La actividad física hace referencia a todo movimiento, incluso durante el tiempo de ocio, para desplazarse a determinados lugares y desde ellos, o como parte del trabajo de una persona”.

Según los datos de la Encuesta de Condiciones de Vida 2022 realizada por el Instituto Nacional de Estadística (INE, 2022), a nivel nacional un 37,7% de personas de 16 y más años realizaban actividad física regular en su tiempo libre. Este porcentaje es más elevado que el correspondiente a la Encuesta Europea de Salud en España 2020 (INE, 2020) que proporcionaba un porcentaje de 26,5%.

Respecto al sedentarismo, a nivel nacional según la misma encuesta del año 2022 (INE, 2022) un 27,4% de personas de 16 y más años se declaró sedentaria en su tiempo libre. Este porcentaje es inferior al que proporcionó la Encuesta Europea de Salud en España 2020 (INE, 2020) según la cual un 36,4% de personas se declaraban sedentarias en su tiempo libre.

No se profundiza en un análisis comparativo a nivel europeo, pero a partir de los resultados nacionales se puede observar un aumento en el número de personas que dedican su tiempo a cuidar su salud y mejorar su apariencia mediante la práctica de actividad física, lo que crea una demanda continua de servicios y productos relacionados.

A continuación, se mencionan algunas de las tecnologías más avanzadas disponibles en el mercado, las cuales están transformando la forma en que se practican y se disfrutan los deportes, y que podrían ser utilizadas en el servicio desarrollado:

- **Wearable technology (tecnología vestible):** dispositivos como relojes inteligentes y pulseras de actividad permiten a los atletas y entrenadores recopilar datos en tiempo real sobre el rendimiento y la salud. Esto incluye información sobre el ritmo cardíaco, el sueño, el nivel de actividad, la distancia recorrida... También pueden ofrecer características como GPS integrado, seguimiento de la orientación y ubicación actual.
- **Realidad virtual (VR) y realidad aumentada (AR):** estas tecnologías se están utilizando para crear experiencias de entrenamiento inmersivas y atractivas. Los

usuarios pueden practicar situaciones específicas y mejorar su toma de decisiones en un entorno virtual, participando en juegos, simulaciones y ejercicios interactivos.

- **Entrenamiento en línea y aplicaciones:** plataformas en línea y aplicaciones móviles ofrecen una amplia variedad de programas de ejercicios, desde entrenamientos personalizados hasta clases grupales en tiempo real. Estas herramientas permiten a los usuarios acceder a rutinas de entrenamiento adaptadas a sus necesidades y objetivos.
- **Sensores inteligentes:** sensores que se pueden integrar en la ropa deportiva, calzado y equipos para medir aspectos como la fuerza, el movimiento, la postura y la biomecánica. Estos datos pueden proporcionar información detallada sobre la técnica y el rendimiento, ayudando a prevenir lesiones.
- **La inteligencia artificial (AI):** se utiliza para predecir patrones de rendimiento, personalizar programas de entrenamiento, mejorar la precisión del análisis de datos y proporcionar recomendaciones basadas en datos históricos.
- **Plataformas de entrenamiento en el hogar:** las bicicletas estáticas inteligentes, las cintas de correr interactivas y otros equipos ofrecen experiencias de entrenamiento completas en el hogar, conectándose a través de aplicaciones y plataformas en línea.
- **Robótica en entrenamiento:** robótica y dispositivos mecánicos que pueden ayudar a los atletas a mejorar la fuerza, la resistencia y la técnica mediante la simulación de movimientos y la resistencia controlada.
- **Análisis de video y captura de movimiento:** herramientas que utilizan cámaras y software de análisis de video para estudiar la técnica de los atletas y proporcionar retroalimentación detallada sobre su rendimiento.
- **Medicina deportiva digital:** plataformas que permiten a los atletas y entrenadores monitorizar datos para tomar decisiones y gestionar lesiones, recuperación y salud general.

## 2. Alimentación

Según Hurtado Soler (2013): “La alimentación es el conjunto de actividades y procesos por los cuales tomamos alimentos del exterior que nos aportan energía y sustancias nutritivas, necesarias para el mantenimiento de la vida. La dieta es el resultado de la selección de los alimentos que vamos a ingerir para proporcionar los nutrientes que requiere nuestro organismo. Por ello las dietas dependen de otros factores o condicionantes como la cultura, la disponibilidad estacional de los alimentos y los gustos específicos de cada persona, entre otros”.

Además de las tecnologías mencionadas anteriormente, en el mercado de la nutrición existen otras soluciones que se utilizan para ofrecer información, asesoramiento y seguimiento personalizado, algunas de las más populares son:

- **Tecnología de escaneo y reconocimiento de alimentos:** aplicaciones y dispositivos que permiten escanear códigos de barras de alimentos para obtener información nutricional detallada, o incluso usar la cámara del dispositivo para identificar alimentos y calcular su contenido nutricional.
- **Plataformas videoconsultas:** permiten a los nutricionistas y dietistas ofrecer asesoramiento remoto a los clientes, facilitando consultas personalizadas sin necesidad de estar físicamente presentes.

- **Big Data:** permite recopilar y analizar grandes cantidades de datos para comprender mejor los patrones alimentarios, las tendencias de salud y ofrecer recomendaciones más precisas.
- **Biología y pruebas genéticas:** algunas empresas ofrecen análisis genéticos para identificar predisposiciones genéticas relacionadas con la nutrición y la respuesta del cuerpo a ciertos alimentos.

Algunas plataformas enfocadas en mejorar la alimentación de los usuarios que utilizan estas tecnologías son:

- **Yazio:** es una aplicación de contador de calorías que permite gestionar diariamente los alimentos, registrar las actividades deportivas y obtener ideas de recetas.
- **MyRealFood:** es una plataforma que permite escanear los productos para saber si son saludables o ultra procesados. Además, contiene recetas y planes de comidas adaptadas a diferentes necesidades (vegano, vegetariano, sin gluten)
- **Lifesum:** proporciona seguimiento de la dieta con planes de comidas personalizados y recomendaciones según los objetivos.
- **Cronometer:** se enfoca en el seguimiento preciso de vitaminas, minerales y otros nutrientes específicos, no solo calorías.

### 3. Salud Mental

La Organización Mundial de la Salud (OMS, 2022) define la salud mental como “un estado de bienestar en el cual cada individuo desarrolla su potencial, puede afrontar las tensiones de la vida, puede trabajar de forma productiva y fructífera, y puede aportar algo a su comunidad”.

Se refiere al estado general de bienestar emocional, psicológico y social de una persona. Involucra la manera en que una persona piensa, siente y se relaciona con los demás. La salud mental también abarca la prevención de trastornos mentales y el tratamiento de los mismos cuando se presentan. Es un componente fundamental de la salud en general y tiene un impacto significativo en la calidad de vida de las personas.

Según los resultados de la Encuesta Nacional de Salud de España (ENSE, 2017), más de una de cada diez personas de 15 y más años refirió haber sido diagnosticada de algún problema de salud mental (10,8%). Las mujeres refieren algún problema de salud mental con mayor frecuencia que los hombres, 14,1% frente a 7,2%. El 6,7% de los adultos refiere ansiedad crónica, 9,1% de las mujeres y 4,3% de los hombres. La depresión se declara en la misma proporción que la ansiedad (6,7%), y es más del doble en mujeres (9,2%) que en hombres (4%).

Se presentan algunas compañías vinculadas con el bienestar psicológico de las cuales obtener inspiración para iniciar el proyecto de Vital Active:

- **Calm:** es una aplicación que ofrece meditaciones, historias relajantes y programas para el sueño con el objetivo de ayudar a reducir la ansiedad y mejorar la calidad del sueño.
- **Headspace:** esta aplicación ofrece meditaciones guiadas, ejercicios de respiración y técnicas de atención plena para reducir el estrés y mejorar el bienestar emocional.
- **Talkspace:** es una plataforma de terapia en línea que conecta a los usuarios con terapeutas con licencia a través de mensajes de texto, voz y video.

- BetterHelp: es una plataforma de terapia en línea que ofrece acceso a terapeutas con licencia a través de diversas formas de comunicación.
- Woebot: es un chatbot impulsado por inteligencia artificial que utiliza técnicas de terapia cognitivo-conductual para ayudar a los usuarios a abordar el estrés, la ansiedad y otros problemas emocionales.
- Youper: es un asistente de chat basado en inteligencia artificial que utiliza técnicas de terapia cognitivo-conductual y otras estrategias para ayudar a gestionar las emociones.

#### 4. Empresas competidoras

Se llevó a cabo una exploración en busca de organizaciones que compartieran una visión y objetivos similares a Vital Active, centrados en la mejora integral de la salud física, mental y la alimentación. Algunos ejemplos destacados son:

- BetterMe: es una aplicación de bienestar integral que ofrece programas de entrenamiento, seguimiento de la alimentación y planes para mejorar la salud mental y emocional.
- Thrive Global: se dedica a promover el bienestar en todas sus formas, incluyendo la salud física, mental y emocional. Ofrecen contenido, programas y recursos para ayudar a las personas a llevar una vida más equilibrada y saludable.
- Fitbit: Tanto la aplicación como los dispositivos de Fitbit ofrecen seguimiento de la actividad física, el sueño y la alimentación, permitiendo una visión integral de la salud.
- MyFitnessPal: es una aplicación y sitio web diseñados para ayudar a las personas a llevar un seguimiento de su alimentación, actividad física y metas de salud en general. Ofrece herramientas para registrar comidas, calcular la ingesta de calorías y seguir el progreso en objetivos deportivos.
- Playbook: es una aplicación donde entrenadores, influencers y atletas comparten sus últimos programas y entrenan a los usuarios. Ofrece entrenamientos, nutrición y programas de salud mental elaborados por expertos.
- Snav: mediante una plataforma web el usuario podrá contratar el plan nutricional, deportivo y psicológico que se adapte a sus necesidades y posteriormente realizar un cuestionario, a través de la app accederá al plan personalizado.

## II. Crítica a la situación actual

Tras analizar las tendencias y tecnologías vigentes, se presentan una serie de conclusiones y reflexiones acerca de las diversas áreas de investigación abordadas. Algunos aspectos notables incluyen:

- En el ámbito del bienestar, las herramientas de entrenamiento en línea, aplicaciones y la automatización mediante inteligencia artificial destacan como las más utilizadas.
- En ocasiones las interfaces son poco intuitivas y complejas para los usuarios.
- Muchas plataformas carecen de la supervisión de profesionales de la salud cualificados y certificados.

- Las aplicaciones carecen de pantallas sencillas para incorporar los avances en el rendimiento deportivo o el seguimiento del plan de alimentación.
- Aunque algunas aplicaciones prometen personalización, a menudo se basan en algoritmos genéricos en lugar de considerar las necesidades y preferencias únicas de cada persona.
- Muchas aplicaciones fomentan una mentalidad obsesiva hacia la restricción calórica o hacia la realización de ejercicio excesivo, lo que puede llevar a una relación poco saludable con la comida, el entrenamiento y ser perjudicial para la salud mental.
- Falta de variedad y creatividad en aplicaciones de actividad física, las rutinas pueden volverse monótonas y no permitir la suficiente diversidad de ejercicios y enfoques.
- Muchas aplicaciones de alimentación tienden a simplificar en exceso la complejidad de la nutrición humana, al centrarse únicamente en conteos calóricos. Pasando por alto la importancia de la calidad de los alimentos y la nutrición completa.
- Aunque algunas aplicaciones de salud mental ofrecen la posibilidad de comunicarse con terapeutas la interacción en línea no puede reemplazar completamente el valor de la relación terapéutica cara a cara y el apoyo emocional genuino.
- Muchas aplicaciones se centran en aliviar los síntomas en lugar de abordar las causas subyacentes, lo que podría llevar a soluciones temporales en lugar de cambios duraderos.
- Existen pocas plataformas donde se integren de forma unificada los tres servicios: el entrenamiento, el asesoramiento nutricional y el asesoramiento psicológico. No se considera que mejorar cada uno de estos ámbitos al mismo tiempo es clave para lograr resultados sostenibles en el tiempo.

### **III. Propuesta**

La idea principal consistirá en la integración de actividad física, alimentación y psicología. Es un enfoque que actualmente no ha sido ampliamente investigado en las aplicaciones webs o móviles.

Además, se procederá a la creación de una plataforma más eficaz, que no contenga planes predefinidos o programas genéricos. Esta plataforma se ajustará a los requerimientos individuales de cada usuario, ofreciendo personalización en función de las necesidades de cada individuo, bajo la supervisión de profesionales de la salud cualificados.

Se propone emplear algunas tecnologías presentadas en la concepción de Vital Active, como el entrenamiento en línea, tecnología de escaneo y reconocimiento de alimentos, plataformas de videoconsulta y en un futuro la conectividad con dispositivos como relojes inteligentes y pulseras de actividad o plataformas de entrenamiento en el hogar como cintas de correr o bicicletas estáticas. También se considera establecer colaboraciones con otras empresas enfocadas en promover el bienestar.

## CAPÍTULO 3. DISEÑO DEL SERVICIO

La implementación del marco de trabajo adaptativo *Scrum* ha posibilitado que el proceso sea iterativo en lugar de seguir una ruta lineal. Esto ha brindado la capacidad de hacer ajustes y mejoras de manera constante, al mismo tiempo que se proporciona valor. Por otro lado, con la metodología *Design Thinking*, se ha ido delineando el servicio, que es el enfoque principal de este estudio. A continuación, se detallan los pasos seguidos durante el proceso, influenciados por las decisiones finales y, en última instancia, se presenta una descripción de Vital Active junto con su respectivo prototipo de aplicación.

### I. Fase de investigación

En el segundo capítulo (2. *Situación actual*), se sintetizan las tecnologías principales y las empresas competidoras relevantes para Vital Active. Esta información se ha complementado con una encuesta dirigida a los posibles usuarios acerca de otros aspectos que serán abordados en la creación del servicio.

La encuesta fue de carácter voluntario y se llevó a cabo online, consistiendo en una serie de preguntas divididas en cuatro secciones: datos personales como edad y género, actividad física, alimentación y salud mental. A continuación, se presenta un resumen de los resultados obtenidos:

- Se entrevistó a un total de 10 individuos. Las mujeres representaron el 60% de la muestra, mientras que los hombres constituyeron el 40%.
- En cuanto a las edades, se observó una distribución equitativa en los diferentes grupos. El rango de edad de 40 a 49 años mostró la menor cantidad de participantes encuestados (Ilustración 1).

¿Qué edad tienes?  
10 respuestas

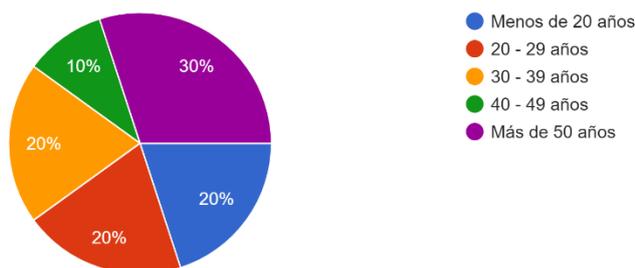


Ilustración 1. Rango de edades encuestados

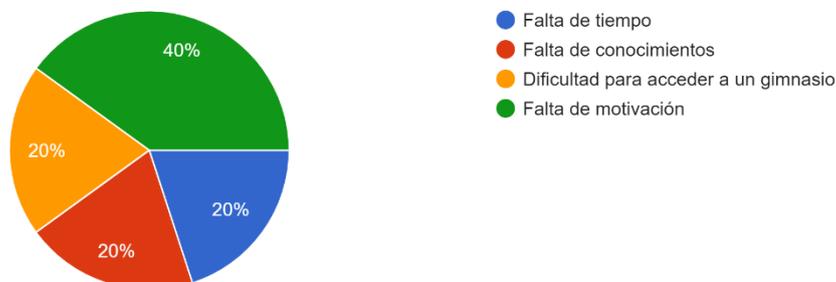
### Sobre la actividad física:

- El 70% de los individuos realiza actividad física durante la semana, y dentro de este grupo, el 40% reconoce que querría utilizar una plataforma para mejorar en sus entrenamientos. En contraste, un 30% no realiza ninguna actividad física, de los cuales el 50% querría utilizar una plataforma para iniciarse en la práctica.
- Si exploramos las razones que dificultan el proceso de practicar deporte, el 20% de los encuestados indica que desconoce cómo empezar a entrenar. Otros factores incluyen como la falta de tiempo, señalada por el 20% de los

participantes, y un 40% menciona que siente falta de motivación para llevar a cabo el proceso. Además, un 20% declara enfrentar dificultades para acceder a un gimnasio (Ilustración 2).

¿Qué desafíos enfrentas para mantener una rutina de entrenamiento?

10 respuestas



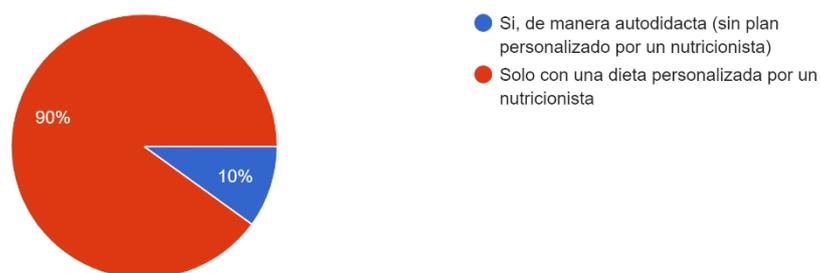
**Ilustración 2.** Respuestas encuesta actividad física motivos

### Sobre alimentación:

- Un 50% de los participantes ha tenido experiencia previa, ha sentido la necesidad o ha considerado utilizar aplicaciones con planes nutricionales. Esto se contrasta con el 50% que no ha tenido tal experiencia; no obstante, de este grupo, el 100% ha reconocido a raíz de esta pregunta que podría beneficiarse de hacerlo.
- Aproximadamente el 80% de los encuestados indicó que carece de conocimientos para planificarse su alimentación. Incluso utilizando información adicional.
- En cuanto a la disposición para utilizar una aplicación de nutrición, el 10% expresó estar dispuesto a usarla de manera autodidacta (sin un plan personalizado por un nutricionista), y un 90% solo utilizaría la aplicación con una dieta personalizada por un nutricionista (Ilustración 3).

¿Estarías dispuesto a utilizar una aplicación de nutrición?

10 respuestas



**Ilustración 3.** Respuestas encuesta aplicación alimentación

### Sobre salud mental:

- La media del nivel de estrés de los individuos en una escala del 1 al 10 (siendo 1 muy bajo y 10 muy alto) es de 6.2.

- Las estrategias utilizadas por los encuestados para manejar el estrés y mejorar su salud mental, organizadas de mayor a menor frecuencia de uso son: ejercicio, terapia, meditación y técnicas de relajación.
- En cuanto a relación existente entre los tres ámbitos que han servido de inspiración para la creación del nuevo servicio, el 100% de individuos consideran que la alimentación y la actividad física si influyen en su bienestar mental. (Ilustración 4).

¿Consideras que tu alimentación y actividad física influyen en tu bienestar mental?

10 respuestas



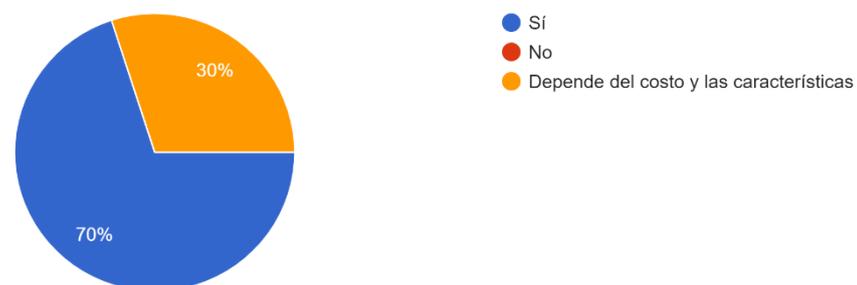
**Ilustración 4.** Respuestas encuesta bienestar mental

### Sobre el servicio en general:

- Si exploramos las características que los encuestados querrían que incluyera una aplicación enfocada en actividad física, alimentación y salud mental, las funcionalidades organizadas de mayor a menor demanda son: planes de ejercicios personalizados, recomendaciones de alimentos y recetas saludables, ejercicios de relajación y meditación, seguimiento de la dieta y conteo de calorías, comunidad para compartir experiencias y motivarse mutuamente.
- Un 70% de los individuos estarían dispuestos a pagar por una aplicación que ofrezca estos servicios (Ilustración 5).

¿Estarías dispuesto/a a pagar por una aplicación que ofrezca estos servicios?

10 respuestas



**Ilustración 5.** Respuestas encuesta disposición a pagar servicio

## II. Fase de empatización

El *Design Thinking* resalta la relevancia de la empatía para comprender al cliente en profundidad. Mediante diversas herramientas, se pueden identificar aspectos clave para desarrollar un servicio exitoso. Las herramientas utilizadas en esta fase son el diagrama de persona y el mapa de empatía.

### 1. Diagrama de persona

Comenzamos con la creación de un perfil ficticio de usuario del servicio como punto de partida, planteando situaciones imaginarias. El usuario en cuestión será Marta, a quien describiremos detalladamente mediante el diagrama de persona (Ilustración 6).

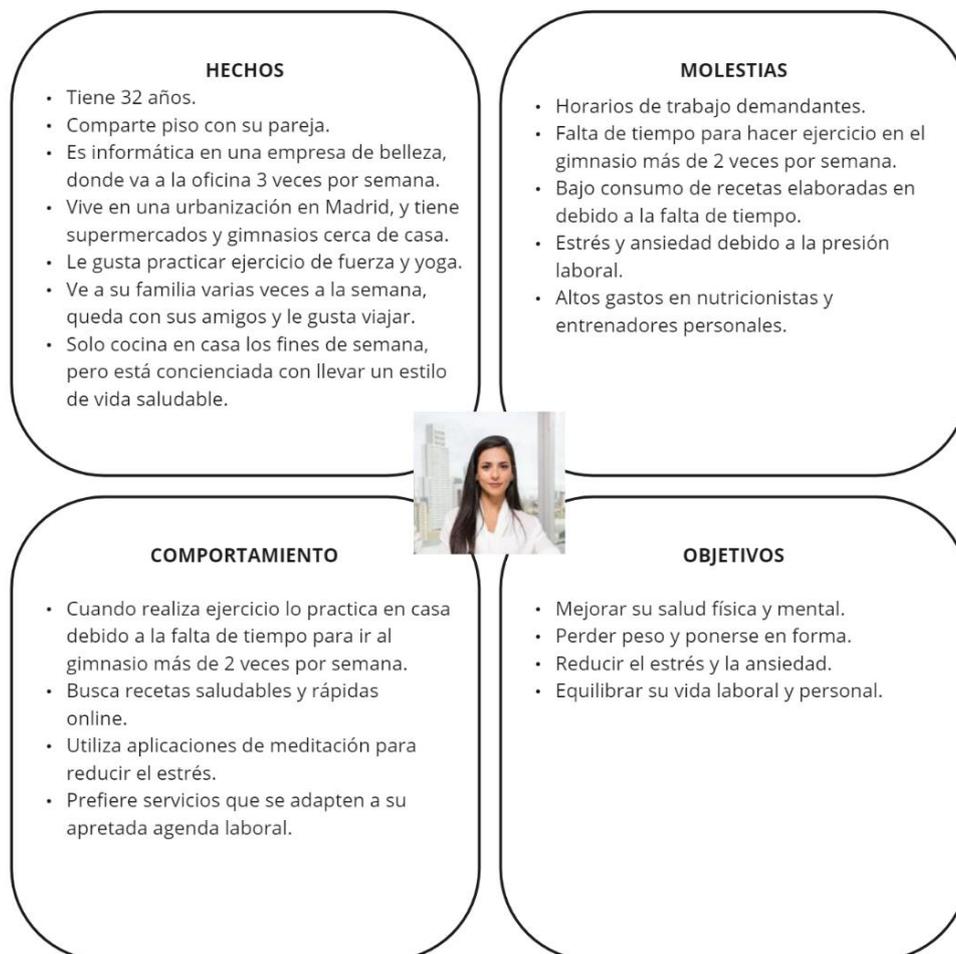


Ilustración 6. Diagrama de persona

### 2. Mapa de empatía

Utilizando esta herramienta se recogen los pensamientos, sentimientos, lo que dice y lo que siente Marta (Ilustración 7).

Este paso es crucial, ya que aquí se identificarán los elementos esenciales para la creación del servicio.

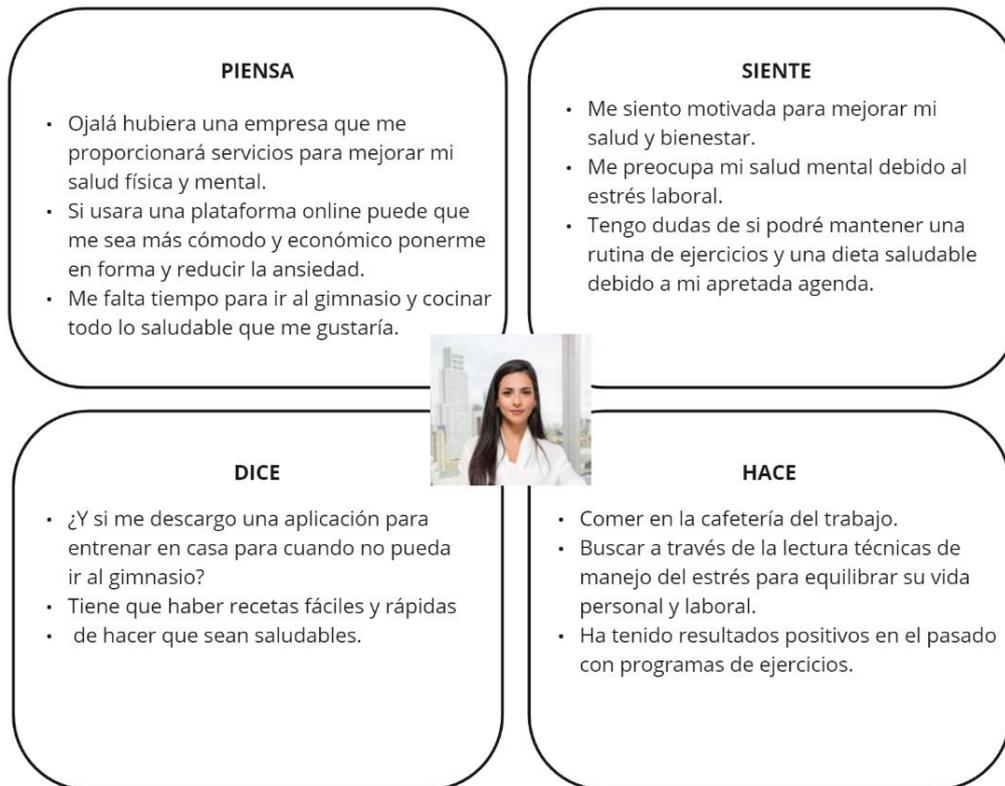


Ilustración 7. Diagrama de empatía

### III. Fase de definición

Tras completar la etapa de empatización, se lleva a cabo una consolidación de ideas para obtener conclusiones preliminares acerca de las necesidades del usuario. Para este propósito, se emplea la extracción de *Insights* (o ideas claves) y el *Dot Voting* (Ilustración 8). Se plasma en el tablero las necesidades y desafíos a los que se enfrenta Marta, el usuario principal, se agrupa las ideas similares y se vota las fundamentales en las que se va a trabajar, a partir de las cuales se extraen algunas conclusiones:

- Ofrecer a los consumidores programas de ejercicio adaptados a sus necesidades y metas individuales.
- Permitir a los usuarios llevar un registro de su alimentación y adaptar sus necesidades nutricionales.
- Incorporación de componentes de salud mental y técnicas de relajación en la plataforma.
- Ofrecer a los clientes la posibilidad de agendar citas con profesionales de la salud a través de videoconsultas.
- Interacción social, el apoyo mutuo y compartir experiencias con otros usuarios que enfrentan desafíos similares.



**Ilustración 8.** Dot Voting de ideas claves

#### IV. Fase de ideación

Durante esta etapa de la creación del servicio utilizando el enfoque del *Design Thinking*, se generan diversas ideas para plantear una solución centrada en el usuario, basándose en los aspectos identificados en la fase previa. Algunas de estas propuestas incluyeron:

- Ofrecer un cuestionario inicial para comprender las necesidades, metas y limitaciones de cada usuario.
- Generar programas de ejercicio adaptados a las metas individuales y nivel de condición física de cada usuario.
- Desarrollar una función de escaneo de alimentos y permitir a los usuarios registrar su ingesta diaria de forma rápida y sencilla.
- Integrar una base de datos de alimentos con información nutricional para brindar recomendaciones personalizadas y consejos dietéticos.
- Incluir secciones de meditación guiada y técnicas de relajación para apoyar la salud mental de los usuarios.
- Proporcionar acceso directo a profesionales de la salud para que los usuarios puedan realizar consultas en línea y asesoramientos personalizados.
- Crear grupos o comunidades virtuales donde los usuarios puedan compartir sus experiencias, consejos y logros.
- Implementar un sistema de mensajes y chats para facilitar la interacción y el apoyo mutuo entre los usuarios.
- Ofrecer una sección educativa con artículos, videos y consejos sobre el bienestar emocional, físico y mental.
- Integrar herramientas interactivas para establecer metas de bienestar y hacer un seguimiento del progreso a lo largo del tiempo.

Desde este punto, se llevó a cabo una elaboración de la propuesta de servicio y se decidió establecer un servicio de bienestar con integración de salud física, alimentación y salud mental. Respaldo por una plataforma en línea que centralizaría las solicitudes de los usuarios y brindaría asistencia para estos procedimientos. Todos los detalles se encuentran detallados más adelante (3.5 Fase de diseño del servicio).

## 1. Propuesta de valor

Al concebir un nuevo servicio, surge la interrogante sobre el motivo de su creación con estas particularidades y cuál es su ventaja en comparación con alternativas similares en el mercado (2.1 Situación actual). En la Ilustración 9 se presentan algunas justificaciones de valor, que son:

- Fomento del bienestar integral: integración de actividad física, alimentación y psicología, actualmente no ha sido completamente explorada en las aplicaciones móviles o plataformas web.
- Personalización y adaptación: plataforma más eficaz, que no contenga planes predefinidos o programas genéricos y adaptados a las necesidades y metas individuales de cada usuario.
- Facilitación del seguimiento y cumplimiento de metas: permitir a los usuarios llevar un registro de su progreso.
- Apoyo social y comunidad: brinda un sentido de comunidad y posibilidad de compartir experiencias, desafíos y logros.
- Supervisión de profesionales de la salud mental y física proporcionando orientación personalizada.
- Información educativa sobre diferentes aspectos del bienestar, permitiendo que los usuarios tomen decisiones informadas sobre salud.
- Diseño de la plataforma para ser fácil de usar, intuitiva y accesible para todos.
- Posibilidad de convenio con varias empresas de diversos sectores en el cuidado de la salud.



**Ilustración 9.** Valor añadido

## 2. Producto mínimo viable (PMV)

Se lleva a cabo un análisis de las cualidades requeridas para el servicio y las áreas potenciales de desarrollo, utilizando un diagrama (Ilustración 10). Este análisis abarca desde los elementos esenciales hasta las posibles incorporaciones a considerar en el futuro.

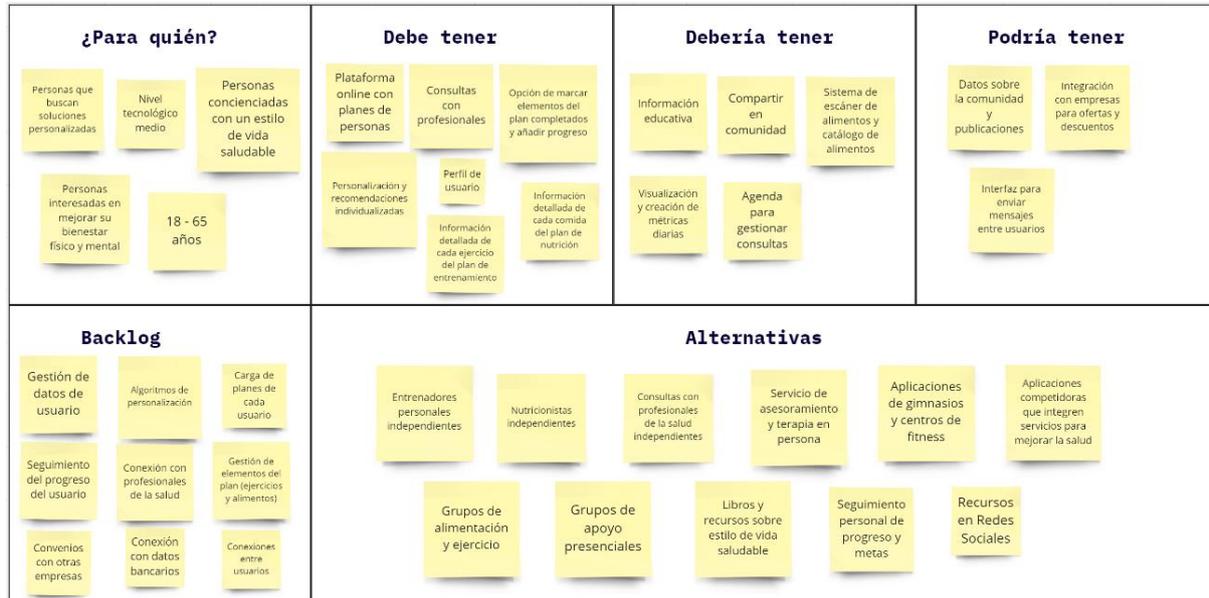


Ilustración 10. Producto mínimo viable

## V. FASE DE DISEÑO DEL SERVICIO

Se ha incorporado esta etapa, que no está incluida en la metodología *Design Thinking*, con el propósito de resumir el servicio definitivo obtenido a partir de un proceso de investigación y creación de prototipos. La revisión y mejora del diseño se ha llevado a cabo de forma constante con el objetivo de lograr la mejor experiencia para el usuario. Como resultado, se ha creado Vital Active, un servicio que se describirá a continuación en detalle.

### 1. Definición de Vital Active

Vital Active es un servicio que integra el estilo de vida saludable con la tecnología. Este proceso se divide en tres secciones fundamentales: generación de un perfil adaptado al usuario, creación de planes personalizados y, por último, retroalimentación en base al registro de actividad del cliente (como figura en la ilustración 11). A través de una plataforma en línea, los usuarios pueden gestionar cada una de estas fases.

El cliente comienza por registrarse en la plataforma proporcionando información personal, como nombre, género y dirección de correo electrónico. También crea un nombre de usuario y una contraseña para acceder a su cuenta.

El usuario efectúa el pago del servicio al seleccionar el plan de suscripción deseado e ingresar sus detalles bancarios.

Una vez registrado y realizado el pago, se le solicitará al cliente que indique sus preferencias y objetivos de salud mediante un cuestionario. Esto puede incluir

información sobre su nivel de actividad física actual, medidas corporales, preferencias dietéticas y cualquier preocupación específica de salud mental.

Con la información proporcionada se crea un perfil de usuario, sin datos de planes personalizados cargados. Este perfil servirá como base para adaptar las recomendaciones y programas de bienestar en función de las necesidades y objetivos del cliente.

En un plazo no superior a 24h después de que el usuario se haya dado de alta en la aplicación y complete el cuestionario previo, los profesionales de la salud elaboran planes individualizados y los cargan a la plataforma para que el cliente pueda acceder a ellos. Estos planes incluyen recomendaciones de ejercicios, planes de alimentación y herramientas de salud mental adaptados a las metas y preferencias del cliente.

Si el cliente lo desea, puede programar consultas en línea con profesionales de la salud. Dependiendo de sus necesidades, podría hablar con un nutricionista, entrenador personal o psicólogo. Durante estas consultas, los profesionales evalúan la situación del cliente y brindan asesoramiento personalizado.

Con la información recopilada durante las consultas, los profesionales elaboran nuevos planes personalizados para el cliente.

El cliente una vez que acceda a los planes puede comenzar a registrar su actividad física e ingesta de alimentos a través de la plataforma. Esto permite un seguimiento continuo de su progreso.

La plataforma proporciona retroalimentación mediante gráficos y estadísticas para ayudar al cliente a mantenerse en el camino hacia sus objetivos.

La plataforma también ofrece funciones de comunidad, como compartir publicaciones y enviar mensajes entre usuarios. Esto fomenta la interacción y el apoyo mutuo.

El cliente puede acceder a recursos educativos adicionales sobre temas de bienestar y salud. Estos recursos pueden incluir artículos, videos, podcasts y tutoriales sobre ejercicio, nutrición, recetas saludables, manejo del estrés y otros temas relacionados.

Vital Active realiza un seguimiento de como el cliente utiliza la plataforma y evalúa su satisfacción a lo largo del tiempo. Con base en esta evaluación, la plataforma puede hacer ajustes en la interfaz y en las funcionalidades para mejorar la experiencia del cliente.

Generación de un perfil adaptado al usuario

Creación de planes personalizados

Retroalimentación en base al registro de actividad del cliente



**Ilustración 11.** Fases de Vital Active

Vital Active nace de la urgente necesidad de proporcionar una experiencia integral e individualizada para mejorar el bienestar del cliente. Es precisamente en este punto donde la propuesta busca destacarse: ofrecer un servicio que sea especialmente fácil y cómodo para los usuarios en comparación con otras empresas competidoras, brindando un valor adicional distintivo.

## 2. Modelo Canvas

Es una herramienta que permite una ágil representación del modelo empresarial (Ilustración 12), donde se analizan los elementos fundamentales que inciden en la efectividad del proyecto. En el proceso, se aborda la segmentación de los clientes, se examina la propuesta de valor, se detallan los canales de comunicación, se considera el método de interacción con el cliente, se investigan las fuentes de ingresos, se identifican los recursos esenciales para el cumplimiento mínimo, se describen las actividades clave que se ofrecen, se mencionan los socios clave y, por último, se establece una estructura de costes de implementación.

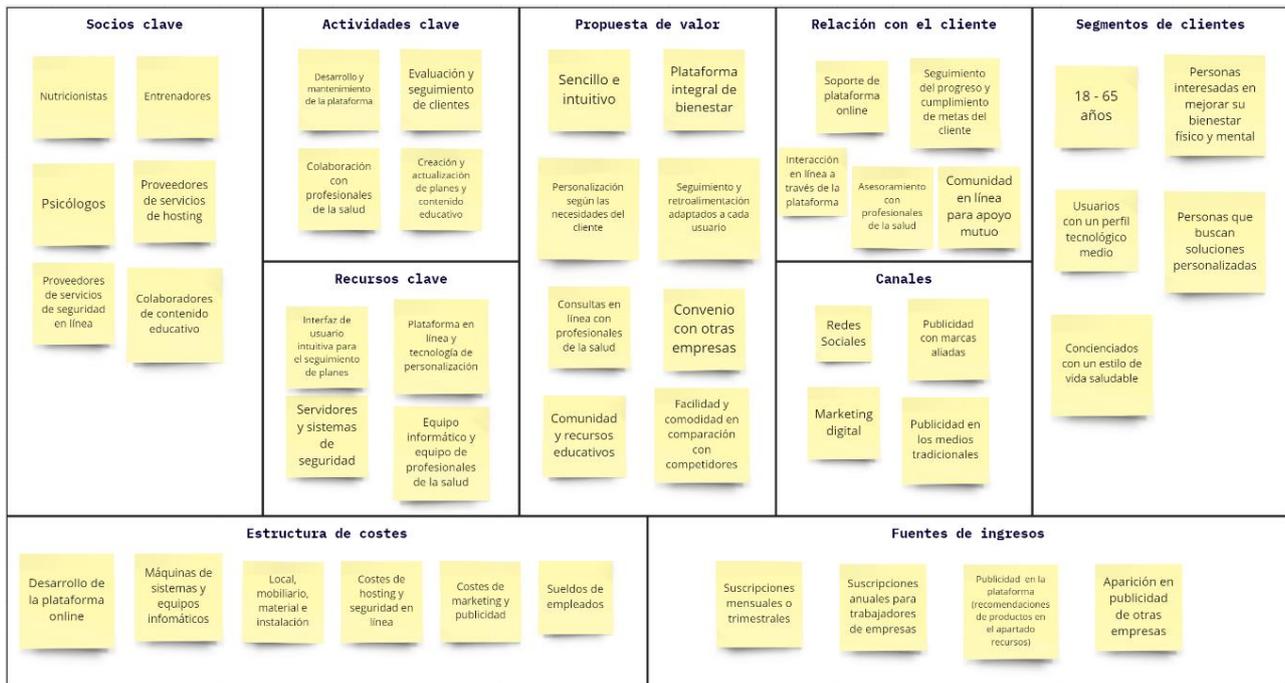
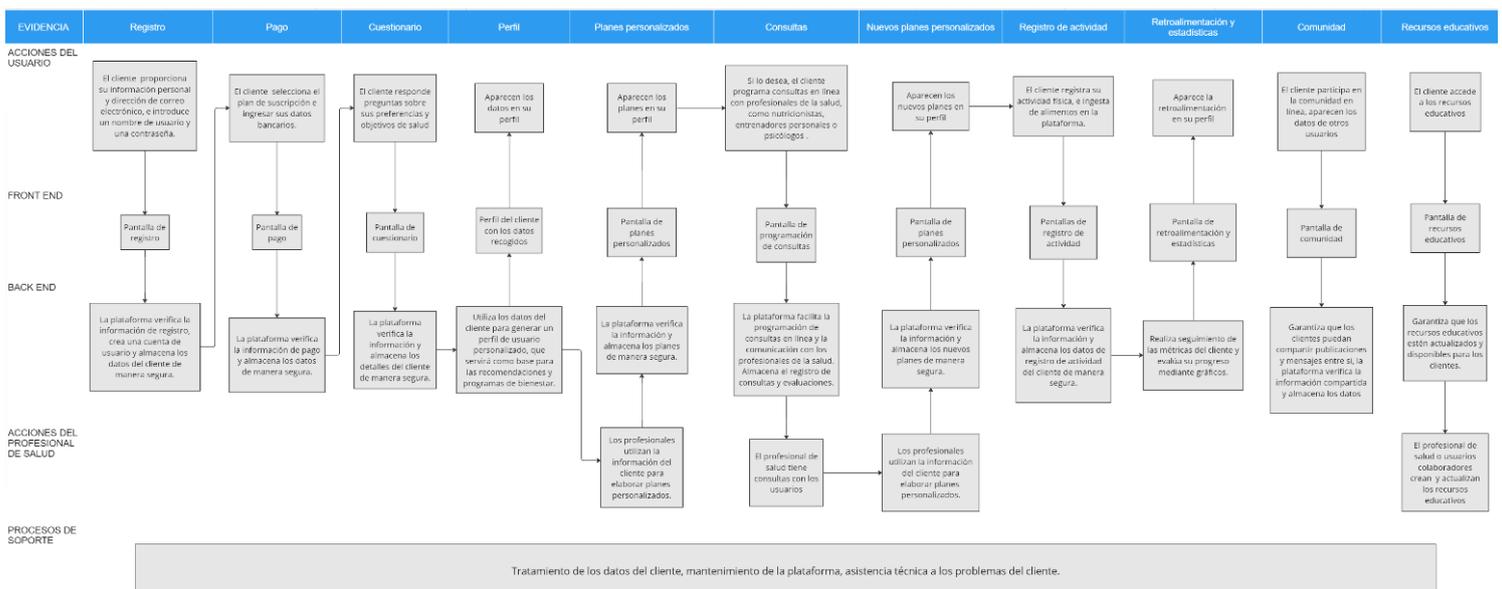


Ilustración 12. Modelo Canvas

## 3. Service Blueprint

El Service Blueprint es una herramienta que permite obtener una comprensión exhaustiva de los elementos que conforman el servicio de Vital Active (Ilustración 13). Esto abarca desde las interacciones llevadas a cabo por el cliente hasta los procedimientos de soporte, incluyendo los pasos internos que ejecutan los empleados.

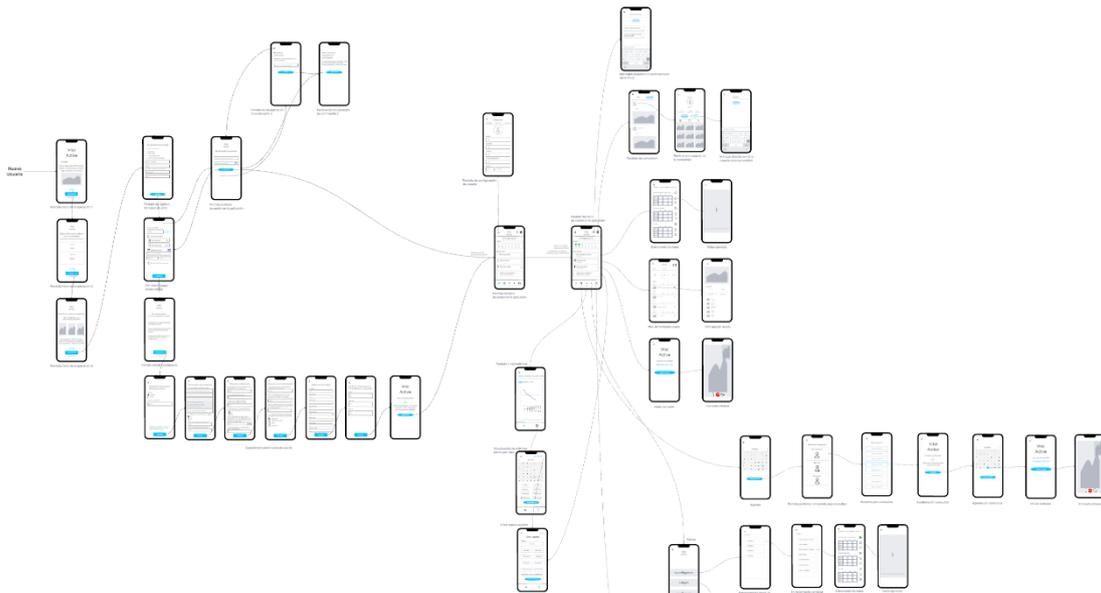


**Ilustración 13.** Modelo Service Blueprint

## VI. FASE DE PROTOTIPADO Y TESTEO

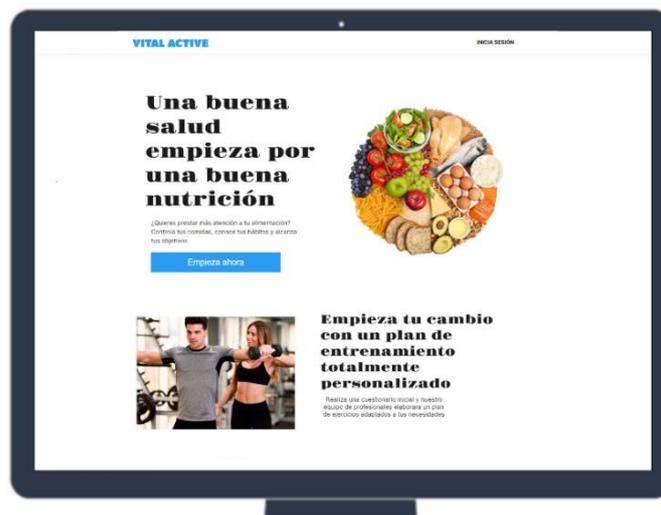
El método de Design Thinking incluye fases finales de creación de prototipos y pruebas del proyecto. Se ha desarrollado el prototipo de la aplicación de forma sencilla utilizando *wireframes*, empleando la herramienta *Invision Freehand* (Ilustración 14). Para acceder al prototipo:

<https://vitalactive.invisionapp.com/freehand/Wireframes-Vital-Active-AldsDUHPW>



**Ilustración 14.** Wireframes versión móvil

Al aplicar los estilos requeridos, el producto final se asemejaría a lo que se muestra en las Ilustraciones 15 y 16. En este contexto, es fundamental mantener la calidad en ambas plataformas móvil y web.



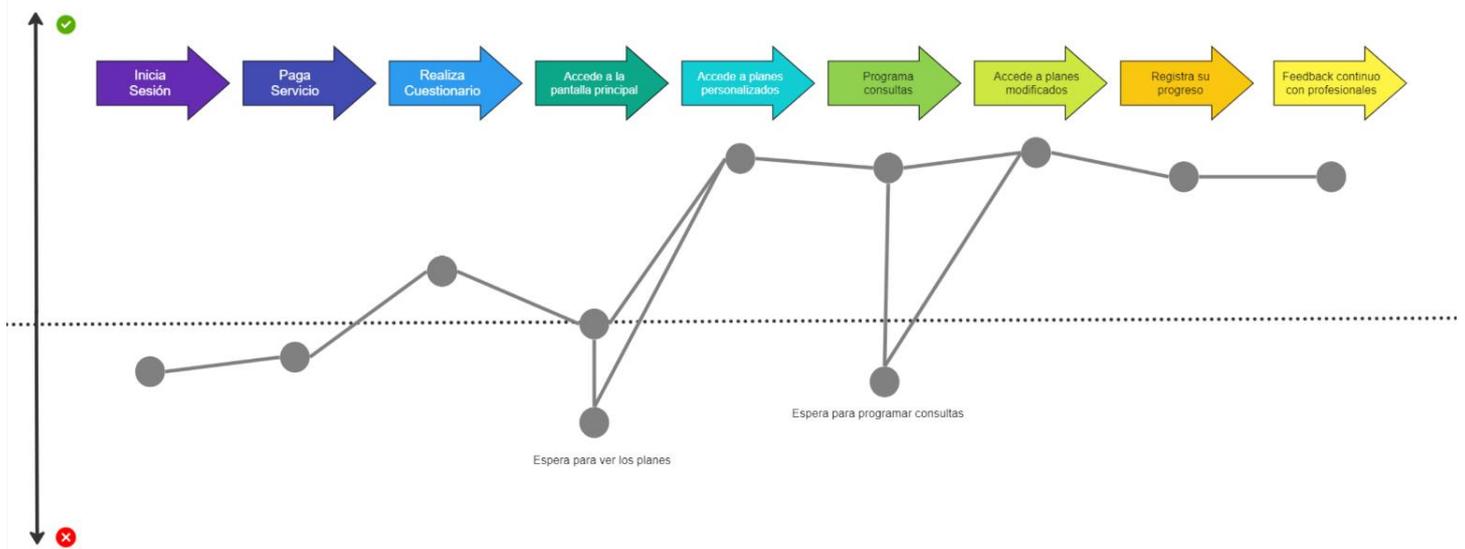
**Ilustración 15.** Prototipo versión web



**Ilustración 16.** Prototipo versión móvil

### 1. Customer Journey Map

Se efectúa un recorrido del usuario (Ilustración 17) a través de los procesos principales y se evalúa cuáles de ellos resultan más gratificantes y/o desfavorables, con el fin de abordar esos aspectos. Posteriormente, se implementan mejoras y se examinan las posibles modificaciones para incrementar la satisfacción del usuario.



**Ilustración 17.** Customer Journey Map

## CAPÍTULO 4. PLAN DE EMPRESA

### I. La Empresa

El servicio de Vital Active se realizará mediante una entidad con fines de lucro, con la cual se llevará a cabo actividades económicas y ofrecerá a los usuarios soluciones para necesidades identificadas, pero no satisfechas en el mercado. En este capítulo se presenta el respectivo plan empresarial detallando la misión, visión y valores de la compañía, su naturaleza, estructura organizativa, recursos humanos, aspectos económicos – financieros y su plan de contingencia.

#### 1. Misión, Visión y Valores

La misión de Vital Active es integrar el estilo de vida saludable con la tecnología, ofreciendo a los usuarios una experiencia personalizada para gestionar su bienestar y progreso hacia sus metas.

La visión de Vital Active es ser la plataforma líder a nivel nacional que una persona utilice para mejorar su salud física y mental.

Los valores (Ilustración 18) de Vital Active son: personalización, innovación, accesibilidad, facilidad de uso, colaboración, compromiso y empoderamiento. Se profundiza en estos valores:

- Personalización: adaptarse a las necesidades únicas de cada usuario.
- Innovación: buscar constantemente nuevas formas de mejorar la experiencia del cliente.
- Accesibilidad: mantener una conexión empática y accesible con los usuarios.
- Facilidad de uso: diseñar interfaces y procesos que sean fáciles de usar e intuitivos.
- Colaboración: fomentar la colaboración con profesionales de la salud y otras empresas para lograr objetivos comunes.
- Compromiso: implicación activa con la salud y el progreso personal de cada usuario.
- Empoderamiento: capacitar a los usuarios para tomar el control de su salud y progreso.



Ilustración 18. Valores de Vital Active

## 2. Objetivos generales

Vital Active como empresa tiene establecidos objetivos a largo plazo, los cuales busca alcanzar mediante metas a corto plazo. Algunos de estos objetivos, proyectados hacia un futuro estable y sin considerar su reciente creación, son:

- Convertirse en la principal plataforma que integra salud y tecnología para usuarios a nivel nacional.
- Ofrecer un servicio cercano, intuitivo y agradable para los consumidores.
- Impulsar a los usuarios para monitorear su progreso y bienestar diariamente a través de la plataforma.
- Convertirse en un referente en términos económicos, de innovación, imagen de marca y filosofía empresarial.
- Contribuir a la mejora de la salud ofreciendo planes y recomendaciones altamente adaptados a las necesidades y objetivos individuales de los usuarios.

## 3. Análisis DAFO

Se analizan las debilidades y fortalezas internas que posee la empresa, y las amenazas y oportunidades que se encuentran en el entorno de Vital Active, con un diagrama DAFO (Ilustración 19). Estos aspectos servirán de guía para desarrollar estrategias empresariales y fundamentar la toma de decisiones.



**Ilustración 19.** Análisis DAFO

## II. Plan de producción y organización

Los procesos del servicio y los recursos humanos y materiales necesarios son fundamentales para una gestión efectiva del mismo.

El plan de producción se enfoca en la etapa inicial de Vital Active, con el objetivo de reducir costos y expandir el negocio de manera sostenible. A medida que se logren beneficios significativos, se contempla la inversión en nuevas instalaciones y equipamiento.

### 1. Procesos del servicio

Los tres procesos principales de Vital Active son la creación de un perfil personalizado, generación de planes por profesionales de la salud y seguimiento continuo del progreso del usuario.

Vital Active está estructurado en diferentes etapas para proporcionar una experiencia integral de bienestar. A continuación, el desglose del plan del proceso y una imagen visual de los diferentes subprocesos (Ilustración 20):

#### **Desarrollo de la plataforma:**

- Creación de una plataforma en línea que permita a los usuarios registrarse y gestionar todas las fases del servicio.
- Implementación de un sistema de seguridad robusto para proteger la información personal y de salud de los usuarios.

#### **Registro del cliente y pago del servicio:**

- Desarrollo de un proceso de registro fácil para que los clientes proporcionen la información necesaria.
- Incorporar un TPV virtual en la plataforma para que el usuario realice el pago del servicio de forma segura y al instante con los datos de su tarjeta.
- Implementación de una estructura de bases de datos para almacenar la información del cliente de manera segura.

#### **Cuestionario y creación de perfil:**

- Diseño un cuestionario integral para recopilar información sobre preferencias y objetivos de salud.
- Creación de perfiles personalizados sin carga inicial de planes personalizados.

#### **Generación de planes personalizados:**

- Uso de la información del cuestionario inicial para generar planes personalizados.
- Incorporación de ejercicios, planes de alimentación y recomendaciones de salud mental en el perfil del cliente.

#### **Consultas en línea:**

- Integración de un sistema de consultas en línea que permita a los usuarios programar sesiones con profesionales de la salud.
- Interfaz de usuario intuitiva y segura para facilitar la interacción con los profesionales de la salud.
- Uso de la información de las consultas para generar nuevos planes personalizados.

**Registro de actividad del cliente:**

- Creación de una interfaz de usuario fácil de usar para que los clientes registren su actividad física e ingesta de alimentos.
- Desarrollo de una función de escaneo de alimentos.
- Integración de una base de datos de alimentos con información nutricional.

**Retroalimentación y estadísticas:**

- Retroalimentación mediante gráficos y registro de métricas para ayudar al cliente a mantenerse en el camino hacia sus objetivos.
- Análisis de los datos del cliente para proporcionar retroalimentación personalizada.
- Utilización de la información de actividad del cliente para realizar ajustes y mejoras continuas en la plataforma y los servicios ofrecidos.

**Funciones de comunidad:**

- Implementación de características de comunidad como compartir publicaciones entre usuarios.
- Sistema de mensajes y chats para facilitar la interacción y el apoyo mutuo entre los usuarios.

**Recursos educativos:**

- Integración de una sección de recursos educativos con artículos, videos y consejos sobre el bienestar emocional, físico y mental.
- Actualización y ampliación continua de la biblioteca de recursos.

**Seguimiento y mejoras continuas:**

- Implementación de un sistema de seguimiento del uso de la aplicación realizado por el cliente y evaluación de su satisfacción a lo largo del tiempo.
- Ajustes y mejoras continuas en la plataforma y en las funcionalidades ofrecidas.



**Ilustración 20.** Subprocesos de Vital Active

Este servicio está diseñado para ser personalizado, interactivo y adaptable a las necesidades cambiantes del usuario, por lo que los diferentes procesos podrían ser modificados a lo largo del tiempo.

## 2. Infraestructuras e instalaciones, mobiliario y local

Vital Active no requerirá de instalaciones específicas puesto que todos los miembros del equipo trabajarán en remoto.

En un futuro, ante una posible expansión de la empresa, será necesario considerar la adquisición de un espacio de trabajo ubicado en Madrid. No obstante, en este momento, solo se están contemplando las condiciones a nivel anual, dentro de un horizonte temporal de aproximadamente tres años.

En lo que respecta a los puestos de trabajo, es fundamental que todos los empleados cuenten con iluminación adecuada, acceso a internet y red WIFI. El mobiliario será ergonómico y confortable. Si alguno de los trabajadores carece de estas medidas la empresa les proporcionará los medios y materiales necesarios.

### 3. Medios técnicos: Selección de equipos y características técnicas

Para desarrollar el servicio de Vital Active se necesitan profesionales IT, administrativos y profesionales de la salud. Se especifica que medios técnicos utilizará cada grupo:

#### **Profesionales IT**

Se encargan del desarrollo de software, la gestión de proyectos, la infraestructura tecnológica, la gestión de datos y el soporte y mantenimiento de la página web y aplicación. Para ellos se adquirirán:

- Soluciones de nube híbrida para el alojamiento de la aplicación y las bases de datos.
- Bases de datos con capacidad suficiente de almacenamiento de los datos de clientes y otros datos relevantes.
- Firewalls y dispositivos de seguridad para proteger la integridad y confidencialidad de los datos del usuario.
- Ordenadores de alto rendimiento para desarrollo y diseño.
- Programas de software específicos.
- Gestor de bases de datos por ejemplo MySQL.
- Software de seguridad para proteger contra amenazas cibernéticas.
- Protocolos seguros de transferencia de datos como HTTPS.
- Plataformas de gestión de proyectos y colaboración.
- Software de diseño gráfico para la creación de la interfaz de usuario.
- Herramientas de análisis de datos para proporcionar retroalimentación personalizada y estadísticas de progreso.

#### **Administrativos**

- Para las funciones de diseño y comunicación, se proporcionarán licencias del paquete Adobe.
- Ordenadores con cámaras web y micrófonos de calidad para que los empleados realicen su trabajo y puedan asistir a reuniones virtuales.
- Software para la gestión de relaciones con los clientes.

#### **Profesionales de la salud**

- Dispositivos para que los profesionales realicen consultas en línea, como ordenadores portátiles o teléfonos móviles.
- Cámaras web y micrófonos de calidad para asegurar una comunicación efectiva durante las consultas en línea.
- Sistema de gestión de contenidos para la sección de recursos educativos.
- Herramientas para recopilar y presentar datos de progreso a los clientes.

Además, para todo el personal se dispondrá de material de papelería necesario para reuniones y procesos creativos del negocio, como papel, cuadernos y agendas. Para la gestión de procesos empresariales, se implementará una solución ERP de Microsoft 365 y se contarán con licencias estándar para herramientas de trabajo, como el paquete Office de Microsoft y licencia premium para la herramienta JIRA.

#### 4. Tiempo de entrega del servicio

Las tres fases principales de Vital Active son la generación de un perfil personalizado, creación de planes por profesionales de la salud y seguimiento continuo del progreso del usuario.

La generación de perfil personalizado es un proceso prácticamente inmediato, ya que el usuario se descarga la aplicación desde el portal de aplicaciones y se registra en la plataforma proporcionando información como su nombre, género y dirección de correo electrónico. Se establece un nombre de usuario y contraseña para acceder a la cuenta. Después el cliente realiza el pago del servicio y continúa completando el cuestionario previo sobre sus preferencias y metas de salud, finalizado el test el usuario podrá acceder a su perfil y a todas las secciones de la aplicación, pero no tendrá disponible sus planes al momento.

Transcurridas un máximo de 24 horas y utilizando la información proporcionada los profesionales de la salud crearan los planes de entrenamiento y nutrición para el usuario y los incluirán en el perfil del cliente para que pueda comenzarlos. Además, se le proporcionarán recursos psicológicos y educativos en base a sus intereses.

Tras un primer contacto con sus planes, los clientes pueden programar consultas en línea o intercambiar mensajes con los profesionales donde le resolverán sus dudas y le ofrecerán un asesoramiento más cercano, tras estas reuniones se adaptarán los planes y se modificará en el perfil del usuario en la aplicación.

La última fase es el seguimiento continuo del progreso del usuario, los clientes a lo largo de los días registraran su actividad física e ingesta de alimentos a través de la plataforma. La aplicación proporcionará retroalimentación y estadísticas para ayudar a los usuarios a mantenerse enfocados en sus objetivos. Y podrán seguir teniendo contacto con los profesionales de la salud programando nuevas consultas o interactuando a través de mensajes.

El tiempo de entrega del servicio depende en mayor medida de la segunda fase, que es la elaboración de planes personalizados, los factores recaen en el tiempo que tardan en crear los planes los profesionales de la salud y de la complejidad de las respuestas de los usuarios. La consulta no se consideraría como tiempo de entrega del servicio puesto que los usuarios dispondrían de los planes transcurridas 24h de realizar el cuestionario inicial.

#### 5. Planificación a corto, medio y largo plazo

Debido a una inversión inicial sustancial, es fundamental que el servicio se lance al mercado con un nivel de excelencia proporcional y una estrategia de comunicación de gran impacto. Se ha elaborado un plan de negocio integral y se ha desarrollado un prototipo de la aplicación para iniciar el servicio. La planificación se estructura de la siguiente manera:

**Corto plazo** (estimado: 6 meses): será la etapa del desarrollo del servicio.

- Creación de la sociedad comercial.
- Gestión de trámites económicos y registros de propiedad y marca.
- Desarrollo de la aplicación híbrida: Se anticipa que este proceso, dada su complejidad, ocupará la totalidad del período de seis meses. La aplicación debe cumplir con las especificaciones establecidas y ser compatible con la gran variedad de dispositivos disponibles en el mercado.

- Generación de contenido para la aplicación.
- Ejecución de una campaña integral de marketing y comunicación.
- Implementación del ERP y CRM.

**Medio plazo** (estimado: 1 año):

- Captación de clientes.
- Optimización de procesos.
- Solución de problemas y fallos de la aplicación.
- Gestión activa de usuarios.
- Supervisión y control de las bases de datos.
- Contratación de profesionales cualificados y expansión del equipo.

**Largo plazo** (estimado: 2 años y medio):

- Expansión de Vital Active a nivel nacional.
- Establecimiento de acuerdos de mayor envergadura con organizaciones, instituciones y empresas.
- Desarrollo de nuevas personalizaciones para mejorar el servicio.

### III. Plan de marketing

Se recogen diversos elementos que reflejan las decisiones comerciales implementadas por la empresa, como los clientes potenciales del servicio y las políticas relacionadas con acciones y precio, entre otros aspectos. En el segundo capítulo (2. *Situación actual*) se llevó a cabo un análisis de las empresas competidoras y se trabajó en base a las conclusiones establecidas en la matriz DAFO (4.1.3. *Análisis DAFO*).

#### 1. Análisis de mercado

Vital Active destaca como un servicio completo de bienestar que integra planes personalizados de entrenamiento, alimentación y psicología junto con el registro del cumplimiento de dichos planes, videoconsultas con profesionales, incorporación de una base de datos de alimentos, funcionalidades de comunidad y recursos educativos. Aunque hay muchas empresas dedicadas a ofrecer servicios similares, ninguna ofrece una aplicación integral con todas las funcionalidades mencionadas.

En cuanto al ámbito de acción, la misión de Vital Active es introducir en la vida diaria de las personas tecnologías o servicios que, en principio, podrían parecer inaccesibles. Según los resultados de la encuesta y la información recopilada, la mayoría de las personas tienen la intención de mejorar su salud, aunque muchas de ellas no lo hagan. En el siguiente apartado se presentan algunos de los parámetros de mercado analizados.

#### 2. Segmentación de mercado y clientes potenciales

Vital Active tiene tres categorías principales de clientes: usuarios convencionales, profesionales de la salud y empresas. Se ha llevado a cabo un análisis detallado de las características inherentes a cada grupo con el objetivo de ampliar la llegada a más usuarios finales y clientes potenciales:

- **Usuarios convencionales:**
  - Este segmento incluye individuos con edades comprendidas entre los 18 y los 68 años.
  - La mayoría trabaja habitualmente para mejorar su bienestar físico y mental.
  - Estos usuarios tienen una experiencia media con tecnologías y compras en línea, requisitos fundamentales para utilizar el servicio.
  - Además, muestran una conciencia con un estilo de vida saludable.
  - Aquellas personas entusiastas del fitness se identifican como principales clientes potenciales.
  - Aunque el servicio es accesible en línea, se plantea realizar una investigación de mercado más profunda para identificar localidades donde Vital Active pueda ser más utilizado.
- **Profesionales de la salud no empleados de Vital Active:** atraer a profesionales es esencial para enriquecer el catálogo de entrenamientos y planes. Muchos de ellos utilizan aplicaciones de bienestar, y es crucial atraerlos a la plataforma de Vital Active para obtener *feedback*.
- **Empresas:** este grupo abarca compañías con una filosofía corporativa centrada en valores saludables. Colaborar con Vital Active les otorgará un sello de calidad y prestigio. Principalmente, estas empresas deben tener la capacidad de utilizar la plataforma del servicio, siendo sectores como salud, tecnología, alimentación, seguros, entre otros, los más idóneos.

Además, se buscarán colaboraciones con otros públicos distintos al cliente objetivo del servicio, como:

- **Influencers:** colaboraciones estratégicas con figuras destacadas en redes sociales pueden proporcionar una valiosa imagen de marca.
- **Marcas de ropa deportiva:** asociarse con marcas conocidas por sus proyectos, como Gymshark, Myprotein, Nike, Lululemon proporcionará visibilidad y credibilidad.
- **Marcas de alimentos saludables:** asociarse con marcas de alimentación saludable como Foodpring, Heura, Baña food, Alpro para obtener clientes que consuman sus productos.

### 3. Política de servicio

El conjunto de servicios ofrecidos por Vital Active se compone de tres sub-servicios interrelacionados que proporcionan ventajas al usuario: entrenamiento, nutrición y psicología. A través de una aplicación, estos servicios se integran en una plataforma intuitiva, permitiendo al usuario acceder a un servicio de calidad en línea y participar activamente en un cambio saludable positivo.

En la etapa de entrenamiento y alimentación, los clientes pueden consultar y registrar adecuadamente sus planes con la asistencia proporcionada por la plataforma de Vital Active (o a través del canal de YouTube).

Además, en la fase de alimentación, los usuarios tienen acceso a la funcionalidad de escaneo de alimentos que incorpora un catálogo de alimentos, para ayudar al usuario a conocer que productos son más saludables y cuales se ajustan a sus necesidades. Este proceso se lleva a cabo de manera online a través de la aplicación.

En la fase de psicología, los usuarios pueden seleccionar un recurso del catálogo o programar una cita con un psicólogo para realizar una sesión.

El servicio que utiliza el usuario no terminaría hasta que el usuario dejase de utilizar la plataforma. Puesto que el propósito del servicio es que el cliente lo utilice diariamente para mejorar su salud física y mental.

#### 4. Política de comunicación

En Vital Active, la comunicación y la imagen desempeñan un papel fundamental en el núcleo de la empresa. A través de la expresión de valores, se han delineado algunos de los atributos que se pretenden comunicar. En el anexo se detallan aspectos como el logotipo y los colores corporativos (8.5 *Plan de comunicación*).

En lo que respecta a la comunicación interna, siguiendo los principios fundamentales, se promueve la interacción continua mediante correo electrónico, mensajes electrónicos, reuniones y las ceremonias asociadas a las metodologías ágiles. Se fomentará la creatividad, la innovación y la autocrítica en todos los procesos. Dado que Vital Active tiene una estructura interna compleja, las pautas a seguir enfatizarán la intuición, la simplicidad, la transparencia y el acercamiento, con el fin de reflejarlo externamente.

A nivel externo, el departamento de marketing llevará a cabo diversas campañas de comunicación y atracción de clientes. El trato hacia los usuarios estándar será cercano en las redes sociales, y la información de contacto estará claramente visible en las plataformas. Además, se considerará la facilidad de uso de la interfaz de la aplicación como un indicador de calidad en la comunicación. Se realizarán diversas métricas y pruebas para evaluar las experiencias de los usuarios.

#### 5. Política de precios

Las tarifas están principalmente determinadas por el tipo de cliente. A continuación, se presentan algunos de los precios que contribuirán a generar ingresos para Vital Active:

- **Usuarios convencionales y profesionales de la salud no empleados de Vital Active:** a este grupo pertenecen personas que buscan mejorar su condición física, ya sea para perder peso, ganar músculo o mejorar su composición corporal. También personas que desean mantener una dieta equilibrada u obtener apoyo psicológico. Siendo estos usuarios principiantes, intermedios o avanzados en el ámbito deportivo.  
Para estas personas Vital Active ofrece dos tipos de planes, mensual y trimestral. El plan mensual tiene un precio de 70€ mientras que el plan trimestral es de 150€.
- **Empresas e influencers:** esta categoría engloba a compañías que emplean la plataforma de Vital Active para fomentar un estilo de vida saludable entre sus empleados. Para estas empresas el coste anual por cada usuario que utilice la plataforma será de 480€. Además, este precio es aplicable a *influencers* que utilicen la aplicación y den a conocer el servicio.
- **Usuarios con código de descuento:** Vital Active proporcionará a los *influencers* un código de descuento destinado a los usuarios que utilicen la plataforma por recomendación de ellos.

Mediante este código, se aplicará un descuento sobre el precio original, es decir, sobre 70€ si se elige el plan mensual y sobre 150€ si se selecciona el plan trimestral.

## 6. Política de distribución

La manera en que los usuarios accederán al servicio será principalmente mediante plataformas en línea, ya sea a través de la aplicación móvil y otros dispositivos, o mediante la versión web en la página de Vital Active.

La aplicación estará disponible en las principales plataformas de distribución digital.

Además, se brindarán otras herramientas de contacto, como redes sociales, correo electrónico y un servicio telefónico de atención al cliente.

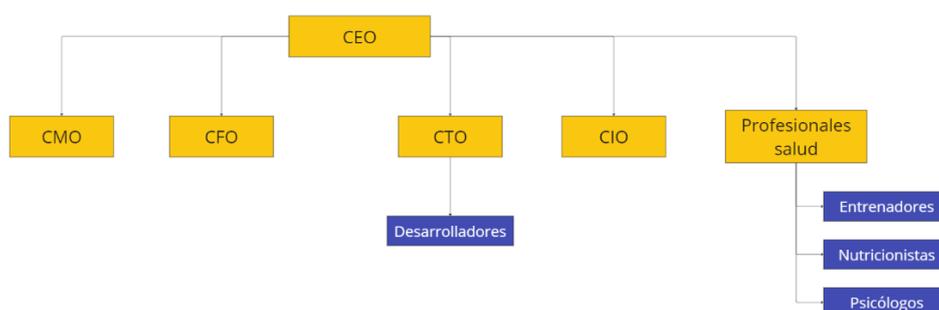
## IV. Plan de Recursos Humanos

Se destina un apartado específico a este plan, considerando la diversidad de roles y posiciones en el equipo de Vital Active, donde los empleados son recursos clave para el servicio.

Las condiciones detalladas abarcarán el primer año de Vital Active, con la opción de ajustarse en el futuro. En consecuencia, la empresa contará con el número mínimo de empleados necesario para operar el servicio. Con el tiempo, la plantilla de Vital Active aumentará, y se llevará a cabo una reorganización del departamento según las necesidades futuras.

### 1. Organigrama

En la Ilustración 21, se muestra un esquema que ilustra la estructura organizativa de Vital Active. Este diseño incluye un equipo con el número mínimo de trabajadores necesario, cada uno asumiendo roles diversos para respaldar eficazmente el servicio.



**Ilustración 21.** Organigrama Vital Active

### 2. Estructura organizativa de la empresa

Desde el inicio, Vital Active adoptará una estructura organizativa dividida en diversas áreas internas para lograr una mejor organización y alcanzar sus objetivos. Está conformada por dos grupos principales:

**Directivos de Vital Active:** este equipo es responsable de la definición integral del servicio de Vital Active, excluyendo las fases de los profesionales de la salud. Este

grupo incluye al CEO (director ejecutivo), al CMO (director de marketing), al CFO (director financiero), al CTO (director de tecnología operativa), al CIO (director de información). Cada uno desempeña funciones y responsabilidades específicas, las cuales se detallarán en la siguiente sección (4.4.3 *Perfiles y puestos*).

**Profesionales de la salud:** este grupo se encarga específicamente de las fases de crear el cuestionario inicial, consultas en línea, generación de planes personalizados y retroalimentación y estadísticas. Los miembros de este equipo son entrenadores, nutricionistas y psicólogos.

### 3. Perfiles y puestos

Se detallan los roles del organigrama con sus respectivas responsabilidades:

- CEO: encargado de liderar la dirección de la compañía. Desempeña funciones de liderazgo, supervisión y toma de decisiones. Se centra en mejorar continuamente el servicio de Vital Active, participando activamente en su diseño y asegurándose de una comunicación eficaz entre los departamentos. Además, asumirá responsabilidades de gestión de operaciones.
- CMO (director de marketing): líder en el área de marketing en Vital Active. Asume las responsabilidades de su departamento y, además, es el responsable de comunicación.
- CFO (director financiero): responsable de la contabilidad y finanzas de la compañía.
- CTO (responsable de tecnología): líder principal de la tecnología, especialmente enfocado en la mejora de la plataforma. A su cargo está:
  - Desarrollador: responsable de la creación y mantenimiento de la aplicación y resolución de incidencias.
- CIO (encargado de información): responsable de la gestión de la información en la compañía. Incluye la implementación y la gestión de la infraestructura de tecnologías de la información, la administración de sistemas, bases de datos y la garantía de la integridad de la información.
- Profesionales de la salud: se encargan de cuidar y mantener la salud de las personas, a través del diagnóstico, tratamiento y asesoramiento. Los miembros de este equipo para la empresa Vital Active son entrenadores, nutricionistas y psicólogos.
  - Entrenador deportivo: diseña programas de entrenamiento, evalúa el progreso de los usuarios y proporciona orientación técnica de los ejercicios.
  - Nutricionista: planifica dietas, realiza seguimiento de los clientes y proporciona educación sobre hábitos alimenticios saludables.
  - Psicólogo: realiza evaluaciones a los usuarios para comprender la salud mental y proporciona apoyo emocional, ayudando a los clientes a desarrollar habilidades para enfrentar desafíos, mejorar la autoestima y promover el crecimiento personal.

### 4. Políticas de Recursos Humanos

Las políticas de RRHH reflejan los principios y filosofía adoptada en Vital Active, delineando prácticas y procedimientos con respecto a la interacción con los empleados y sus roles laborales. En el primer año, estos roles serán desempeñados por

los directivos de Vital Active, con miras a una posible expansión del equipo en el futuro.

En lo que respecta a la incorporación de nuevos empleados, se emplearán plataformas de empleo y redes sociales para maximizar la visibilidad entre posibles candidatos. Se dará especial importancia a habilidades versátiles que beneficien a la empresa, como entusiasmo, actitud positiva, creatividad, disposición de aprendizaje, innovación y capacidad de liderazgo. Se prioriza la búsqueda de personas comprometidas que aporten ideas de manera activa. Se valorará el conocimiento en metodologías ágiles, ya que constituyen el principal marco de trabajo interno.

Los contratos ofrecidos serán indefinidos, buscando candidatos dispuestos a comprometerse a largo plazo. Formar parte de Vital Active implica contribuir a un proyecto con impacto social, por lo que se busca empleados que deseen participar a lo largo de una duradera etapa.

El desarrollo profesional en cada puesto será una prioridad para la empresa, procurando que los roles sean estimulantes y aporten valor tanto profesional como personal a los empleados. Las responsabilidades de cada posición son variadas, fomentando la creatividad para alcanzar los objetivos establecidos por la dirección.

Para organizar el trabajo, se implementarán metodologías ágiles como Scrum y Kanban, junto con herramientas de gestión como Jira para una ejecución eficiente. Además, se llevarán a cabo eventos propios de estos procesos, como retrospectivas y reuniones diarias de media hora, que contribuirán a fortalecer un pilar fundamental en Vital Active: la comunicación interna.

## **V. Plan económico – financiero**

El plan financiero constituye la herramienta que la empresa emplea para evaluar la sustentabilidad económica y todos los elementos financieros involucrados, en concordancia con el Plan de empresa previamente establecido. Su finalidad es analizar los desembolsos iniciales de inversión, los costos asociados a la actividad, las ganancias y fuentes de ingresos, supervisar los beneficios, gestionar la tesorería y evaluar los índices de rentabilidad. En un primer momento, se detalla la forma jurídica adoptada por la empresa, la cual incide en ciertos aspectos económicos. El plan abarca un período de tres años, considerado como un lapso adecuado para evaluar la viabilidad financiera de la empresa.

### **1. Forma jurídica**

Se ha decidido establecer una Sociedad de Responsabilidad Limitada de Formación Sucesiva, requiriendo al menos un socio, con responsabilidades limitadas y sin un requisito mínimo legal de capital social hasta alcanzar los 3.000€. En el caso de superar esta cantidad, la sociedad se transformará en una Sociedad de Responsabilidad Limitada.

Esta elección se considera la más adecuada para el inicio de Vital Active, ya que permite la incorporación de nuevos socios, no exige un capital social inicial y, en caso de insolvencia, los activos personales de los socios permanecen protegidos. La tributación relevante es el Impuesto de Sociedades, incluido en los gastos empresariales que se detallan a continuación.

## 2. Gastos de inversión

Con el objetivo de iniciar la operación y poner en marcha el proyecto en un lapso de seis meses, se requiere una inversión el primer mes de 31.395€ (Tabla 1).

CONCEPTO	
Mobiliario	2.700
Equipo informático	5.000
Material de papelería	100
<b>TOTAL INMOVILIZADO MATERIAL</b>	<b>7.800</b>
Patentes, Marcas, Nombre Comercial	1.445
Desarrollo Aplicación	18.000
Página Web	3.500
Licencias software	350
Seguro mantenimiento y seguridad	300
<b>TOTAL INMOVILIZADO INMATERIAL</b>	<b>23.595</b>
<b>TOTAL INVERSIÓN INICIAL</b>	<b>31.395 €</b>

**Tabla 1.** Inversión inicial

## 3. Fuentes de ingresos

Con el fin de facilitar la comprensión de los ingresos generados por las operaciones de Vital Active, se ha elaborado un cuadro que detalla las diversas fuentes de ingresos (Tabla 2), junto con una estimación de la cantidad de usuarios y el número de empresas colaboradoras (Tabla 3).

FUENTES DE INGRESOS		
USUARIOS CONVENCIONALES	Plan mensual	70€/mes
	Plan trimestral	50€/mes
USUARIOS DE EMPRESAS O INFLUENCERS	Plan anual	40€/mes

**Tabla 2.** Fuentes de ingresos

Las proyecciones relativas a estos datos se presentan de manera resumida al concluir cada año. En el Anexo, se detallan de forma más extensiva y en intervalos mensuales (8.4 *Plan económico – financiero ampliado*).

		1er AÑO	2er AÑO	3er AÑO
APP	Usuarios registrados plan mensual	240	624	1140
	Usuarios registrados plan trimestral	300	780	1428
	Trabajadores de empresas o influencers	360	936	1692

**Tabla 3.** Datos estimados de usuarios anuales

A continuación, se proporciona una aproximación de los ingresos, organizados por trimestre y distribuidos a lo largo del primer (Tabla 4), segundo (Tabla 5) y tercer año (Tabla 6). No se han considerado los ingresos derivados de publicidad y redes sociales.

1er AÑO																	
	Meses	enero	febrero	marzo	enero - marzo	abril	mayo	junio	enero - junio	julio	agosto	septiembre	enero - septiembre	octubre	noviembre	diciembre	enero - diciembre
		Usuarios registrados plan mensual	Nº	20	40	60		80	100	120		140	160	180		200	220
	Precio	70 €	70 €	70 €		70 €	70 €	70 €		70 €	70 €	70 €		70 €	70 €	70 €	
	Ingresos	1.400 €	2.800 €	4.200 €	8.400 €	5.600 €	7.000 €	8.400 €	29.400 €	9.800 €	11.200 €	12.600 €	63.000 €	14.000 €	15.400 €	16.800 €	109.200 €
Usuarios registrados plan trimestral	Nº	25	50	75		100	125	150		175	200	225		250	275	300	
	Precio	50 €	50 €	50 €		50 €	50 €	50 €		50 €	50 €	50 €		50 €	50 €	50 €	
	Ingresos	1.250 €	2.500 €	3.750 €	7.500 €	5.000 €	6.250 €	7.500 €	26.250 €	8.750 €	10.000 €	11.250 €	56.250 €	12.500 €	13.750 €	15.000 €	97.500 €
Trabajadores de empresas o influencers	Nº	30	60	90		120	150	180		210	240	270		300	330	360	
	Precio	40 €	40 €	40 €		40 €	40 €	40 €		40 €	40 €	40 €		40 €	40 €	40 €	
	Ingresos	1.200 €	2.400 €	3.600 €	7.200 €	4.800 €	6.000 €	7.200 €	25.200 €	8.400 €	9.600 €	10.800 €	54.000 €	12.000 €	13.200 €	14.400 €	93.600 €
<b>TOTAL</b>		<b>3.850 €</b>	<b>7.700 €</b>	<b>11.550 €</b>	<b>23.100 €</b>	<b>15.400 €</b>	<b>19.250 €</b>	<b>23.100 €</b>	<b>80.850 €</b>	<b>26.950 €</b>	<b>30.800 €</b>	<b>34.650 €</b>	<b>173.250 €</b>	<b>38.500 €</b>	<b>42.350 €</b>	<b>46.200 €</b>	<b>300.300 €</b>

Tabla 4. Ingresos por trimestre primer año

2er AÑO																	
	Meses	enero	febrero	marzo	enero - marzo	abril	mayo	junio	enero - junio	julio	agosto	septiembre	enero - septiembre	octubre	noviembre	diciembre	enero - diciembre
		Usuarios registrados plan mensual	Nº	272	304	336		368	400	432		464	496	528		560	592
	Precio	70 €	70 €	70 €		70 €	70 €	70 €		70 €	70 €	70 €		70 €	70 €	70 €	
	Ingresos	19.040 €	21.280 €	23.520 €	63.840 €	25.760 €	28.000 €	30.240 €	147.840 €	32.480 €	34.720 €	36.960 €	252.000 €	39.200 €	41.440 €	43.680 €	376.320 €
Usuarios registrados plan trimestral	Nº	340	380	420		460	500	540		580	620	660		700	740	780	
	Precio	50 €	50 €	50 €		50 €	50 €	50 €		50 €	50 €	50 €		50 €	50 €	50 €	
	Ingresos	17.000 €	19.000 €	21.000 €	57.000 €	23.000 €	25.000 €	27.000 €	132.000 €	29.000 €	31.000 €	33.000 €	225.000 €	35.000 €	37.000 €	39.000 €	336.000 €
Trabajadores de empresas o influencers	Nº	408	456	504		552	600	648		696	744	792		840	888	936	
	Precio	40 €	40 €	40 €		40 €	40 €	40 €		40 €	40 €	40 €		40 €	40 €	40 €	
	Ingresos	16.320 €	18.240 €	20.160 €	54.720 €	22.080 €	24.000 €	25.920 €	126.720 €	27.840 €	29.760 €	31.680 €	216.000 €	33.600 €	35.520 €	37.440 €	322.560 €
<b>TOTAL</b>		<b>52.360 €</b>	<b>58.520 €</b>	<b>64.680 €</b>	<b>175.560 €</b>	<b>70.840 €</b>	<b>77.000 €</b>	<b>83.160 €</b>	<b>406.560 €</b>	<b>89.320 €</b>	<b>95.480 €</b>	<b>101.640 €</b>	<b>693.000 €</b>	<b>107.800 €</b>	<b>113.960 €</b>	<b>120.120 €</b>	<b>1.034.880 €</b>

Tabla 5. Ingresos por trimestre segundo año

3er AÑO																	
	Meses	enero	febrero	marzo	enero - marzo	abril	mayo	junio	enero - junio	julio	agosto	septiembre	enero - septiembre	octubre	noviembre	diciembre	enero - diciembre
		Usuarios registrados plan mensual	Nº	667	710	753		796	839	882		925	968	1011		1054	1097
	Precio	70 €	70 €	70 €		70 €	70 €	70 €		70 €	70 €	70 €		70 €	70 €	70 €	
	Ingresos	46.690 €	49.700 €	52.710 €	149.100 €	55.720 €	58.730 €	61.740 €	325.290 €	64.750 €	67.760 €	70.770 €	528.570 €	73.780 €	76.790 €	79.800 €	758.940 €
Usuarios registrados plan trimestral	Nº	834	888	942		996	1050	1104		1158	1212	1266		1320	1374	1428	
	Precio	50 €	50 €	50 €		50 €	50 €	50 €		50 €	50 €	50 €		50 €	50 €	50 €	
	Ingresos	41.700 €	44.400 €	47.100 €	133.200 €	49.800 €	52.500 €	55.200 €	290.700 €	57.900 €	60.600 €	63.300 €	472.500 €	66.000 €	68.700 €	71.400 €	678.600 €
Trabajadores de empresas o influencers	Nº	999	1062	1125		1188	1251	1314		1377	1440	1503		1566	1629	1692	
	Precio	40 €	40 €	40 €		40 €	40 €	40 €		40 €	40 €	40 €		40 €	40 €	40 €	
	Ingresos	39.960 €	42.480 €	45.000 €	127.440 €	47.520 €	50.040 €	52.560 €	277.560 €	55.080 €	57.600 €	60.120 €	450.360 €	62.640 €	65.160 €	67.680 €	645.840 €
<b>TOTAL</b>		<b>128.350 €</b>	<b>136.580 €</b>	<b>144.810 €</b>	<b>409.740 €</b>	<b>153.040 €</b>	<b>161.270 €</b>	<b>169.500 €</b>	<b>893.550 €</b>	<b>177.730 €</b>	<b>185.960 €</b>	<b>194.190 €</b>	<b>1.451.430 €</b>	<b>202.420 €</b>	<b>210.650 €</b>	<b>218.880 €</b>	<b>2.083.380 €</b>

Tabla 6. Ingresos por trimestre tercer año

#### 4. Gastos de personal

Se proporciona una proyección de los salarios brutos al mes por empleado a lo largo de un período de 3 años, durante el cual se prevé la estabilización de los salarios a medida que se generan beneficios. Con los ingresos futuros, se tiene previsto ampliar el personal para satisfacer las demandas del servicio (Tabla 7).

GASTOS DE PERSONAL			
Puesto/Función	Año 1	Año 2	Año 3
CEO	1200	1350	1500
CMO	1200	1350	1500
CFO	1200	1350	1500
CTO	1200	1350	1500
CIO	1200	1350	1500
Desarrollador	1200	1350	1500
	x2 = 2400	x2 = 2700	x2 = 3000
Entrenador	1200	1350	1500
	x2 = 2400	x5 = 6750	x9 = 13500
Nutricionista	1200	1350	1500
	x2 = 2400	x5 = 6750	x9 = 13500
Psicólogo	1200	1350	1500
	x2 = 2400	x5 = 6750	x9 = 13500
<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>15.600 €</b>	<b>31.050 €</b>	<b>52.500 €</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>187.200 €</b>	<b>372.600 €</b>	<b>630.000 €</b>

Tabla 7. Gastos de personal

## 5. Cuenta de pérdidas y ganancias

En la cuenta de pérdidas y ganancias, se consolidan tanto los ingresos como los gastos de la empresa durante un periodo contable, proporcionando una evaluación rápida de los beneficios obtenidos por la empresa en ese año. Se presenta un resumen de esta cuenta a lo largo de un período de tres años (Tabla 8).

CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS				
		1er AÑO	2er AÑO	3er AÑO
Ingresos de Explotación	0	300.300,00	1.034.880,00	2.083.380,00
<b>MARGEN BRUTO</b>	<b>0</b>	<b>300.300,00</b>	<b>1.034.880,00</b>	<b>2.083.380,00</b>
Inversión inicial	31.395,00 €			
Gastos de personal		187.200,00	372.600,00	630.000,00
Software		4.200,00	7.440,00	11.316,00
Seguro		3.600,00	6.360,00	9.696,00
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>31.395,00 €</b>	<b>195.000,00</b>	<b>386.400,00</b>	<b>651.012,00</b>
Beneficio antes de impuestos e intereses		105.300,00	648.480,00	1.432.368,00
IMPUESTO DE SOCIEDADES		10.912,50	42.840,00	92.610,00
<b>RESULTADO DEL EJERCICIO</b>	<b>- €</b>	<b>94.387,50 €</b>	<b>605.640,00 €</b>	<b>1.339.758,00 €</b>

Tabla 8. Cuenta de pérdidas y ganancias

## 6. Balance

En la Tabla 9, se presenta la situación financiera de la empresa, mostrando tanto el activo como el pasivo y el patrimonio neto. El patrimonio neto revela el valor de la empresa al contrastar el activo con el pasivo. El balance ofrece una visión simplificada del estado financiero después del primer año de actividad de la empresa.

BALANCE AÑO 1			
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>31.395</b>	<b>PATRIMONIO NETO</b>	<b>94.388</b>
Inmovilizado material	7.800	Resultado del ejercicio	94.388
Inmovilizado inmaterial	23.595		
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>62.993</b>	<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>	<b>-</b>
Tesorería	62.993	Deudas a largo plazo	
		<b>PASIVO CORRIENTE</b>	<b>-</b>
		Deudas a corto plazo	
<b>Total</b>	<b>94.388</b>	<b>Total</b>	<b>94.388</b>

**Tabla 9.** Balance año 1

### 7. Tesorería provisional

Mediante el análisis de la tesorería, se puede observar el movimiento de efectivo tanto en términos positivos como negativos en la cuenta, además de evaluar la liquidez derivada de las ganancias obtenidas. Se ha elaborado un informe detallado de la tesorería correspondiente al primer, segundo y tercer año (Tabla 10), así como una tabla específica que desglosa la tesorería por meses, detallada en el Anexo (8.4 *Plan económico – financiero ampliado*). A partir del cuarto trimestre del primer año, el flujo de efectivo experimenta una transición hacia la positividad, logrando una mejora significativa gracias a la generación de beneficios.

Tesorería				
	Previo	1º AÑO	2º AÑO	3º AÑO
Enero	-31.395	-43.795	20.160	74.100
Febrero		-52.345	46.480	156.430
Marzo		-57.045	78.960	246.990
Abril		-57.895	107.940	321.083
Mayo		-55.645	152.740	428.103
Junio		-48.795	203.700	543.353
Julio		-38.095	246.540	635.963
Agosto		-27.183	309.820	767.673
Septiembre		-8.783	379.260	907.613
Octubre		13.468	435.960	1.018.740
Noviembre		33.043	517.720	1.175.140
Diciembre		62.993	605.640	1.339.770

**Tabla 10.** Tesorería provisional

### 8. Ratios de rentabilidad

Los indicadores de rentabilidad se han elaborado considerando el desempeño del primer año, un periodo crítico para la toma de decisiones gerenciales y para implementar acciones correctivas en caso de resultados insatisfactorios. Estos ratios se encuentran detallados en la Tabla 11.

Ratios	Fórmula	Ratios del primer año
<b>Ratio de liquidez</b>	Activo Corriente/Pasivo Corriente =	62.992,5/0
<b>Fondo de maniobra</b>	Activo Corriente - Pasivo Corriente =	62.992,5-0 = <b>62.992,5</b>
<b>Ratio de endeudamiento</b>	Pasivo Total / Patrimonio Neto =	0/94.387,5
<b>Ratio de solvencia</b>	Activo Total / Pasivo Total =	94.387,5/0
<b>Rentabilidad Económica (ROA)</b>	Beneficio Ant Importe/Activo Total x100 =	105.300/94.387,5 x 100 = <b>111,56%</b>
<b>Rentabilidad Financiera (ROE)</b>	Beneficio Neto / Patrimonio Neto x100=	105.300/94.387,5 x 100 = <b>111,56%</b>
<b>Punto de equilibrio</b>	Gastos Fijos / Margen Bruto =	195.000/300.300 = <b>0,649</b>

**Tabla 11.** Ratios

Los indicadores de rentabilidad muestran resultados positivos, destacando la habilidad de la empresa para generar beneficios. En términos de rentabilidad económica, Vital Active requiere recursos mínimos que son cruciales para generar ganancias, lo que sugiere oportunidades para mejorar este indicador. En relación con la capacidad de mantener liquidez o el fondo de maniobra, se demuestra tener suficiente capacidad para afrontar posibles imprevistos que podrían requerir recursos adicionales.

## VI. Plan de Contingencia

Frente a potenciales factores internos o externos que puedan poner en riesgo la continuidad de la empresa, se ha desarrollado un plan de contingencia diseñado para enfrentar estas situaciones y restaurar la normalidad operativa. Este plan se compone de medidas preventivas, un protocolo de emergencia para abordar eventos adversos, y un plan de recuperación.

La prevención principal se centra en la calidad del servicio y en la optimización interna de los procesos. Cumplir con los objetivos de calidad predefinidos evitará numerosas situaciones perjudiciales para la empresa. En el caso de imprevistos de alto impacto, se compensará adecuadamente a los empleados por las horas extras trabajadas, además de comunicar de manera rápida y eficaz a los usuarios afectados cuando sea necesario.

Entre los desafíos comunes a todas las empresas que enfrenta Vital Active se encuentran la falta de clientes y colaboraciones y posibles fallos técnicos, entre otros. Estos desafíos se gestionan día a día y se planifican mediante la obtención de datos. No obstante, existen factores de riesgo clave que requieren una respuesta más rigurosa, tales como:

- **Incidentes críticos en la aplicación y página web:** se pueden originar desde la interrupción de transacciones monetarias hasta pérdidas de datos. El equipo técnico, liderado por el CTO, debe resolver estas incidencias lo antes posible o comunicarlo a los proveedores de la tecnología. Los clientes afectados serán informados si la situación lo requiere.
- **Estado de alarma por epidemia global:** un confinamiento y cambio en las normas de seguridad sanitaria, pueden afectar directamente a Vital Active. Se implementarán medidas preventivas contra posibles caídas del sistema y una eventual congestión de tráfico de usuarios. Si ocurriera, se comunicaría a los clientes y se resolvería la incidencia en el menor tiempo posible.
- **Crecimiento acelerado y falta de recursos:** Un crecimiento extremadamente rápido podría afectar gravemente a Vital Active, ya que podría carecer de capacidad para satisfacer las demandas de todos sus usuarios por de falta de profesionales de salud. Se realizarán informes y estadísticas para prevenir este riesgo, aunque pueda ocurrir de manera imprevisible. Se contratarán nuevos profesionales para aumentar el número de usuarios atendidos.
- **Quiebra inminente:** Si la situación económica se vuelve extrema y la quiebra es inevitable, se procedería a la venta de Vital Active.

## **CAPÍTULO 5. CONCLUSIONES**

En esta sección se plantea la evaluación de si se han alcanzado los objetivos establecidos al inicio del proyecto, y al final se presentan las reflexiones personales de la alumna.

Se buscó crear un servicio que permitiera mejorar la salud de las personas mediante planes personalizados. El enfoque principal del diseño del servicio se centró en el usuario, utilizando la metodología de Design Thinking.

Con el uso de Vital Active, el usuario tiene conocimiento de cuáles son sus requerimientos individuales para mejorar su vida a nivel físico y mental, utiliza interfaces intuitivas para cumplir sus objetivos y tiene la oportunidad de aprender para gestionar de forma autónoma su bienestar.

Al cambiar el sistema convencional de entrenamiento personal, nutrición y consultas psicológicas, se involucra más a los usuarios para seguir los planes establecidos y alcanzar sus metas en el momento que ellos decidan, además la plataforma esta creada en colaboración con profesionales cualificados que están disponibles para atender las demandas de los clientes.

La aplicación y página web, guiadas por los principios de simplicidad e intuición, buscan simplificar y hacer más accesibles los contenidos. La plataforma integra de manera coherente y unificada tres servicios diferentes: entrenamiento alimentación y salud mental.

En cuanto a las conclusiones personales, llevar a cabo el diseño del servicio y su correspondiente plan de empresa me ha permitido materializar una idea de negocio personal que percibía como una necesidad en la sociedad actual. Además, he podido aplicar la formación adquirida a lo largo de los años en la carrera de administración y dirección de empresas.

## CAPÍTULO 6. FUTURAS MEJORAS

Vital Active ofrece varios servicios, lo que brinda una oportunidad eficiente para mejorar algunos de sus funcionalidades. Un trabajo futuro prioritario sería la implementación completa de todas las casuísticas del prototipo de la aplicación, con el objetivo de optimizar tanto el tiempo como los costes en el futuro.

La innovación, como uno de sus valores fundamentales, abre la puerta a la introducción de formas novedosas de actuación e investigación, tales como:

- Conectividad con dispositivos como relojes inteligentes y pulseras de actividad o plataformas de entrenamiento en el hogar como cintas de correr o bicicletas estáticas.
- Colaboraciones con otras empresas enfocadas en promover el bienestar.
- Implementación de un asistente virtual basado en IA que pueda responder preguntas, proporcionar consejos personalizados y adaptarse a las necesidades individuales de los usuarios a lo largo del tiempo.
- Incorporación de tecnología de reconocimiento para evaluar la forma física y postura durante los entrenamientos. Esto puede ayudar a corregir la técnica y prevenir lesiones.
- Integración de un sistema para monitorear y evaluar el progreso de las métricas de entrenamiento.
- Creación de una interfaz que permita a los usuarios llevar un registro de sus pensamientos o emociones diarias para contribuir al manejo de su salud mental.
- Introducción de elementos de gamificación respaldados por tecnología *blockchain* para recompensar a los usuarios con tokens virtuales que pueden canjear por productos, servicios o logros adicionales.

Además, se podrían llevar a cabo estudios de marketing detallados para tomar decisiones informadas y maximizar los beneficios. Entre ellos:

- Realizar un estudio detallado sobre las localidades con potenciales futuros usuarios.
- Trabajar en conjunto con los usuarios para proponer y desarrollar nuevas propuestas que puedan aplicarse en la plataforma.

## CAPÍTULO 7. BIBLIOGRAFÍA

Ollé, M., Planellas, M., Molina, J., Torres, D., Alfonso, J.M., Huseman, S., Sepúlveda, P., & Mur, I. (1997). *El plan de empresa. Cómo planificar la creación de una empresa*. Boixereu Editores.

### Sitios de internet

Debernardi, Fernando (2023). *Diferentes posibles funciones en una app para Fitness*. <https://es.linkedin.com/pulse/diferentes-posibles-funciones-en-una-app-para-fitness-debernardi-hvy2f>

ENSE. (2017). *Encuesta Nacional de Salud ENSE, España 2017*. [https://www.sanidad.gob.es/estadEstudios/estadisticas/encuestaNacional/encuestaNac2017/SALUD\\_MENTAL.pdf](https://www.sanidad.gob.es/estadEstudios/estadisticas/encuestaNacional/encuestaNac2017/SALUD_MENTAL.pdf)

Fase diseño del servicio  
<https://designthinking.es/tecnicas-de-innovacion/>

Hurtado Soler, A. (2013). *Alimentación y nutrición*. Universidad de Valencia. <https://www.uv.es/hort/alimentacion/alimentacion.html#:~:text=La%20alimentaci%C3%B3n%20es%20el%20conjunto,lo%20tanto%2C%20susceptible%20de%20educaci%C3%B3n.>

Ilustración 22. Ejemplo de tablero *Scrum* obtenido en  
<https://www.atlassian.com/es/software/jira/features/scrum-boards>

Instituto nacional de estadística. (2022). *Encuesta de Condiciones de Vida del año 2022*. <https://www.ine.es/dynt3/inebase/es/index.htm?padre=9739>

Instituto nacional de estadística. (2020). *Encuesta Europea de Salud en España 2020*. [https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica\\_C&cid=1254736176784&menu=resultados&idp=1254735573175](https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176784&menu=resultados&idp=1254735573175)

Organización mundial de la Salud. (3 de Junio de 2022). *Por qué la salud mental debe ser una prioridad al adoptar medidas relacionadas con el cambio climático*. <https://www.who.int/es/news/item/03-06-2022-why-mental-health-is-a-priority-for-action-on-climate-change#:~:text=La%20OMS%20define%20la%20salud,aportar%20algo%20a%20su%20comunidad%C2%BB>

Organización mundial de la Salud. (5 de Octubre de 2022). *Actividad física*. <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/physical-activity>

Schwaber, Ken & Sutherland, Jeff (2020). *La guía Scrum 2020*. <https://scrumguides.org/docs/scrumguide/v2020/2020-Scrum-Guide-Spanish-European.pdf>

## CAPÍTULO 8. ANEXO

### I. Marco de trabajo ágil Scrum

Según Schwaber, Ken y Sutherland, Jeff (2020), *Scrum* se define como “un marco ligero que ayuda a las personas, equipos y organizaciones a generar valor a través de soluciones adaptables para problemas complejos”.

En esta guía Schwaber, Ken y Sutherland, Jeff (2020) establecen la teoría de Scrum “se basa en el empirismo y el pensamiento Lean. El empirismo afirma que el conocimiento proviene de la experiencia y la toma de decisiones basadas en lo que se observa. El pensamiento Lean reduce los desperdicios y se centra en lo esencial.”

Scrum se centra en la entrega continua de valor al cliente. Se fundamenta en un sistema organizativo caracterizado por iteraciones (*sprints*), que tienen una duración fija de un mes o menos, junto con otros eventos como la reunión diaria (daily) del equipo de trabajo. Además, se lleva a cabo la estimación de tareas, evaluando el esfuerzo y el tiempo necesarios para que los miembros puedan planificar sus actividades basándose en una estimación de trabajo.

Scrum se implementa en un tablero que refleja las diversas fases de las tareas, las cuales son:

- **Por hacer:** tareas listas para abordar en ese sprint y que aún no han comenzado.
- **En proceso:** estado de una tarea mientras se está llevando a cabo.
- **Bloqueada:** la tarea no puede finalizarse debido a impedimentos externos. Una vez resueltos, la tarea puede regresar al estado de “en proceso”.
- **Completada:** las tareas han sido completadas, aunque aún requieren una validación de revisión para considerarse concluidas y evitar rectificaciones.
- **Verificada:** se ha verificado que la tarea cumple con los requisitos y representa el estado final.

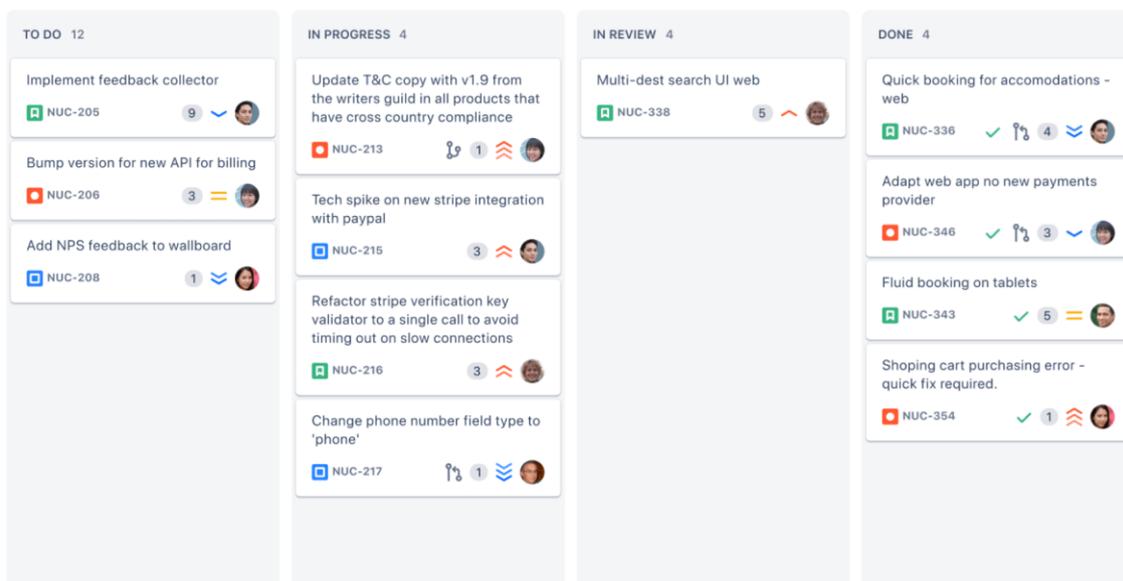


Ilustración 22. Ejemplo de tablero Scrum (Atlassian)

## II. Metodología Design Thinking

La metodología Design Thinking se enfoca en las necesidades del usuario, y su proceso, abarca principalmente las siguientes etapas: empatizar, definir, idear, prototipar y probar. A través de dinámicas y herramientas, se van identificando las necesidades del usuario y se destacan ideas clave sobre las cuales enfocarse.

A partir de estas ideas, se generan propuestas y se desarrolla un prototipo para verificar que cumple con los requisitos y las características definidas para la solución. Posteriormente, se lleva a cabo un proceso de prueba, durante el cual se identifican posibles errores y debilidades que requieren atención para lograr resultados exitosos.



Ilustración 23. Metodología Design Thinking

## III. Resultados encuesta

Se han recogido el resto de las preguntas y respuestas de la encuesta en este apartado.

Mediante el siguiente link se puede acceder a la encuesta completa: <https://forms.gle/dQFYaWQsUxNqcokMA>.

¿Eres hombre o mujer?  
10 respuestas

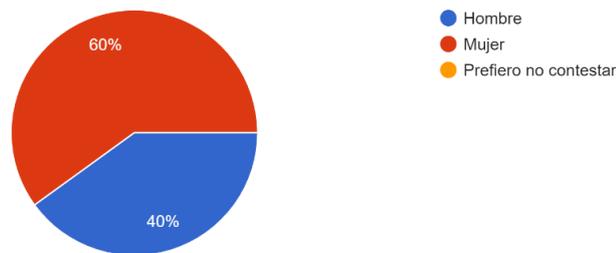


Ilustración 24. Género de los encuestados

¿Realizas actividad física durante la semana?  
10 respuestas

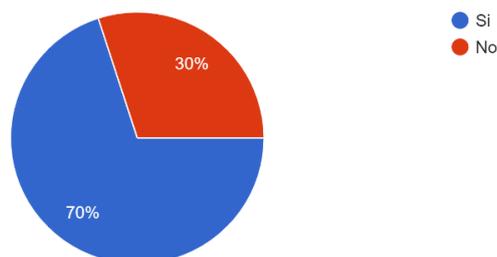
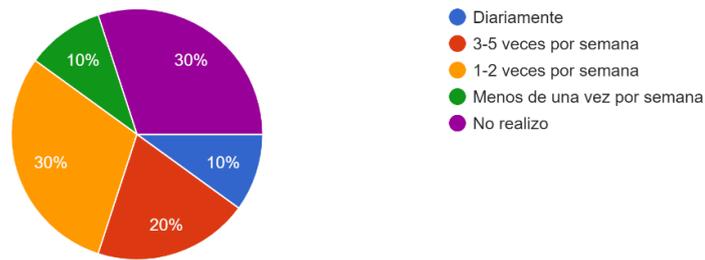


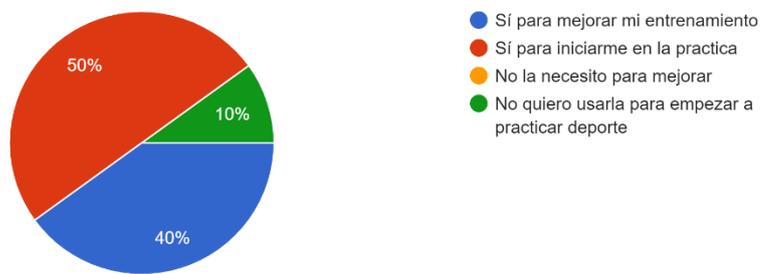
Ilustración 25. Actividad física semanal de los encuestados

Si es así, ¿con que frecuencia?  
10 respuestas



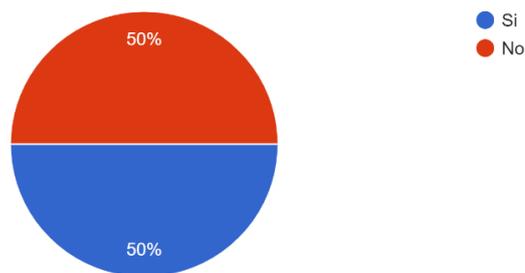
**Ilustración 26.** Frecuencia semanal de actividad física de los encuestados

¿Querrías utilizar una plataforma para mejorar en tus entrenamientos?  
10 respuestas



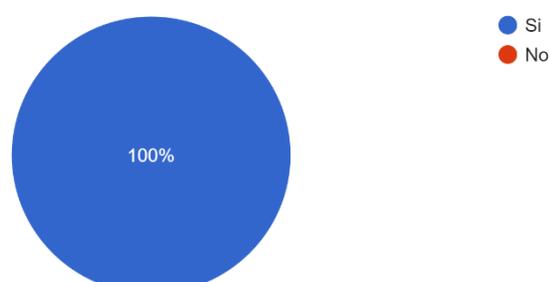
**Ilustración 27.** Deseo de una plataforma de entrenamiento

Respecto al uso de una plataforma sobre alimentación, ¿has tenido experiencia previa utilizando aplicaciones con planes nutricionales?  
10 respuestas



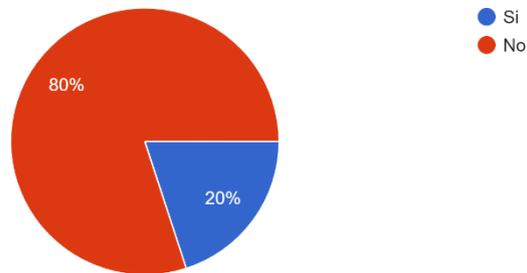
**Ilustración 28.** Experiencia con plataformas de alimentación

Si no has tenido experiencia, ¿crees que podrías beneficiarte con su uso?  
5 respuestas



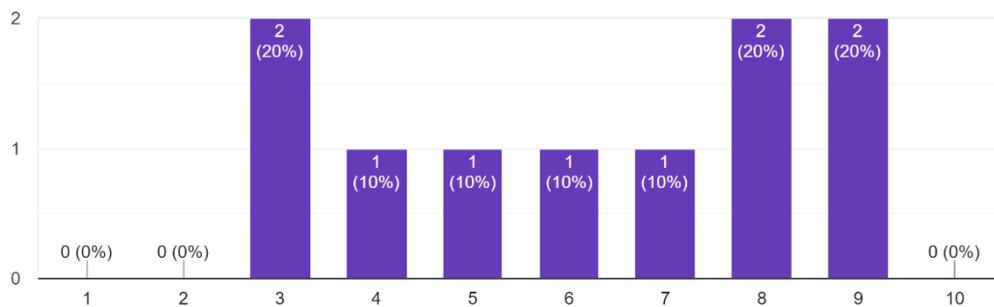
**Ilustración 29.** Beneficios de usuarios sin experiencia

¿Tienes conocimientos para planificarte tu alimentación?  
10 respuestas



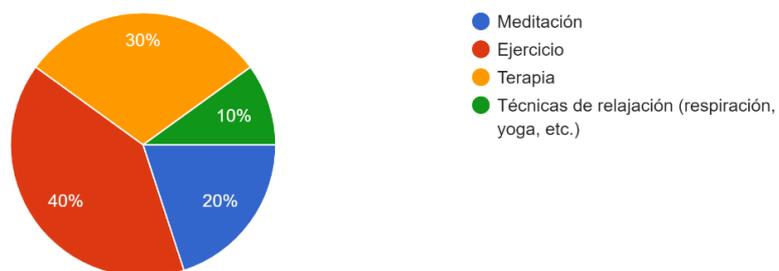
**Ilustración 30.** Conocimientos para planificar alimentación

¿Cómo calificarías tu nivel de estrés en una escala del 1 al 10, siendo 10 el más alto?  
10 respuestas



**Ilustración 31.** Nivel de estrés de los encuestados

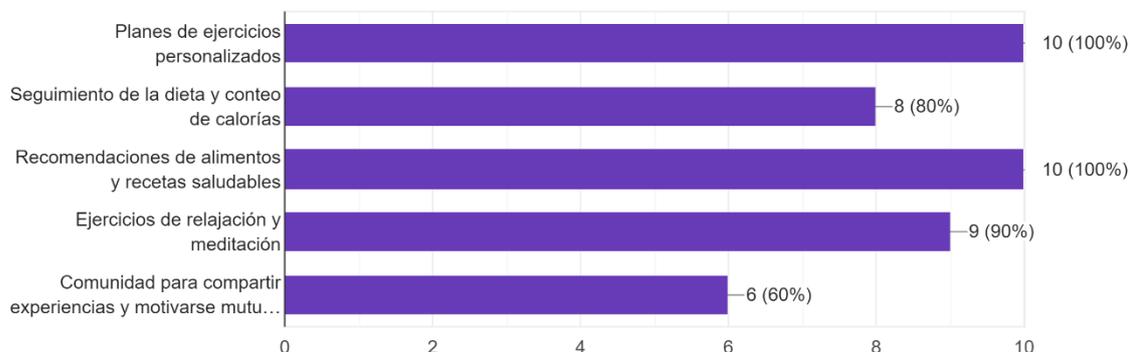
¿Qué estrategias utilizas para manejar el estrés y mejorar tu salud mental?  
10 respuestas



**Ilustración 32.** Estrategias para manejar el estrés

¿Qué características te gustaría que incluyera una aplicación enfocada en actividad física, alimentación y salud mental?

10 respuestas



**Ilustración 33.** Funcionalidades en una aplicación

#### IV. Plan económico – financiero ampliado

Se presenta de manera más precisa y exacta ciertas tablas que han sido condensadas en intervalos anuales. Estas incluyen:

- Desglose detallado de las proyecciones de Vital Active para el primer, segundo y tercer año (Tabla 12, 13 y 14 respectivamente).
- Detalles mensuales sobre la tesorería del primer año (Tabla 15), segundo año (Tabla 16) y tercer año (Tabla 17).

		1er AÑO											
MESES		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
APP	Usuarios registrados plan mensual	20	40	60	80	100	120	140	160	180	200	220	240
	Usuarios registrados plan trimestral	25	50	75	100	125	150	175	200	225	250	275	300
	Trabajadores de empresas o influencers	30	60	90	120	150	180	210	240	270	300	330	360

**Tabla 12.** Predicción usuarios registrados año 1

2er AÑO												
13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	
272	304	336	368	400	432	464	496	528	560	592	624	
340	380	420	460	500	540	580	620	660	700	740	780	
408	456	504	552	600	648	696	744	792	840	888	936	

**Tabla 13.** Predicción usuarios registrados año 2

3er AÑO												
25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	
667	710	753	796	839	882	925	968	1011	1054	1097	1140	
834	888	942	996	1050	1104	1158	1212	1266	1320	1374	1428	
999	1062	1125	1188	1251	1314	1377	1440	1503	1566	1629	1692	

**Tabla 14.** Predicción usuarios registrados año 3

MESES	PRIMER AÑO												
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Ingresos de Explotación		3.850 €	7.700 €	11.550 €	15.400 €	19.250 €	23.100 €	26.950 €	30.800 €	34.650 €	38.500 €	42.350 €	46.200 €
<b>MARGEN BRUTO</b>		<b>3.850 €</b>	<b>7.700 €</b>	<b>11.550 €</b>	<b>15.400 €</b>	<b>19.250 €</b>	<b>23.100 €</b>	<b>26.950 €</b>	<b>30.800 €</b>	<b>34.650 €</b>	<b>38.500 €</b>	<b>42.350 €</b>	<b>46.200 €</b>
Inversión inicial	31.395												
Gastos de personal		15.600 €	15.600 €	15.600 €	15.600 €	15.600 €	15.600 €	15.600 €	15.600 €	15.600 €	15.600 €	15.600 €	15.600 €
Software		350 €	350 €	350 €	350 €	350 €	350 €	350 €	350 €	350 €	350 €	350 €	350 €
Seguro		300 €	300 €	300 €	300 €	300 €	300 €	300 €	300 €	300 €	300 €	300 €	300 €
<b>TOTAL GASTOS</b>		<b>16.250</b>	<b>16.250</b>	<b>16.250</b>	<b>16.250</b>	<b>16.250</b>	<b>16.250</b>	<b>16.250</b>	<b>16.250</b>	<b>16.250</b>	<b>16.250</b>	<b>16.250</b>	<b>16.250</b>
Beneficio antes de impuestos		-12.400	-8.550	-4.700	-850	3.000	6.850	10.700	14.550	18.400	22.250	26.100	29.950
IMPUESTO DE SOCIEDADES 25%						750			3.638			6.525	
Beneficio después de impuestos		-12.400	-8.550	-4.700	-850	2.250	6.850	10.700	10.913	18.400	22.250	19.575	29.950
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-31.395</b>	<b>-43.795</b>	<b>-52.345</b>	<b>-57.045</b>	<b>-57.895</b>	<b>-55.645</b>	<b>-48.795</b>	<b>-38.095</b>	<b>-27.183</b>	<b>-8.783</b>	<b>13.488</b>	<b>33.043</b>	<b>62.993</b>

Tabla 15. Tesorería año 1

MESES	SEGUNDO AÑO											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Ingresos de Explotación	52.360 €	58.520 €	64.680 €	70.840 €	77.000 €	83.160 €	89.320 €	95.480 €	101.640 €	107.800 €	113.960 €	120.120 €
<b>MARGEN BRUTO</b>	<b>52.360 €</b>	<b>58.520 €</b>	<b>64.680 €</b>	<b>70.840 €</b>	<b>77.000 €</b>	<b>83.160 €</b>	<b>89.320 €</b>	<b>95.480 €</b>	<b>101.640 €</b>	<b>107.800 €</b>	<b>113.960 €</b>	<b>120.120 €</b>
Inversión inicial												
Gastos de personal	31.050 €	31.050 €	31.050 €	31.050 €	31.050 €	31.050 €	31.050 €	31.050 €	31.050 €	31.050 €	31.050 €	31.050 €
Software	620 €	620 €	620 €	620 €	620 €	620 €	620 €	620 €	620 €	620 €	620 €	620 €
Seguro	530 €	530 €	530 €	530 €	530 €	530 €	530 €	530 €	530 €	530 €	530 €	530 €
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>32.200</b>	<b>32.200</b>	<b>32.200</b>	<b>32.200</b>								
Beneficio antes de impuestos	20.160	26.320	32.480	38.640	44.800	50.960	57.120	63.280	69.440	75.600	81.760	87.920
IMPUESTO DE SOCIEDADES 25%				9.660			14.280			18.900		
Beneficio después de impuestos	20.160	26.320	32.480	28.980	44.800	50.960	42.840	63.280	69.440	56.700	81.760	87.920
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>20.160</b>	<b>46.480</b>	<b>78.960</b>	<b>107.940</b>	<b>152.740</b>	<b>203.700</b>	<b>246.540</b>	<b>309.820</b>	<b>379.260</b>	<b>435.960</b>	<b>517.720</b>	<b>605.640</b>

Tabla 16. Tesorería año 2

MESES	TERCER AÑO											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Ingresos de Explotación	128.350 €	136.580 €	144.810 €	153.040 €	161.270 €	169.500 €	177.730 €	185.960 €	194.190 €	202.420 €	210.650 €	218.880 €
<b>MARGEN BRUTO</b>	<b>128.350 €</b>	<b>136.580 €</b>	<b>144.810 €</b>	<b>153.040 €</b>	<b>161.270 €</b>	<b>169.500 €</b>	<b>177.730 €</b>	<b>185.960 €</b>	<b>194.190 €</b>	<b>202.420 €</b>	<b>210.650 €</b>	<b>218.880 €</b>
Inversión inicial												
Gastos de personal	52.500 €	52.500 €	52.500 €	52.500 €	52.500 €	52.500 €	52.500 €	52.500 €	52.500 €	52.500 €	52.500 €	52.500 €
Software	942 €	942 €	942 €	942 €	942 €	942 €	942 €	942 €	942 €	942 €	942 €	942 €
Seguro	808 €	808 €	808 €	808 €	808 €	808 €	808 €	808 €	808 €	808 €	808 €	808 €
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>54.250</b>											
Beneficio antes de impuestos	74.100	82.330	90.560	98.790	107.020	115.250	123.480	131.710	139.940	148.170	156.400	164.630
IMPUESTO DE SOCIEDADES 25%				24.698			30.870			37.043		
Beneficio después de impuestos	74.100	82.330	90.560	74.093	107.020	115.250	92.610	131.710	139.940	111.128	156.400	164.630
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>74.100</b>	<b>156.430</b>	<b>246.990</b>	<b>321.083</b>	<b>428.103</b>	<b>543.353</b>	<b>635.963</b>	<b>767.673</b>	<b>907.613</b>	<b>1.018.740</b>	<b>1.175.140</b>	<b>1.339.770</b>

Tabla 17. Tesorería año 3

## V. Plan de comunicación

En esta sección, se detallan las elecciones adoptadas en la comunicación estética de la empresa, siempre con el objetivo de transmitir los valores fundamentales de Vital Active, tales como personalización, innovación, accesibilidad, facilidad de uso, colaboración, compromiso y empoderamiento.

Los colores principales son dos, haciendo cada uno de ellos referencia a las fases del servicio de Vital Active: verde para la fase de entrenamiento y nutrición y azul para psicología.

El verde está asociado al compromiso y motivación. El azul a la tranquilidad, calma y confianza. Por lo que cada uno de ellos se ha seleccionado por los valores que representa cada fase.

El logotipo hace referencia al símbolo del movimiento. Al mismo tiempo, incluye una “V” y “A” mayúscula, perteneciente a la primera letra de cada palabra del nombre de la empresa Vital Active. Las formas triangulares significan creatividad, desafío y cambio. (Ilustración 34).



**Ilustración 34.** Logotipo Vital Active