



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

**MODELO DE NEGOCIO
“Personally”**

**GERENCIA DE ESTUDIO DEL PROCESO
DE DESIGN THINKING**

Elaborado por:

DIANA CAROLINA ARELLANO ORTEGA

Tutoría por: **María Rosa Segarra García**

GRADO

Trabajo previo a la obtención del Título de:

Licenciado en Administración de Empresas

Guayaquil, Ecuador
Marzo, 2021

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, **Arellano Ortega Diana Carolina** declaro libre y voluntariamente lo siguiente:

1. Que soy el/la autor/a del trabajo de titulación **“GERENCIA DE ESTUDIO DEL PROCESO DE DESIGN THINKING”**, el cual forma parte del proyecto Modelo de Negocio **“PERSONALLY”**,
2. Que el trabajo de titulación contenido en el documento de titulación es una creación de mi autoría por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas.
3. Que el trabajo de titulación fue realizado bajo modalidad de aprendizaje colaborativo junto con los estudiantes Alejandro Gustavo Arregín Castro, Galo Patricio Córdova Guananga, Jorge Luis Rojas Levi, Carlos Gabriel Riviezzo Arraspide.

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



Arellano Ortega Diana Carolina
C.I.: 091687529-7

Declaro que

Arellano Ortega Diana Carolina en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación “**GERENCIA DE ESTUDIO DEL PROCESO DE DESIGN THINKING**” de la modalidad Modelos de Negocio, autorizo a la Universidad Casa Grande para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en su Repositorio Virtual, con fines estrictamente académicos, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

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



Arellano Ortega Diana Carolina
C.I.: 091687529-7

3 RESUMEN EJECUTIVO

A raíz de la pandemia ocasionada por el COVID-19, la vida cotidiana de las personas ha sido trastocada en forma que jamás se pudo imaginar. Las actividades que se consideraban rutinarias, como la compra de víveres, las visitas y reuniones familiares y sociales, asistir al trabajo, entre otras, debido al confinamiento, las restricciones de movilidad y el temor a los contagios, ahora se realizan con ayuda de aplicaciones móviles, que, si bien es cierto, en la sociedad ya se venían utilizando, a partir de este evento se aceleró aún más el uso de estas.

La pandemia también ha generado cambios en el estilo de vida de la población, que cada vez siente la necesidad de mantener una vida sana. Personally, es una aplicación tecnológica que ofrece a los nutricionistas y a sus clientes el beneficio de estar siempre conectados y listos para interactuar, generando un mejor seguimiento del paciente a través de los elementos que forman la aplicación como agendamiento de citas, control de peso, contador de calorías, menús personalizados y otros más.

El modelo de negocio, Personally nace producto de la utilización de la metodología de Design Thinking, herramienta que busca resolver problemas de manera innovadora y creativa, mediante la comprensión absoluta del cliente, a quien se ubica en el centro del proceso.

Los clientes de Personally, son los nutricionistas del Gran Guayaquil, ubicados en Samborondón, Daule y Guayaquil, se realizó una investigación de mercado, utilizando el método cuantitativo, mediante encuestas realizadas a una muestra del mercado objetivo, y método cualitativo, con grupos focales y entrevistas a profundidad, que han permitido obtener información muy valiosa para tomar decisiones sobre el proyecto, así mismo se han considerado estrategias de marketing que llevaran al logro de los objetivos propuestos, sin dejar de lado, la misión y visión de la empresa así como las acciones sobre responsabilidad social empresarial. La inversión inicial del proyecto es de USD44.192,00, alcanzando el Payback al tercer año con índices financieros de TIR 38,28% y VAN USD44.748,80, los cuales aseguran el retorno de la inversión en un tiempo aceptable para los inversionistas.

Este documento es el resultado del trabajo colaborativo de Diana Arellano, Alejandro Gustavo Arregín Castro, Galo Patricio Córdova Guananga, Jorge Luis Rojas Levi, Carlos Gabriel Riviezzo Arraspide, y explica el plan de negocios del proyecto denominado “Personally”; por tal razón los contenidos están relacionados con los otros documentos que complementan el trabajo general, existiendo la posibilidad que ciertos datos se repitan, sin que esto implique plagio.

4 PALABRAS CLAVE

Aplicación Móvil, profesionalizantes, nutricionistas, herramienta móvil, ecosistema digital.

5 CONSIDERACIONES ÉTICAS

Sobre las consideraciones éticas de este trabajo, declaro que las ideas desarrolladas en este trabajo son el resultado de un proceso de un vasto análisis de la idea de negocio, así como de la investigación de mercado, que nos permitió, al equipo de trabajo de Personally, reconocer las necesidades insatisfechas de los nutricionistas.

Se han realizado entrevistas a profundidad, grupos focales, encuestas a los nutricionistas del mercado objetivo, quienes fueron informados que el uso exclusivo de la información sería para la implementación de Personally.

Debido a que el modelo de negocio hace uso de datos confidenciales sobre los profesionales entrevistados, el uso de la misma será absolutamente confidencial y será de uso exclusivo de Personally, los cuales no serán publicados y ni utilizados con otro fin que no sea específicamente para este proyecto, adicionalmente la participación de las personas no involucra ningún tipo de riesgo, por lo tanto en caso de ser requerida información de su participación en este proyecto pueden contactarse con la estudiante: Diana Carolina Arellano Ortega al correo:

diana.arellano@casagrande.edu.ec

6 INDICE DE CONTENIDO

3	RESUMEN EJECUTIVO.....	IV
4	PALABRAS CLAVE.....	VI
5	CONSIDERACIONES ÉTICAS	VI
7	ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN	1
7.1	Análisis de las C's	3
7.2	Contexto	3
7.3	Compañía.....	5
7.4	Cliente.....	6
7.5	Colaboradores	6
7.6	Competidores	7
8	OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS DEL PROYECTO	7
8.1	Objetivo General.....	7
8.2	Objetivos Específicos	7
9	DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO	8
9.1	GERENCIA: DESIGN THINKING	8
9.1.1	Empatizar	9
9.1.1.1	Mapa ¿Qué? ¿Cómo? ¿Por qué?	10
9.1.1.2	Mapa de empatía.....	10
9.1.1.3	Mapa de trayectoria	11
9.1.2	Definir	12
9.1.2.1	Mapa Usuario + Necesidad + Insight	13
9.1.3	Idear.....	14
9.1.3.1	Brainstorming	14
9.1.3.2	Mapa de costo / relevancia	15
9.1.3.3	Poster de concepto.....	16
9.1.4	Prototipar.....	16
9.1.4.1	Proceso de prototipado	17
9.1.4.2	Diseño del prototipo.....	17
9.1.5	Validar.....	19
9.1.5.1	Testeo del prototipo	19
9.1.5.1.1	Hallazgos	20

9.1.5.1.2	Oportunidades de mejora identificadas	20
9.1.5.1.3	Adaptación del prototipo.....	20
9.2	GERENCIA: ESTUDIO DE MERCADO Y PLAN DE MARKETING.....	21
9.2.1	Estudio de Mercado.....	21
9.2.1.1	Investigación de mercado.....	21
9.2.1.1.1	Objetivo General	21
9.2.1.1.2	Objetivos Específicos.....	21
9.2.1.1.3	Población.....	22
9.2.1.1.4	Muestra.....	23
9.2.1.1.5	Diseño de la Investigación.....	23
9.2.1.1.6	Desarrollo de Técnicas de Investigación	23
9.2.1.1.7	Resultados de la investigación	32
9.2.1.2	Análisis.....	34
9.2.1.2.1.1	Mercado Objetivo y potencial.....	34
9.2.1.2.1.2	Mapa de la competencia.....	34
9.2.2	Plan de marketing.....	35
9.2.2.1	La posición estratégica.....	35
9.2.2.1.1	Estrategia Competitiva.....	35
9.2.2.1.2	Diferenciales	36
9.2.2.1.3	Posicionamiento.....	37
9.2.2.2	Producto / Servicio	37
9.2.2.3	Precio.....	37
9.2.2.4	Distribución.....	38
9.2.2.5	Promoción y Comunicación	38
9.2.2.5.1	Nombre de la empresa.....	40
9.2.2.5.2	Slogan y logotipo.....	40
9.2.2.5.3	Plan de Medios y presupuesto.....	41
9.3	GERENCIA: ESTUDIO TÉCNICO	42
9.3.1	Descripción del servicio	42
9.3.2	Descripción del prototipo	44
9.3.3	Prestación del servicio	44
9.3.4	Determinación de la capacidad productiva	46
9.3.5	Ubicación del Proyecto	48
9.3.6	Diseño arquitectónico.....	48
9.3.7	Costos	48
9.3.7.1	Equipos de computación	50
9.3.8	Vida Útil del Proyecto	50
9.3.9	Estructura jurídica del negocio	51
9.3.10	Propiedad intelectual.....	51
9.3.11	Contratos	51
9.3.11.1	Contrato de Servicios de Almacenamiento de Datos para Usuarios	51
9.3.11.2	Contrato para el Diseño y Desarrollo de la Aplicación Personally	52
9.4	GERENCIA: ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	53
9.4.1	Planeación estratégica y del Recurso Humano.....	53
9.4.1.1	Definición de Misión, Visión y valores	53
9.4.1.1.1	Misión	53
9.4.1.1.2	Visión.....	53

9.4.1.1.3	Valores	54
9.4.1.2	Organigrama de la organización	54
9.4.2	Necesidades de Recursos Humanos	55
9.4.2.1	Análisis y diseños de puestos del negocio	55
9.4.2.1.1	Gerente General y Recursos Humanos	55
9.4.2.1.2	Gerente Administrativo Financiero.....	56
9.4.2.1.3	Gerente de Ventas y Marketing.....	56
9.4.2.1.4	Asistente de Servicio al cliente.....	57
9.4.2.1.5	Contador	57
9.4.2.2	Procedimientos de selección de personal a implementar.....	57
9.4.3	Compensaciones.....	57
9.4.3.1	Descripción de las compensaciones del personal del negocio.	58
9.4.4	Indicadores Claves de Gestión (KPI's).....	58
9.4.4.1	Fijación de principales KPI's del negocio.	59
9.4.5	Estrategia y Acciones de Responsabilidad Social Empresarial.....	59
9.4.5.1	Estrategia	60
9.4.5.2	Proyectos	60
9.4.5.2.1	Proyecto 1	60
9.4.5.2.2	Proyecto 2	61
9.5	GERENCIA: ESTUDIO FINANCIERO	62
9.5.1	Presupuesto.....	62
9.5.1.1	Plan de inversiones, clasificación y fuentes de financiamiento.....	63
9.5.1.2	Política de cobros, pagos y existencias	64
9.5.1.3	Capital de Trabajo.....	65
9.5.1.4	Programa y calendario de inversiones.....	65
9.5.1.5	Depreciaciones de activos fijos y amortizaciones y activos diferidos.....	66
9.5.1.6	Programa de producción y ventas	66
9.5.1.7	Costos de materias primas, materiales indirectos, suministros y servicios, mano de obra directa e indirecta.	67
9.5.1.8	Gastos de administración, ventas (Comisiones %) y financieros.	68
9.5.2	Planeación Financiera	69
9.5.2.1	Flujo de caja proyectado.....	69
9.5.2.2	Estado de Pérdidas y Ganancias	70
9.5.2.3	Balance General	71
9.5.3	Evaluación del Proyecto.....	72
9.5.3.1	Punto de Equilibrio	72
9.5.3.2	Viabilidad financiera	73
9.5.3.3	Índices Financieros.....	73
9.5.3.4	Análisis de Sensibilidad.....	74
10	CONCLUSIONES.....	75
11	RECOMENDACIONES.....	75
12	BIBLIOGRAFÍA.....	76
13	ANEXOS	78

13.1	Anexo 1: Batería de preguntas de la entrevista.....	78
13.1.1	Entrevista a Cristina Bajaña (Nutricionista)	79
13.1.2	Entrevista a Xiomara Guerra (Presidente ANNE).....	82
13.1.3	Entrevista a Ariana Noblecilla (Nutricionista).....	84
13.2	Anexo 2: Batería de preguntas para el focal (nutricionistas).....	86
13.2.1	Transcripción del grupo focal	87
13.3	Anexo 3: Modelo Contrato de Servicios de Almacenamiento de Datos para Usuarios.....	90
13.4	Anexo 4: Modelo Contrato para el Diseño y Desarrollo de la Aplicación “PERSONALLY”	96
13.5	Anexo 5: Modelo Contrato de prestación de Servicios Profesionales	101

INDICE DE TABLAS

TABLA 1 - ANÁLISIS PESTEL.....	3
TABLA 2 – CUADRO DE COMPETENCIAS.....	7
TABLA 3 – DEMOGRAFÍA DEL GRAN GUAYAQUIL.....	22
TABLA 4 – CALCULO DE LA POBLACIÓN.....	22
TABLA 5 – DATOS ENTREVISTA 1	29
TABLA 6 – DATOS ENTREVISTA 2	30
TABLA 7 – DATOS ENTREVISTA 3	30
TABLA 8 - DATOS DE PARTICIPANTES DE GRUPO FOCAL.....	31
TABLA 9 – PRESUPUESTO PARA PUBLICIDAD.....	42
TABLA 10 – PLANES DE APLICACIÓN PERSONALLY	43
TABLA 11 - CANTIDAD DE NUTRICIONISTAS TOTAL PAÍS Y DEL GRAN GUAYAQUIL	47
TABLA 12 - PLANES DE APLICACIÓN PERSONALLY	47
TABLA 13 - PROYECCIÓN DE NUTRICIONISTAS Y PACIENTES POR AÑO.....	48
TABLA 14 - DETALLE DE COSTOS MENSUALES Y ANUALES	48
TABLA 15 - DETALLE DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y PLAN CELULAR	50
TABLA 16 - COMPENSACIONES SALARIALES	58
TABLA 17 – PLAN DE INVERSIONES.....	63
TABLA 18 - FUENTES DE FINANCIAMIENTO	64
TABLA 19 – TOTAL DE INVERSIÓN	64
TABLA 20 - PLANES NUTRICIONISTAS	64
TABLA 21 - CAPITAL DE TRABAJO OPERATIVO	65
TABLA 22 – CRONOGRAMA DE INVERSIONES.....	66
TABLA 23 - DEPRECIACIÓN ANUAL.....	66
TABLA 24 - PLAN DE PRODUCCIÓN Y VENTAS CINCO AÑOS.....	67
TABLA 25 - DETALLE DE GASTOS FIJOS	67
TABLA 26 – MANO DE OBRA	68
TABLA 27 - DETALLE DE SUELDOS Y EMPLEADOS.....	68
TABLA 28 – GASTO DE VENTAS	68
TABLA 29 – FLUJO DE CAJA PROYECTADO	69
TABLA 30 – ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO.....	70
TABLA 31 – BALANCE GENERAL PROYECTADO	71
TABLA 32 – ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO.....	72
TABLA 33 - VIABILIDAD FINANCIERA.....	73
TABLA 34 – INDICADORES FINANCIEROS.....	74
TABLA 35 - PAYBACK.....	74

INDICE DE FIGURAS

FIGURA 1 – ANÁLISIS FODA.....	6
FIGURA 2 – PROCESO DE DESING THINKING.....	9
FIGURA 3 - ¿QUÉ? ¿CÓMO? ¿POR QUÉ?	10
FIGURA 4 – MAPA DE EMPATÍA	11
FIGURA 5 – MAPA DE TRAYECTORIA.....	12
FIGURA 6 - USER PERSONA	13
FIGURA 7- USUARIO + NECESIDAD + INSIGHT.....	14
FIGURA 8 – MAPA DE COSTO RELEVANCIA	15
FIGURA 9 – POSTER DE CONCEPTO.....	16
FIGURA 10 – AMBIENTE DE NUTRICIONISTA	17
FIGURA 11- AMBIENTE DEL PACIENTE	18
FIGURA 12 – COMUNICACIÓN CON EL PACIENTE	18
FIGURA 13 - SEGUIMIENTO DE PLANES.....	19
FIGURA 14 – CALCULO DE MUESTRA.....	23
FIGURA 15 – MAPA DE LA COMPETENCIA.....	34
FIGURA 16 – DISPLAY ADS	39
FIGURA 17 – PAGINA DE ANNE.....	39
FIGURA 18 – LOGO DE PERSONALLY.....	41
FIGURA 19 - “GRUPOLINK”, DESARROLLADORES DE APLICACIONES Y SERVICIOS DIGITALES	49
FIGURA 20 – ORGANIGRAMA DE PERSONALLY	55
FIGURA 21 – OBJETIVO DE DESARROLLO SOSTENIBLE 3	61
FIGURA 22 - OBJETIVO DE DESARROLLO SOSTENIBLE 8	61
FIGURA 23 – OBJETIVO DE DESARROLLO SOSTENIBLE 17	62

7 ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN

Al comienzo el objetivo de la empresa era solucionar el problema de ingestión de nutrientes y ayudar a que las personas consuman alimentos saludables. Al revisar una serie de estudios sobre la situación de salud de la población de Ecuador, donde se encontró que las personas tenían muchos problemas por la mala alimentación, que hay muchos problemas producidos por la forma de alimentarse que derivan en obesidad, hipertensión, diabetes, hígado graso o cáncer. Según datos de INEC sobre información obtenida en la encuesta nacional de salud, la población con sobrepeso y obesidad de 20 a 60 años alcanza el 62.8%, existen más de 4 millones de personas de edad adulta con prehipertensión e hipertensión, más de 400 mil personas con prevalencia de diabetes, siendo esta y la hipertensión las principales causas de muertes en el Ecuador, registrándose 4695 y 4189 respectivamente en el año 2013 (Ecuadorencifras, 2013). Por consiguiente, nuestro trabajo se basa en minimizar este problema que tiene la población, encontramos en nuestra investigación que la falta de conocimiento y la falta de tiempo eran un motivo común por el que se descuidaba la alimentación y había mucho interés en tener información sobre cómo proceder para cambiar hábitos alimenticios.

En el transcurso de las investigaciones se detectaron una serie de dificultades que tenían los nutricionistas y nutriólogos, principalmente en el control y manejo con sus pacientes, ya que utilizaban algunas herramientas tecnológicas para este fin. Con esta premisa se llegó a la conclusión de que existía una necesidad desatendida para que puedan estar más vinculados con sus pacientes y poder mejorar la forma de atenderlos. También los datos hicieron notar, que los pacientes abandonaban sus tratamientos con facilidad, las personas acuden al nutricionista generalmente cuando tienen problemas de salud o los deriva un médico, en un estudio realizado para la revista de Tacsalud de la Universidad de Milagro, encontraron que la mayoría de las personas tienen conocimiento de los riesgos que corren por la mala alimentación, pero hasta que no tienen un evento personal que les afecte no se preocupan (Yenny Caballero Barrios, 2020). Con la recopilación de esta basta información se identificó claramente que existía una necesidad de los pacientes y de

los nutricionistas para poder acceder a ellos, de mantenerlos en sus tratamientos y que entre consultas tengan cierto tipo de acompañamiento, ya que la comunicación por WhatsApp o correo electrónico, herramientas que actualmente utilizan crea dificultades para comunicarse fluidamente.

Así mismo, el nutricionista recurre a varias aplicaciones y diferentes métodos para hacer las citas, llevar los datos del paciente, recordar eventos u otros temas. Por este motivo se llegó a la conclusión de crear una aplicación que les facilita el trabajo permitiendo gestionarlo de forma eficiente y con mejores resultados logrando facilitar la comunicación y la relación de los nutricionistas con sus pacientes, que la persona permanezca más tiempo preocupada por su salud y que sus inquietudes puedan ser resueltas ágilmente.

Personally es una aplicación tecnológica que propone una herramienta para los nutricionistas que aportará a que los pacientes estén más vinculados y conectados con el profesional. Uno de los objetivos de la aplicación es lograr que las personas permanezcan más tiempo en sus tratamientos y que puedan canalizar las dudas que le quedan después de cada consulta. Además, la aplicación brindará una serie de herramientas como agendamiento de citas, registro de controles de peso, recomendaciones de ejercicios, menús personalizados, comunicación directa entre el nutricionista y paciente, entre las más relevantes.

Al contar con todos estos beneficios en una sola herramienta se podrá satisfacer la necesidad que tiene el nutricionista en la actualidad para mejorar la atención con sus pacientes con un seguimiento completo y continuo por parte del profesional en nutrición. De esta manera la empresa colabora para que existan cada vez menos enfermedades en la población y por consiguiente el mejoramiento de la salud y calidad de vida de las personas tendrá como resultado una disminución de los gastos en el tema de salud para el estado, según informe de la secretaria Técnica Plan Toda una Vida, la ministra Gabriela Rosero señaló que, en el año 2015, la obesidad ocasiona un gasto de 3.000 millones de dólares (todaunavida.gob.ec, 2015) . Este proyecto propone una solución de mejora para la calidad de vida de las personas asociándose a profesionales que aportarán a que la alimentación y las enfermedades se reduzcan en la población. También con el

compromiso de buscar nuevas oportunidades de desarrollo de productos que sirvan para mejorar la calidad de vida de las personas.

Este proyecto está debidamente sustentado con el proceso de investigación de mercados que se efectuó y cuyos resultados han servido para la creación de Personally, que está dirigido al segmento de mercado de los nutricionistas del Gran Guayaquil, compuesto por Samborondón, Daule y Guayaquil, se ha desarrollado una estrategia de marketing y ventas acorde a los objetivos del negocio, sustentado debidamente en un presupuesto que cumple las expectativas financieras de los accionistas inversores.

7.1 Análisis de las C's

7.2 Contexto

Para el análisis del contexto se ha utilizado la herramienta PESTEL, el cual considera los factores: Políticos, Económicos, Socioculturales, Tecnológicos, Ecológicos, y Legales tal como se muestra en la Tabla 1

Tabla 1 - Análisis PESTEL

P	Político	<p>Las elecciones presidenciales del 2021 que se avecinan tienen al Ecuador a la expectativa del rumbo político que pueda tomar el país, además, que esto depende mucho de las políticas que tomen en cuanto a las leyes laborales, temas económicos, y otros temas importantes para el desarrollo del país.</p> <p>Así también, debido a la pandemia, el COE nacional, ha extendido la vigencia de la modalidad de teletrabajo en las instituciones de la Función Ejecutiva y desconcentradas hasta el 9 de febrero del 2021 en todas aquellas actividades, cuya naturaleza lo permita y será de responsabilidad de las máximas autoridades de cada institución asegurar la atención y prestación de servicios públicos con el objeto de evitar inconvenientes a la ciudadanía.</p> <p>La fecha de retorno y vigencia de esta resolución estará supeditada a una nueva evaluación de la plenaria del COE nacional. También, se exhorta a las autoridades de las demás funciones del Estado y del sector privado que acojan esta disposición. (Gestión de riesgos, COE, 2020)</p>
E	Económico	<p>La pandemia ocasionada por el Covid-19 ha traído como consecuencia un incremento en la frecuencia de compra online. Más de la mitad de los ecuatorianos reportó un incremento en su frecuencia de compra a partir de la emergencia del Covid-19.</p> <p>Las contingencias externas de la crisis han acelerado de manera forzada el incremento de las compras en línea. Las categorías de</p>

		<p>compras son principalmente en víveres y comidas preparadas, salud, tecnologías y educación.</p> <p>El cambio en la relación con el canal tradicional se verá afectado incluso posterior a la crisis, pues la mayoría de los ecuatorianos tienen la convicción que continuarán su relación en los canales electrónicos. (Cámara de Comercio electrónico, CECE, 2020)"</p>
S	Sociocultural	<p>Con la llegada de la pandemia, el ejercicio y el consumo de alimentos nutritivos son tendencia y se han convertido en una prioridad para mantener un sistema inmunológico fuerte, capaz de combatir los estragos de enfermedades como el covid-19. En el tema de la nutrición hay un esfuerzo por incluir frutas y vegetales.</p> <p>El uso de aplicaciones móviles se ha incrementado a todas las edades, ya sea para comprar víveres, comida ya preparada, y demás.</p> <p>En la actualidad las personas se ven obligadas a interrelacionarse por medio de videollamadas; así, como también ha incrementado la venta de productos o promoción de productos por medio de canales no tradicionales como lo son las redes sociales, y los influencers, quienes son la manera en que las personas se mantienen al día con las nuevas tendencias.</p> <p>El consumo de lo saludable, orgánico, y distintas maneras de mantenerse en forma, para cuidarse mejor</p>
T	Tecnológico	<p>La inversión en medios propios se concentra principalmente en la página Web, lo que permite inferir mayor énfasis en objetivos comerciales, respecto a estrategias de vinculación con los clientes en otros espacios virtuales como redes sociales. Mantener un acompañamiento y creación de contenido relevante en las redes también es una oportunidad para construir valor de marca en esta crisis.</p> <p>Las empresas advierten una disminución más aguda en sus ventas al superar la crisis, visualizando como objetivos prioritarios la gestión de sus canales virtuales y la reducción de su portafolio a categorías esenciales del área en la que compiten.</p> <p>Si bien, la crisis del COVID-19 ha tenido un impacto importante sobre las ventas en las organizaciones, sus canales digitales se han dinamizado por la restricción de movilidad, de forma que optimizar el servicio no presencial constituye una gran oportunidad para mantenerse operativos.</p> <p>En general, las empresas reportan una caída en sus ventas, las cuales atribuyen a causas que escapan de su control directo, tales como desempleo e incertidumbre que limita la disposición a la compra de lo estrictamente necesario. (Cámara de Comercio Electrónico, CECE, 2020)</p> <p>Casi el 100 por ciento de la población con necesidades de buscar alternativas para mejorar su calidad de vida, manejan herramientas que les puede facilitar información. Por ejemplo, los smartphones, son utilizados habitualmente para investigar por la facilidad que brindan de poseer información a la mano. También utilizan estos equipos para descargar aplicaciones y para realizar pagos con tarjetas de crédito o de débito.</p>

E	Ecológico	Existen tendencias a buscar consumir productos que cuiden el medio ambiente, por lo que crece el abanico de alternativas de productos naturales y orgánicos que son propicios para la elaboración de recetas apropiadas para el cuidado de la salud. Sintetizando, es una oportunidad unir el cuidado de la salud con el medio ambiente a través de información adecuada que le permita a los consumidores facilitar el conocimiento de la utilización de los productos.
L	Legal	De acuerdo con la constitución el Art. 322.- Se reconoce la propiedad intelectual de acuerdo con las condiciones que señale la ley. Se prohíbe toda forma de apropiación de conocimientos colectivos, en el ámbito de las ciencias, tecnologías y saberes ancestrales. Se prohíbe también la apropiación sobre los recursos genéticos que contienen la diversidad biológica y la agrobiodiversidad. Y en el Art. 350.- El sistema de educación superior tiene como finalidad la formación académica y profesional con visión científica y humanista; la investigación científica y tecnológica; la innovación, promoción, desarrollo y difusión de los saberes y las culturas; la construcción de soluciones para los problemas del país, en relación con los objetivos del régimen de desarrollo.

Fuente: Elaborado por los autores

7.3 Compañía

Personally, es una aplicación tecnológica, que funciona como un ecosistema digital, un ecosistema digital es un grupo de elementos que comparten plataformas digitales estandarizadas con un propósito de interés común, estos ecosistemas permiten interactuar a clientes y socios (Montoya) sobre el concepto de ecosistema digital. un ecosistema digital, que ayuda como herramienta de trabajo y comunicación entre los nutricionistas y nutriólogos con sus pacientes, cuyo beneficio es mejorar la comunicación, llevar un control personalizado de los pacientes con acceso rápido y eficiente. La fortaleza es la facilitación de uso para el nutricionista y el paciente.

Para una mejor comprensión sobre los factores internos y externos que afectan a la empresa se ha desarrollado un análisis FODA con el fin de profundizar la contextualización de la compañía tal como se muestra en la *Figura 1*.

Figura 1 – Análisis FODA



Fuente: Elaborado por los autores

7.4 Cliente

Ante la nueva realidad de mejorar el acceso a la comunicación y la necesidad de mantener un mejor nivel de salud desde toda perspectiva del ser humano. Se ha considerado como clientes a los nutricionistas de la zona urbana del gran Guayaquil (Guayaquil, Daule y Samborondón), altamente capacitados, que buscan una mayor interacción con sus pacientes, a quienes desea darles total atención y calidad de servicio, además de estar siempre a la vanguardia tecnológica de herramientas necesarias que le permitan trabajar con mayor responsabilidad y autonomía. Considerando que la herramienta tecnológica ofrece el beneficio de control y manejo de los pacientes.

7.5 Colaboradores

Para el desarrollo del proyecto se contó con la participación de especialistas tanto en alimentación como en la guía de las actividades físicas que requiera cada persona, se trabajó en conjunto con la asociación de nutricionistas del Ecuador para conseguir información relevante,

además de conocer sus necesidades y establecer planes de colaboración. También se realizó una alianza con una empresa que desarrolla la aplicación y a su vez brinda el soporte para el mantenimiento.

7.6 Competidores

De acuerdo con la investigación de mercado realizada, no existe una aplicación que ofrezca a los nutricionistas los beneficios de una herramienta tecnológica como Personally lo tiene. Sin embargo, existen otras aplicaciones que se las considera como competencia indirecta que son herramientas que en la actualidad ayudan al nutricionista en el manejo y control de sus pacientes como Word, Calendary y el correo electrónico, entre otras. Como se describen a continuación en el cuadro de competencia según la *Tabla 2*.

Tabla 2 – Cuadro de competencias

Aplicación	Usuario	Breve descripción
My Fitness Pal app	Paciente	Contador de caloría con seguimiento de los nutrientes de los alimentos
Fat Secret	Paciente	Sirve para buscar información nutricional
My Plate Calorie Tracker	Paciente	Se ingresan los datos básicos de la persona y se realiza un seguimiento de los alimentos a consumir con cada comida
MyNetDiary	Paciente	Contiene información nutricional, y ayuda a controlar los niveles de glucemia y colesterol
Word	Nutricionista	Paginas digitales en el cual se llevan las fichas de los pacientes
Calendary	Nutricionista	Ayuda al nutricionista a agendar las citas de sus pacientes

Fuente: Elaborado por los autores

8 OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS DEL PROYECTO

8.1 Objetivo General

Proveer de una aplicación móvil que ayude a los profesionales en nutrición para el manejo de sus pacientes, que genere eficiencia en los tratamientos y sirva para disminuir los problemas de salud causados por la mala alimentación

8.2 Objetivos Específicos

- Facilitar a los nutricionistas un ecosistema digital.

- Desarrollar una aplicación que permita a los nutricionistas conectar y administrar a sus pacientes de forma ágil y eficiente.
- Generar ingresos económicos por la venta de la aplicación a los nutricionistas.
- Colaborar a través de una herramienta digital a mejorar la calidad de vida de las personas.

9 DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

El modelo de Personally, se basa en el desarrollo de una aplicación que pueda brindar a los nutricionistas un ecosistema digital en el cual puedan mejorar la atención de sus pacientes, llevando un mejor control, y la comunicación con ellos.

Los servicios de esta aplicación serán cobrados a los nutricionistas de acuerdo con el plan que se ajuste más a sus necesidades, y sus pacientes tendrán el acceso de la plataforma como beneficio de su atención.

9.1 GERENCIA: DESIGN THINKING

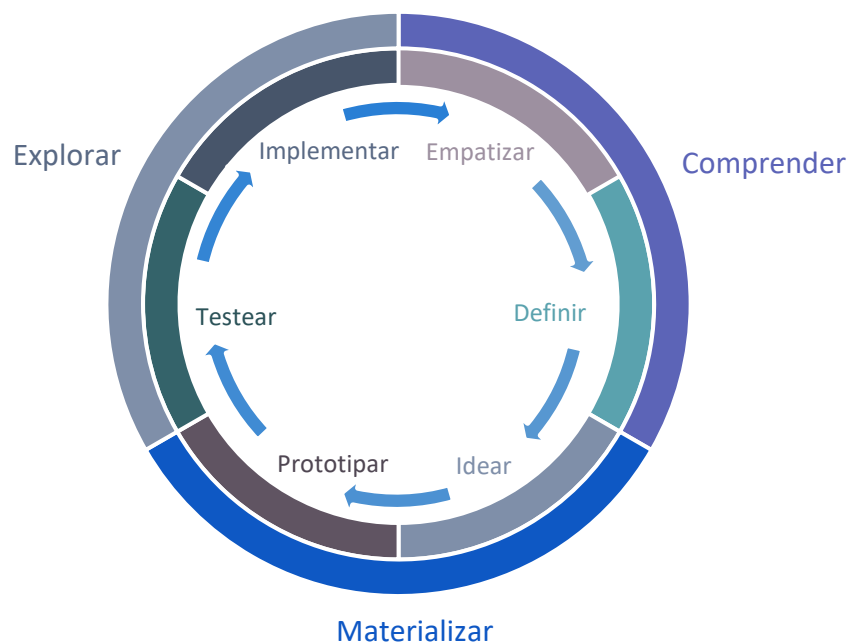
Design Thinking, es una metodología que busca encontrar la solución a las necesidades reales de los usuarios por medio de la generación de ideas innovadoras. Para esto, utiliza herramientas inherentes a la profesión de diseño. Descompone el problema en pequeñas partes y lo analiza de manera empática. Esto es posible desafiando suposiciones, y redefiniendo los problemas. Es necesario equipos de trabajo motivados multidisciplinario para poder abordar el problema desde varios aspectos, este trabajo colaborativo, permite observar el problema desde diferentes perspectivas y proponer gran cantidad de ideas como nuevas soluciones. Design Thinking puede aplicarse prácticamente en cualquier área, y en general sirve para:

- Resolver de problemas de forma creativa e innovadora
- Diseñar y desarrollar productos o servicios
- Rediseñar procesos de negocios
- Emprender y crear empresas (Startups)
- Crear un Plan B de vida

- Diseñar o crear una presentación de negocios
- Diseñar cursos virtuales u online

El Design Thinking sigue un ciclo continuo general compuesto por: Comprender, Materializar y Explorar, dentro de estas tres grandes etapas encontramos seis fases: empatizar, definir, idear, prototipar, testear o probar e implementar, como lo mostramos en la Figura 2 (Gibbons, 2016).

Figura 2 – Proceso de Desing Thinking



Fuente: Design Thinking 101

9.1.1 Empatizar

La empatía se define como la intención de comprender los sentimientos y emociones, intentando experimentar de forma objetiva y racional lo que siente otro individuo. (Significados.com, 2018)

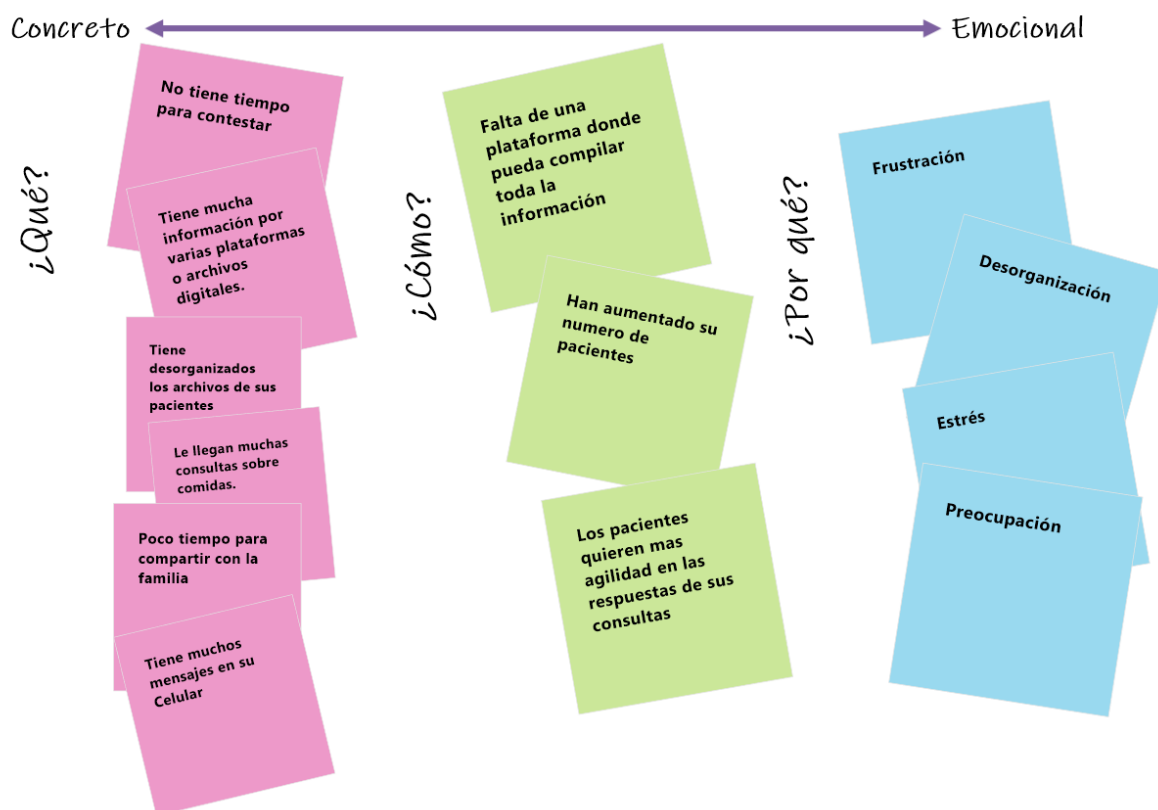
La empatía es la base del proceso de Design Thinking, ya que está centrado en las personas o usuarios. En esta fase se busca tener una profunda comprensión de las necesidades de los usuarios sobre el problema, es decir, ponerse en los zapatos de los clientes.

9.1.1.1 Mapa ¿Qué? ¿Cómo? ¿Por qué?

Para empezar el proceso de Design Thinking, es necesario empezar a empatizar con los clientes realizando observaciones que eliminen las asunciones, buscar los factores adyacentes que impulsen los comportamientos y las necesidades de los clientes. Al encontrar dichas necesidades y comportamientos conducen a un diseño exitoso.

En "Qué", se registran los detalles, no suposiciones, de lo que ha sucedido. En "Cómo", se analiza cómo la persona está haciendo lo que está haciendo, y finalmente, en "Por qué", se hacen conjeturas fundamentadas sobre las motivaciones y emociones de la persona. (Mortensen, 2020) Para poder elaborar el mapa de empatía, hemos investigado sobre los nutricionistas del Gran Guayaquil, sus necesidades de acuerdo con lo mostrado en Figura 3.

Figura 3 - ¿Qué? ¿Cómo? ¿Por qué?



Fuente: Elaborado por los autores

9.1.1.2 Mapa de empatía

Los mapas de empatía aportan información clave sobre los proyectos. Son utilizados instrumentos colaborativos utilizados para imaginar quien es el usuario final a través de una serie de

preguntas, además que se considera el entorno de la persona imaginaria se mueve y cuáles son los aspectos que los llevan a tomar una decisión u otra. (Zamora, 2019)

Figura 4 – Mapa de empatía



Fuente: Elaborado por los autores

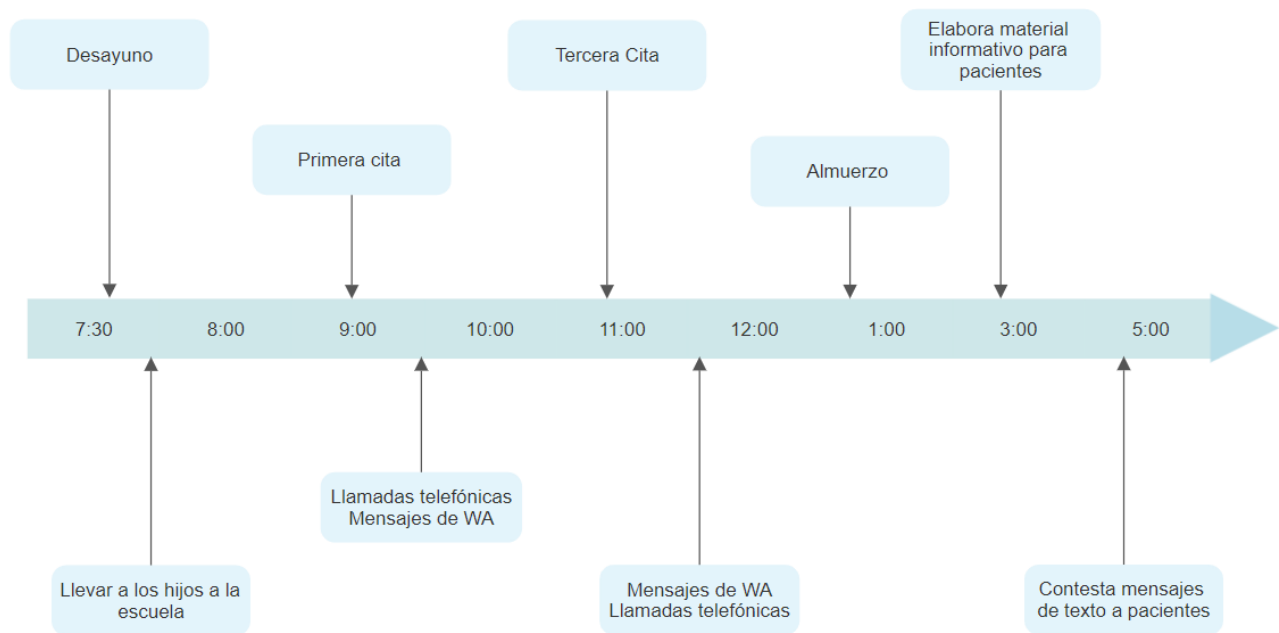
9.1.1.3 Mapa de trayectoria

Otra de las herramientas utilizadas para empatizar con los clientes es el mapa de trayectoria, ya que mejora el proceso de entendimiento pensando sistemáticamente sobre los pasos e hitos del proceso. Para esto se diagrama que capture las múltiples observaciones en una línea de tiempo.

(Frías, 2013)

Para el mapa de trayectoria se ha incluido un timeline del día del nutricionista observado la jornada del día de una nutricionista, se ha corroborado las actividades diarias, y se ha realizado un timeline de este, como se muestra en la Figura 5.

Figura 5 – Mapa de Trayectoria



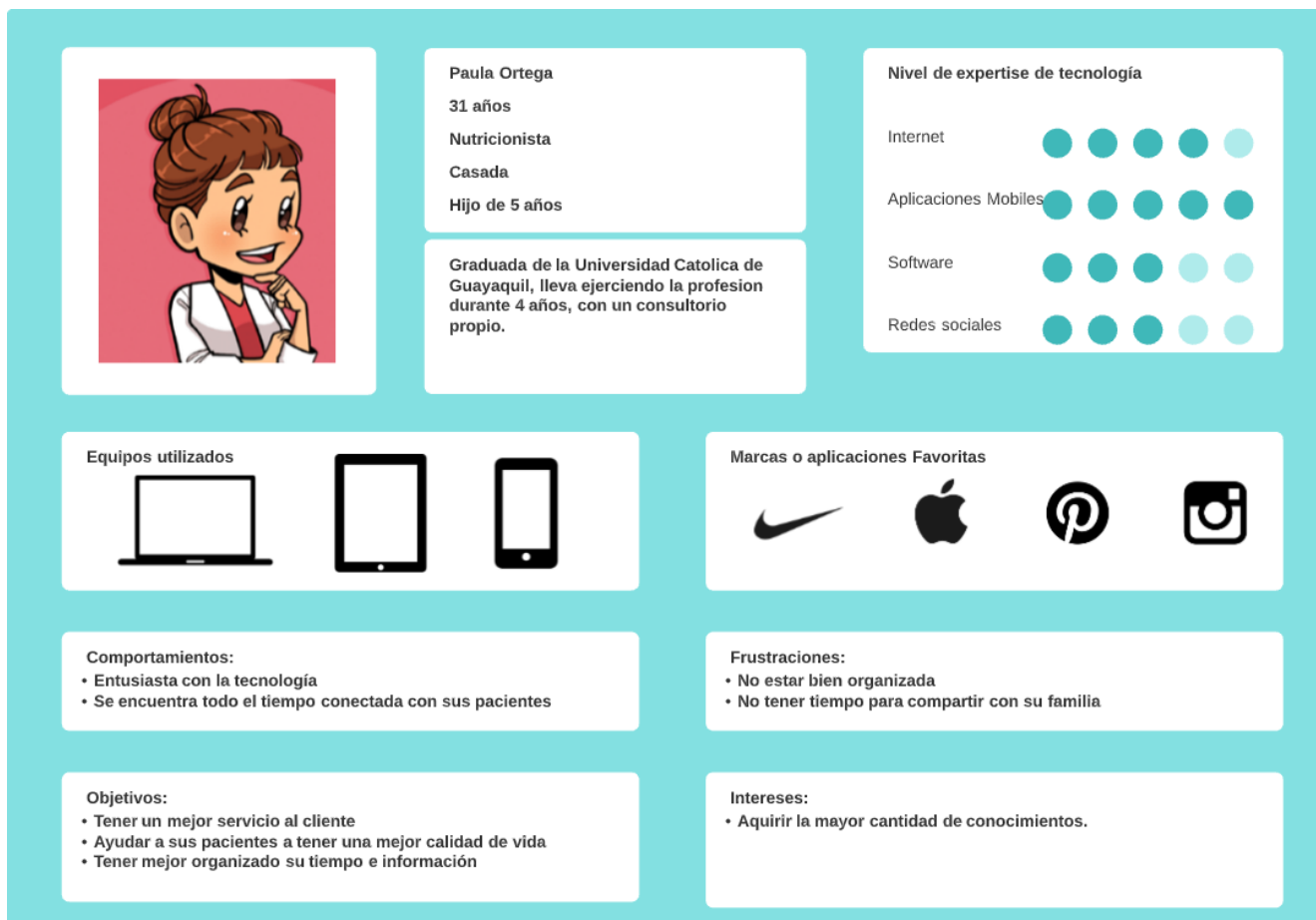
Fuente: Elaborado por los autores

9.1.2 Definir

La segunda etapa del proceso de Design Thinking, está enfocada en la definición del problema en sí. En esta fase, se reúnen todos los datos recolectados en la fase de empatía, y se empieza a comprenderlos. ¿Qué dificultades y barreras enfrentan sus usuarios? ¿Qué patrones observas? ¿Cuál es el gran problema de usuarios que su equipo necesita resolver? Al final de la fase de definición, tendrá un enunciado claro del problema. (Stevens, 2020)

Para esta fase se ha identificado un User Persona como una nutricionista de 31 años, casada con un hijo de 5 años, y se definen los comportamientos, necesidades, e intereses, tal y como se muestra en la Figura 6.

Figura 6 - User persona



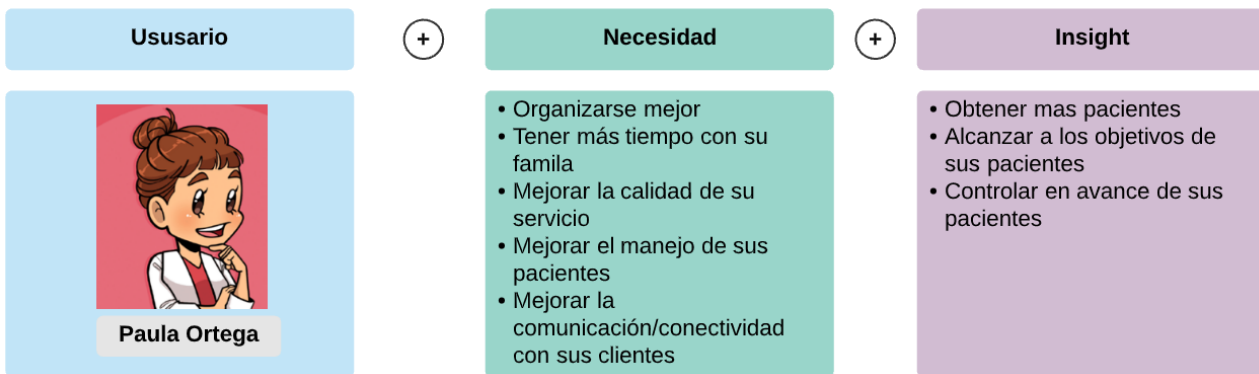
Fuente: Elaborado por los autores

9.1.2.1 Mapa Usuario + Necesidad + Insight

En esta fase se definen los “Points of View” (POV), estos son los pilares sobre los que se va a construir toda la creación de esta idea. Definir es probablemente la fase más difícil del proceso de Design Thinking, ya que se deben encontrar los “Insights”, y para esto es necesario utilizar la intuición. Los insights son al fin y al cabo “revelaciones” encontradas a partir de la observación llevada a cabo en el Proceso de Empatía. Y como tales nos permiten encontrar focos de acción a partir de los cuales empezar a generar soluciones. (Design Thinking España, 2019)

Se ha realizado un mapa de POV, en el cual se definen objetivamente las necesidades de nuestro User Persona como lo mostramos en la Figura 7.

Figura 7- Usuario + Necesidad + Insight



1. ¿Como se podría mejorar la efectividad de los nutricionistas?
2. ¿Como se puede ayudar en la interacción/conectividad nutricionista- paciente?
3. ¿Como ofrecer una herramienta de organización para el nutricionista?
4. ¿Como ayudar al nutricionista a obtener mejor seguimiento de su paciente?

Fuente: Elaborado por los autores

9.1.3 Idear

En esta fase del proceso de Design Thinking se genera ideas sobre los insights encontrados en la fase de definición. Es generalmente conocida como la etapa más emocionante del proceso ya que se basa en idear la mayor cantidad de ideas que el equipo pueda filtrar y eliminar para dejar solo las más innovadoras para recolectar las que mejor resuelvan el o los problemas del cliente o User Persona.

Para esta etapa el equipo de Personally realizó una lluvia de ideas.

9.1.3.1 Brainstorming

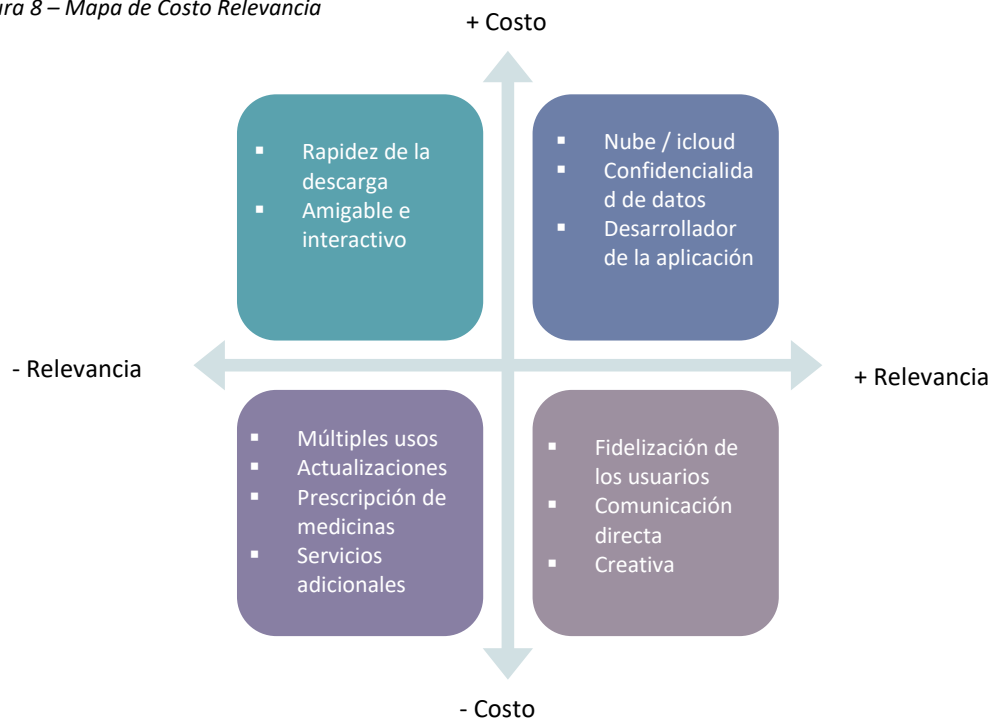
Brainstorming o lluvia de ideas es una metodología utilizada por los equipos de diseño para resolver problemas claramente definidos. Para que el proceso de Brainstorming funcione adecuadamente, el proceso debe ser en un ambiente democratizado, donde todos los participantes puedan emitir sus opiniones de una manera abierta y debe tener un tiempo de duración determinado.

En este proceso, el equipo genero diferentes modelos de negocios. Dentro de las ideas que se encontraron fue una aplicación que aligere la carga de los nutricionistas como un nutricionista de bolsillo para que puedan usarla de soporte sobre su consulta, un contador de calorías sobre los

menús de restaurantes locales, un blog para personas que estaban asistiendo a nutricionistas y que ayude a comunicar sobre sus dudas. Dentro de los nombres que se pensaron para la aplicación estaban NutriApp y Personally.

9.1.3.2 Mapa de costo / relevancia

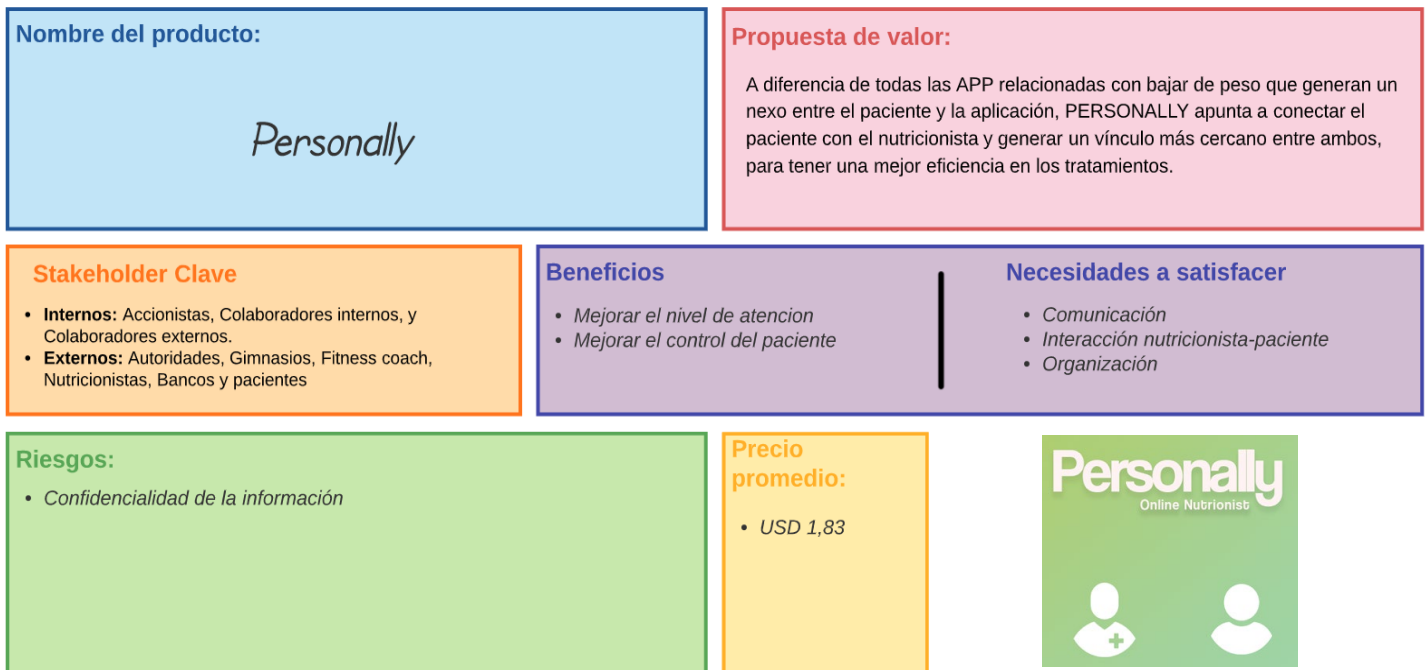
Figura 8 – Mapa de Costo Relevancia



Fuente: Elaborado por los autores

9.1.3.3 Poster de concepto

Figura 9 – Poster de concepto



Fuente: Elaborado por los autores

9.1.4 Prototipar

Prototipar es la etapa experimental del proceso donde el equipo de diseño implementa las ideas tangibles del papel a la parte física. El equipo construye prototipos de diferente grado de fidelidad con el fin de testearlo y validarlos con los usuarios finales. Dentro de las ventajas de prototipar se encuentran:

1. Encontrar puntos de mejora, y darles a las partes interesadas una clara imagen de los beneficios del producto.
2. Puede adaptar los cambios temprano, evitando así comprometerse con una única versión y evitar altos costos debido a descuidos.
3. Mostrar el prototipo a sus usuarios finales para obtener comentarios que puedan ayudar a identificar qué elementos o variantes funcionan mejor o necesitan una revisión del diseño.
4. Proporcionar un sentido de propiedad a todas las partes interesadas, fomentando así la inversión emocional en el éxito final del producto.

5. Mejore el tiempo de comercialización minimizando la cantidad de errores a corregir antes del lanzamiento del producto.

(Interaction Design Foundation, 2020)

9.1.4.1 Proceso de prototipado

Para la elaboración del prototipo se requirió la ayuda de un programador con quien se conversó la idea de negocio y el proceso de este. Se realizó en una plataforma gratuita de nombre Marvelapp. Se puede encontrar el prototipo en:

[PERSONALLY – NUT SIGN UP \(marvelapp.com\)](https://marvelapp.com/PERSONALLY-NUT-SIGN-UP)

9.1.4.2 Diseño del prototipo

La aplicación cuenta con dos ambientes, una desarrollada para nutricionistas como lo veremos en la Figura 10.

Figura 10 – Ambiente de Nutricionista



Fuente: Elaborado por los autores

Así mismo como la idea de Personally es ayudar a la interacción nutricionista-paciente, la aplicación contará con el ambiente creado para pacientes como se muestra en la Figura 11.

Figura 11- Ambiente del paciente



Fuente: Elaborado por los autores

Uno de los objetivos de Personally es promover la interacción del nutricionista-paciente, contará con un ambiente común, el cual promoverá con intercambio de información entre el nutricionista-paciente tal como lo muestra en la Figura 12.

Figura 12 – Comunicación con el paciente



Fuente: Elaborado por los autores

Así mismo tenemos el ambiente de control, el cual ayuda al seguimiento de la actividad tanto física como de alimentación y de peso del paciente, como lo mostramos en la Figura 13.

Figura 13 - Seguimiento de planes



Fuente: Elaborado por los autores

9.1.5 Validar

Para poder crear productos de valor lo importante es enfocarse en la validación de la idea en sí. Erróneamente se cree que las ideas son el 80% del éxito de cualquier proyecto, pero en la experiencia no hay nada más alejado de la realidad, si realmente se desea transformar una idea en solución es necesario validar esta idea en usuarios reales. (Schelstraete, 2019)

9.1.5.1 Testeo del prototipo

“Las ideas son baratas, la ejecución es todo” (Sacca). Para esta fase se pueden utilizar varias herramientas, entre las cuales se encuentran:

- Grupo Focal
- Entrevista cualitativa
- Test cuantitativo
- Test de usuario

Para poder validar el prototipo, se ha resuelto en un grupo focal, enviar el enlace y solicitar a un grupo de nutricionistas a interactuar con la plataforma.

Al enviar el enlace, y que los futuros usuarios finales puedan tener con la experiencia del producto, pudieron interactuar entre ellos y conversaban sobre sus apreciaciones, experiencia, del producto, y potenciales mejoras al mismo.

En el grupo focal, además se pudo evidenciar la funcionalidad del ecosistema digital, y lo *user friendly* que era para cada nutricionista, y sus pacientes, confirmando que Personally cumpliría con su propuesta de valor que es la de ayudar a los nutricionistas a llevar un mejor control y manejo de pacientes.

9.1.5.1.1 Hallazgos

El aumento en la interacción del nutricionista-paciente, tiene también un impacto en la calidad de tiempo que el nutricionista pasa con su familia. Por lo que Personally además de mejorar la calidad de servicio que los nutricionistas prestan a sus pacientes, ayudara a ellos a llevar una vida más organizada en sus labores personales como profesionales.

9.1.5.1.2 Oportunidades de mejora identificadas

Dentro de las oportunidades de mejora encontradas tenemos:

- Un botón de pago, donde los pacientes puedan realizar el pago a sus nutricionistas.
- El peso no es un dato que se utiliza actualmente con los nutricionistas utilizan como punto de seguimiento, puesto que el objetivo es realmente mejorar la calidad de vida del paciente.
- Realizar alianzas con laboratorios que puedan incluir los datos de los exámenes de sangre, glucosa, entre otros en el perfil de los pacientes.
- Realizar paquetes por número de pacientes a incluir.
- Que pueda ser customizada a las necesidades de cada nutricionista.

9.1.5.1.3 Adaptación del prototipo

Después de tomar en cuenta las recomendaciones de los nutricionistas se validó la inclusión del botón de pago. Además, se ha considerado tener la opción de customizar los datos solicitados en las fichas técnicas de acuerdo con la necesidad del nutricionista. También, se adaptó el slogan de Personally ya que la experiencia principal de lo nutricionista fue que iba a acompañarlos a todo lado,

ya que era un organizar de bolsillo especializado para su profesión. Por lo que el slogan que antes era: *tu nutricionista de bolsillo*, paso a ser: *¡Siempre, siempre a tu lado!*

Realizar alianzas con laboratorios no se ha considerado incluir en esta fase del proyecto.

9.2 GERENCIA: ESTUDIO DE MERCADO Y PLAN DE MARKETING

9.2.1 Estudio de Mercado

Se ha realizado un estudio de mercado para poder determinar si la propuesta de negocio tendrá posibilidades de ser exitosa y permita realizarla dentro del mercado que esperamos trabajar. El estudio de mercado “consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización. (Kotler, Bloom, & Hayes, 2004)

9.2.1.1 Investigación de mercado

La investigación de mercado ayudo a determinar que los nutricionistas utilizaban diferentes herramientas para ejecutar su trabajo. Esto consumía mucho de su tiempo y en muchos casos impedía poder realizar su trabajo con eficacia. La investigación evidencio la oportunidad de realizar una aplicación que les permita integrar estas diferentes herramientas en una sola.

La investigación de mercados se define como “el proceso objetivo y sistémico en el que se genera la información para ayudar en la toma de decisiones de mercado. Este proceso incluye la especificación de la información, la administración y la ejecución de la recopilación de datos, el análisis de los resultados y a la comunicación de las metas y sus implicaciones. (Zikmund & Babin, 2008)

9.2.1.1.1 Objetivo General

Evaluar la aceptación de una aplicación móvil que ayude a los profesionales de nutrición en el manejo de sus pacientes.

9.2.1.1.2 Objetivos Específicos

- a. Determinar los canales por los cuales los nutricionistas se promocionan para obtener más pacientes.

- b. Conocer los medios a través de los cuales los nutricionistas y nutriólogos manejan sus pacientes
- c. Conocer la cantidad promedio de pacientes que atienden los nutricionistas y nutriólogos.
- d. Conocer la frecuencia son atendidos los pacientes por los nutricionistas y nutriólogos.
- e. Conocer las herramientas con las que los nutricionistas manejan los datos de sus pacientes.
- f. Determinar las necesidades clave que los nutricionistas más valoran para el uso de la aplicación.
- g. Identificar el valor que estarían dispuestos a pagar nuestro mercado objetivo por el uso de la aplicación.

9.2.1.1.3 Población

Se calcula que el 20% de la población del Ecuador se encuentra concentrada en el Gran Guayaquil, que se define como Guayaquil, Samborondón y Daule; por lo que se identificó la misma densidad de nutricionistas, llegando a tener 2800 nutricionistas. (Instituto Nacional de Estadística y Censos)

Tabla 3 – Demografía del Gran Guayaquil

Cantones	Hombres	Mujeres	Total
Daule	60,195	60,131	120,326
Guayaquil	1,158,221	1,192,694	2,350,915
Samborondón	33,502	34,088	67,590
Total	1,251,918	1,286,913	2,538,831

Fuente: Elaborado por los autores

Tabla 4 – Calculo de la población

Profesionales de nutrición	9.000	dato del ANNE
Por incorporarse en el 2019	5.000	dato del ANNE
	14.000	
Población del Gran Guayaquil	3.34	Millones de habitantes
Porcentaje que representa el Gran Guayaquil en Ecuador	20%	Guayaquil, Daule y Samborondón
Numero de nutricionistas en el Gran Guayaquil	2.800	representa el 20% de la población

Fuente: Elaborado por los autores

9.2.1.1.4 Muestra

Para el cálculo de muestra se tomó la información que se encuentra en la Asociación Nacional de Nutricionistas del Ecuador, la cual tiene afiliación de 9000 nutricionista y un cálculo de 5000 nutricionistas por incorporarse en el 2019.

Figura 14 – Calculo de Muestra

The screenshot shows the Adimen website's sample calculator. The header includes the Adimen logo and navigation links: INICIO, CONÓCENOS, SERVICIOS, NOTICIAS, DOCUMENTACIÓN Y RECURSOS, CONTACTO. A search bar is also present. The main content area is titled 'Calculadora de muestras' and has two tabs: 'Cálculo de error muestral' and 'Cálculo de tamaño muestral'. Below the tabs, it prompts the user to 'Introduce el Tamaño del universo y el Margen de error máximo que esperas cometer (en porcentaje):'. The input fields show 'Universo' as 2800 and 'Margen de error' as 8%. A 'Calcular' button is next to the margin field. Below the inputs, the result is displayed: 'Tamaño muestral para un Nivel de confianza del 95% es 164'.

Fuente: Pagina Web de Adimen

Para el cálculo de la muestra se utilizó una calculadora de muestra online de la asesoría económica de marketing considerando una población de 2800 nutricionistas, y con un 8% de margen de error, y 95% de grado de confianza, se tienen que realizar 164 encuestas a nutricionistas y/o nutriólogos.

9.2.1.1.5 Diseño de la Investigación

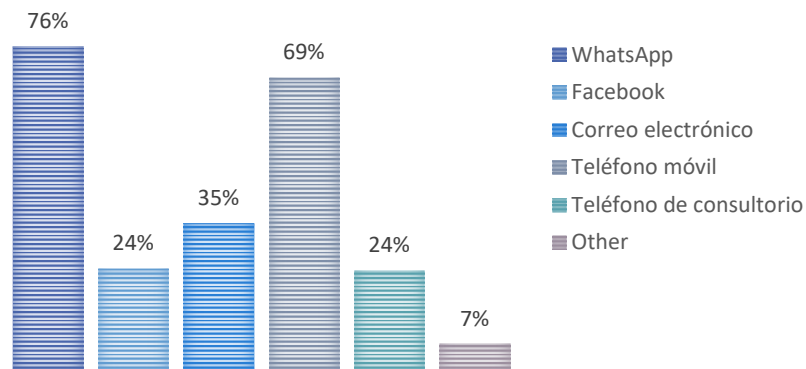
Se realiza una investigación de mercado mixta con un diseño descriptivo, además tendrá enfoque cualitativo y cuantitativo. Se realiza entrevistas a profundidad, 2 grupos focales de nutricionistas y encuestas a 164 nutricionistas y nutriólogos en el gran Guayaquil, ambas en la zona urbana.

9.2.1.1.6 Desarrollo de Técnicas de Investigación

Para un completo desarrollo de la investigación se elaboraron encuestas, entrevistas de profundidad y grupos focales.

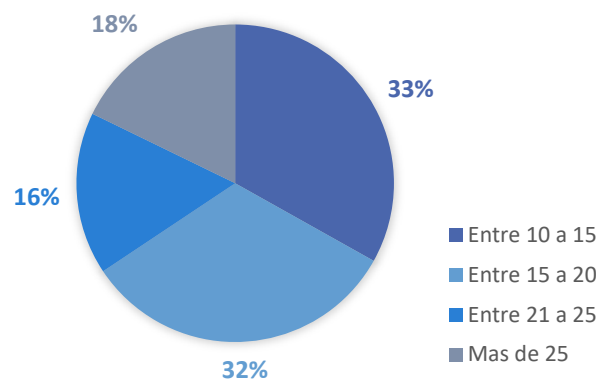
A continuación se detallan los resultados de las encuestas:

Pregunta 1: ¿Qué herramientas utiliza actualmente para agendar una cita?



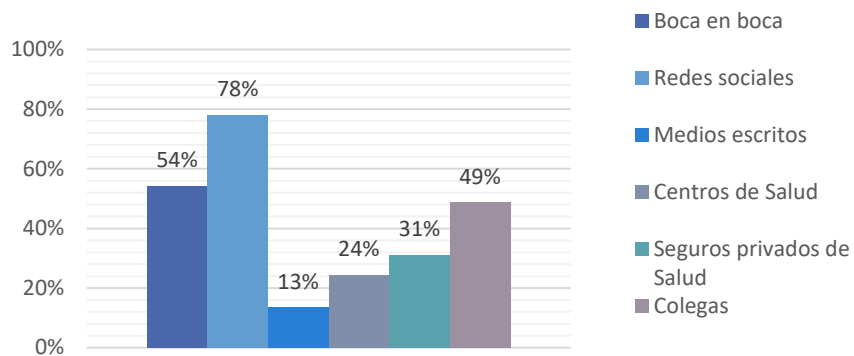
Se encuentra que en su mayoría los encuestados utilizan WhatsApp y Facebook como medios principales para agendar citas.

Pregunta 2: En promedio, ¿Cuántos pacientes atiende al mes?



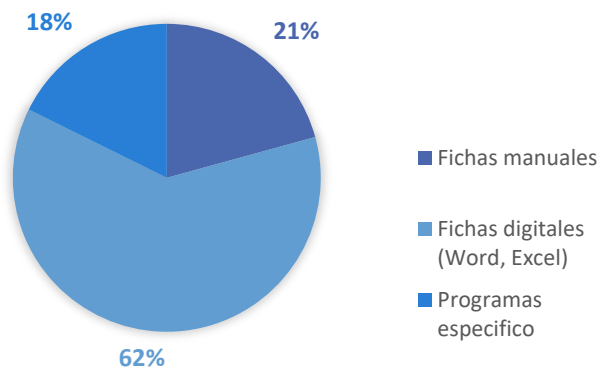
Se encontró que el 33% de los encuestados atienden entre 10 a 15 pacientes mensual y un 32% entre 15 y 20 pacientes al mes.

Pregunta 3: ¿Selecciones los tres principales medios por los cuales se promociona a sus pacientes



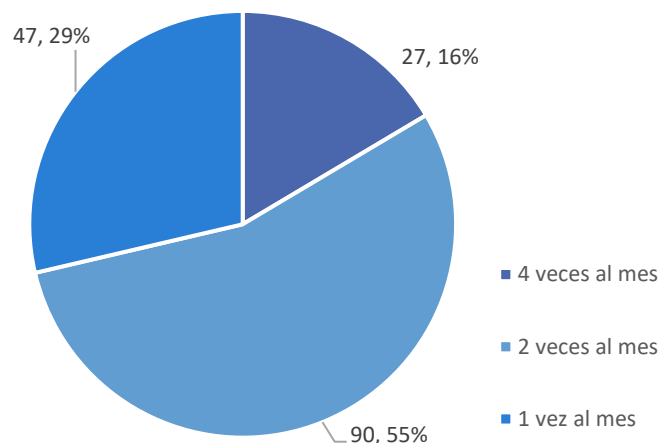
Los encuestados promocionan sus servicios en mayormente en redes sociales. El boca a boca le sigue con un 54%.

Pregunta 4: ¿Qué herramientas utiliza para llevar un control del paciente?



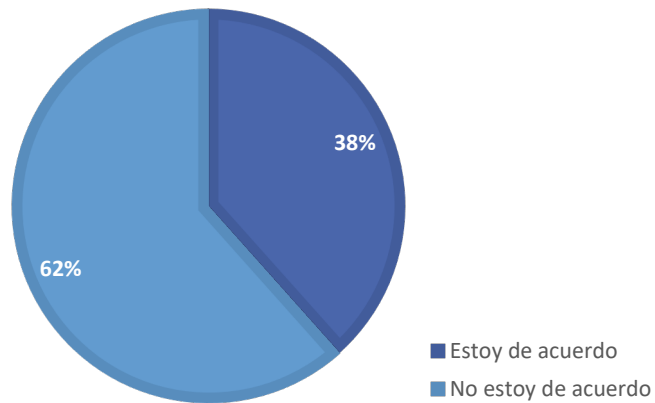
El 62% de los encuestados sostuvieron que dependían de fichas digitales tales como Excel, Word, entre otros. Apenas el 21% se mantienen usando fichas manuales.

Pregunta 5: ¿Con que frecuencia atiende a sus pacientes?



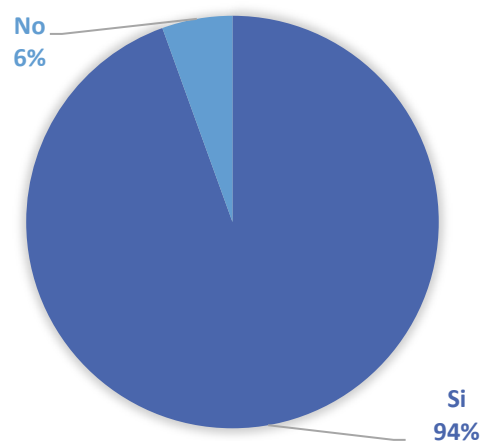
Aproximadamente el 90,55% de los encuestados recibe al menos 2 veces por mes consultas con sus pacientes.

Pregunta 6: ¿Cree usted que las aplicaciones nutricionales existentes han desplazado la atención profesional de la salud?



Aunque algunos nutricionistas mencionaban a las aplicaciones de nutrición actuales como posibles competidores. El 62% no estaba de acuerdo y mencionaban que no los había afectado.

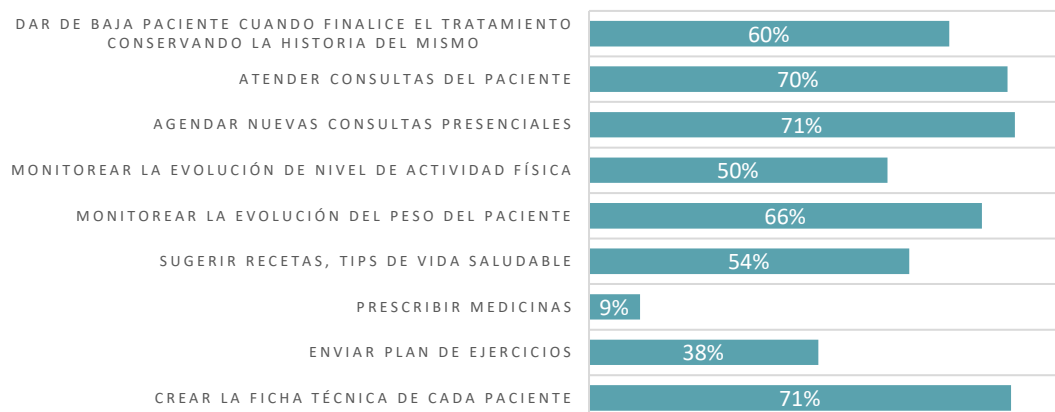
Pregunta 7: ¿Considera que una aplicación móvil les ayudaría al manejo y seguimiento de sus pacientes?



El sí lidero esta pregunta dando luz verde al proyecto propuesto. El 94% de los encuestados entraron una necesidad de tener un software para el manejo de sus pacientes.

Pregunta 8: Qué tan importante es que una aplicación móvil que cuente con:

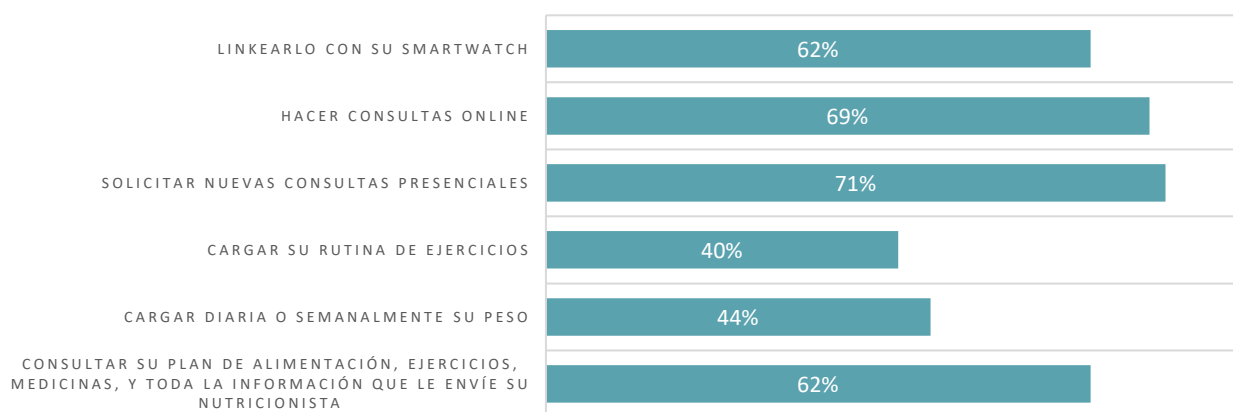
Califique del 1 al 5 dependiendo la importancia, siendo 1 menos importante y 5 más importante



Atender consultas del paciente, agendar consultar y crear fichas técnicas cuentan como las funciones más necesarias para los nutricionistas. Prescribir medicinas se encontraba entre las menos deseadas.

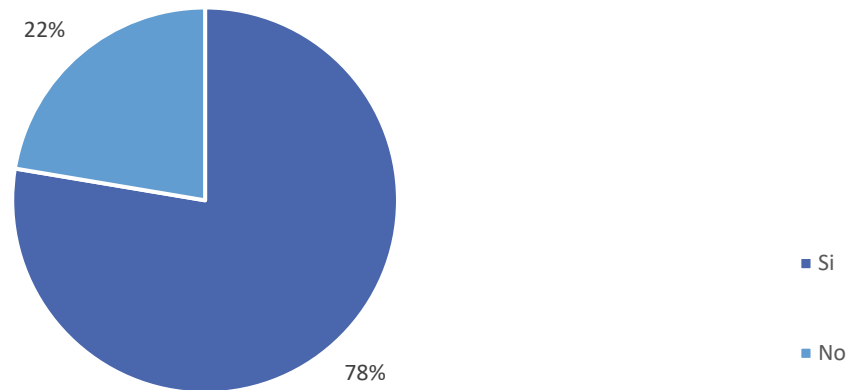
Pregunta 9: Considera importante que su paciente pueda compartir la siguiente información:

Califique del 1 al 5 dependiendo la importancia, siendo 1 menos importante y 5 más importante



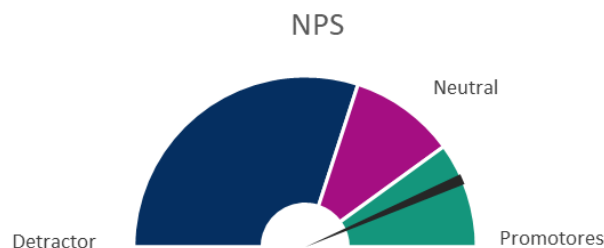
Los 3 puntos más importantes que debía incluir la aplicación son: emparejarlo con su reloj inteligente, hacer consultas online y solicitar citas.

Pregunta 10: ¿Qué opina de pagar 2 dólares por paciente por mes por una aplicación que contenga lo antes descrito?



Los nutricionistas encuestados encontraron factible pagar USD2.00 por paciente.

Pregunta 11: ¿Que tan probable es que recomiende el uso de esta aplicación a sus colegas?



Los nutricionistas comentaron que recomendarían la aplicación a todos sus colegas.

Pregunta 12: ¿Cuál es tu campo de especialidad?

En este campo destacan los nutricionistas clínicos y los nutricionistas estéticos.

Entrevistas:

Se desarrollaron 3 entrevistas de profundidad a expertos para obtener información relevante que ayude a tomar decisiones acertadas y adecuadas para el logro de los objetivos de la investigación.

Tabla 5 – Datos entrevista 1

Entrevista No. 1	Entrevistado: Xiomara Bajaña
Fecha: 20 de febrero 2021	Profesión: Nutricionista
Cargos y experiencia: Presidente de la Asociación de nutricionistas del Guayas	

Fuente: Elaborado por los autores

Para la entrevistada el principal motivo por el cual sus pacientes acuden a ella es por salud. Muchos de ellos vienen con diferentes tipos de enfermedad y a su vez con obesidad. En su mayoría estos pacientes entienden que los alimentos hacen la diferencia.

Ella utiliza varias valoraciones entre ellas una bioquímica completa. Busca educar a sus pacientes en su nutrición y su tratamiento dura 6 meses. En su experiencia los pacientes se aprenden sus recetas y se dan de alta del programa. Otros solo generan consultas por teléfono.

Esta nutricionista opera en milagro, cobra \$30 en su consultorio y \$50 a domicilio. Ella considera que este es el promedio por paciente en esta ciudad. Ella menciona que no maneja tantos pacientes como otros, pero alrededor de 9 pacientes semanales. Es decir que atiende 36 pacientes mensuales.

Ella utiliza un programa que se llama ACP Nutrición que compro de una compañía mexicana pero aparte usa otro para valoración y arma las carpetas de cada paciente en físico. Menciona que gracias a la pandemia la gente ha incrementado su necesidad de comer saludable y esto hace que ellos busquen nutricionistas.

Ella hace citas presenciales a pesar del covid-19 y menciona que es porque tiene todas las normas de bioseguridad. Ella promociona sus servicios principalmente en redes sociales, WhatsApp, Facebook, Instagram y Twitter.

Al recibir información sobre Personally y que funciones tendría se mostró muy contenta. Menciona que sería muy buena para ella y que le parecía sería muy útil a su trabajo puesto que le permitiría estar más pendiente de sus pacientes.

Tabla 6 – Datos entrevista 2

Entrevista No. 2	Entrevistado: Ariana Noblecilla
Fecha: 16 de febrero 2021	Profesión: Nutricionista
Cargos y experiencia: Nutricionista Clínica	

Fuente: Elaborado por los autores

La entrevistada menciona que los pacientes no acuden a los nutricionistas porque desconocen sus funciones y su rol en la alimentación. Piensan que no los pueden ayudar y por eso acuden a doctores para conocer sobre el tema. también considera que muchos pacientes consideran que es costoso. Ella cobra USD30 la consulta y estima que lo normal es entre USD30 y USD50 pero que hay algunos que cobran USD15.

En su experiencia los pacientes acuden a los nutricionistas cuando han sido derivados por un doctor o para bajar de peso. 90% acuden cuando ya tienen una patología y un 10% por sobrepeso. Menciona que las inquietudes más comunes son los semáforos de los alimentos. La importancia de ciertas comidas y el tipo de actividad física. Menciona que normalmente los pacientes se quedan entre 3 y 6 meses.

Ella indica que ve el software como algo genial y no lo considera competencia porque sirve para hacer algo positivo. Piensa que le ayudaría a atraer pacientes. Promociona sus servicios por redes sociales Facebook e Instagram y de manera verbal.

Tabla 7 – Datos entrevista 3

Entrevista No. 3	Entrevistado: Cristina Bajaña
Fecha: 29 de enero 2021	Profesión: Nutricionista
Cargos y experiencia: Nutricionista en el Hospital Guayaquil	

Fuente: Elaborado por los autores

La entrevistada explica que la mayoría de sus pacientes la buscan para bajar de peso, luego para aprender a comer, y finalmente para corregir o tratar una enfermedad. Tiene muchos pacientes que acuden a ella y la consultan de varios temas relacionados con sus respectivas enfermedades. Muchos tienen preguntas de cómo preparar sus alimentos en poco tiempo. Algunos consultan sobre qué elementos necesitan para cocinar sus alimentos.

Ella considera que los pacientes se mantienen asistiendo a los programas un promedio de 3 meses. En su experiencia muchas veces los pacientes desertan por falta de dinero. También hay factores emocionales y ella los motiva a continuar así no sea perfecto.

Sus consultas tienen un valor de USD40 y no conoce los precios de sus colegas. Ella maneja alrededor de 40 a 50 pacientes mensuales. Usa Excel para registrar a sus pacientes, no cuenta con programas de nutrición. Usa Dropbox para almacenar todos sus datos y con esto puede acceder desde su celular. Considera que la pandemia incremento sus pacientes pero cuando normalizo pues volvió a lo habitual.

Usa muchas referencias para captar clientes y recomendaciones de sus servicios por medio de sus pacientes. También por medio de familiares y redes sociales. Al ser informada de los beneficios de Personally se sintió interesada si le podía ayudar a controlar la evolución del paciente. Le encantaría la aplicación siempre y cuando tenga las herramientas que se prometen. Sugiere que la aplicación tenga recordatorios. No le gusto el nombre porque no lo relaciona con nutrición. No ve el valor de los pacientes caro pero si sugiere que se cobre dependiendo de la cantidad de pacientes. Sugiere que se tenga un rango de costos.

Grupo Focal a familiares del segmento

Fecha: 12 febrero 2021, 18:00

Lugar: Mediante Skype

Moderador: Diana Arellano.

La transcripción del grupo focal y resultados se encuentran en los anexos. (Anexo 3)

Tabla 8 - Datos de participantes de grupo focal

Nombre	Sector del Consultorio	Estado Civil	Edad
Susi Corral	La Garzota	Casada	35 años
Estefanía Valle	Alborada Sexta Etapa	Casada	33 años
Nelly Quintanilla	Ciudadela 9 de octubre	Soltera	45 años
Tatiana Landeta	Alborada	Casada	52 años
Katherine Guerra	Kennedy Norte	Soltera	38 años

Fuente: Elaborado por los autores

9.2.1.1.7 Resultados de la investigación

Se realizaron varias entrevistas en las que se evidenció que los nutricionistas se encuentran colapsados de mensajes en sus teléfonos móviles, debido a todas las consultas que sus pacientes realizan diariamente y a diferentes horas del día. Para atender de manera más eficiente, necesitan alguna herramienta tecnológica que les permita gestionar de mejor manera sus consultas, agendar nuevas citas y realizar un control de la evolución con mayor seguimiento.

También, existe una evidente alza de pacientes a raíz del COVID-19, ya sea debido a la cuarentena porque la gente aumento de peso a causa de la falta de actividad física rutinaria o mala alimentación, o incluso el aumento de patologías en la que los doctores han sugerido que una mejor alimentación pueda resolver los síntomas.

En conclusión, debido al COVID-19, los nutricionistas han tenido un incremento representativo en el número de pacientes y consultas. Se han visto obligados a innovar en la forma de atender al paciente, y buscar soluciones que les ayude a tener en una sola herramienta la información que les permita llevar mejor control.

En las encuestas realizadas a 164 nutricionistas, se encontró que el 94% de ellos considera que una aplicación es una herramienta que les ayudaría al mejor manejo de sus pacientes, considerando lo que también fue visto en los grupos focales y en las entrevista esto es debido, como ya se ha mencionado antes, los nutricionistas tienen saturados sus WhatsApp y correos electrónicos, así mismo se corrobora ya que son los medios más utilizados por estos profesionales para conectarse con sus pacientes.

Además, se observa que a pesar de que los nutricionistas atienden a sus pacientes dos veces al mes presencialmente, sin embargo, de acuerdo con lo mencionado en las entrevistas y en los grupos focales las consultas de los pacientes son diarias y a toda hora, mayormente cuando salen de compras en los supermercados y están comiendo en algún restaurante. Las fotos de sus comidas muy frecuentes y la mayor parte de las veces no es posible responder tan ágilmente debido a que se

encuentran en alguna actividad diaria, y esto dificulta muchas veces atender de manera más personalizada.

Otra de las hipótesis que se tiene es que debido al miedo de contagiarse de COVID-19 los pacientes habían quizás disminuido y habían optado por otro tipo de aplicaciones móviles que les permita tener un mayor control de los alimentos que consumen, sin embargo, en las encuestas realizadas ningún nutricionista concordó con esto, es más, en las entrevistas y en los grupos focales, se observó que es debido a la pandemia que han incrementado los casos en los cuales ellos han sido necesitados, ya sea por algún padecimiento, como diabetes, hipertensión, colesterol, triglicéridos.

Así mismo se realizó una revisión de las funcionalidades propuestas, y en todas se dio como resultado que la prescripción de medicinas es algo que no se realiza por medio de los nutricionistas, por eso fue peor calificada dentro de las funcionalidades de la Personally. Que se tiene que cambiar por la funcionalidad de realizar pagos como fue sugerencia en los grupos focales. Así mismo, se notó que los pacientes “van y vienen”, por lo que la opción de dar de baja sin perder la información es muy apreciada. Y con respecto a las funciones de los pacientes en su mayoría fueron aceptadas y nuevamente apareció la opción de realizar pagos.

Dentro de las opciones para los pacientes de mayor edad, no lo ven casi viable por ser una generación que no está familiarizada con la tecnología, pero en general se trata de una herramienta útil para la mayoría de los pacientes de los clientes.

En general la aplicación promete ser muy apreciada por los potenciales clientes y es una herramienta innovadora que propone solucionar los problemas de comunicación entre nutricionista pacientes. Así mismo, se ve potencial en que la aplicación pueda ser utilizada con otras ramas de la medicina, o incluso genere descuentos en gimnasios, suplementos alimenticios, etc., lo que dejará una propuesta como mejora o upgrade de la aplicación.

9.2.1.2 Análisis

9.2.1.2.1.1 Mercado Objetivo y potencial

Los resultados del estudio de investigación permitieron determinar que los nutricionistas necesitaban una herramienta tecnológica para el manejo de sus pacientes.

En el análisis de población del gran Guayaquil que está compuesto por Daule, Guayaquil y Samborondón en el que el mercado objetivo potencial es de 2.800 nutricionistas.

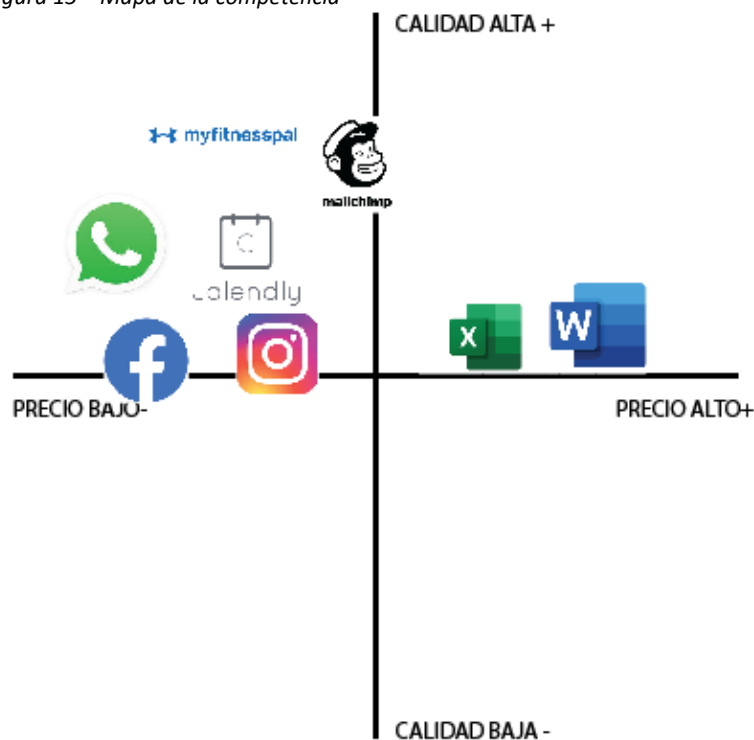
Las encuestas que se realizaron tomando una muestra de 164 nutricionistas que determinan que el 78% están dispuestos a pagar USD2,00, esto nos permite indicar que de acuerdo con el grado de aceptación que resultado de la investigación nuestro mercado objetivo será de 451.

9.2.1.2.1.2 Mapa de la competencia

Es importante señalar que de acuerdo con la investigación realizada no existe competencia directa para la propuesta de modelo de negocio, ya que actualmente en el mercado no hay una herramienta tecnológica que tenga todas las funcionalidades que tiene Personally.

El mapa de posicionamiento y competidores está conformado por competidores indirectos que son WhatsApp, Calendly y MailChimp y MyFitnessPal, como red social de comunicación también

Figura 15 – Mapa de la competencia



se consideró a Facebook e Instagram. Además se consideró a los utilitarios Word y Excel dentro del mapa puesto que son herramientas que actualmente utilizan a diario por los profesionales.

Fuente: Elaborado por los autores

Es importante monitorear continuamente a nuestros competidores para así poder planificar campañas que nos ayuden a mostrar a los nutricionistas las ventajas de usar nuestro software pagado y evitar perder clientes por este motivo.

9.2.2 Plan de marketing

Se lo realiza con la finalidad de planificar cómo Personally ingresará al mercado, alcanzará los objetivos económicos y técnicos de la inversión inicial.

“El marketing es un proceso interno de las empresas por el cual se planifica con antelación la forma de aumentar y satisfacer la demanda de productos y servicios que tienen una finalidad mercantil, mediante la creación, promoción y distribución física o digital de tales mercancías o servicios. (Cyberclick, 2021)

9.2.2.1 La posición estratégica

9.2.2.1.1 Estrategia Competitiva

Para que Personally pueda representar competitividad en el mercado se debe de establecer un manual de identidad corporativa.

Un manual de identidad corporativa es una herramienta imprescindible para gestionar la expresión de la marca en todas sus manifestaciones y conseguir una imagen coherente en su conjunto. (Redaccion, 2018). Este manual debe mostrar claramente los elementos que identifican a la marca y a la empresa. Las marcas que consolidan su identidad corporativa tienen mayor éxito al momento de distinguirlas entre otras, el reconocimiento permite la captación del público y el flujo de ventas de los productos y servicios que ofrece la empresa.

- a. Servicio al cliente con respuestas inmediatas.

- b. Capacitación para el uso de la aplicación
- c. Planes de pago que se ajusten a las necesidades del cliente.
- d. Desarrollo y diseño en constante innovación, de acuerdo con las necesidades del segmento de mercado.

9.2.2.1.2 Diferenciales

Personally es una aplicación tecnológica producto de la investigación de mercado que se realizó a nutricionistas ecuatorianos, en donde se detectó la necesidad de poder darles a estos profesionales, un ecosistema virtual que les permita mantenerse en constante comunicación e interacción con sus pacientes.

Un ecosistema virtual es un grupo de recursos de tecnología de la información interconectados que pueden funcionar como una unidad. Los ecosistemas digitales están compuestos por proveedores, clientes, socios comerciales, aplicaciones, proveedores de servicios de datos de terceros y todas las tecnologías respectivas. La interoperabilidad es la clave del éxito del ecosistema. (Brush, 2019)

Al momento no existe otra aplicación en el mercado con los componentes de nuestra empresa y eso la hace una oportunidad única para posicionarnos en el mercado de nutricionistas rápidamente.

Entre los beneficios de la aplicación tenemos:

- a. Ficha técnica de pacientes
- b. Monitoreo de evolución del paciente
- c. Agendar nuevas citas
- d. Chat para atender consultas del paciente
- e. Dar de baja a pacientes inactivos
- f. Creación de recetas
- g. Creación de planes de ejercicios

9.2.2.1.3 Posicionamiento

Una de las maneras más sencillas para que la empresa pueda lograr posicionarse en el segmento de Mercado al cual se dirige, el mismo que está compuesto por los nutricionistas y nutriólogos del Gran Guayaquil (Guayaquil, Samborondón y Daule), son las alianzas con los stakeholders, estratégicamente se desarrollará una alianza con la Asociación de Nutricionistas del Ecuador, con lo cual se generará fidelización y apoyo al mercado objetivo. Por medio de diferentes actividades BTL y seminarios profesionales, podremos llegar a la mayor cantidad de nutricionistas de la provincia del Guayas en un corto tiempo. Además el plan promocional y de comunicación generara alto flujo de reconocimiento y recordación de la marca.

9.2.2.2 Producto / Servicio

Personally es una aplicación que ofrece una solución tecnológica para que los nutricionistas lleven un control de sus pacientes en las diferentes etapas de los tratamientos que administran. La plataforma permite que los nutricionistas puedan crear fichas técnicas individuales por paciente. Cada paciente puede a su vez ingresar a la aplicación y revisar recetas enviadas por el nutricionista, agendar citas, contacto por video llamada, consultas de comidas. El nutricionista podrá seguir paso a paso la evolución del peso del paciente y también su actividad física. Es posible conectar la aplicación a su smartwatch y así poder registrar toda su actividad física. El nutricionista también tiene el control de quien está activo y quien no pues tiene la opción de dar de baja a los pacientes que han dejado de pagar por el servicio. Para activar al paciente el nutricionista envía un enlace único que le permite registrarse a la aplicación.

9.2.2.3 Precio

Como una estrategia para lograr que los clientes conozcan y prueben la aplicación, inicialmente no pagaran ningún valor monetario por un cupo limitado de 3 pacientes. Para utilizar todos los beneficios que la aplicación ofrece, entre ellos, llevar un control minucioso de sus pacientes, los nutricionistas deberán escoger entre los diferentes planes que cuenta la aplicación, que van desde planes mensuales, trimestrales, semestrales y anuales.

Mientras más aumenta el número de pacientes mayores son los descuentos con los que cuenta el nutricionista. Cabe recalcar que en la investigación de mercado el grupo objetivo acepto pagar USD2.00 por paciente. Es por lo que se elaboraron los planes en base a esta cantidad y de manera eficaz se logró gestionar descuentos sin que afecten los ingresos necesarios para cubrir los gastos que la empresa necesita para el manejo adecuado de su operación.

9.2.2.4 Distribución

Personally es una aplicación tecnológica por tanto se reconoce como un servicio. La distribución de la aplicación se llevará a cabo por medio de las tiendas de aplicaciones App Store y Google Play. Una tienda de aplicaciones o App Store es una aplicación que permite al usuario encontrar programas para ser instalados en computadoras y dispositivos móviles; en el caso de estos últimos las aplicaciones suelen ser llamadas simplemente apps. (Redaccion, 2018)

9.2.2.5 Promoción y Comunicación

Personally utilizara una combinación de canales de promoción que van desde lo online hasta lo offline, de esta manera garantizamos llegar al mercado objetivo teniendo una alta cobertura promocional.

Entre los canales a utilizar están medios digitales como redes sociales, videos en YouTube, conferencias en zoom y display ads.

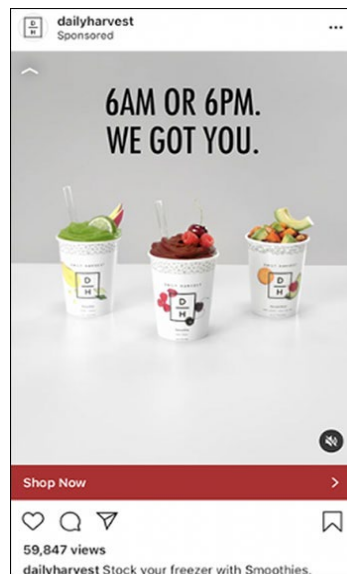
YouTube

Por medio de tutoriales, se mostrará a los nutricionistas como utilizar la aplicación

Display Ads

Se utilizará Instagram como plataforma para mostrar los anuncios.

Figura 16 – Display Ads

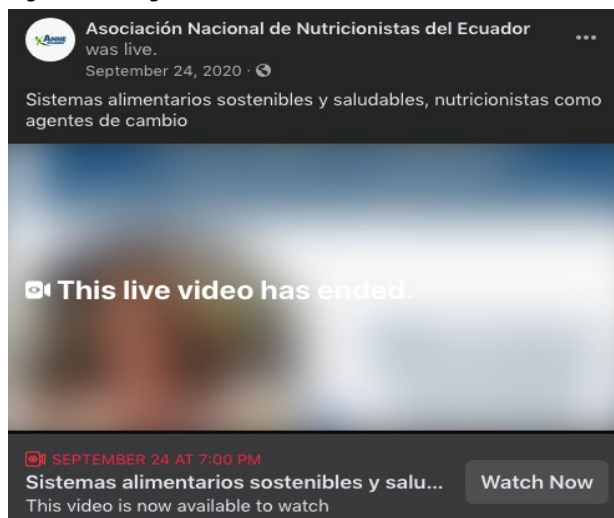


Fuente: Perfil de Instagram de dailyharvest

Facebook

Utilizaremos el canal de la Asociación Nacional de Nutricionistas del Ecuador (ANNE) para generar contenido en su página por medio de conferencias digitales. Se escogerán doce nutricionistas para las conferencias digitales en doce meses por Facebook Live para luego ser subidas por medio de la página de la ANNE que cuenta con una comunidad de nueve mil ciento nueve seguidores. Personalmente se encargará de todo con su propio equipo de publicidad.

Figura 17 – Pagina de ANNE



Fuente: Canal de Facebook de ANNE

Ofertas por tiempo limitado

Tanto en las tiendas de aplicaciones como en los eventos de la ANNE o universidades, los nutricionistas que se registren inicialmente no pagaran ningún valor monetario por un cupo limitado de 3 pacientes.

Publicidad BTL

Below The Line o BTL, es la técnica de marketing que consiste en la utilización de medios no convencionales para las estrategias publicitarias. Esta promoción se dará a través de eventos, charlas y seminarios. Estas charlas y eventos serán presenciales con la debida bioseguridad/ La idea es crear comunidad y buscar ser parte de la vida de los nutricionistas. Esta forma de trabajo es considerada una de las estrategias directas con mayor efectividad. (Diccionario de Marketing, 2017)

Se escoge este tipo de publicidad principalmente porque tiene el objetivo de captar la atención y el interés del segmento de los nutricionistas.

La publicidad BTL que se utilizará es la llamada “presencia de marca” por medio de eventos en universidades y asociaciones de nutricionistas.

El colaborar con las asociaciones de nutricionistas, nos darán el empuje necesario para tener credibilidad de manera inmediata. En el caso de la ANNE estaremos siempre presentes respaldando como auspiciantes sus eventos con los nutricionistas asociado a su gremio. Además, será una excelente forma de ofrecer nuestro servicio desarrollando promociones como descuentos o pruebas gratis.

9.2.2.5.1 Nombre de la empresa

El nombre de la empresa será Personally porque uno de los atributos más importantes es ser una asistente personal para el nutricionista. Con este nombre la empresa busca que el nutricionista pueda tener toda su oficina en una sola app.

9.2.2.5.2 Slogan y logotipo

El slogan nace con la idea principal de la necesidad de mantener al nutricionista conectado con sus pacientes de la manera más organizada posible. Esto le da la posibilidad al nutricionista de

tener toda la información y manejo del paciente bajo una sola herramienta y así no utilizar muchas aplicaciones al mismo tiempo, como lo han venido realizando.

“Siempre, siempre a tu lado”

Uno de los elementos más importantes dentro de la marca es el logotipo. El diseño del logotipo fue desarrollado para que sea limpio, impactante, fácil de recordar y acorde a la promesa de valor que representa con su atributo diferenciador por eso se eligió sea solo una palabra. Esto da la sensación de orden y limpieza que buscamos sea el sentimiento en los usuarios. El logo es de color verde para representar salud. Verde: Se asocia a la salud, a la tranquilidad, al dinero y a la naturaleza. Está comprobado que los trabajadores que laboran en un ambiente de este tono tienen menos dolores de estómago. (Allen, 2019)

Figura 18 – Logo de Personally



Fuente: Elaborado por los autores

9.2.2.5.3 Plan de Medios y presupuesto

El éxito de Personally radica en que se convierta en el standard de uso de los nutricionistas del Guayas. Para lograr eso debemos orientar nuestro presupuesto y medios al área de eventos, seminarios y redes sociales. Las estrategias de promoción consideradas por Personally serán:

Redes sociales

El poder de las redes sociales en la actualidad es innegable. Estas deben ser usadas principalmente no solo para llegar a los usuarios de la aplicación si no para garantizar que los profesionales millenials de la nutrición estén utilizándola. Esto nos permite poder llegar a los nutricionistas de una manera más rápida y eficaz.

Estas herramientas son las más utilizadas en la actualidad, principalmente por su bajo coste y su facilidad de uso. Sin embargo, esto no significa que serán espacios para subir volantes. la intención siempre será hacer sentir que Personally es una comunidad. Se tendrán perfiles en:

- Facebook
- Instagram

Presupuesto

Las redes sociales son el pilar para las distintas formas de publicidad en la actualidad. Su costo dependerá del lugar en donde se lo haga. Facebook Ads tiene un costo promedio por click de 8 ctvs. de dólar, por lo que, si se tiene pensado que 500 personas al mes darán click en el anuncio se deberá tener un presupuesto de USD40 (Alcazar, 2020) Instagram tiene un costo de USD40,00 mensuales, aproximadamente. (Ramirez, 2020)

Tabla 9 – Presupuesto para publicidad

	Mensual	Anual
Instagram	\$31,25	\$375,00
Facebook	\$31,25	\$375,00
Eventos	\$1.171,88	\$14.062,50
Seminarios	\$171,88	\$2.062,50
Publicidad "presencia de marca" (4 meses)	\$260,42	\$3.125,00
Suma Total	\$1.666,67	\$20.00,00

Fuente: Elaborado por los autores

9.3 GERENCIA: ESTUDIO TÉCNICO

9.3.1 Descripción del servicio

Personally es una aplicación para dispositivos móviles que podrá ser descargada en las aplicaciones con sistemas operativos IOS y Androide, esta herramienta tecnológica está diseñada para que los nutricionistas del Gran Guayaquil (Daule, Samborondón y Guayaquil), puedan administrar y gestionar de forma eficiente y directa a sus pacientes en un solo dispositivo móvil. Según encuestas realizadas por el grupo de estudio, se identificó que los nutricionistas llevan los registros de sus pacientes de diferentes formas, desde una carpeta física como las tradicionales

fichas manuales, pasando por fichas digitales (Word, Excel) hasta diversos programas CRM (Customer Relationship Management), por sus siglas en inglés, que son programas desarrollados para mantener la relación con los clientes, (CRM PARA MEDICINA Y SALUD, 2016)

Personally está diseñada para que los nutricionistas puedan escoger de varias alternativas de servicio el plan que más se ajuste a sus necesidades, este plan va a depender de la cantidad de pacientes que ingrese a la aplicación, así como, el tiempo que necesite mantener la conectividad con sus pacientes.

Tabla 10 – Planes de aplicación Personally

Periodo	Hasta 10	Hasta 15	Hasta 20	Hasta 30	Hasta 50	Hasta 100	Mas de 100
Mensual	\$20	\$29	\$38	\$56	\$90	\$175	\$172
Trimestral	\$59	\$86	\$111	\$162	\$263	\$512	\$502
Semestral	\$114	\$167	\$217	\$316	\$513	\$998	\$979
Anual	\$222	\$325	\$423	\$616	\$999	\$1,943	\$1,906
Descuento por cantidad de pacientes		2.5%	5.0%	7.5%	10.0%	12.5%	15.0%

Fuente: Elaborado por los autores

En la Tabla 10 se detalla los diversos planes que el nutricionista puede elegir, estos van desde los 10 pacientes por un valor de USD20,00 dólares al mes, hasta llegar al plan más alto, donde superior a los 100 pacientes, el servicio tendrá un valor de USD1.906,00 dólares al año. Es importante indicar que los planes tienen un descuento por cantidad de pacientes que va desde el 2.5% hasta el 15% si se lo compara con el valor unitario.

Respecto al funcionamiento y manejo de la aplicación móvil Personally, esta se ha dividido en dos partes, la primera está direccionada hacia el nutricionista, y la segunda hacia el paciente con su correspondiente interacción con el profesional, para el caso del nutricionista, este previamente habrá definido el plan que se ajuste a su necesidad de acuerdo con la Tabla 10 sobre los planes de precios.

En el proceso relacionado al nutricionista, el profesional podrá descargar la aplicación Personally en su dispositivo móvil desde cualquiera de los dos sistemas operativos como son: Google

Play de Android y App Store de iOS, (Ortiz, 2016), luego de la descarga de la aplicación, el nutricionista podrá ingresar con un código que recibirá a la firma del contrato de prestación de servicios que haya adquirido con la aplicación, este código le permitirá ingresar y crear su información general como nutricionista, donde deberá llenar datos como: Nombre, dirección, ciudad, correo electrónico, tipo de tarjeta de crédito o débito, número de tarjeta y cantidad de pacientes. Finalmente podrá crear su código de seguridad, el cual será personal y este podrá ser modificado cuando considere necesario.

Posterior a la creación de su usuario y datos personales, el nutricionista podrá ingresar los datos de sus pacientes, para esto, deberá llenar las fichas técnicas con información de cada uno de ellos en una pantalla informativa, entre los datos más relevantes están: Nombre, número de cedula, edad, dirección, correo electrónico, número de celular, talla y peso en kilos, de esta manera el nutricionista estará listo para empezar a utilizar e interactuar con sus pacientes.

9.3.2 Descripción del prototipo

Inicialmente este proyecto fue concebido como un asistente digital para los nutricionistas, donde las principales funciones era dar un soporte a los profesionales, dentro de los servicios que ofrecía esta aplicación estaban los mensajes de texto, agendar citas y que los pacientes llenen la información básica de peso y talla, actualmente ya existen varias aplicaciones con estos servicios básicos y los nutricionistas consideraban a las aplicaciones como un competidor.

Posterior a la investigación de mercado, se pudo observar las diferentes necesidades de los nutricionistas, estas necesidades fueron tomadas como una oportunidad y se logró ampliar los diferentes servicios, sin necesidad de mayor inversión, más aún, si hoy en día, la tecnología permite que los dispositivos móviles sean muy versátiles para manejar las diferentes aplicaciones, incluso, permiten poder interconectarse con varios dispositivos y plataformas.

9.3.3 Prestación del servicio

Para la prestación del servicio de la aplicación Personally, luego de que el nutricionista ha creado e ingresado los datos y fichas técnicas de sus pacientes, y sus pacientes hayan descargado la

aplicación e ingresado el código que el nutricionista le otorgo, podrán disfrutar de todos los servicios que le brinda la aplicación, que a continuación se detallan:

- **Agendar citas.** El paciente y el nutricionista podrán agendar citas ingresando a la aplicación, dentro de esta se despliega una pantalla que les permitirá a los dos usuarios ver las fechas y horas disponibles, al agendar la cita, a continuación, llegará un mensaje de notificación tanto al nutricionista como al paciente, y de la misma forma la cita quedará agendada en el calendario de la aplicación, con el nombre, código y fecha de la cita.
- **Mensajes y correo electrónicos entre pacientes y nutricionistas.** En la aplicación habrá una pantalla que permitirá una comunicación directa y constante entre paciente y nutricionista o viceversa para el caso de los mensajes. Con el objetivo de llenar las inquietudes que pueda tener sobre todo el paciente, con su especialista, más aún, los mensajes de texto, ya que el paciente necesita saber si los alimentos que consume o los ejercicios que realiza están dentro de su plan de tratamiento.
- **Registro de peso semanal.** El paciente podrá llenar la información semanal de su peso en la aplicación, al ingresar esta información, Personally, le brindara información de la evolución y avance de su peso mediante puntos que indicaran si está dentro de su plan de tratamiento o no, de la misma forma, esta información la recibirá el nutricionista, con esto los dos usuarios podrán tener un seguimiento en tiempo real del peso corporal.
- **Plan alimenticio y recetas.** El nutricionista podrá ingresar los planes de nutrición y recetas en la aplicación para sus pacientes, esta información normalmente es personalizada, y depende de la necesidad de cada paciente, dicha información puede ser actualizada semanal o quincenal según sea el caso de cada paciente, en la aplicación se podrá ingresar recetas que le permitirá al paciente tener varias alternativas para su alimentación saludable.
- **Plan de ejercicios.** El nutricionista podrá ingresar un plan de ejercicios para su paciente, esta herramienta está diseñada de tal forma que la aplicación le recordará al paciente los ejercicios que debe cumplir de acuerdo con cada plan que haya ingresada su nutricionista, cuando el

paciente cumpla con su plan de ejercicios, la aplicación llevará un registro cuantitativo de sus actividades, esto les permitirá a los dos, paciente y nutricionista hacer seguimiento del plan.

- **Avances.** La aplicación Personally, lleva un registro de toda la información de los diferentes planes establecidos por el nutricionista, de tal forma, que podrá ser revisada en el momento que alguno de los dos lo necesite, esta información es un dato estadístico y hace una evaluación numérica de su cumplimiento, los parámetros que evalúa son análisis de composición corporal, análisis de musculo y grasa, análisis de obesidad e historial de la composición corporal.
- **Habilitación y suspensión de pacientes.** Debido a que los tratamientos nutricionales son estacionarios o de corto y mediano plazo, la aplicación permite que el nutricionista habilite o suspenda el servicio de un paciente, sin que esto sea una eliminación del historial del paciente si el usuario así lo considera, es normal que un paciente luego de que haya cumplido su tratamiento, vuelva a necesitar los servicios de su nutricionista, esto permitirá incluso mantener un historial dentro del mismo sistema, como es normal al momento de suspender al paciente, los servicios de la aplicación no están activos y no podrá ingresar ni tener acceso a la información.

9.3.4 Determinación de la capacidad productiva

La capacidad de producción de la aplicación Personally, está determinada por la cantidad de nutricionistas en el Ecuador según la ANNE (Asociación Nacional de Nutricionistas del Ecuador) (Veletanga, 2019), estima que para el año 2019 existan alrededor de 14.000 profesionales en el país, de los cuales, 2.750 nutricionistas son de las tres ciudades que conforman el gran Guayaquil (Guayaquil, Samborondón y Daule). Esta proyección de nutricionistas está tomada de acuerdo con la densidad poblacional de las tres ciudades antes indicadas que son el 19,64% del total de los habitantes, esto según el censo desarrollado en el país durante el año 2010 y su estimación para el año 2021 publicado en el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2021), de esta forma, los 2.750 nutricionistas serán tomados como el 100% del total de mercado objetivo.

Tabla 11 - Cantidad de nutricionistas total país y del Gran Guayaquil

Descripción	Peso	Nutricionistas
Cantidad de nutricionistas en el Ecuador 2019	100%	14.000
Cantidad de nutricionistas del Gran Guayaquil (Guayaquil, Daule, Samborondón)	20%	2.750

Fuente: Elaborado por los autores

Para determinar la capacidad productiva de este proyecto, se estableció como objetivo lograr una penetración de mercado del 16,39% del total de los nutricionistas de las tres ciudades del gran Guayaquil, tomando en cuenta que cada nutricionista atiende un promedio de 25 pacientes al mes, según estudio de mercado elaborado en la investigación de este proyecto, se estima como un mínimo de 15 pacientes por cada nutricionista, siendo esta la estimación para el primer año que se detalla en la Tabla 12.

Cantidad de nutricionistas en el Gran Guayaquil 2.750, promedio de nutricionistas del primer año 451, con un promedio de 15 pacientes cada uno, total pacientes por atender en el primer año 81.127.

Tabla 12 - Planes de aplicación Personally

PRIMER AÑO	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total año 1
Cantidad de nutricionistas	125	163	197	237	284	341	409	491	589	707	848	1018	451
Promedio de pacientes por nutricionista	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
% de participación de mercado	5%	6%	7%	9%	10%	12%	15%	18%	21%	26%	31%	37%	16%

Fuente: Elaborado por los autores

El proyecto está determinado con una proyección a cinco años, llegando a cubrir el 18% de participación de mercado para el primer año, en el segundo año con 491 nutricionistas y 88.429 pacientes, de esta manera, para el tercer año se estima llegar a 531 nutricionistas con 95.503 pacientes con una participación del 19%, así mismo, para el cuarto año llegar al 21% de la cuota del mercado con 573 nutricionistas y 103.144 pacientes, y, al quinto año con el 22% del total del mercado, con 602 nutricionistas y 108.301 pacientes, como se muestra en la Tabla 13.

Tabla 13 - Proyección de nutricionistas y pacientes por año

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidad de nutricionistas	451	491	531	573	602
Promedio de pacientes por nutricionista	15	15	15	15	15
Total de pacientes	81.127	88.429	95.503	103.144	108.301
% de participación de mercado	16%	18%	19%	21%	22%

Fuente: Elaborado por los autores

9.3.5 Ubicación del Proyecto

La aplicación Personally está diseñada como una plataforma que funciona en un ecosistema virtual (Naranjo, 2017), creada para poder utilizarse en dispositivos electrónicos, por ende, no necesita contar con un espacio físico para su desempeño, es así como, las personas que realicen la atención al cliente, y las respectivas gerencias, desarrollaran sus funciones desde la modalidad de teletrabajo (Borja, 2020). Dicha modalidad permite cubrir las necesidades de los clientes y cada una de las gerencias podrán presentar los resultados de gestión desde la modalidad de video conferencias.

9.3.6 Diseño arquitectónico

Así como no existe una ubicación física del proyecto como tal, considerando que Personally es una aplicación para dispositivos móviles donde las actividades de sus colaboradores desde el nivel gerencial hasta el servicio al cliente se realizaran bajo la modalidad de teletrabajo, no es necesario elaborar un diseño arquitectónico.

9.3.7 Costos

Para el proyecto Personally, considerando que es una aplicación móvil, se estima los siguientes costos:

Tabla 14 - Detalle de costos mensuales y anuales

Descripción	Mensual	Anual
Sueldos	\$5.373	\$64.476
Soporte técnico de la aplicación	\$1.200	\$14.400
Servicio de internet	\$150	\$1.800
Servicios contables	\$100	\$1.200
Gastos de Marketing	\$2.000	\$24.000
Gastos Administrativos y Locativos	\$500	\$6.000
Total Gastos	\$9.323	\$111.876

Fuente: Elaborado por los autores

La aplicación Personally, será desarrollada por la empresa “Grupolink”, especializada en el desarrollo y servicio de soluciones tecnológicas, con más de veinte años en la región, tanto en Sudamérica y Centroamérica, con oficinas de atención a sus clientes en Colombia, Ecuador, Guatemala y Panamá. Además de entregar el desarrollo de la aplicación, “Grupolink” brindará el soporte técnico y las actualizaciones en la aplicación que sean necesarias, incluso dentro el contrato se establece con la empresa que brindará el soporte en caso de que las funciones se suspendan por problemas técnicos. De esta manera, “Grupolink” se convierte en un stakeholder importante para este proyecto.

Figura 19 - “Grupolink”, Desarrolladores de aplicaciones y servicios digitales

The image shows a screenshot of the Grupolink website. At the top, the logo 'grupolink' is on the left, and navigation links 'SERVICIOS', 'VERTICALES', 'CASOS DE ÉXITO', 'MEDIA CENTER', and 'NOSOTROS' are on the right. Below the logo, the word 'Nosotros' is prominently displayed in a large, bold, blue font. Underneath, there are smaller navigation links: 'QUIÉNES SOMOS', 'NUESTRO CREDO', 'PREMIOS', 'CAPACIDADES', and 'EQUIPO'. The main content area is titled 'Quiénes somos' and contains two columns of text. The left column describes Grupolink as a holding with over 20 years of experience in digital transformation. The right column, titled 'Nuestra historia:', features a vertical timeline with a blue arrow pointing to the year 1999, where 'Dayscript' was founded in Colombia as a content production company for the digital world. The year 2000 is also listed on the timeline.

Fuente: Página de Internet del GrupoLink

Las condiciones de los servicios se establecerán en un contrato de desarrollo, donde incluya los alcances de estos, incluso se prevé que “Grupolink” será quien brinde la ampliación de los servicios en caso de que la proyección de incremento de región o ampliación de categorías, como un segundo proyecto a futuro.

El proyecto contará con planes de internet para los ejecutivos y personal de servicio al cliente, el contrato se lo hará con la empresa Claro, se contratará seis planes corporativos de

cincuenta megabytes (50 Mbps), por un valor de USD28,52 dólares americanos (Incluidos impuestos de ley) por cada plan de internet.

Dentro de lo planificado, se determinó contratar los servicios profesionales de un contador externo, el cual brindará todos los servicios que requiera la compañía en temas de registros y tramites contables, para lo cual, se firmará un contrato de prestación de servicios profesionales por un valor de cien dólares americanos mensuales.

9.3.7.1 Equipos de computación

Para el proyecto Personally, dado que es una ampliación móvil y su funcionamiento, desarrollo y control se lo puede hacer bajo la modalidad de teletrabajo, es por lo que este proyecto no necesita de maquinaria, muebles y enseres o terreno alguno y que el personal humano hará las funciones en sus domicilios, cabe recalcar que la empresa otorgará los equipos y herramientas tecnológicas para el desempeño de sus funcionarios, así como también, la conectividad para todo su personal.

Tabla 15 - Detalle de equipos de computación y plan celular

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Total
5	Laptop	\$800	\$4.000
5	Plan celular	\$30	\$1.800
	Total	\$830	\$5.800

Fuente: Elaborado por los autores

9.3.8 Vida Útil del Proyecto

La aplicación Personally tendrá una proyección de vida útil de cinco años, tomando en cuenta que dentro de la categoría tecnológica los tiempos de vida útil son más cortos (Marketing, 2018), es por esta razón que se ha considerado algunos aspectos dentro de este periodo:

- La depreciación y amortización de sus activos se proyecta a tres años.
- El retorno de la inversión (Payback) se calcula a tres años.
- Por ser una herramienta tecnológica, está sujeta a permanentes actualizaciones, por lo que se estima hacerlo cada dos años.

9.3.9 Estructura jurídica del negocio

A fin de sustentar en mejor forma y adecuadamente, los elementos jurídicos que rodean a las empresas ante la Superintendencia de Compañías, este negocio se va manejar mediante una Sociedad Anónima Cerrada, tomando en cuenta, que va a tener cinco integrantes, esta figura legal permite a las pequeñas empresas o negocios de emprendimiento, se establezcan de forma ordenada y flexible ante la ley, además este negocio tendrá cinco actores, un Gerente General, un Gerente de Marketing y Ventas, un Gerente Administrativo Financiero, y dos personas para Servicio al Cliente, los tres Gerentes, aportarán con una inversión para el inicio de este negocio.

9.3.10 Propiedad intelectual

La marca Personally será registrada en el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SEDANI), con el objetivo de garantizar el derecho y uso exclusivo de la marca, de esta manera la marca tendrá la protección en todo la República del Ecuador, así como también en la Comunidad Andina de Naciones (Colombia, Perú y Bolivia) y su uso en la importación de bienes que utilicen marcas iguales o parecidas a la marca, con la inscripción, podrá tener derechos sobre la marca a terceros y de cobrar regalías en caso de ser beneficiados por el uso de la marca, de esta manera, la marca se convertirá en un intangible y quedará protegida ante la ley (SENADI, 2021), (EL UNIVERSO, 2019).

Registro de nombre Dominio Web. Se verificará que el nombre no esté registrado en el Sistema de Nombres de Dominio o Domain Name System (DNS) por sus siglas en inglés, de esta manera, y tal como se lo hace con la marca se procederá a registrar el nombre y garantizar el libre derecho del nombre.

9.3.11 Contratos

9.3.11.1 Contrato de Servicios de Almacenamiento de Datos para Usuarios

Para poder acceder a los servicios de Personally, los usuarios previamente deberán crear su cuenta, agregando información personal como dirección, número telefónico, formas de pago, entre otras, posterior deberán aceptar las condiciones del uso de la información de la aplicación. Asegurar

que el contenido o servicios ofrecidos no atenten a ninguna de las políticas, ni leyes. (PROYECTO DE LEY ORGANICA DE PROTECCION DE DATOS PERSONALES, 2019). Esta información podrá ser utilizada dentro de los parámetros que fue concebida el desarrollo de la aplicación, para garantizar el cumplimiento de dicha normativa, se establece un contrato de sigilo de manejo de información

9.3.11.2 Contrato para el Diseño y Desarrollo de la Aplicación Personally

Se realizará un contrato con el proveedor de servicios digitales “Grupolink”, quien será el encargado del diseño, desarrollo y mantenimiento de la aplicación, tomando como consideración las pautas que permitan mantener una buena relación en el manejo de la información para los usuarios y la empresa. Además, dicho contrato deberá establecer los costos, el tiempo que tomará desarrollar la aplicación, y la puesta en funcionamiento en óptimas condiciones, así como, el soporte y mantenimiento que la aplicación necesite, tanto en la creación, funcionamiento y actualizaciones que se consideren.

Por otro lado dejar establecido que el mismo Grupolink será quien ejecute todo el soporte técnico durante el período del proyecto, el cual en el mismo contrato de prestación de servicios se deja estipulado que el valor de USD30 hora hombre para todo tipo de actualizaciones que se realicen, dejar establecido que esto no incluye pagar un valor adicional, ante eventual caída o problemas de funcionamiento de la aplicación, ante estos eventos en el mismo contrato queda establecido que esto será una contingencia que Grupolink debe costear.

Este modelo de tercerizar el desarrollo y soporte técnico de la aplicación permite no incurrir en costos de infraestructura, equipos, mobiliario, empleados, programadores, alquiler de oficinas, servicios básicos, al mismo tiempo, garantiza contar con un producto de calidad el cual no comenzará a funcionar hasta que la aplicación nos sea probada en su máxima capacidad o al cien por ciento de esta.

Por su parte a Grupolink, en esta relación comercial con Personally, no solo es por el desarrollo del proyecto sino también por el mantenimiento del mismo, con esto, asegura una relación comercial ganar-ganar, ya que en el primer año se establece el pago de USD14.400 al año,

por servicios de mantenimiento de la aplicación, por otro lado, se establece en el contrato el valor de compra del código fuente estipulado en el 70% del valor del desarrollo es decir USD8.400 dólares, esto ante el evento que por algún motivo alguna de las partes desee dar por terminado la relación comercial.

9.4 GERENCIA: ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

9.4.1 Planeación estratégica y del Recurso Humano

Personally es una empresa que a través de una forma innovadora busca mejorar la calidad de vida de las personas con herramientas tecnológicas que faciliten alimentarse saludablemente, incorporando a la dieta nutrientes que ayuden a mejorar las defensas. Por consiguiente, el objetivo del negocio es proporcionar a los nutricionistas una aplicación que les permita conectarse y administrar a sus pacientes de una forma ágil y rápida. Con el fin de promover el uso de la aplicación por los nutricionistas y nutriólogos, la empresa desarrolló un plan para hacerla conocer e ir incorporando usuarios hasta superar en el primer año el 30% del total del Gran Guayaquil. Para conseguir los ingresos económicos se facturará a los nutricionistas por el uso de la aplicación, este valor será pactado de acuerdo con la cantidad de usuarios y período por el que se contrate la herramienta.

9.4.1.1 Definición de Misión, Visión y valores

9.4.1.1.1 Misión

Proveer de herramientas a los nutricionistas para la interacción con sus pacientes y así mejorar la calidad de alimentación de la población de Guayaquil y Samborondón, manteniendo un servicio de calidad, confiable, con la confidencialidad necesaria y siempre comprometidos con el desarrollo responsable y sustentable de la organización sin descuidar la actividad económica.

9.4.1.1.2 Visión

Ser pioneros en el desarrollo de herramientas tecnológicas que aporten a mejorar la calidad de vida de las personas, promoviendo el crecimiento de los colaboradores y la comunidad para conseguir posibilidades de acceso de equidad sanitaria en la población.

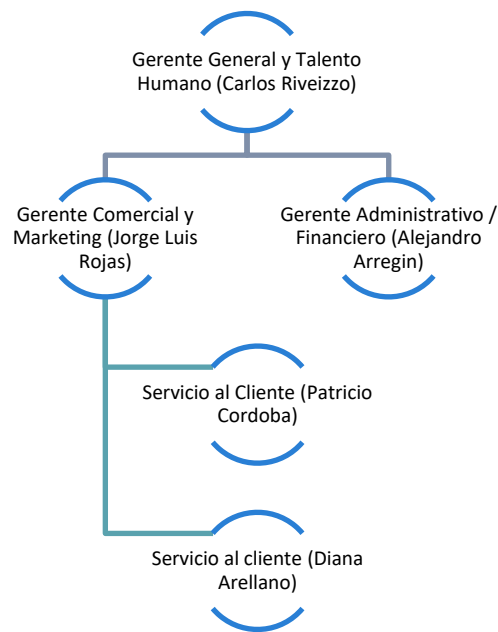
9.4.1.1.3 Valores

- **Innovación:** es la base de la propuesta de negocio, al ser una aplicación tecnológica con múltiples herramientas que soportan los beneficios que necesitan los nutricionistas.
- **Confidencialidad:** resguardo y protección de la información del nutricionista y de sus pacientes, a través de los contratos con el desarrollador de la aplicación.
- **Actitud de servicio:** elemento que hace posible la atención y satisfacción de usuarios y clientes
- **Honestidad:** como conducta propia de la empresa y todos sus integrantes para garantizar mantenerse siempre dentro del marco legal.
- **Ética:** es un camino del que no se debe apartar una organización que pretende tener éxito y subsistir en el tiempo.
- **Calidad:** característica del producto y del servicio que hacen que los clientes se sientan satisfechos y mantengan la preferencia.
- **Compromiso:** asumir responsablemente la tarea de buscar incansablemente el mejoramiento de un problema de salud y los efectos que estos acarrearán.

9.4.1.2 Organigrama de la organización

El organigrama está compuesto por El Gerente General y de Talento Humano a quienes reportan los Gerentes del área Comercial y de Marketing y del área Administrativa Financiera. El Gerente Comercial y Marketing, quien tiene mayor contacto y relación con los clientes, tendrá como colaboradores a dos personas de Servicio al Cliente. Además es quien recibe el soporte del Proveedor desarrollador de la aplicación. El Gerente Administrativo Financiero tiene como colaborador a un Contador que trabajará como externo.

Figura 20 – Organigrama de Personally



Fuente: Elaborado por los autores

9.4.2 Necesidades de Recursos Humanos

En Personally los socios serán los principales recursos de la organización, ocupando los puestos claves para el desarrollo y correcto funcionamiento de la actividad. Además de los socios es necesario contar con personal para Servicio al Cliente, quienes brindarán atención a los usuarios que requieran algún tipo de asistencia. También será fundamental los colaboradores de la empresa aliada en el soporte tecnológico, quienes trabajarán en constante vínculo con el Gerente de Marketing. Para finalizar el Gerente Administrativo y Financiero se apoyará con un Contador que trabajará como externo porque los servicios que se requerirán de él serán escasos.

9.4.2.1 Análisis y diseños de puestos del negocio

A continuación, se detallan las principales funciones de cada puesto de trabajo.

9.4.2.1.1 Gerente General y Recursos Humanos

Planifica las actividades de la empresa definiendo hacia dónde se dirigen las acciones en el corto, mediano y largo plazo, también se encarga de todo lo relacionado a los Recursos Humanos, así como el relacionamiento con autoridades y demás instituciones, es el representante legal.

- Organizar los recursos.
- Fijar los objetivos de todas las áreas.
- Liderar a los equipos de trabajo.
- Realizar la selección de personal, la nómina y la política salarial.

9.4.2.1.2 Gerente Administrativo Financiero

Es el responsable de la salud financiera de la compañía, informa de los resultados económicos y proyecciones a los demás miembros, es responsable de la tributación y cumplimiento de los requisitos legales para el funcionamiento de la empresa, como también de la labor administrativa, se apoya para la contabilidad en un Contador externo. Dentro de sus funciones se encuentran:

- Es el responsable de elaborar y ejecutar los presupuestos.
- Es el responsable de la gestión financiera de la empresa.
- Preparar informes financieros y elabora estados contables.
- Analizar temas tributarios y contables para la aplicación en la empresa.

9.4.2.1.3 Gerente de Ventas y Marketing

Responsable del plan de marketing definido con la Gerencia General, como así también de la comunicación basándose en el presupuesto establecido, administra y es responsable de las ventas de la aplicación, supervisa y realiza los requerimientos a la empresa desarrolladora y diseñadora de la aplicación.

- Ejecutar el presupuesto de ventas
- Negociar con los Nutricionistas
- Selecciona vendedores y los supervisa
- Desarrolla la imagen de la marca.
- Idea las estrategias para competir.
- Establece planes de comunicación
- Es el responsable del funcionamiento de la aplicación, directo con el desarrollador.

9.4.2.1.4 Asistente de Servicio al cliente

Es quien asiste a los clientes con el servicio de la aplicación y canaliza los problemas o quejas que puedan surgir.

- Proporciona información a los usuarios
- Canaliza los reclamos relacionados con la aplicación
- Asiste a los usuarios y personal de ventas

9.4.2.1.5 Contador

Es quien se encarga que los libros contables cumplan con los requisitos de la ley y con los registros de ingresos y egresos.

- Brinda asesoría financiera y tributaria
- Asesora en la declaración de impuestos
- Colabora con el análisis de estados de ganancias y pérdidas
- Colabora con elaboración del balance
- Realiza informes sobre estados financieros

9.4.2.2 Procedimientos de selección de personal a implementar

La empresa inicialmente contará con la participación de los socios que ocuparán los cargos más importantes y estratégicos para el mejor funcionamiento de la compañía, se estima que los accionistas permanecerán en sus mismos cargos por cinco años, luego de ese período se evaluará su sustitución. Los únicos empleados bajo relación de dependencia serán los asistentes de servicio al cliente, los mismos que serán contratados de acuerdo con las leyes de trabajo del Ecuador (Oficial, 2012). Los contratos de trabajo se harán por período de un año.

9.4.3 Compensaciones

De acuerdo con la ley y como se establece en el código del trabajador, el pago de remuneraciones se realizará en los plazos convenidos y no podrá ser disminuido ni descontado, a todos los trabajadores les corresponde igual remuneración, sin discriminación en razón de nacimiento, edad, sexo, etnia, color, origen social, idioma, religión, filiación política, posición

económica, orientación sexual, estado de salud, discapacidad, o diferencia de cualquier otra índole.

“Para el pago de indemnizaciones a que tiene derecho el trabajador, se entiende como remuneración todo lo que el trabajador reciba en dinero, en servicios o en especies, inclusive lo que percibiere por trabajos extraordinarios y suplementarios, a destajo, comisiones, participación en beneficios, el aporte individual al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social. cuando lo asume el empleador, o cualquier otra retribución que tenga carácter normal en la industria o servicio (Remuneraciones del trabajador, 2018). También les corresponderán utilidades el pago mensual del fondo de reserva, los viáticos o subsidios ocasionales, la decimotercera y decimocuarta remuneraciones.

9.4.3.1 Descripción de las compensaciones del personal del negocio.

Los socios fundadores tendrán un salario mensual y además recibirán comisiones de un porcentaje establecido de acuerdo con las ventas de la compañía, estos porcentajes están establecidos de acuerdo con el capital de aporte de inversión para el proyecto y solamente los asistentes de Servicio al Cliente no recibirán comisiones por las ventas.

Tabla 16 - Compensaciones salariales

Sueldos	FIJO	% VARIABLE	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic
			SUELDO VARIABLE											
Gte. Gral. Talento Humano	1,400	5%	250	300	360	432	518	622	746	896	1.075	1.290	1.548	1.858
Gte. Comercial y Mkt	900	4%	200	240	288	346	415	498	597	717	860	1.032	1.238	1.486
Gte. Administrativo Financiero	900	4%	200	240	288	346	415	498	597	717	860	1.032	1.238	1.486
Servicio al cliente	420		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Servicio al cliente	420		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sub. Total	4.040	13%	650	780	936	1.123	1.348	1.617	1.941	2.329	2.795	3.354	4.025	4.830
Fijo más aporte y decimo			5.373	5.373	5.373	5.373	5.373	5.373	5.373	5.373	5.373	5.373	5.373	5.373
Total Sueldos			6.023	6.153	6.309	6.496	6.721	6.991	7.314	7.702	8.168	8.727	9.398	10.203

Fuente: Elaborado por los autores

9.4.4 Indicadores Claves de Gestión (KPI's)

Los indicadores claves de gestión, denominados KPI's, se utilizarán para evaluar el rendimiento y control de los procesos que se desarrollan en Personally, lo que permitirá incluso

poder detectar una falencia dentro de la ejecución del modelo de negocio, así también la posibilidad de incluir mejoras continuas al proceso.

9.4.4.1 Fijación de principales KPI's del negocio.

Para el adecuado funcionamiento de la empresa, se han considerado cinco KPI's como los más importantes, estos son:

- Flujo de caja, ingresos y egresos se hace un control mensual y se compara con el presupuesto establecido por el Gerente General en el plan anual, su fin es poder hacer las correcciones necesarias siendo los responsables el Gerente General y el Gerente Financiero.
- Penetración de mercado, se mide con el plan establecido para la captación de nutricionistas al uso de la aplicación con el objetivo de poder adecuar la estrategia o mejorarla y estar alineados con la venta de planes para conseguir la facturación presupuestada.
- Ventas semanales, las controla el Gerente Comercial y de Marketing, analiza que las ventas de cada semana estén en línea con el presupuesto de la compañía, esto le permite tomar correctivos y nuevas acciones con el fin de alcanzar los objetivos
- Los resultados económicos son transversales a toda la empresa y son determinantes para lograr los objetivos monetarios, con estos se controlan gastos y ventas con el fin de que estén alineados para conseguir la rentabilidad esperada, el Gerente General es quien lidera este control.
- Satisfacción de clientes, a través de la aplicación se realizará una encuesta para medir el grado de conformidad de los usuarios, en principio se realizará trimestralmente y le servirá al Gerente Comercial y de Marketing para tomar acciones o correctivos para mantener la calidad del servicio.

9.4.5 Estrategia y Acciones de Responsabilidad Social Empresarial

Desde las bases de la constitución de la compañía se considera indispensable para el funcionamiento la nuestra empresa partir de nuestros principios y valores porque nuestro negocio está enfocado en mejorar la calidad de vida de las personas a través de mejorar su nutrición. Para

una empresa la ética es vital para definir conceptos, valores y creencias con los que se identifica la organización, es a través de la ética que se logra que los valores sean compartidos dentro y fuera de la misma. Por ende, los valores que se transmiten hacia afuera son la imagen de la empresa y se concreta a través de las personas, el compromiso de los líderes y su vocación por aplicar las reglas y obrar de forma correcta es fundamental para sostener la imagen y credibilidad de la empresa. La responsabilidad social empresarial es la contribución que hace nuestra empresa al desarrollo humano sostenible, a través de una mayor competitividad, porque ser responsable es tener compromiso hacia los empleados, sus familias, nuestros proveedores, stakeholders y hacia la comunidad en general, con el fin de mejorar su calidad de vida y su bienestar.

9.4.5.1 Estrategia

Basado en que nuestra empresa está enfocada en mejorar la calidad de vida de las personas como parte de nuestra actividad principal, una de las estrategias de responsabilidad social corporativa será fomentar la capacitación y el conocimiento de las personas que tiene relación directa o indirectamente con nuestra empresa. Para esto está previsto lograr enfocarnos en los principios y valores que nos permita ser una empresa socialmente responsable.

9.4.5.2 Proyectos

9.4.5.2.1 Proyecto 1

Los grupos de interés que serán abarcados para este proyecto de responsabilidad social corporativa son primero los colaboradores internos, con el fin de poder estar preparados para gestionar el desarrollo sustentable y los planes de responsabilidad social de la empresa.

Para el proyecto con los colaboradores se destinará el 0,3% de las ventas anuales, en el primer año la inversión será de USD445,00 para capacitación a través de cursos online destinados a desarrollar diferentes capacidades para trabajar en planes de ayuda a la comunidad, como desarrollar formas de trabajar en el desarrollo sustentable, en el cuidado responsable del medio ambiente o en planes de educación para las personas sobre cultivos y cuidado de la naturaleza,

parte de estas capacitaciones serían para que los funcionarios puedan ser capacitadores y se relacionan con los objetivos Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Figura 21 – Objetivo de Desarrollo Sostenible 3



Fuente: Página de las Naciones Unidas

Como lo expresa la Organización Mundial de la Salud, garantizar una vida sana y promover el bienestar en todas las edades es esencial para el desarrollo sostenible (www.un.org).

Figura 22 - Objetivo de Desarrollo Sostenible 8



Fuente: Página de las Naciones Unidas

Un crecimiento económico inclusivo y sostenido puede impulsar el progreso, crear empleos decentes para todos y mejorar los estándares de vida (Organización de las Naciones Unidas, 2014).

9.4.5.2.2 Proyecto 2

En el segundo proyecto el grupo de interés son los nutricionistas, con los que se gestiona un plan colaborativo con fines de investigación en alianza con la Asociación de Nutricionistas de Ecuador, quienes han manifestado carecer de recursos y apoyo del gobierno para estos fines. Con este fin se destinará el 0.7% de las ventas anuales, para el primer año la inversión será de mil treinta y nueve dólares, así como también se buscará que los nutricionistas aporten a la misma causa para que la asociación destine esos fondos a la investigación. El fin es que los nutricionistas puedan estar preparados en el desarrollo de las nuevas tendencias y tecnología logrando tener una mejor posición

ante eventualidades que se puedan presentar, como por ejemplo la pandemia con la que convivimos actualmente. Este proyecto ayudará a generar productos innovadores en el futuro, disminuyendo aportes de capital con menor costo de operación, las investigaciones sobre salud son necesarias para paulatinamente lograr equilibrar las posibilidades de acceso de las personas a pesar de las diferencias económicas que existen en países como el nuestro. La asociación será la responsable de acuerdo con su necesidad, conseguir los métodos e instituciones adecuadas para lograr el mejor beneficio. Se relaciona con los ODS 17(Figura 23), y 8 (Figura 22)

Figura 23 – Objetivo de Desarrollo Sostenible 17



Fuente: Pagina de las Naciones Unidas

En la página de Sustainable Development Goals Fund manifiesta que los objetivos de desarrollo sostenible solo se pueden lograr con el compromiso decidido a favor de alianzas mundiales y cooperación, es vital intercambian ideas, propiciar la innovación y promover la inversión (sdgfund.org, 2014).

9.5 GERENCIA: ESTUDIO FINANCIERO

9.5.1 Presupuesto

Para este proyecto, se han contemplado flujos financieros de corto y largo plazo que harán viable el modelo de negocio. Teniendo como objetivo captar en el primer año el 16% del mercado de Nutricionistas que debe generar ingresos por USD148.000,00. A tales efectos se ha realizado un presupuesto y análisis financiero con proyecciones a cinco años. Dando como resultado que para poner en marcha el proyecto Personally se necesita una inversión inicial de USD44.192,22 (Ver Tabla 17) que incluye todos los rubros como, activos, I+D, capital de trabajo, entre otros. Dicha inversión será financiada a través del aporte de capital de tres de sus socios.

Tabla 17 – Plan de inversiones

DETALLE	
ACTIVOS FIJOS	
TERRENO	-
OBRAS CIVILES	-
MUEBLES Y ENSERES	-
MAQUINARIAS	-
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	4.000,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	4.000,00
ACTIVOS DIFERIDOS	
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	1.200,00
GASTOS BASICOS	500,00
REGISTRO DE MARCA	400,00
I+ D (DESARROLLO PÁGINA APP)	12.000,00
HOSTING/DOMINIO	1.500,00
GASTOS LEGALES DESARR.CONTRATO	1.000,00
PATENTES Y LICENCIAS	
GASTOS FINANCIEROS PREOPERATIVOS	
TOTAL ACTIVO DIFERIDO	6.600,00
CAPITAL DE TRABAJO	
FACTOR CAJA	63
CAPITAL DE TRABAJO OPERATIVO	
MATERIALES DIRECTOS	0
MATERIALES INDIRECTOS	0
SUMINISTROS Y SERVICIOS	0
MANO DE OBRA DIRECTA	2.513,32
MANO DE OBRA INDIRECTA	
INVENTARIO INICIAL	
CAPITAL DE TRABAJO ADM. Y VTAS	
GASTOS ADM	12.703,45
GASTOS DE VTAS	8.175,45
IMPREVISTOS (5%)	200
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	3.592,22
TOTAL PLAN DE INVERSIONES	44.192,22

Fuente: Elaborado por los autores

9.5.1.1 Plan de inversiones, clasificación y fuentes de financiamiento

La inversión inicial es de USD44.192,22 de los cuales USD23.952,00 son para capital de trabajo, necesarios para financiar la operación los primeros 6 meses, ya que a partir del séptimo mes los ingresos comienzan a ser superiores a los egresos. De acuerdo con la Tabla 17 y Tabla 18.

Tabla 18 - Fuentes de Financiamiento

FUENTES DE FINANCIAMIENTO	MONTO	%	COSTO DE K
PRESTAMO BANCARIO	0.00	0.00%	
APORTE DE CAPITAL	44,192.22	100.00%	10%
TOTAL FINANCIAMIENTO	44,192.22	100%	10.00%

Fuente: Elaborado por los autores

Dicho monto será financiado a través del aporte de 3 accionistas según la Tabla 19.

Tabla 19 – Total de inversión

Inversión Accionistas	Monto	%
GTE. GRAL.	\$22.096	52%
GTE. COMERCIAL Y MKT	\$11.048	24%
GTE.ADM. FINANCIERO	\$11.048	24%

Fuente: Elaborado por los autores

9.5.1.2 Política de cobros, pagos y existencias

Respecto de la política de cobros, pagos y existencia, es oportuno indicar que el proyecto Personally al ser una aplicación tecnológica no considera inventarios, ni insumos, materias primas ni mercaderías.

Referente al cobro se realiza a través de tarjeta de crédito o débito con el botón de pago que estará incluido dentro de la aplicación una vez que el Cliente-Nutricionista activa uno de los planes que figuran en la Tabla 20.

Tabla 20 - Planes Nutricionistas

Los primeros 3 Pacientes GRATIS!!	Periodo	Número de Pacientes por plan						
		Hasta 10	Hasta 15	Hasta 20	Hasta 30	Hasta 50	Hasta 100	Más de 100
	MENSUAL	\$20	\$29	\$38	\$56	\$90	\$175	\$172
	TRIMESTRAL	\$59	\$86	\$111	\$162	\$263	\$512	\$502
	SEMESTRAL	\$114	\$167	\$217	\$316	\$513	\$998	\$979
	ANUAL	\$222	\$325	\$423	\$616	\$999	\$1.943	\$1.906

Fuente: Elaborado por los autores

Por cada transacción existe un descuento de 4% por la comisión de la tarjeta y 1% por el integrador Datafast. La política de pagos se establecerá de la siguiente manera:

- El pago de la nómina de sueldos se realizará cada 15 días
- El pago de comisiones se liquidará cada 30 días.

- El pago a proveedores se realizará cada 30 días de acuerdo con los contratos establecidos con cada uno de ellos.

9.5.1.3 Capital de Trabajo

Según Guillermo Westreicher el capital de trabajo es una magnitud contable referida a aquellos recursos económicos con los que cuenta una empresa dentro de su patrimonio para afrontar compromisos de pago en el corto plazo y relacionados con su actividad económica.

(Guillermo Westreicher, 17 de agosto, 2020)

Personalmente está constituido por el capital de trabajo operativo y administración y ventas, con la suma de USD23.592 (Tabla 21) necesario para iniciar sus operaciones ya que durante los primeros 6 meses los ingresos no superan los egresos.

Tabla 21 - Capital de Trabajo Operativo

MANO DE OBRA DIRECTA	2.513
CAPITAL DE TRABAJO ADM. Y VTAS	
GASTOS ADM	12.703
GASTOS DE VTAS	8.175
IMPREVISTOS (5%)	200
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	23.592

Fuente: Elaborado por los autores

9.5.1.4 Programa y calendario de inversiones

Se considera un calendario de inversiones de 12 semanas previo al inicio de actividades comerciales, donde la inversión mayor la compone el desarrollo de la aplicación USD12.000,00 el cual se entrega un anticipo del 50% en la primera semana luego el 25% en la semana 6 y el 25% restante en la semana 12 cuando ya entregan el producto terminado. Tal como se observa en la Tabla 22.

Tabla 22 – Cronograma de inversiones

ACCION/DESCRIPCION	TIEMPO DE EJECUCION SEMANAS												INVERSION PRESUPUESTO
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	\$20.600
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	X												\$4.000
GASTOS DE CONSTITUCIÓN		X	X	X	X								\$1.200
GASTOS BASICOS	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	\$500
REGISTRO DE MARCA						X	X	X	X	X	X	X	\$400
DESARROLLO APP	X					X						X	\$12.000
HOSTING/DOMINIO	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	\$1.500
GASTOS LEGALES						X	X	X	X				\$1.000

Fuente: Elaborado por los autores

9.5.1.5 Depreciaciones de activos fijos y amortizaciones y activos diferidos

Según el art.28 del Reglamento para la aplicación Ley de Régimen Tributario Interno (Reglamento para la aplicación Ley de regimen tributario, 2016)en el numeral 6 indica que son deducibles de gastos los Equipos de cómputo y software 33% anual. Por lo tanto, las depreciaciones, se considera los equipos de computación por un valor de USD4.000 a tres años. Tal como se detalla en la Tabla 23.

Tabla 23 - Depreciación Anual

DESCRIPCION	Año1	Año2	Año3
EQUIPOS DE COMPUTACION	1.333	1.333	1.333

Fuente: Elaborado por los autores

9.5.1.6 Programa de producción y ventas

En la primera etapa del proyecto (primeros cinco años) el mercado objetivo son los nutricionistas y nutriólogos que existen en el Gran Guayaquil, se ha estimado que aproximadamente 2750 están ejerciendo, de los cuales se espera captar el 16% de los mismos que corresponden a 451 nutricionistas para el primer año, generando ingresos por USD148.463,00 con un crecimiento promedio de 8% para los siguientes años como se indica en la Tabla 24.

Tabla 24 - Plan de Producción y Ventas Cinco Años

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS	\$148.463	\$161.825	\$174.771	\$188.753	\$198.190
NUTRICIONISTAS	451	491	531	573	602
PRECIO PROMEDIO X NUTRICIONISTA X MES	\$27	\$27	\$27	\$27	\$27
INGRESO PROMEDIO POR NUTRICIONISTA X AÑO	\$329	\$329	\$329	\$329	\$329
PROMEDIO PACIENTES X NUTRICIONISTA	15	15	15	15	15
PACIENTES PROMEDIO X MES	6.761	7.369	7.959	8.595	9.025
VALOR X PACIENTES	\$1,83	\$1,83	\$1,83	\$1,83	\$1,83
% PARTICIPACION MERCADO	16,39%	17,86%	19,29%	20,84%	21,88%

Fuente: Elaborado por los autores

9.5.1.7 Costos de materias primas, materiales indirectos, suministros y servicios, mano de obra directa e indirecta.

Debido a que la aplicación es un servicio intangible, no maneja materias primas y por ende no posee rubros que formen parte del Costo Variable.

Pero si tiene un rubro importante de servicios como lo es el costo del soporte técnico al desarrollador el cual a USD30,00 la hora hombre asciende a USD12,00, también tenemos el costo de espacio en Nube el cual figura como Gastos Locativos que representa un valor de USD6.000,00 anuales (Ver Tabla 25).

Tabla 25 - Detalle de gastos Fijos

SUELDOS	\$5.373	\$64.478
SOPORTE TECNIO APP	\$1.000	\$12.000
SERVICIO INTERNET	\$150	\$1.800
SERVICIOS CONTABLES	\$100	\$1.200
GASTOS DE MKT	\$2.000	\$24.000
GASTOS ADMINISTRATIVOS Y LOCATIVOS	\$500	\$6.000
TOTAL GASTOS ADIMINISTRATIVOS	\$9.123	\$109.478

Fuente: Elaborado por los autores

Dentro de los Gastos de administración tenemos los sueldos de empleados, los cuales constituyen un rubro de alto impacto para Personally ya que anualmente cancelan USD64.469,00

entre mano de obra directa (USD14.362,00) y mano de obra indirecta (USD50.107,00). Ver Tabla 26 y Tabla 27.

Tabla 26 – Mano de Obra

Mano de Obra Directa	14.362
Mano de Obra Indirecta	50.107
Total Mano de Obra	64.469

Fuente: Elaborado por los autores

Tabla 27 - Detalle de Sueldos y Empleados

SUELDOS DE EMPLEADOS	EMPLEADOS	SUELDOS BASE	XIII	APORTE PATRONAL	VACACIONES	FONDO RESERVA	TOTAL UNITARIO	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
GTE. GRAL.	1	\$1.400	\$117	\$170	\$58	\$117	\$1.862	\$1.862	\$22.341
GTE.ADM/FINAN.	1	\$900	\$75	\$109	\$38	\$75	\$1.197	\$1.197	\$14.362
SERVICIO AL CLIENTE	2	\$420	\$35	\$51	\$18	\$35	\$559	\$1.117	\$13.404
GTE. COMERCIAL Y MKT	1	\$900	\$75	\$109	\$38	\$75	\$1.197	\$1.197	\$14.362
Total	5	\$3.620	\$302	\$440	\$151	\$302	\$4.814	\$5.372	\$64.469

Fuente: Elaborado por los autores

9.5.1.8 Gastos de administración, ventas (Comisiones %) y financieros.

En cuanto a gastos administrativos, como se mencionó en la Tabla 26 el rubro más fuerte es el de sueldos con USD50.107,00.

Otro rubro importantísimo para éxito del proyecto es la inversión en plan de Marketing y Publicidad el cual para el primer año está en USD20.000 y se mantendrá constante en un 13% de las ventas para los siguientes 5 años. Ver Tabla 28

Por último, tenemos el pago de comisiones el cual constituye el 13% de las ventas y para el primer año son más de USD19.295. Ver Tabla 28.

Tabla 28 – Gasto de ventas

SUELDOS PERSONAL DE VENTAS	\$14.362
COMISIONES	\$19.295
COMISION TARJETA	\$5.937
COMISION DATA FAST	\$1.484
MARKETING Y PUBLICIDAD	\$20.000
TOTAL GASTO DE VENTAS	\$46.717

Fuente: Elaborado por los autores

El proyecto no contempla gastos financieros ya que la inversión se realiza con aporte de capital de sus accionistas. Tal como indica la Tabla 19.

9.5.2 Planeación Financiera

A continuación, se detallan los flujos financieros del proyecto Personally los cuales como se verá más adelante presentan proyecciones positivas, manteniendo la salud financiera durante los 5 años, incluso con una inversión adicional de USD6.000,00 en el tercer año que garantice que el proyecto siga vigente y también siga captando más clientes.

9.5.2.1 Flujo de caja proyectado

El flujo de caja de Personally para los 5 primeros años refleja valores positivos ya que sus ingresos en cada período son mayores a los egresos.

Nótese que en el tercer año se registra como egreso no operacional una reinversión de USD6.000,00 destinado a implementar una mejora en la aplicación. Ver Tabla 29.

Tabla 29 – Flujo de caja proyectado

DESCRIPCION	INV. INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS OPERACIONALES						
RECUPERACIÓN POR VENTAS		\$147.602	\$161.711	\$174.656	\$188.629	\$198.089
EGRESOS OPERACIONALES						
PAGO A PROVEEDORES		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
MANO DE OBRA DIRECTA		\$14.362	\$14.362	\$14.362	\$14.362	\$14.362
MANO DE OBRA INDIRECTA			\$0	\$0	\$0	\$0
GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$72.591	\$72.591	\$72.591	\$72.591	\$72.591
GASTOS DE VENTAS		\$46.717	\$50.911	\$54.985	\$59.384	\$62.357
PARTICIPACION DE EMPLEADOS			\$1.516	\$2.870	\$3.938	\$5.292
IMPUESTO A LA RENTA			\$2.147	\$4.066	\$5.579	\$7.497
TOTAL EGRESOS OPERACIONALES		\$133.670	\$141.527	\$148.874	\$155.855	\$162.100
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL		\$13.932	\$20.184	\$25.782	\$32.774	\$35.990
INGRESOS NO OPERACIONALES						
CREDITOS BANCARIOS	\$0					
APORTE DE CAPITAL	\$44.192					
TOTAL INGRESOS NO OPERACIONALES	\$44.192	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
EGRESOS NO OPERACIONALES						

PAGO DE INTERESES	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
PAGO DE CREDITO BANCARIO	\$0	\$0	\$0		
ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS					
TERRENO					
OBRAS CIVILES					
MUEBLES Y ENSERES					
EQUIPOS DE COMPUTACION	\$4.000				
ACTIVOS DIFERIDOS	\$16.600		\$6.000		
CAPITAL DE TRABAJO	\$23.592				
TOTAL EGRESOS NO OPERACIONALES	\$44.192	\$0	\$0	\$6.00	\$0
FLUJO NO OPERACIONAL	\$0	\$0	\$0	-\$6.000	\$0
FLUJO NETO GENERADO	-\$44.192	\$13.932	\$20.184	\$19.782	\$32.774
				\$35.990	

Fuente: Elaborado por los autores

9.5.2.2 Estado de Pérdidas y Ganancias

El Estado de Resultados refleja una rentabilidad en última línea del 4,34% para el primer año y del 12,79% para el quinto año, esta evolución de la rentabilidad se genera principalmente porque los gastos administrativos crecen a un promedio interanual del 2% mientras que las ventas incrementan a una tasa promedio del 8% interanual, dando como resultado el crecimiento en la rentabilidad. Ver Tabla 30.

Tabla 30 – Estado de Resultados proyectado

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS	\$148.427	\$161.785	\$174.728	\$188.706	\$198.142
COSTO DE VENTAS	\$14.362	\$14.362	\$14.362	\$14.362	\$14.362
UTILIDAD BRUTA	\$134.065	\$147.423	\$160.366	\$174.345	\$183.780
% UTILIDAD BRUTA	90,32%	91,12%	91,78%	92,39%	92,75%
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$72.591	\$72.725	\$74.472	\$76.359	\$78.340
GASTOS DE VENTAS	\$46.717	\$50.911	\$54.985	\$59.384	\$62.357
EBITDA	\$14.757	\$23.787	\$30.909	\$38.601	\$43.082
% EBITDA	9,94%	14,70%	17,69%	20,46%	21,74%
GASTOS DE AMORTIZACIÓN	\$3.320	\$3.320	\$3.320	\$3.320	\$3.320
GASTOS DE DEPRECIACIÓN	\$1.333	\$1.333	\$1.333	\$0	\$0
EBIT	\$10.104	\$19.134	\$26.256	\$35.281	\$39.762
GASTOS FINANCIEROS	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN	\$10.104	\$19.134	\$26.256	\$35.281	\$39.762
15% PARTICIPACIÓN	\$1.516	\$2.870	\$3.938	\$5.292	\$5.964
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$8.588	\$16.264	\$22.317	\$29.989	\$33.798
25% IMPUESTOS	\$2.147	\$4.066	\$5.579	\$7.497	\$8.449
UTILIDAD NETA	\$6.441	\$12.198	\$16.738	\$22.492	\$25.348

% UTILIDAD NETA	4,34%	7,54%	9,58%	11,92%	12,79%
-----------------	-------	-------	-------	--------	--------

Fuente: Elaborado por los autores

9.5.2.3 Balance General

El Balance General de Personally refleja al final de cada periodo, una situación económica y financiera sana, sin pasivos de largo plazo, que muestran las condiciones en que maneja la empresa en sus índices de: liquidez, solvencia, endeudamiento, rendimiento y rentabilidad, facilitando la toma de decisiones gerenciales. Ver Tabla 31.

Tabla 31 – Balance General proyectado

ACTIVOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVO CORRIENTE					
CAJA BANCOS	37.525	14.583	32.043	48.851	62.353
CUENTAS POR COBRAR	825	899	971	1.048	1.101
INVENTARIOS					
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	38.349	15.482	33.014	49.899	63.454
ACTIVO FIJO					
OBRAS CIVILES	-	-	-	-	-
MUEBLES Y ENSERES	-	-	-	-	-
MAQUINARIAS	-	-	-	-	-
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000
(-) DEPRECIACIONES	-1.333	-2.667	-4.000	-4.000	-4.000
TOTAL ACTIVO FIJO	2.667	1.333	-	-	-
ACTIVO DIFERIDO					
ACTIVOS DIFERIDOS	16.600	16.600	16.600	16.600	16.600
AMORTIZACIONES ACUMULADAS	3.320	6.640	9.960	13.280	16.600
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	13.280	9.960	6.640	3.320	-
TOTAL ACTIVOS	54.296	26.775	39.654	53.219	63.454
PASIVOS					
PASIVO CORRIENTE					
CTA POR PAGAR PROVEEDORES					
GASTOS ACUMULADOS POR PAGAR					
IMPUESTOS POR PAGAR	2.147	4.066	5.579	7.497	8.449
PARTICIPACIÓN POR PAGAR	1.516	2.870	3.938	5.292	5.964
INTERESES POR PAGAR CP	-				
PORCION CORRIENTE DE DEUDA LP	-				
TOTAL PASIVO CORRIENTE	3.663	6.936	9.518	12.789	14.414
PASIVO A LARGO PLAZO					
DEUDA A LP		-	-		
INTERESES POR PAGAR LP		-	-	-	-
TOTAL PASIVO LARGO PLAZO	-	-	-	-	-

TOTAL PASIVO	3.663	6.936	9.518	12.789	14.414
PATRIMONIO					
CAPITAL SOCIAL PAGADO	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200
UTILIDAD RETENIDA	-	6.441	12.198	16.738	22.492
APORTES A FUTURAS CAPITALIZACIONES	42.992		-	-	-
UTILIDAD DEL EJERCICIO	6.441	12.198	16.738	22.492	25.348
TOTAL PATRIMONIO	50.633	19.839	30.136	40.430	49.040
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	54.296	26.775	39.654	53.219	63.454

Fuente: Elaborado por los autores

9.5.3 Evaluación del Proyecto

Con el propósito de determinar la viabilidad del proyecto se evaluó el punto de equilibrio, Viabilidad Financiera, Índices Financieros (ROA y ROE), y Análisis de Sensibilidad

9.5.3.1 Punto de Equilibrio

Según Mallo (Mallo, 2004) el Punto de Equilibrio es el volumen en el cual los ingresos igualan al costo total y se determina con la siguiente función:

$$\text{P.E.} = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{P.V} - \text{C.V.U}} \text{ (Ventas)}$$

Por lo tanto si la empresa tiene los costos fijos mensuales en USD9.360 (Ver Tabla 27), costos variables unitarios no tiene por tratarse de una aplicación tecnológica lo que implica que costo fijo variable es igual a 0, y por último de acuerdo al plan de producción (Ver Tabla 24) el precio de venta promedio mensual unitario es de USD27,00, tenemos que nuestro punto de equilibrio es tener 347 nutricionistas a los cuales en promedio se le venda un plan de USD27,00 mensuales con lo cual los ingresos igualan a los egresos. Ver Tabla 32.

Tabla 32 – Análisis del punto de equilibrio

$$\text{P.E. (Ventas)} = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{P.V} - \text{C.V.U}} = \frac{9.360}{27 - 0} = 347$$

Fuente: Elaborado por los autores

Vale la pena agregar que de acuerdo con el flujo mensual este nivel de ventas se logrará a partir del 7mo mes.

9.5.3.2 Viabilidad financiera

Para evaluar la viabilidad Financiera de Personally existen una serie de herramientas financieras que permitirán analizar el potencial de negocio del proyecto. Según la revista Científica Central American Journal (Medina, 2013) .La TIR (tasa interna de retorno) es el método de evaluación de rentabilidad de proyectos de inversión mejor conocido. Esta tasa interna de retorno representa, en la interpretación tradicional de las tasas de interés, a la tasa de interés ganada por una inversión alternativa sobre el saldo no recuperado de una inversión. Con lo cual que si una TIR superior al 10% sería un proyecto aceptable. La TIR de Personally es viable debido a que es de 38,28%. Ver Tabla 33.

Tabla 33 - Viabilidad Financiera

TIR	38,28%
VAN	44.749

Fuente: Elaborado por los autores

Otro indicador que ayuda a analizar la viabilidad de un proyecto es el Valor Actual Neto (VAN), según (Enrique Santa Cruz, 2017) El valor actual neto (VAN) es un indicador financiero que sirve para determinar la viabilidad de un proyecto. Si tras medir los flujos de los futuros ingresos y egresos y descontar la inversión inicial queda alguna ganancia, el proyecto es viable. Con lo cual, el proyecto Personally es viable, debido que el Valor Actual Neto (VAN) refleja un monto de USD44.749,00. Ver Tabla 33.

9.5.3.3 Índices Financieros

Luego tenemos una serie de indicadores financieros que nos permitan seguir analizando que tan viable es el proyecto Personally. El ROA según (Rahman y Pardo-Cueva, 2018) ROA: rentabilidad económica. Mide el beneficio por unidad de activo. Con lo cual valor de ROA para el proyecto Personally es de 11,86%.

En cuanto al ROE que según (Rahman y Pardo-Cueva, 2018) es la rentabilidad financiera y mide el beneficio por unidad de patrimonio, en el caso de Personally este indicador se sitúa en 12,72%. En la Tabla 34 se detallan esto y otros indicadores financieros que sustentan el proyecto Personally.

Tabla 34 – Indicadores financieros

INDICE DE EFICIENCIA	
ROTACIÓN DE ACTIVO TOTAL (VTAS NETAS/ACTIVO TOTAL)	2,73
INDICE DE LIQUIDEZ (ACTIVO CORRIENTE/PASIVO CORRIENTE)	10,47
INDICES DE RENTABILIDAD	
ROE (UTILIDAD NETA/PATRIMONIO)	12,72%
ROS (UTILIDAD NETA/VENTAS)	4,34%
ROA (UTILIDAD NETA/ACTIVOS)	11,86%
INDICE DE ENDEUDAMIENTO	
PASIVO/ACTIVO	7%
CAPITAL/ACTIVO	93%

Fuente: Elaborado por los autores

También se realizó el Payback para determinar en cuanto tiempo se obtiene el retorno de la inversión dando como resultado que en el tercer año se logra obtener la recuperación de la inversión realizada. Ver Tabla 35.

Tabla 35 - Payback

PERIODO	INVERSIÓN	FLUJO	RENTABILIDAD EXIGIDA	RECUPERACIÓN INVERSIÓN
1	\$44.192	\$13.932	\$4.419	\$9.513
2	\$34.679	\$20.184	\$3.468	\$16.716
3	\$17.963	\$19.782	\$1.796	\$17.986
4	-\$23	\$0	-\$2	\$2
5	-\$25	\$0	-\$3	\$3

Fuente: Elaborado por los autores

9.5.3.4 Análisis de Sensibilidad

Además de los indicadores financieros antes citados, se corrieron un par de escenarios adicionales que nos permitan entender que sucede con el proyecto en el caso de que no se den los resultados esperados.

Se proyectaron las ventas hacia abajo dando como resultado que las mismas pueden caer hasta una tasa 6% en la cual la TIR se mantiene en 14% pero si las ventas caen en un 7% la TIR baja a 9% con lo cual el proyecto soporta máximo una caída del 6%, ya que menos de este número la TIR queda inferior al 10% que es lo mínimo esperado.

Por otro lado, movimos los gastos para ver qué sucede con el proyecto en el caso de desviaciones. Dando como resultado que los gastos pueden subir hasta 16% y la TIR se mantiene en 10% ante un mayor incremento de gastos la TIR baja de 10% haciendo el proyecto Personally inviable.

10 Conclusiones

Como resultado del análisis del proyecto Personally, brindará a los nutricionistas un ecosistema digital, en donde podrá organizar toda su información y llevar un mejor control y seguimientos de sus pacientes, si no, también está dentro de sus capacidades mejorar la calidad de vida de estos y sus pacientes.

Al ser una alternativa digital, está en la capacidad de ser accesada desde cualquier parte del mundo, entonces podrán ayudar a los nutricionistas en aumentar su rango de acción, o de trabajo incrementando su número de pacientes.

Personally, además es un negocio muy rentable y viable con mucho potencial de crecimiento e implementación en otros ámbitos profesionales como los de terapeutas y entrenadores físicos.

11 Recomendaciones

Dentro de las recomendaciones creo necesario evaluar la posibilidad de expandir los servicios de Personally en otros ámbitos, para incrementar sus clientes.

Además, de evaluar la posibilidad de encontrar alianzas con laboratorios clínicos, marcas de comida saludable, y suplementos vitamínicos, para incrementar los ingresos.

12 Bibliografía

- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (s.f.).
- Organización de las Naciones Unidas. (2014). *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Recuperado el 2021
- Reglamento para la aplicación Ley de régimen tributario. (2016). *www.sri.gob.ec*. Recuperado el 2021
- Alcazar, J. P. (2020). *Crea Campanas Facebook en 10 sencillos pasos*.
<https://blog.formaciongerencial.com/crea-campanas-facebook-en-10-sencillos-pasos/#:~:text=El%20costo%20en%20Ecuador%20va,1800%20USD%20para%20su>.
- Allen, K. (2019). *Infografía: La psicología de los colores*.
<https://www.entrepreneur.com/article/269009#:~:text=Verde%3A%20Se%20asocia%20a%20la,tienen%20menos%20dolores%20de%20est%C3%B3mago.&text=Naranja%3A%20Este%20tono%20es%20sin%3Bnimo,%20emoci%C3%B3n%20calidez%20y%20precauci%C3%B3n>.
- ASAMBLEA NACIONAL REPUBLICA DEL ECUADOR. (19 de Septiembre de 2019). *PROYECTO DE LEY ORGANICA DE PROTECCION DE DATOS PERSONALES*. Obtenido de
<https://www.nmslaw.com.ec/wp-content/uploads/2019/09/Proyecto-de-Ley-Org%C3%A1nica-de-Protecci%C3%B3n-de-Datos-Personales.pdf>
- Borja, R. B. (18 de Mayo de 2020). *Derecho Ecuador.com*. Obtenido de
<https://www.derechoecuador.com/teletrabajo-como-un-medio-para-aportar-numerosos-beneficios-sociales-y-laborales>
- Brush. (2019).
- Cyberclick. (2021). *Marketing*. Obtenido de <https://www.cyberclick.es/marketing>
- Design Thinking España. (Enero de 2019). Obtenido de [https://xn--designthinkingespa-d4b.com/definir-segunda-etapas-design-thinking#:~:text=El%20\(usuario\)%20desea%2Fnecesita,e%20incertidumbre%20\(insight\).%E2%80%9D](https://xn--designthinkingespa-d4b.com/definir-segunda-etapas-design-thinking#:~:text=El%20(usuario)%20desea%2Fnecesita,e%20incertidumbre%20(insight).%E2%80%9D)
- Diccionario de Marketing. (2017). *BTL*. <https://dircomfidencial.com/diccionario/btl-20170213-1343/>.
- Ecuadorencifras*. (2013). Recuperado el marzo de 2021
- EL UNIVERSO. (3 de Julio de 2019). *Registro de Negocios Ecuador*. Obtenido de
<https://www.eluniverso.com/noticias/2019/07/03/nota/7406652/como-registrar-marca-ecuador/>
- Enrique Santa Cruz, p. d. (24 de enero de 2017). *www.esan.edu.pe*. Obtenido de conexión esan:
<https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/01/fundamentos-financieros-el-valor-actual-neto-van/>
- EVALUANDO.COM. (29 de MARZO de 2016). *CRM PARA MEDICINA Y SALUD*. Obtenido de CRM PARA MEDICINA Y SALUD: <https://www.evaluandocrm.com/crm-organizaciones-medicina-salud/>
- Frías, E. R. (14 de mayo de 2013). *Unweavin the web*. Obtenido de
<https://fundacionpersan.org/web/uploads/formacion/Creatividad.%20Design%20Thinking.pdf>
- Gibbons, S. (31 de Julio de 2016). *Nielsen Norman Group logoNielsen Norman Group*. Obtenido de
<https://media.nngroup.com/media/articles/attachments/Design-thinking-101-NNG.pdf>
- Guillermo Westreicher, J. S. (17 de agosto, 2020). Capital de trabajo. *Economipedia.com*.
- INEC. (12 de 3 de 2021). *Proyecciones Poblacionales*. Obtenido de
<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/>
- Interaction Design Foundation. (2020). Obtenido de What is Prototyping?: <https://www.interaction-design.org/literature/topics/prototyping>
- Kotler, P., Bloom, P., & Hayes, T. (2004). *El marketing de servicios profesionales*. Ediciones Paidós Iberica S.A.
- Mallo, D. P. (noviembre de 2004). *www.eco.mdp.edu ar*. Obtenido de Facultad de Ciencias Económicas y Sociales : <https://eco.mdp.edu.ar/cendocu/repositorio/00172.pdf>
- Marketing, P. (2018). *Las Aplicaciones duran cada vez menos*. Obtenido de
<https://www.puromarketing.com/96/30900/apps-moviles-duran-cada-vez-menos-movil-antes-ser-eliminadas.html>
- Medina, J. R. (Diciembre de 2013). *Central American Journals Online*. Obtenido de
<https://www.camjol.info/index.php/NEXO/article/view/1287>
- Montoya, V. (2020). ¿Que es un ecosistema digital?
- Mortensen, D. H. (15 de Julio de 2020). *The Interaction Design Foundation*. Obtenido de
<https://www.interaction-design.org/literature/article/stage-1-in-the-design-thinking-process-empathise-with-your-users>
- Naranjo, F. (24 de Agosto de 2017). *F.NARANJO*. Obtenido de F.NARANJO: <https://fnaranjo.es/blog/que-es-ecosistema-virtual#:~:text=Un%20ecosistema%20virtual%20es%20el,y%20viviendo%20en%20mundos%20virtuales>.

- Oficial, R. (2012). Código del trabajo.
- Ortiz, L. (18 de Marzo de 2016). *Blogthinkbig.com*. Obtenido de <https://blogthinkbig.com/los-sistemas-operativos-moviles-que-mas-utilizamos>
- Rahman(2012) y Pardo-Cueva, H. y.-R. (22 de 12 de 2018). *REVISTA ESPACIOS*. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a18v39n51/18395114.html>
- Ramirez, J. R. (2020). *Los mejores anuncios y costos promedio de publicidad para tu negocio digital*. <https://neetwork.com/costos-promedio-de-publicidad/>.
- Redaccion. (2018). *¿Qué es el Manual de Identidad Corporativa y cuál es su importancia?* Obtenido de <https://summa.es/blog/manual-de-identidad-corporativa/>
- Redaccion. (2018). *Definicion de tiendas y aplicaciones*. Argentina: https://www.alegsa.com.ar/Dic/tienda_de_aplicaciones.php#:~:text=Las%20tiendas%20de%20aplicaciones%20son,la%20instalaci%C3%B3n%20tradicional%20de%20aplicaciones.
- (2018). *Remuneraciones del trabajador*.
- (2013). *Reporte de Nutricion Ecuador*. Ecuador: Ecuadorencifras. Recuperado el marzo de 2021
- Sacca, C. (s.f.).
- Schelstraete, A. (14 de Enero de 2019). 4 principios para validar cualquier prototipo. *Medium* .
- sdgfund.org. (2014). *SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS FUND*. Recuperado el Marzo de 2021, de sdgfund.org.
- SENADI. (15 de Marzo de 2021). *SENADI*. Obtenido de SENADI: <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/como-registro-una-marca/>
- Significados.com. (12 de Enero de 2018). *Significados.com*. Obtenido de <https://www.significados.com/empatia/>
- Stevens, E. (18 de Noviembre de 2020). *What Is Design Thinking? A Comprehensive Beginner's Guide*. Obtenido de CareerFoundry: <https://careerfoundry.com/en/blog/ux-design/what-is-design-thinking-everything-you-need-to-know-to-get-started/>
- todaunavida.gob.ec*. (2015).
- Veletanga, J. (13 de Agosto de 2019). *Edicion Medica*. Obtenido de <https://www.edicionmedica.ec/secciones/profesionales/anne-en-los-nutricionistas-esta-la-solucion-a-muchas-patologias-que-aquejan-los-ecuatorianos--94597#:~:text=Por%20ejemplo%2C%20pese%20a%20que,dado%20la%20importancia%20necesaria%20a>
- www.un.org. (s.f.). *Objetivos de Desarrollo sostenible*. Recuperado el 2021
- Yenny Caballero Barrios, A. C. (2020). Alimentación no saludable y sedentarismo asociados con HTA y IAM. *Facsalud*.
- Zambrano, R. (14 de Febrero de 2021). Pandemia aumenta el sobrepeso y la obesidad en Ecuador. *Diario El Universo*, págs. <https://www.eluniverso.com/noticias/informes/pandemia-aumenta-el-sobrepeso-y-la-obesidad-en-ecuador-nota/>.
- Zamora, A. (6 de Junio de 2019). *ida.blog*. Obtenido de <https://blog.ida.cl/estrategia-digital/mapa-de-empatia-que-es-y-cuales-son-sus-preguntas-claves/>
- Zikmund, W., & Babin, B. J. (2008). *Investigacion de mercados*. Cengage Learning Editores.

13 ANEXOS

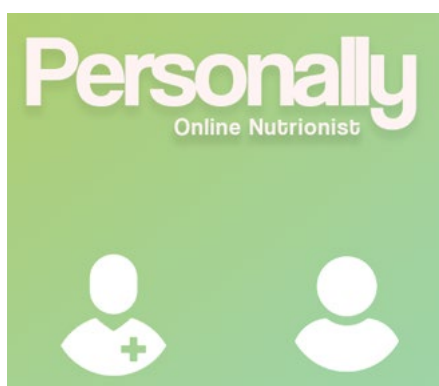
13.1 Anexo 1: Batería de preguntas de la entrevista

Buenas tardes, antes que nada, muchísimas gracias por concedernos la entrevista, gracias por atendernos, el motivo de la entrevista es educacional, somos estudiantes de la Casa Grande y estamos en un proyecto para la titulación en la carrera de Administración.

Me gustaría que pudieras nos pudieras contar un poco de tu trayectoria, donde estudiaste, cuanto tiempo llevas ejerciendo la carrera... que te llamo a estudiar esta carrera... nos gustaría conocer un poco de tu trayectoria... (trata de saber su edad, donde atiende... horarios... etc., para poder hacer un mapeo de los nutricionistas)

Entrando en materia:

1. ¿Cuáles crees son los principales motivos por los que las personas acuden a ti o a un nutricionista en general?
2. ¿Tienes muchas consultas de pacientes que acuden a ti por que padecen alguna enfermedad?
3. ¿Cuáles son las principales inquietudes de los pacientes al momento de iniciar su plan/programa de nutrición?
4. ¿Cuáles son las inquietudes más frecuentes de los pacientes respecto del plan/programa de nutrición?
5. ¿Cuánto tiempo en promedio las personas se mantienen en un programa de nutrición?
6. ¿Por qué consideras que las personas dejan de seguir en el programa de nutrición? ¿Podría ser tiempo? ¿Dinero? ¿Disciplina?
7. En promedio ¿consideras que es muy costoso un programa de nutrición?
8. ¿Cuánto cuesta una consulta a un nutricionista?
9. ¿Cuántos pacientes en promedio, atiendes al mes? ¿Y la frecuencia de atención?
10. ¿En la actualidad, utiliza alguna herramienta tecnológica para llevar el control de sus pacientes? ¿Qué herramientas? ¿Como llevas las fichas de tus pacientes?
11. ¿Consideras que la pandemia ha incrementado las personas que buscan una mejor alimentación para subir su sistema inmunológico?
12. Consideras que el COVID-19 impide que las personas busquen nutricionistas y/o acudan a citas?
13. ¿Qué medios utiliza para promocionar sus servicios?



Estamos trabajando en una aplicación que permita a los nutricionistas atender a sus pacientes. En general facilitar un poco el trabajo, del nutricionista, en cuanto al seguimiento, y control. Estamos conscientes que el COVID-19 ha llegado para cambiar un poco la manera de hacer las cosas en todos los campos. Por lo que nuestra propuesta, es una aplicación móvil, que permita, como lo hemos mencionado controlar la evolución y tomar los correctivos que sean necesarios, sin tener que esperar a una próxima consulta. Los nutricionistas tienen la posibilidad de estar con su paciente 24/7 viendo y controlando su progreso, a la vez que evacuan por esta vía las dudas y preguntas de los pacientes. También les facilita mantener el control y la información desde un solo sitio y no tener que estar utilizando múltiples software y aplicaciones.

La aplicación móvil permite al nutricionista:

- Crear la ficha técnica de cada paciente con la siguiente información:
 - Datos personales,
 - Peso,
 - Altura,
 - Índice de masa corporal,

- Preexistencias
- Ingreso de valores de exámenes médicos
- Indicar plan/programa alimenticio
- Plan de ejercicios (en caso de ser necesario, o indicar frecuencia de actividad física) (caminar, correr, aeróbicos, etc.)
- Prescribir medicinas
- Sugerir recetas, tips de vida saludable
- Monitorear la evolución del peso del paciente
- Monitorear la evolución de nivel de actividad física (se sincroniza con smartwatch)
- Agendar nuevas consultas presenciales
- Atender consultas del paciente
- Dar de baja paciente cuando finalice el tratamiento conservando la historia de este

Por su parte el paciente tiene acceso a la aplicación puede:

1. Consultar su plan de alimentación, ejercicios, medicinas, y toda la información que le envíe su nutricionista
2. Cargar diaria o semanalmente su peso
3. Cargar su rutina de ejercicios (sincronizar con el smartwatch)
4. Solicitar nuevas consultas presenciales
5. Hacer consultas online

La aplicación será desarrollada para descargar en iOS o Android.

La aplicación será ofrecida a los nutricionistas mediante un equipo de vendedores, los cuales ofrecen el servicio a un costo de \$ 2 mensuales por paciente. Dicho valor se cobra a través de la misma aplicación mediante un botón de pago que contiene cada vez que el Nutricionista crea un nuevo paciente debe acreditar \$ 2 y luego sigue cobrando hasta que el paciente sea dado de baja por el nutricionista.

En su opinión, ¿consideras que esta aplicación te ayudaría en personalizar aún más la atención de cada paciente?

¿Consideras que es una aplicación que te ayudaría a mantener el control de la evolución del paciente?

¿Te gustaría tener una herramienta con las funciones antes mencionadas?

¿Qué opina de una aplicación que conecte al nutricionista con el paciente y que tenga la siguiente funcionalidad?

¿Qué le agregarías o le cambiarías a la aplicación?

¿Qué opinas del nombre? ¿Y el logo?

¿Consideras que el valor es viable?

13.1.1 Entrevista a Cristina Bajaña (Nutricionista)

Buenas tardes, antes que nada, muchísimas gracias por concedernos la entrevista, gracias por atendernos, el motivo de la entrevista es educacional, somos estudiantes de la Casa Grande y estamos en un proyecto para la titulación en la carrera de Administración.

Me gustaría que nos pudieras contar un poco de tu trayectoria, donde estudiaste, cuanto tiempo llevas ejerciendo la carrera... que te llamo a estudiar esta carrera... nos gustaría conocer un poco de tu trayectoria... (trata de saber su edad, donde atiende... horarios... etc., para poder hacer un mapeo de los nutricionistas)

Respuesta:

Yo me gradué de la carrera Nutrición dietética y estética de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil en el 2015 trabajo desde el 2014 un poco tiempo en hospital y resto del tiempo en consulta privada presencial y online, atiendo todos los días, los lunes, miércoles y viernes online y los martes y jueves presencial, los horarios desde las 9:00 am hasta las 19:00.

Que me llamó a estudiar esta carrera.... me gusta mucho el tema de la salud pero no me atrae demasiado la medicina prefería algo más preventivo así y nutrición era lo que estaba buscando, y me fui enamorando más de la carrera a medida que la fui estudiando. Hasta que comencé a trabajar también me di cuenta de que no me quería dedicarme a la nutrición clínica u hospitalaria sino más que nada a nutrición preventiva en consultorio privado y es lo que hago hasta el día de hoy. También me dedico a otras cosas más, tengo un

programa radial que se llama Nutri-Tía que se trasmite a nivel nacional través de radio Tía en todos los supermercados. Además doy conferencias divulgativas y hago proyectos empresariales sobre nutrición.

Entrando en materia:

¿Cuáles crees son los principales motivos por los que las personas acuden a ti o a un nutricionista en general?

Los motivos por los que las personas acuden a mí la mayoría para bajar de peso, luego para aprender a comer, y finalmente para corregir o tratar alguna enfermedad como diabetes, hipertensión arterial, hígado graso, dislipidemias, encimas hepáticas elevadas, etc.

¿Tienes muchas consultas de pacientes que acuden a ti por que padecen alguna enfermedad?

Si tengo muchos pacientes que acuden a mí porque padecen alguna enfermedad y usualmente son varias enfermedades al mismo tiempo, usualmente vienen con diabetes, pero al mismo tiempo padecen de hipertensión, hígado graso, obesidad a la par dislipidemia. Se presenta muchas veces como un síndrome, el síndrome di metabólico, mujeres vienen con ovarios poliquísticos que también es un síndrome di metabólico y a veces no saben que tienen una enfermedad pero vienen con síntomas por lo que hacemos una interconsulta con algún médico para ponerle un nombre a esos síntomas en caso de que los tenga.

¿Cuáles son las principales inquietudes de los pacientes al momento de iniciar su plan/programa de nutrición?

Muchas veces es como preparar la comida en poco tiempo, porque tenemos las percepciones que se necesita demasiada estructura, sí es necesario que haya organización pero no es necesario mucho tiempo, ya que se pueden cocinar alimentos en cantidad y luego almacenarlas correctamente refrigeradas o congeladas para el resto de la semana, para luego combinarlos de una forma rápida, rica y saludable. Otra inquietud es como cocinarlas, para lo cual les entrego un recetario digital donde les explico cómo preparar de las formas más prácticas, como se puede cocinar con un mismo tipo de cocción varios tipos de alimentos y no se vuelve complicado poner en práctica la parte teórica.

¿Cuánto tiempo en promedio las personas se mantienen en un programa de nutrición?

Depende mucho del paciente, no es lo mismo el paciente un paciente que tenga que arreglar algunas pocas cosas o que haya la necesidad de que baje poco peso unas 15 lbs a un paciente que tenga que bajar 50 o 60 lbs pero si hacemos un promedio más o menos unos 3 meses.

¿Por qué consideras que las personas dejan de seguir en el programa de nutrición? ¿Podría ser tiempo?

¿Dinero? ¿Disciplina?

Uno de los factores puede ser dinero, aunque no creo que sea en todos los casos falta de dinero, ya que muchos pacientes antes de iniciar el plan piden mucha comida chatarra en delivery y salen a comer seguido, pero luego durante el plan este dinero se lo ahorran, lamentablemente no le dan esa prioridad a la nutrición, a esto que no es un gasto sino que es una inversión en su salud. Como segundo factor hay situaciones emocionales, particulares extras de la vida personal del paciente más carga laboral, problemas familiares, que los hace salir de la línea del plan y luego les da vergüenza volver. Pero yo les digo que no apuntamos a la perfección sino una progresión, lo que buscamos es dar soluciones a las dificultades sobre las cosas que se les hace complicadas al paciente para que no se salga del proceso.

En promedio ¿consideras que es muy costoso un programa de nutrición?

No puedo hablar por el resto porque no conozco a profundidad los costos de otros nutricionistas, sé que hay nutricionistas que tienen valores elevados en los costos de las consultas y muy probablemente esto hará que sea elevado el costo del programa. En mi caso yo trato de que las consultas tengan un costo que le permita al paciente volver frecuentemente cada dos semanas idealmente. La primera consulta mía tiene un valor de \$ 45 y luego \$ 40 y las citas online tienen un costo de \$ 40 la primera cita y luego \$ 35 así que dependiendo del tiempo que vas a estar en el programa de nutrición me parece que el costo de mi servicio es bastante accesible.

¿Cuántos pacientes en promedio, atiendes al mes? ¿Y la frecuencia de atención?

No he hecho un cálculo reciente, pero el último que lo realicé hace un año antes de la pandemia estaba aproximadamente entre 40 a 50 pacientes al mes, y estos pacientes suelen acudir a consulta cada 2 semanas o cada 3 semanas.

¿En la actualidad, utiliza alguna herramienta tecnológica para llevar el control de sus pacientes? ¿Qué herramientas? ¿Como llevas las fichas de tus pacientes?

Las fichas clínicas las llevo en un formato de Excel que yo lo hice a mi gusto, con los datos que en el transcurso del tiempo yo he ido añadiendo o quitando lo que yo voy a necesitar y es un formato que lo copio y pego en cada nueva carpeta que hago, no tengo ningún programa de nutrición, pero me resulta super practico la ficha que yo he creado para mí, adaptado y personalizado para mis requerimientos profesionales. Luego las guardo en drop box y puedo acceder a ellas desde mi celular o laptop en cualquier parte del mundo.

¿Consideras que la pandemia ha incrementado las personas que buscan una mejor alimentación para subir su sistema inmunológico?

Yo creo que al inicio de la pandemia si incrementaron las personas que estaban interesadas en buscar comer más sano. Luego entramos a la normalidad y tengo la frecuencia que hay normalmente, no es que me llaman para la inmunidad, sino que principalmente, para tratar alguna patología o bajar de peso, subir de peso, embarazo, etc.

Consideras que el COVID-19 impide que las personas busquen nutricionistas y/o acudan a citas?

El Covid-19 impide que acudan a consultas presenciales principalmente, por eso atiendo mucho online porque hay personas que tienen recelo de salir y estar en un consultorio físico donde puede haber una persona que está infectada. Pero no creo que impidan que busquen nutricionistas, pero si que vayan a las citas presenciales.

¿Qué medios utiliza para promocionar sus servicios?

Sobre todo, por referencias personales de mis pacientes que me recomiendan con sus amistades y familia y también por redes sociales.

Estamos trabajando en una aplicación que permita a los nutricionistas atender a sus pacientes. En general facilitar un poco el trabajo, del nutricionista, en cuanto al seguimiento, y control. Estamos conscientes que el COVID-19 ha llegado para cambiar un poco la manera de hacer las cosas en todos los campos. Por lo que nuestra propuesta, es una aplicación móvil, que permita, como lo hemos mencionado controlar la evolución y tomar los correctivos que sean necesarios, sin tener que esperar a una próxima consulta. Los nutricionistas tienen la posibilidad de estar con su paciente 24/7 viendo y controlando su progreso, a la vez que evacuan por esta vía las dudas y preguntas de los pacientes. También les facilita mantener el control y la información desde un solo sitio y no tener que estar utilizando múltiples software y aplicaciones.

La aplicación móvil permite al nutricionista:

Crear la ficha técnica de cada paciente con la siguiente información:

Datos personales,

Peso,

Altura,

Índice de masa corporal,

Preexistencias

Ingreso de valores de exámenes médicos

Indicar plan/programa alimenticio

Plan de ejercicios (en caso de ser necesario, o indicar frecuencia de actividad física) (caminar, correr, aeróbicos, etc.)

Prescribir medicinas

Sugerir recetas, tips de vida saludable

Monitorear la evolución del peso del paciente

Monitorear la evolución de nivel de actividad física (se sincroniza con smartwatch)

Agendar nuevas consultas presenciales

Atender consultas del paciente

Dar de baja paciente cuando finalice el tratamiento conservando la historia de este

Por su parte el paciente tiene acceso a la aplicación puede:

Consultar su plan de alimentación, ejercicios, medicinas, y toda la información que le envíe su nutricionista

Cargar diaria o semanalmente su peso

Cargar su rutina de ejercicios (sincronizar con el smartwatch)

Solicitar nuevas consultas presenciales

Hacer consultas online

La aplicación será desarrollada para descargar en iOS o Android.

La aplicación será ofrecida a los nutricionistas mediante un equipo de vendedores, los cuales ofrecen el servicio a un costo de \$ 2 mensuales por paciente. Dicho valor se cobra a través de la misma aplicación mediante un botón de pago que contiene cada vez que el Nutricionista crea un nuevo paciente debe acreditar \$ 2 y luego sigue cobrando hasta que el paciente sea dado de baja por el nutricionista.

En su opinión, ¿consideras que esta aplicación te ayudaría en personalizar aún más la atención de cada paciente?

Me parece que puede ayudar a estandarizar y digitalizar el seguimiento que yo ya hago mis pacientes, porque yo me comunico con ellos para preguntarle de su seguimiento y me mandan reportes y me mandan fotos y me preguntan, pero es una comunicación o sea es un chat, eso también se prefiere que sea una atención más fluida y no solamente los datos que yo ponga en la app, las sugerencias como tal sino que sea una conversación real. Yo ya hago una atención así con seguimiento, pero si pudiese estandarizarla un poco más para que ellos suban lo que yo les indico que hagan individualmente.

¿Consideras que es una aplicación que te ayudaría a mantener el control de la evolución del paciente?
Si me puede ayudar a mantener un control sobre la evolución. Aunque siempre va a depender de que el paciente cargue la información, en la actualidad yo les dejo la carta abierta para que me reporten, pero yo no los puedo obligar. Podría ser que algunos les dé pereza abrir la app, pero al final yo creo la app, te da como un plus en la atención.

¿Te gustaría tener una herramienta con las funciones antes mencionadas?

Si pudiera valorar, valorarlo tener

¿Qué opina de una aplicación que conecte al nutricionista con el paciente y que tenga la siguiente funcionalidad?

Si no es para todos, hay pacientes que no son nada digital como las personas mayores obviamente no es para todos, pero los pacientes que son digitales quizás los milenials y les gusta más el asunto, sería un plus sería algo chévere extra.

¿Qué le agregarías o le cambiarías a la aplicación?

Quizás tener una opción que le haga acuerdo de la consulta y también confirmar la consulta. Una especie de alarma.

¿Qué opinas del nombre? ¿Y el logo?

Me parece bien, pero Personally no dice mucho, ya cuando dice online nutricionist como que se entiende mejor, pero Personally no hace mucha referencia a la nutrición

¿Consideras que el valor es viable?

Me parece el costo está bien, pero dependiendo de la cantidad de pacientes, debería tener debería tener un rango de costo, no es lo mismo un Nutricionista que atiende 10 pacientes al mes a uno que atiende 60 pacientes al mes a un Centro de Nutrición que atiende 150 pacientes al mes.

13.1.2 Entrevista a Xiomara Guerra (Presidente ANNE)

Buenas tardes, antes que nada, muchísimas gracias por concedernos la entrevista, gracias por atendernos, el motivo de la entrevista es educacional, somos estudiantes de la Casa Grande y estamos en un proyecto para la titulación en la carrera de Administración.

Me gustaría que pudieras nos pudieras contar un poco de tu trayectoria, donde estudiaste, cuanto tiempo llevas ejerciendo la carrera... que te llamo a estudiar esta carrera... nos gustaría conocer un poco de tu trayectoria... (trata de saber su edad, donde atiende... horarios... etc., para poder hacer un mapeo de los nutricionistas)

Entrando en materia:

¿Cuáles crees son los principales motivos por los que las personas acuden a ti o a un nutricionista en general?

El principal motivo es salud, es decir por enfermedad o por mejorar su salud.

¿Tienes muchas consultas de pacientes que acuden a ti por que padecen alguna enfermedad?

Así es yo principalmente tengo pacientes con hipotiroidismo, diabetes, colon, etc. Pero también porque están con obesidad y con todo lo que trae aparejado la obesidad diabetes, hipertensión y alergias alimentarias, enfermedades celiacas.

¿Cuáles son las principales inquietudes de los pacientes al momento de iniciar su plan/programa de nutrición?

Su principal inquietud es mejorar su salud, porque han comprendido que los alimentos es lo que nos va a llevar a tener un mejor estado de salud.

¿Cuánto tiempo en promedio las personas se mantienen en un programa de nutrición?

Yo realizo una valoración completa bioquímica y hábitos alimenticios, en base a eso yo busco la causa, no las consecuencias, y eso me lleva al tratamiento del paciente que consiste en educación nutricional porque a mí me interesa que el paciente aprenda a comer bien que haga conciencia de una buena alimentación. Pero en promedio dura aproximadamente 6 meses

¿Por qué consideras que las personas dejan de seguir en el programa de nutrición? ¿Podría ser tiempo?

¿Dinero? ¿Disciplina?

En algunos casos porque han aprendido el plan es decir se dan de alta en otros casos ya las consultas son telefónicas

En promedio ¿consideras que es muy costoso un programa de nutrición?

Depende de la ubicación del nutricionista el estatus y de eso depende el valor de la consulta y el plan alimentario. Hay algunas nutricionistas que incluyen ya la entrega de comida a domicilio y ya depende del

paciente que requiera las 4 o 5 comidas esto les cuesta más caro pero los resultados son más rápidos y el paciente nota los cambios.

¿Cuánto cuesta una consulta a un nutricionista?

Bueno yo atiendo en Milagro, aquí yo cobro \$ 30 pero si voy a domicilio cobro \$50. Yo diría que en promedio aquí en la ciudad cuesta entre \$30 y \$50

¿Cuántos pacientes en promedio, atiendes al mes? ¿Y la frecuencia de atención?

Primeramente yo me demoro en una consulta entre 40 a 50 minutos, la primera consulta es la base para que el paciente haga conciencia y siga el tratamiento, le tengo que pedir que se haga exámenes para hacer una valoración bioquímica. Es decir no es como un médico que Ud. le dice lo que tiene y él le prescribe lo que necesita y se terminó la consulta. En mi caso yo tengo que hacer la evaluación y ver cuáles son las causas del problema para luego enseñarle a alimentarse mejor y entender que esto es la manera de lograr la salud preventiva. También hago una valoración de refuerzo de alimentación 24 horas y ahí me doy cuenta si están haciendo bien o no. Bueno yo no atiendo tantos porque tengo mi otra actividad que es venta de comida saludable, pero en promedio yo atiendo 9 pacientes por semana, es decir que en promedio son unos 36 al mes.

La frecuencia depende de la patología entre 2 veces y 1 vez por mes.

¿En la actualidad, utiliza alguna herramienta tecnológica para llevar el control de sus pacientes? ¿Qué herramientas? ¿Como llevas las fichas de tus pacientes?

Yo tengo un programa de nutrición que compré donde ingreso toda la información ACP Nutrición se llama es un programa mejicano donde ingreso los datos del paciente y toda la valoración, incluso ahí puedo incluir el menú y los valores de este. Tengo además otro que me vino de la misma balanza que compre ahí también hay el seguimiento hasta 4 tomas. En el mismo programa tengo la base pero luego voy armando la carpeta por cada paciente.

¿Consideras que la pandemia ha incrementado las personas que buscan una mejor alimentación para subir su sistema inmunológico?

Actualmente considero que si por el incremento de la venta de comida saludable, la gente está considerando mejorar su alimentación. Pero igual de todas maneras hay muchas personas que no toman conciencia, piensan en llenarse pero no nutrirse adecuadamente.

Consideras que el COVID-19 impide que las personas busquen nutricionistas y/o acudan a citas?

No porque yo manejo todo con las normas de bioseguridad.

¿Qué medios utiliza para promocionar sus servicios?

Lo promociono vía redes y el WhatsApp también por difusión. Utilizo Facebook, instagram y twitter.

Estamos trabajando en una aplicación que permita a los nutricionistas atender a sus pacientes. En general facilitar un poco el trabajo, del nutricionista, en cuanto al seguimiento, y control. Estamos conscientes que el COVID-19 ha llegado para cambiar un poco la manera de hacer las cosas en todos los campos. Por lo que nuestra propuesta, es una aplicación móvil, que permita, como lo hemos mencionado controlar la evolución y tomar los correctivos que sean necesarios, sin tener que esperar a una próxima consulta. Los nutricionistas tienen la posibilidad de estar con su paciente 24/7 viendo y controlando su progreso, a la vez que evacuan por esta vía las dudas y preguntas de los pacientes. También les facilita mantener el control y la información desde un solo sitio y no tener que estar utilizando múltiples software y aplicaciones.

La aplicación móvil permite al nutricionista:

Crear la ficha técnica de cada paciente con la siguiente información:

Datos personales,

Peso,

Altura,

Índice de masa corporal,

Preexistencias

Ingreso de valores de exámenes médicos

Indicar plan/programa alimenticio

Plan de ejercicios (en caso de ser necesario, o indicar frecuencia de actividad física) (caminar, correr, aeróbicos, etc.)

Prescribir medicinas

Sugerir recetas, tips de vida saludable

Monitorear la evolución del peso del paciente

Monitorear la evolución de nivel de actividad física (se sincroniza con smartwatch)

Agendar nuevas consultas presenciales

Atender consultas del paciente

Dar de baja paciente cuando finalice el tratamiento conservando la historia de este

Por su parte el paciente tiene acceso a la aplicación puede:

Consultar su plan de alimentación, ejercicios, medicinas, y toda la información que le envíe su nutricionista

Cargar diaria o semanalmente su peso

Cargar su rutina de ejercicios (sincronizar con el smartwatch)

Solicitar nuevas consultas presenciales

Hacer consultas online

La aplicación será desarrollada para descargar en iOS o Android.

La aplicación será ofrecida a los nutricionistas mediante un equipo de vendedores, los cuales ofrecen el servicio a un costo de \$ 2 mensuales por paciente. Dicho valor se cobra a través de la misma aplicación mediante un botón de pago que contiene cada vez que el Nutricionista crea un nuevo paciente debe acreditar \$ 2 y luego sigue cobrando hasta que el paciente sea dado de baja por el nutricionista.

En su opinión, ¿consideras que esta aplicación te ayudaría en personalizar aún más la atención de cada paciente?

Si me parece que sería una herramienta bastante útil, ya que hay muchos pacientes que es necesario estar pendientes de ellos para que se enganchen con el plan alimenticio.

¿Consideras que es una aplicación que te ayudaría a mantener el control de la evolución del paciente?

Si fuera muy bueno

¿Te gustaría tener una herramienta con las funciones antes mencionadas?

Si estaría dispuesto a utilizar esta aplicación

¿Qué opina de una aplicación que conecte al nutricionista con el paciente y que tenga la siguiente funcionalidad?

Me parece muy importante para poder hacer un mejor seguimiento del plan alimenticio para estar más cerca del paciente con el nutricionista

¿Qué le agregarías o le cambiarías a la aplicación?

Que pueda incluir el recordatorio de 24 horas lo que ha consumido en el día para que el mismo se dé cuenta de todo lo que está ingiriendo durante el día, si está utilizando los alimentos recomendados o no.

¿Qué opinas del nombre? ¿Y el logo?

Si me parece bien

¿Consideras que el valor es viable?

Si lo considero que está bien

13.1.3 Entrevista a Ariana Noblecilla (Nutricionista)

Tenemos información de grupos focales que nos dicen que el cuidado de la salud es lo más importante, pero la mayoría no consulta a un nutricionista.

¿Por qué piensa que se da este hecho?

No acuden a consultas nutricionales porque desconocen nuestros roles y funciones en lo que es parte de la alimentación. No conocen exactamente como los podemos ayudar en su vida. Por esa razón no acuden por desinformación

¿O cree que esta información no es cierta?

Estoy totalmente de acuerdo saben que la alimentación es lo más importante pero aun así no buscan al profesional correcto ya que muchas de las preguntas que le deben hacer a un nutricionista se las realizan a un médico. Desconocen las funciones reales de nosotros por eso no acuden al profesional correcto.

¿Es muy costoso un tratamiento?

Si considero que muchas personas dejan de acudir porque lo consideran muy costoso, aunque realmente no lo es. Si lo comparamos con un tratamiento farmacológico que se lleva de por vida como un hipertenso que debe tomar su medicación por el resto de su vida con un tratamiento nutricional que le va a ayudar a prevenir esa enfermedad realmente no es costoso.

¿Cuánto cuesta una consulta a un nutricionista?

Entre \$ 30 y \$ 15 aunque hay quienes cobran \$ 50.

¿Por qué motivo acuden los pacientes a un profesional en alimentación?

Hay dos razones,

Porque han sido derivados de los médicos que valoran nuestra profesión y saben la importancia y los derivan donde los nutricionistas. El 90% es por una patología en específico y el 10% por sobrepeso

Ciertas personas acuden por reducir peso

¿Hay muchas consultas por enfermedades?

El 90% es por una patología en específico y el 10% por sobrepeso

¿Cuáles son las principales inquietudes de los pacientes?

Tres tipos de inquietudes

Tipo de alimentación: Mitos y verdades, la importancia de la sopa, la importancia de comer frutas en la noche.

Etiquetados nutricionales: Semáforo en alimentos, kilocalorías, productos procesados. Que significa Bajo en grasa. Entender las kilocalorías de los alimentos..

Actividad Física

¿Cuánto tiempo se mantienen en promedio las personas en un tratamiento?

De acuerdo con mi experiencia se mantienen en un promedio de 3 a 6 meses

¿Están conformes con los resultados?

En mi caso tengo una tasa de 80% satisfechos y 20% no pero por razones que ellos mismos saben cuáles son ...“es que no seguí la dieta” . En general por comentarios de colegas el promedio está en 50% conforme y 50% no conforme

¿Por qué dejan de asistir a la consulta?

Por dos motivos

Sintieron que ya cumplieron su objetivo nutricional y ya se ven como deseaban.

Porque se les acabó el ánimo la perseverancia o también porque ya no tienen dinero.

¿Los pacientes le piden recetas y cómo elaborarlas?

Claro que sí, siempre que se les dé una dieta establecida, desayuno, almuerzo y merienda. Que muchas veces no saben cómo preparar, “como lo hago?” que lleva? Cuanto de cada cosa?

Entonces en ese momento uno le explica cómo elaborar.

¿Muestran interés en la preparación de sus platos saludables?

Si muestran interés, sobre todo las personas que están comprometidas en cumplir sus objetivos

¿Y recomendación de lugares donde comer?

Si preguntan porque la mayoría son personas que trabajan y tienen que comer fuera entonces preguntan dónde comer sano, que les queda mar cerca o también que entreguen a domicilio.

¿Qué opina de una aplicación que conecte al nutricionista con el paciente?

Me parecería genial ¡Me parecería una aplicación muy muy buena, sería llevarles monitoreo, seguimiento todo el tiempo, enviarles tips, enviarles mensajes de ánimo. Todo el tiempo estar con ellos prácticamente, entonces cuando se sientan desganados que son cosas que pasan, estar ahí para enviarles un mensajito, estar todo el tiempo apoyándolos y dándoles seguimiento.

¿Le gustaría colaborar con el proyecto o lo ve cómo competencia?

Si me parecería genial a mí me gusta ayudar muchísimo y sería valioso estar en un proyecto como este. Sobre todo porque me permite estar en contacto con ellos y no dejarlos solos en ningún momento.

La verdad no lo veo como competencia porque estamos haciendo un bien, estamos haciendo algo positivo, así que no lo vería como competencia.

¿Considera que la app puede ser un medio para atraer pacientes?

Yo pienso que si sería una magnífica manera de que ellos se sientan un poco más seguros, que no es solo tener la consulta y luego que salen no saben más de nosotros hasta un próximo control sino que estaremos con ellos en todo momento.

¿Podrían los clientes utilizar la app y acudir a su consulta?

Esta pregunta fue respondida en la respuesta anterior

¿Usted promociona sus servicios?

Las promociones por redes sociales y de manera verbal

¿Qué medios utiliza?

Facebook e Instagram

13.2 Anexo 2: Batería de preguntas para el focal (nutricionistas)

Introducción:

Buenas Tardes/Noches, antes quiero agradecer su participación, sabemos que sus agendas son muy complicadas. Nosotros somos estudiantes de la casa grande y estamos trabajando en nuestro proyecto de titulación de la carrera de Administración.

Este grupo focal es para fines educativos y vamos a grabarla para poder analizar luego las conclusiones.

¿Nos pueden contar un poquito sobre ustedes?

La batería de preguntas que se realizó a los dos grupos focales:

- ¿Consideran que el COVID ha cambiado de alguna manera la forma de atender pacientes en su rama?
 - ¿En qué manera?
 - ¿consideran que es mejor?
 - ¿Creen que estos cambios llegaron para quedarse?
 - ¿regresarían a la forma anterior?
 - ¿Crees que ha mejorado el manejo del tiempo?
 - ¿Cómo lo están manejando?
- ¿Consideran que por el miedo a contagiarse de COVID, los han incrementado sus ganas de aprender a alimentarse de manera más saludable, para aumentar su sistema inmunológico?
 -
- ¿Cuál son las herramientas actuales que utilizan para el manejo de sus pacientes?
 - ¿Creen que podrían encontrar mejores maneras?
 - ¿Consideran que una herramienta les ayudaría a estar más cerca de sus pacientes?
- ¿Cuál es el tiempo promedio que sus pacientes permanecen en un plan alimenticio?
 - ¿Creen que es alto el índice de abandono?
 - ¿A que creen que se debe esto?
 - ¿Como creen que se pueda solucionar?
 - ¿Consideran que si tuvieran una herramienta más personalizada fuera menos el índice de abandono del plan?
 - ¿Por qué sí? ¿O por qué no?
 - ¿Creen que esto los ayudaría a ustedes a tener un mejor control de sus pacientes?

Como ya les había comentado, estamos trabajando en una aplicación, que permita a ustedes nutricionistas atender a sus pacientes. En general facilitar un poco el trabajo, del nutricionista, en cuanto al seguimiento, y control.

Estamos conscientes que el COVID-19 ha llegado para cambiar un poco la manera de hacer las cosas en todos los campos. Por lo que nuestra propuesta, es una aplicación móvil, que permita, como lo hemos mencionado controlar la evolución y tomar los correctivos que sean necesarios, sin tener que esperar a una próxima consulta. Los nutricionistas tienen la posibilidad de estar con su paciente 24/7 viendo y controlando su progreso, a la vez que evacuan por esta vía las dudas y preguntas de los pacientes. También les facilita mantener el control y la información desde un solo sitio y no tener que estar utilizando múltiples software y aplicaciones.

POWER POINT

La aplicación será desarrollada para descargar en iOS o Android.

La aplicación será ofrecida a los nutricionistas mediante un equipo de vendedores, los cuales ofrecen el servicio a un costo de \$ 2 mensuales por paciente. Dicho valor se cobra a través de la misma aplicación mediante un botón de pago que contiene cada vez que el Nutricionista crea un nuevo paciente debe acreditar \$ 2 y luego sigue cobrando hasta que el paciente sea dado de baja por el nutricionista.

- ¿Cuál es su opinión acerca de la aplicación?
 - ¿La usarían?
 - ¿Por qué sí? ¿Por qué no?
- ¿Están dispuestos a pagar por el uso del App?
- ¿Qué les agregarían? ¿Qué le quitarían?

13.2.1 Transcripción del grupo focal

Diana: Buenas noches con todos, millón gracias nuevamente, soy estudiante de Universidad Casa Grande, estoy en el proceso de titulación, estamos haciendo el proyecto de titulación, quería comenzar pidiéndoles que se presentes cada uno de ustedes.

Katherine: Gracias chicos por referirme mi nombre es Katherine Guerra, soy nutricionista, me gradué en la Universidad Católica hace varios años atrás, empecé a trabajar en el hospital Luis Vernaza, luego trabajé en otras empresas de hoteles creo que no debe decir marcas, luego decidí emprender un negocio de se llamaba Vital Food, en la entrega de planes alimenticios y beneficios y en las tardes doy clases a la universidad de Guayaquil.

Susi: Al igual que Katy, graduada de la Universidad Católica, trabajé la parte estética desde inicio, pero me fuerte fue ser nutricionista, fui vocero de marcas algunas marcas de algunas empresas, he dado clases en la Universidad Católica.

Estefanía: Hola soy es mi nombre Estefanía Valle, estudio en la católica me gradué de nutricionista, fui asistente de un importante doctor en la clínica Kennedy de Guayaquil hoy tengo mi consultorio hace más de 5 años.

Tatiana: buenas noches con todos, mi nombre es Tatiana Landeta, vivo en Alborada soy casada tengo 52 años y tengo mi consultorio por el sector donde vivo soy nutricionista y estoy a las órdenes ante cualquier pregunta.

Nelly: Gracias por invitarme a mi nombre es Nelly Quintanilla estoy a las órdenes para esta entrevista, de la misma manera soy nutricionista y tengo u consultorio.

Diana: ¿Como afectado la pandemia a sus negocios, tomando en cuenta que la vida ya no volverá a ser la misma al menos en el corto plazo?

Katherine: en realidad los pacientes aumentaron considerablemente, de tanto que comieron en la pandemia, ahora tienen cada vez más problemas, he visto más pacientes con problemas de colitis, gastritis, se han desmandado sin control.

Estefanía: A mi si me aumentaron mucho los pacientes. Muchos preocupados por el Covid querían aumentar sus defensas por enfermedades que venían arrastrando.

Susi: opino lo mismo, también aumentaron, incluso muchos no solo por los problemas de pandemia, algunos tenían miedo de ver como subieron de peso y les cuesta reconocer que tiene un serio problema.

Tatiana: En mi caso el flujo de pacientes se elevó y comenzó a causarme problemas porque pasaba todo el día metido en whatsapp contestando mensajes.

Diana: ¿Creen que tienen pacientes que temen contagiarse y prefieren hacer video conferencia?

Katherine: Si he tenido un porcentaje alto de video consultas pero también he tenido presenciales. Yo prefiero presencial porque no tengo herramientas digitales que me permitan tomar toda la información de forma instantánea.

Susi: Si he tenido algunos pero en lo personal prefiero las consultas presenciales. Es mas fácil para mi tomar medidas y hacer seguimientos que con una aplicación no puedo hacer hasta el momento.

Estefanía: Yo creo que me he desconectado de muchos pacientes porque es muy difícil mantener las consultas por video conferencia. No puedo resolver toda información que necesito para poder llevar un control exacto.

Tatiana: A mi me ha beneficiado porque he subido de pacientes para atender. Pero al mismo tiempo me ha dificultado poder atender a todos al mismo tiempo.

Diana ¿Creen que después de la pandemia se mantendrá la tendencia digital?

Katherine: Actualmente lo hago y se que Susy también lo hace. En España y Estados Unidos tengo pacientes y obviamente por la distancia hemos tenido que manejarlo así. Creo que lo necesario es un mix.

Susy: Definitivamente la pandemia nos ha empujado a consultas en línea. Para mi ha sido difícil adaptarme pero es lo que me piden.

Estefanía: Opino igual.

Diana: ¿Qué herramientas utilizan actualmente para el control de sus pacientes?

Susy: En mi caso yo ya no uso papel. Actualmente uso lo mínimo, cuando recién me gradué tenía las fichas clínicas impresas. Luego me di cuenta que era complicado porque tenía papeles hasta arriba. Recién hace unos 3 o 4 años migre a hacerlo todo digital. Uso Microsoft Word para llenar las fichas.

Katherine: Yo uso lo mismo Word y Excel.

Estefanía: Yo uso material escrito aun porque no me da confianza las computadoras. He perdido mucha información así.

Tatiana: Yo uso varios programas. Uso Word para crear fichas y whatsapp para consultas.

Estefanía: Yo igual las anteriores pero también uso Calendly que es una app para agendar citas. La uso muchísimo para llevar una agenda de mis citas.

Diana ¿Cuánto tiempo permanecen los pacientes en sus programas?

Susy: Haber es muy variable porque cada paciente es un mundo, pero te diría que unos 6 meses, aunque he tenido pacientes que han estado conmigo 4 años. Justo una chica que atendí y que ahora somos amigas de tanto que nos hemos visto, quedo embarazada 2 veces mientras estaba en el tratamiento. Así que se demoró ese tiempo en terminar.

Katherine: Creería lo mismo que Susy pero la verdad la mayoría que viene para bajar de peso. Cuando abandonan el programa es por decisión propia.

Estefanía: también algunos se quedan sin presupuesto. Por eso concuerdo con Susy en el tiempo de 3 a 6 meses porque la mayoría sigue el programa de esa manera.

Tatiana: Bueno si bien es cierto que los pacientes usualmente desertan por no cumplir los programas o por falta de presupuesto debo recalcar que en mi caso son una minoría. La mayoría si cumple y se quedan como dicen mis colegas alrededor de 6 meses.

Diana: Bueno nosotros básicamente hemos estado preparando una app para nuestra tesis, donde nosotros hemos visto que hay muchas aplicaciones que te dan tu peso y demás pero no encontramos una aplicación que ayude al trabajo del nutricionista, esta idea salió de la entrevista que tuvimos con Susy. Es una aplicación que conecta directamente al nutricionista con el paciente. Van a poder llenar las fichas técnicas con la información que ingresa el paciente o ustedes mismas. Datos personales, peso, altura, índice de masa corporal, preexistencias médicas, ingreso de valores de exámenes médicos, indicar plan/programa alimenticio, plan de ejercicios (en caso de ser necesario, o indicar frecuencia de actividad física) (caminar, correr, aeróbicos, etc.) prescribir medicinas, monitorear la evolución del peso del paciente, monitorear la evolución de nivel de actividad física (se sincroniza con smartwatch), agendar nuevas consultas presenciales, atender consultas del paciente, dar de baja al paciente cuando finalice el tratamiento conservando la historia de este. La aplicación será desarrollada para descargar en iOS o Android. ¿Qué opinan, creen que esta aplicación les ayudaría con el control de sus pacientes y afianzar su relación con ellos y tal vez ayudar a disminuir la deserción?

Susy: Si, definitivamente si me veo usándola. Creo que sería muy útil. Tal vez le agregaría una función si es que no es muy complicado para que los pacientes pongan su evolución con fotos.

Katherine: Me parece super chévere. Es más siempre he tenido esa idea como proyecto. Mas que nada al paciente porque hay mayor seguimiento.

Tatiana: Definitivamente es un si para mí. Estar revisando el mail. Ver el whatsapp y si te toco comer algo que no está en tu plan por x, y, z motivo. Puedes añadir que es lo que comiste.

Katherine: Si no es muy complicada de usar, me parecería una herramienta vital. Tener un aproximado de calorías y poder tener un verdadero control creo que si sería muy importante. Poder como paciente escribir al nutricionista y decirle: "Me enviaste quinua y solo tengo acceso a arroz. ¿Qué debo hacer?", sería un factor muy favorable para mi trabajo/

Estefanía: Me gusta mucho, pero si me gustaría poderla arreglar a ciertas cosas que yo necesito y me gustaría tener. Pero si la usaría como está expuesta.

Diana: Nosotros habíamos pensado cobrar alrededor de \$2 por paciente. ¿Creen que este valor les favorece, les parece bien?

Susy: La verdad si llegase a perder el control de mis pacientes sí. Porque sería una especie de secretaria y me parece que el precio lo vale.

Katherine: Yo si me estoy volviendo loca con mis pacientes y por ese precio lo compraría inmediatamente. Me saldría más barato que contratar una secretaria.

Tatiana: Creo que es necesario usar tu aplicación porque yo si me he dado cuenta de que ya estoy como loca contestando muchos mensajes. Entre mails y whatsapp me estoy volviendo loca.

Estefanía: A veces me pasa que tengo demasiados archivos de Word. El disco duro se me llena porque tengo todo tipo de información. Si es necesario para mí.

Diana: Bueno, no les quito más tiempo. Les agradezco por su ayuda. Realmente y de verdad estamos muy agradecidos. Quedamos en contacto para mantenerlas al tanto.

Susy: gracias a ti.

Katherine: Si ahí mantenemos el grupo abierto por cualquier pregunta.

Tatiana: Claro si necesitan investigar más cuenten conmigo.

Estefanía: de nada

13.3 Anexo 3: Modelo Contrato de Servicios de Almacenamiento de Datos para Usuarios

Nombre de la empresa:

Nombre del proveedor del servicio:

Dirección de la empresa:

Dirección del proveedor:

CONTRATO DE SERVICIOS EN LA NUBE

El presente Contrato de Servicios en la Nube que ofrece xxxxx. A la que en lo sucesivo se le denominará xxxxx.

Al aceptar este contrato, USTED acepta y acuerda cumplir y quedar obligado de conformidad con los términos y condiciones de este contrato. Si USTED está celebrando este contrato en representación de una compañía u otra persona jurídica, USTED declara que posee las facultades para obligar a dicha entidad de conformidad con los términos y condiciones de este contrato y, en ese caso, "USTED", tal como se utilizan en este contrato, se referirán a dicha entidad; si usted no posee tales facultades, o bien si usted o tal entidad no acepta los términos y las condiciones de este contrato, usted no podrá utilizar los servicios.

Al marcar el campo con la leyenda "Acepto los Términos y Condiciones", USTED asume la obligación de cumplir con estos Términos y Condiciones y presta conformidad con el contenido de los mismos. En caso de desacuerdo con los Términos y Condiciones, el uso del servicio le será denegado, no dando ello derecho a reclamo o acción alguna por parte de USTED.

1. PLAZO DEL SERVICIO

1.1 Se refiere a plazo del servicio, tiempo en que USTED goce de los beneficios del servicio puede referenciarse para cualquier compra que incremente la cantidad de los Servicios originales ordenados (por ejemplo, Usuarios adicionales), para cualesquiera opciones de Servicios en la Nube ofrecidas por Xxxxx. No existe plazo forzoso a cumplir, USTED puede terminar dicho servicio siempre que la última facturación del periodo este cubierta en su totalidad.

1.2 Una vez finalizados los Servicios, Usted ya no dispondrá de derechos de acceso a los Servicios o uso de los mismos, incluidos los Programas de Xxxxx y los Entornos de Servicios asociados. No obstante lo anterior, y si Usted así lo solicita, y por un período de hasta 30 días después de la finalización del respectivo Período de Servicios, Xxxxx pondrá a disposición Su Contenido y Sus Aplicaciones que entonces se encuentren en el Entorno de Servicios a los fines de que Usted los recupere. Al finalizar dicho período de 30 días, y salvo por lo exigido por la ley aplicable, Xxxxx eliminará o de otro modo tornará inaccesible Su Contenido y Sus Aplicaciones que permanezcan en el Entorno de Servicios.

2. DERECHOS OTORGADOS

2.1 Durante la vigencia del Período de Servicios y sujeto a Sus obligaciones de pago, y salvo disposición en contrario contenida en el presente Contrato, Usted dispondrá de un derecho limitado, a nivel mundial, no exclusivo, no cedible, y exento del pago de regalías de acceder y utilizar los Servicios que Usted haya solicitado, incluidos cualesquiera, y de conformidad con los términos del presente Contrato, incluidas las Especificaciones del Servicio. Usted podrá permitir que Sus Usuarios utilicen los Servicios para esta finalidad y Usted será responsable de que dicho uso se haga de conformidad con el presente Contrato.

2.2 Usted no adquiere en virtud de este Contrato derecho o licencia algunos para utilizar los Servicios, incluidos los Programas de Xxxxx y el Entorno de Servicios, que excedan el alcance y/o la duración de los Servicios indicados. Una vez finalizados los Servicios solicitados, Su derecho de acceso y uso de los Servicios terminará.

2.3 A efectos de permitir que Xxxxx les preste los Servicios a Usted y a Sus Usuarios, Usted otorga a Xxxxx el derecho de usar, procesar y transmitir, de conformidad con el presente Contrato, Su Contenido y Sus Aplicaciones durante la vigencia del Período de Servicios y durante cualquier período adicional posterior a la terminación durante el cual Xxxxx le brinde acceso para recuperar un archivo de exportación de Su Contenido y Sus Aplicaciones. Si Sus Aplicaciones incluyen programas de terceros, Usted reconoce que Xxxxx podrá permitir a los proveedores de tales programas de terceros que accedan al Entorno de Servicios, incluidos Su Contenido y Sus Aplicaciones, según se requiera para la interoperación de dichos programas de terceros con los Servicios. Xxxxx no será responsable del uso, divulgación, modificación o eliminación de Su Contenido o Sus Aplicaciones como consecuencia de dicho acceso por parte de proveedores de programas de terceros o por la interoperabilidad de dichos programas de terceros con los Servicios.

2.4 Salvo disposición expresa en contrario para ciertas ofertas de Servicios en la Nube (por ejemplo, una nube privada alojada en Su establecimiento), usted reconoce que Xxxxx no tiene obligación de entrega respecto de los Programas de Xxxxx y no le enviará copias de tales programas como parte de los Servicios.

2.5 Los Servicios pueden contener o requerir el uso de Tecnología de Terceros con Licencia por Separado. Usted es responsable de cumplir con los Términos por Separado estipulados por Xxxxx que rigen el uso que Usted haga de la Tecnología de Terceros con Licencia por Separado. Xxxxx podrá incluir ciertos avisos dirigidos a Usted en las Especificaciones del Servicio, la Documentación del Programa, en archivos “readme” o en los archivos de notificación relacionados con dicha Tecnología de Terceros con Licencia por Separado. El tercero propietario, autor o proveedor de dicha Tecnología de Terceros con Licencia por Separado conserva la plena propiedad y los derechos de propiedad intelectual sobre la mencionada Tecnología de Terceros con Licencia por Separado.

2.6 Como parte del servicio Xxxxx no se hace responsable de la información así como de su resguardo, si bien se ofrece el servicio de respaldo de información la cual será entregada y NO será responsabilidad de Xxxxx el almacenamiento de la misma. Usted acepta que la información (Bases de datos) que se genere bajo el uso de los programas de Xxxxx es completamente su obligación realizar o contratar un respaldo de la misma así como también dicho respaldo será entregado a Usted para su resguardo correspondiente.

3. PROPIEDAD Y RESTRICCIONES

3.1 Usted conserva la plena propiedad y los derechos de propiedad intelectual sobre Su Contenido y Sus Aplicaciones. Xxxxx o sus licenciantes conservan la plena propiedad y los derechos de propiedad intelectual sobre los Servicios, incluidos los Programas de Xxxxx y los Programas Complementarios, así como los trabajos derivados de los mismos, y sobre todo aquello que fuera desarrollado o entregado por Xxxxx o en su nombre en virtud del presente Contrato.

3.2 Usted no podrá solicitar o permitir a terceros:

1. a) Retirar ni modificar las marcas de ningún programa o los avisos referentes a los derechos de propiedad de Xxxxx o sus licenciantes;
2. b) Poner los programas o materiales derivados de los Servicios (a excepción de Su Contenido y Sus Aplicaciones) a disposición de terceros de cualquier modo para su uso en las operaciones de negocios del tercero (salvo que dicho acceso esté expresamente permitido para los Servicios específicos que Usted ha adquirido);
3. c) Modificar, elaborar trabajos derivados, desensamblar, descompilar, efectuar un proceso de ingeniería de reversa, reproducir, distribuir, republicar ni descargar cualquier parte de los Servicios (las prohibiciones precedentes incluyen a modo enunciativo y no limitativo, la revisión de las estructuras de datos o materiales similares producidos por los programas), ni acceder ni utilizar los Servicios a fin de elaborar o brindar soporte, y/o prestar asistencia a un tercero para elaborar o brindar soporte, a productos o Servicios competitivos con los de Xxxxx;

d) Realizar o difundir pruebas de benchmarking o de rendimiento de los Servicios, incluidos los Programas de Xxxxx.

4. USO DE LOS SERVICIOS

4.1 Usted será responsable de identificar y autenticar a todos los Usuarios, de aprobar el acceso a los Servicios por parte de dichos Usuarios, de controlar el acceso no autorizado de los Usuarios, y de mantener la confidencialidad de los nombres de usuario, las contraseñas y la información de cuentas. Al asociar Sus nombres de usuario, contraseñas y cuentas, y los de Sus Usuarios con Xxxxx, Usted acepta la responsabilidad por la cancelación oportuna y correcta de los registros de los usuarios en Su infraestructura de identidad local (intranet) o en Sus computadoras locales. Xxxxx no es responsable de cualquier daño causado por Sus Usuarios, incluidas las personas que no estuvieran autorizadas a acceder a los Servicios pero que pudieron acceder debido a que los nombres de usuarios, contraseñas o cuentas no se cancelaron en forma oportuna en Su infraestructura local de administración de identidades o Sus computadoras locales. Usted es responsable de todas las actividades que se realizan con Su nombre de usuario, contraseña o cuenta o los de Sus Usuarios, o como consecuencia del acceso a los Servicios por Su parte o por parte de Sus Usuarios, y acepta notificar a Xxxxx de inmediato acerca de cualquier uso no autorizado. Usted acuerda emplear todos los esfuerzos razonables para evitar que terceros no autorizados accedan a los Servicios.

4.2 Usted acuerda no usar ni permitir el uso de los Servicios, incluso mediante carga, envío por correo electrónico, publicación, anuncio o transmisión por otra vía, de cualquier material, entre ellos Su Contenido, Sus Aplicaciones y Contenido de Terceros, para cualquier finalidad que:

1. a) Implique una amenaza o acoso a cualquier persona o cause daños o lesiones a personas o bienes;
2. b) Implique la publicación de material falso, difamatorio, acosador u obsceno;
3. c) Viole los derechos de privacidad o promueva la intolerancia, el racismo, el odio o el daño;
4. d) Constituya correo electrónico masivo no solicitado, correo "basura" "junk mail", correo "no deseado" "spam" o mensajes en cadena;
5. e) Constituya una violación de derechos de propiedad intelectual u otros derechos propietarios;
6. f) De cualquier forma viole las leyes, ordenanzas o reglamentaciones aplicables. Además de cualquier derecho de Xxxxx en virtud de este Contrato, Xxxxx se reserva el derecho, pero no tendrá la obligación, de adoptar medidas correctivas si algún material viola las restricciones mencionadas en la oración anterior (la "Política de Uso Aceptable"), incluido el retiro o la desactivación del acceso a dicho material. Xxxxx no tendrá responsabilidad alguna frente a Usted en caso de que Xxxxx adopte tales medidas. Usted tendrá la responsabilidad exclusiva relacionada con la exactitud, calidad, integridad, legalidad, confiabilidad, adecuación y propiedad de la totalidad de Su Contenido y Sus Aplicaciones. Usted acepta defender e indemnizar a Xxxxx frente a cualquier reclamación originada en una violación de Sus obligaciones conforme a esta cláusula.

4.3 Usted debe aceptar todas las actualizaciones automáticas, correcciones de errores [bug fixes], actualizaciones, paquetes de servicio y mantenimiento necesarios para el adecuado funcionamiento y la seguridad de los Servicios, incluso para los Programas de Xxxxx, tal como dichas Actualizaciones hayan sido puestos a disposición por Xxxxx según se describe en las Especificaciones del Servicio. Xxxxx no es responsable de problemas de rendimiento o seguridad con los Servicios en la Nube que sean consecuencia de Su falta de aceptación de la aplicación de las actualizaciones necesarias para el adecuado funcionamiento y la seguridad de los Servicios. Salvo por las actividades de mantenimiento de emergencia o relacionadas con la seguridad.

4.3 Xxxxx se compromete con Usted a tener una disponibilidad del 99.9 % del servicio para su uso con respecto a los sistemas ManagementPro, y la maquina virtual en donde se tengan garantizando la operación

5. TARIFAS E IMPUESTOS

5.1 Todas las tarifas pagaderas a Xxxxx serán exigibles dentro en un plazo de 5 días a partir de la fecha de la factura. Una vez presentada, no podrá cancelarse, y las sumas que se hayan pagado no serán reembolsables, salvo por lo establecido en el presente Contrato. Usted deberá pagar los impuestos sobre las ventas, valor agregado u otros impuestos similares exigidos por la ley aplicable que Xxxxx deba pagar en función de los Servicios que Usted haya solicitado, a excepción de los impuestos basados en los ingresos de Xxxxx. Asimismo, Usted reembolsará a Xxxxx los gastos razonables relacionados con la prestación de Servicios Profesionales. Las tarifas por los Servicios no incluyen impuestos ni gastos.

5.2 Usted acepta que podrá recibir varias facturas por los Servicios que Usted ha solicitado. Las facturas le serán presentadas y enviadas por correo electrónico proporcionado a Xxxxx.

6. CONFIDENCIALIDAD

6.1 En virtud del presente Contrato, cada una de las partes puede tener acceso a información confidencial de la otra parte. Cada parte acuerda revelar exclusivamente aquella información que sea necesaria para el cumplimiento de las obligaciones establecidas en este Contrato. La Información Confidencial quedará limitada a los términos y los precios en virtud del presente Contrato, Su Contenido y Sus Aplicaciones que residan en el Entorno de Servicios, así como a toda información claramente identificada como confidencial en el momento de su divulgación.

7. PROTECCIÓN DE DATOS

7.1 Durante la prestación de los Servicios, Xxxxx cumplirá con la Política de Privacidad de Servicios de Xxxxx, que se encuentra disponible en <https://www.mproerp.com/aviso-privacidad/> y se incorpora al presente por referencia. La Política de Privacidad de Servicios de Xxxxx está sujeta a modificaciones a discreción de Xxxxx; sin embargo, las modificaciones de Xxxxx a dicha política no tendrán como consecuencia una reducción significativa del nivel de protección brindado a Sus Datos Personales proporcionados como parte de Su Contenido durante el Período de Servicios.

8. LIMITACIÓN DE RESPONSABILIDAD

8.1 Ninguna de las partes será responsable por daños indirectos, incidentales, especiales, punitivos o consecuentes, ni por lucro cesante o pérdida de ingresos (a excepción de las tarifas en virtud de este contrato), datos o uso de datos. La responsabilidad total de Xxxxx por cualquier daño y perjuicio que surja en virtud o como consecuencia del presente contrato, ya sea contractual o extracontractual, o de cualquier otra naturaleza, se limitará al monto total pagado a Xxxxx por los servicios conforme a la orden que da origen a la responsabilidad en el período de doce (12) meses inmediatamente anteriores al evento que dio origen a dicha responsabilidad, menos los reembolsos o créditos que usted haya recibido de Xxxxx en virtud de dicha orden.

9. ANÁLISIS DEL SERVICIO

9.1 Xxxxx podrá (i) recopilar información estadística y de otro tipo relacionada con el rendimiento, funcionamiento y uso de los Servicios, y (ii) usar los datos procedentes del Entorno de Servicios en forma agregada para la gestión de las operaciones y la seguridad, para crear análisis estadísticos, y para propósitos de investigación y desarrollo (lo anterior se denomina conjuntamente "Análisis del Servicio"). Xxxxx podrá hacer públicos los Análisis del Servicio; no obstante, los Análisis del Servicio no incorporarán Su Contenido o Información Confidencial de una manera que pudiera servir para identificarlo a Usted o a cualquier persona física, y los Análisis del Servicio no constituyen Datos Personales. Xxxxx conserva todos los derechos de propiedad intelectual sobre los Análisis del Servicio.

10. LEY APLICABLE Y JURISDICCIÓN

10.1 El presente Contrato se regirá conforme a las leyes sustantivas y procesales de los Estados Unidos Mexicanos. Usted y Xxxxx aceptan someterse a la jurisdicción exclusiva de los tribunales competentes con domicilio en la Ciudad de Mérida, Yucatán, para dirimir cualquier controversia que surja en virtud o como consecuencia de este Contrato.

11. NOTIFICACIONES

11.1 Toda notificación requerida en virtud del presente Contrato será cursada a la otra parte por escrito. En caso de que Usted tenga un conflicto con Xxxxx o desee enviar una notificación conforme a la cláusula sobre Indemnización incluida en este Contrato, o Usted estuviera sometido a un concurso preventivo o cualquier otro procedimiento legal similar, deberá notificar dicha circunstancia de inmediato por escrito a: Xxxxx, domicilio en la Calle xxxx ciudad de xxxx.

11.2 A fin de solicitar la terminación de los Servicios de conformidad con este Contrato, Usted deberá presentar una solicitud de servicio a Xxxxx en la dirección indicada en la cláusula anterior.

11.3 Xxxxx podrá otorgar avisos a la base de clientes de los Servicios en la Nube de Xxxxx mediante la publicación un aviso general en el portal de Xxxxx correspondiente a los Servicios en la Nube, y los avisos específicamente dirigidos a Usted se enviarán por correo electrónico a Su dirección de correo electrónico registrada en la información de cuentas de Xxxxx o mediante una comunicación por escrito enviada a través de un servicio de correo prioritario o correo prepagado a Su dirección registrada en la cláusula

12. CESIÓN

12.1 Usted no podrá ceder este Contrato ni otorgar ni transferir los Servicios (incluidos los Programas de Xxxxx) ni derecho alguno sobre los mismos, a otra persona física o jurídica. Si Usted otorga un gravamen sobre cualquier parte de los Servicios, el titular de dicho gravamen no tendrá derecho a usar ni transferir los Servicios ni los entregables. Si Usted decide financiar Su adquisición de los Servicios, deberá dar cumplimiento a las políticas de financiamiento de Xxxxx. La cláusula precedente no podrá interpretarse como limitación de los derechos que Usted posea con respecto a la Tecnología de Terceros con Licencia por Separado cuya licencia se haya otorgado conforme a licencias de código abierto o términos de licencia similares.

13. OTRAS DISPOSICIONES

13.1 Xxxxx es un contratista independiente y las partes aceptan que no existe asociación, empresa conjunta, ni relación de agencia o representación alguna entre ellas. Usted y Xxxxx serán responsables de los pagos a sus respectivos empleados, incluidos los seguros e impuestos sobre la nómina que correspondan. Usted defenderá e indemnizará a Xxxxx frente a toda responsabilidad emergente de las leyes, ordenanzas o reglamentaciones aplicables con relación a la terminación o variación de las condiciones de empleo que Usted disponga respecto de cualquiera de Sus empleados en relación con los Servicios conforme al presente Contrato. Usted entiende que los socios de negocios ("partners") de Xxxxx y otros terceros, incluidas las firmas de terceros que Usted contrate para la prestación de servicios de consultoría o de implementación que interactúan con los Servicios en la Nube, son independientes de Xxxxx y no son representantes de ésta. Xxxxx no es responsable, obligada, o responsable por cualquier problemas con los servicios resultantes por los actos

de dichos partners comerciales o terceros salvo que el partner comercial o tercero esté prestando Servicios como subcontratista de Xxxxx para una orden efectuado conforme al presente Contrato, y sólo en la misma medida en que Xxxxx sería responsable por el desempeño de los recursos de Xxxxx en virtud del presente Contrato.

13.2 En caso de que cualquier cláusula de este Contrato fuese considerada nula o inexigible, las restantes disposiciones del mismo permanecerán en vigencia y dicha cláusula será reemplazada por otra que resulte acorde al propósito y la finalidad del presente Contrato.

13.3 Usted acuerda brindar a Xxxxx toda la información, acceso y plena cooperación que resulten razonablemente necesarios para que Xxxxx pueda prestar los Servicios y Usted deberá llevar a cabo los actos que se encuentran bajo Su responsabilidad.

13.4 Usted continuará siendo exclusivamente responsable del cumplimiento de las reglamentaciones aplicables en relación con el uso que Usted haga de los Servicios. Usted es responsable de informar a Xxxxx los requerimientos técnicos que sean consecuencia de Sus obligaciones reglamentarias antes de formalizar una orden regida por este Contrato. Xxxxx cooperará con Sus esfuerzos para determinar si el uso de la oferta de Servicios estándar de Xxxxx es consistente con dichos requerimientos. Podrían aplicarse tarifas adicionales a cualquier trabajo adicional realizado por Xxxxx o cambios en los Servicios. 13.5 Xxxxx podrá auditar el uso que Usted haga de los Servicios (por ejemplo, mediante herramientas de software) a fin de evaluar si el uso que Usted hace de los Servicios es acorde a lo establecido en los términos de este Contrato. Usted se compromete a cooperar con Xxxxx en tales auditorías, y a brindar asistencia y acceso razonables a la información. Dichas auditorías no interferirán en forma injustificada con Sus actividades comerciales normales.

14. TOTALIDAD DEL CONTRATO

14.1 Usted acepta que este Contrato y la información incorporada al mismo en virtud de una referencia por escrito (incluyendo cualquier referencia a información contenida en una URL o política citada), y la orden correspondiente, constituyen la totalidad del acuerdo respecto de los Servicios que Usted solicite y reemplazan a todos los contratos o declaraciones anteriores o contemporáneos, sean escritos o verbales, relacionados con dichos Servicios.

14.2 Xxxxx podrá suspender en forma temporal Su contraseña, cuenta y acceso a los Servicios y uso de los mismos si Usted o Sus Usuarios violan cualquier disposición contenida en las cláusulas 'Derechos Otorgados', 'Propiedad y Restricciones', 'Tarifas e Impuestos', 'Uso de los Servicios', o 'Exportación' del presente Contrato o si, según el criterio razonable de Xxxxx, los Servicios o cualquiera de sus componentes estuvieran por sufrir una amenaza significativa a la seguridad o funcionalidad. Xxxxx le notificará con anticipación tal suspensión a discreción razonable de Xxxxx en función de la naturaleza de las circunstancias que dan origen a la suspensión. Xxxxx empleará esfuerzos razonables para restablecer los Servicios afectados sin demora una vez que Xxxxx determine, a su discreción razonable, que la situación que dio origen a la suspensión ha sido subsanada. No obstante lo anterior, durante cualquier período de suspensión, Xxxxx pondrá a Su disposición Su Contenido y Sus Aplicaciones tal como los mismos existen en el Entorno de Servicios en la fecha de la suspensión. Xxxxx podrá dar por terminados los Servicios en virtud de una orden si cualquiera de las causas de suspensión anteriores no fueran subsanadas dentro de los 5 días posteriores a la notificación enviada por Xxxxx en tal sentido. Toda suspensión o terminación por parte de Xxxxx en virtud de este párrafo no lo eximirá de Su obligación de efectuar pagos de conformidad con el presente Contrato.

14.3 Queda expresamente convenido que los términos de este Contrato a Xxxxx prevalecerán sobre los términos incluidos en cualquier orden de compra, portal de contrataciones en Internet o cualquier documento similar que no sea de Xxxxx, y ninguno de los términos incluidos en tal orden de compra, portal o documento similar que no sea de Xxxxx será aplicable a los Servicios solicitados. El presente Contrato no crea vínculos con terceros beneficiarios.

En la ciudad de:

Se firma por las partes, el día ____ del mes _____ de 20____

POR LA EMPRESA

POR EL PROVEEDOR

NOMBRES Y APELLIDOS

NOMBRES Y APELLIDOS

Cl:

Cl:

13.4 Anexo 4: Modelo Contrato para el Diseño y Desarrollo de la Aplicación “PERSONALLY”.

Nombre de la empresa:

Nombre del proveedor del servicio:

Dirección de la empresa:

Dirección del proveedor:

Contrato para el Diseño y Desarrollo de la Aplicación.

Este acuerdo, con fecha xxxx por servicios de Desarrollo de Software (el “Acuerdo”), entre miembros del equipo del proveedor de servicios, de proveedor (el “Proveedor”), y el (Nombre del cliente) Empresa. (“Cliente”) (conocidos como las “Partes”), para la ejecución de los mencionados Servicios de Desarrollo de Software y la producción de Componentes descritos en el Cronograma A, adjuntos en este documento e incorporados para referencia. Las Partes acuerdan:

1. DEFINICIONES

Empleadas en la totalidad de este Acuerdo:

1.1 “Acuerdo” significa la totalidad de este documento, los documentos de la Propuesta (si los hubiere), el Cronograma A, el Cronograma B, en conjunto con cualquier otro Suplemento, Anexo, o Cronogramas adicionales que se incorporen como referencias aquí.

1.2 “Contenido del Cliente” significa todos los materiales, información, fotografías, escritos y otros contenidos provistos por el Cliente para el uso en la preparación y/o incorporación en los Componentes.

1.3 “Derechos de Autor” significa el derecho a la propiedad en trabajos originales de autoría, avalado por la Ley 11.723 de Propiedad Intelectual en Argentina.

1.4 “Componentes” significa los servicios y el producto, mutuamente acordados tanto por el Cliente como el Proveedor, que el Proveedor entregará al cliente, en la forma y medios que especifica el Cronograma A.

1.5 “Herramientas de Desarrollo” significa todas las herramientas de desarrollo creadas y/o utilizadas por el Proveedor para la prestación de los Servicios, incluyendo, pero no limitado a: software pre-existente y creado con su correspondiente código fuente, herramientas de Desarrollo Web, tipografías, y herramientas de aplicación, en conjunto con cualquier otro software, u otras invenciones (patentables o no patentables) y conceptos generales no alcanzados por el derecho de autor, como los elementos de arquitectura, disposición, navegación (Web, si correspondiera) y funcionalidad de los Componentes.

1.6 “Software Final” significa todo el contenido desarrollado o creado por el Proveedor de manera exclusiva e incorporado al Proyecto como parte de los Componentes Finales, incluyendo, pero no limitándose a elementos visuales, interfaces, herramientas lógicas, datos, y código fuente, adaptaciones y/o modificaciones al Contenido del Cliente, y la selección, arreglo y coordinación de dichos elementos por parte del Proveedor, en conjunto con Materiales de Terceros, si los hubiere, aprobados y aceptados debidamente por el Cliente.

1.7 “Componentes Finales” significa las versiones finales de los Componentes, entregadas por el Proveedor y aprobadas y aceptadas por el Cliente.

1.8 “Muestras Preliminares” significa todo conjunto de/sin limitarse a: conceptos, previsualizaciones de funcionalidad, presentaciones u otros documentos y especificaciones preliminares, desarrolladas por el Proveedor y que pueden o no ser mostradas y/o entregadas al Cliente para su consideración.

1.9 “Proyecto” significa el alcance y propósito del uso identificado del producto por parte del Cliente.

1.10 “Servicios” (o “Servicios del Proveedor”) significa todos los servicios y el producto de trabajo que el Proveedor entregará al Cliente como está descrito y definido en cada Componente.

1.11 “Materiales de Terceros” significa componentes propietarios de terceras partes que se incorporan a los Componentes Finales, incluyendo (pero no limitado a): íconos, tipografías, código fuente, librerías de software o componentes relevantes a la implementación de los Componentes Finales.

1.12 “Marcas Registradas” significa nombres comerciales, palabras, símbolos, logotipos u otros dispositivos y/o diseños utilizados para designar el origen de bienes o servicios.

2. CLÁUSULAS DE PROPIEDAD INTELECTUAL

2.1 Del Contenido del Cliente. El Contenido del Cliente, incluyendo todas las Marcas Registradas pre-existentes y material sujeto a derecho de autor, permanecerá bajo la propiedad exclusiva del Cliente, y el Cliente será el único titular de todos los derechos relacionados a éstos. El Cliente, por ende, concede al Proveedor una licencia no exclusiva, no transferible para utilizar, reproducir y modificar el Contenido del Cliente con el único propósito de la prestación de Servicios del Proveedor y la producción de los Componentes.

2.2 De los Materiales de Terceros. Todos los Materiales de Terceras Partes son de propiedad exclusiva de sus respectivos titulares. El Proveedor deberá informar al Cliente de todos los Materiales de Terceros que puedan ser requeridos para ejecutar los Servicios del Proveedor o bien para su integración en el Software Final. Bajo tales circunstancias, el Proveedor deberá informar de cualquier necesidad de licenciamiento pertinente.

2.3 De la Asignación de Derechos de Autor. Sujeto al cumplimiento de todos los pagos acordados en los Términos y Cronograma de Pago, el Proveedor otorgará al Cliente una licencia no exclusiva, paga, global y libre de regalías para instalar, utilizar y realizar copias del Software Final y toda documentación relacionada, conforme a los términos y condiciones de este Acuerdo. El Proveedor retendrá todo Derecho de Autor, patentes, secretos comerciales, y otros derechos de propiedad intelectual sobre el Software Final entregado. El Cliente se comprometerá a no remover, alterar, o encubrir cualquier notificación de Derecho de Autor, Marca Registrada, u otras notificaciones de derecho de propiedad que se incluyan en el Software Final.

2.3.1 Del derecho a Modificaciones. Adicionalmente, y también sujeto al cumplimiento de todos los pagos acordados en los Términos y Cronograma de Pago, el Cliente podrá, a su discreción, realizar cambios o adiciones al Software Final creado bajo los términos y condiciones de este Acuerdo, pudiéndose contactar con otros proveedores para tal fin, sin incurrir en pagos al Proveedor. El Cliente deberá pagar al Proveedor un monto sujeto a negociación separada, en el caso de que solicite a éste la adición de nuevos Componentes y/o la modificación de Componentes Finales al Software Final ya entregado.

2.3.2. De la Responsabilidad del Proveedor respecto del Derecho a modificaciones. El Cliente no podrá adjudicarle responsabilidad alguna al Proveedor, en el caso de contactarse con terceras partes para realizar la adición de nuevos Componentes y/o la modificación de Componentes Finales al Software Final ya entregado, de producirse algún desperfecto, daño o falla en éste, a partir de la modificación del Software Final.

3. TARIFAS

En consideración de los Servicios que prestará el Proveedor, el Cliente deberá abonar al Proveedor tarifas en los montos y condiciones establecidos en los Términos y Cronograma de Pago (Cronograma B), adjunto aquí para referencia.

4. TIEMPOS Y APROBACIÓN

4.1 Tiempos. El Proveedor deberá priorizar la prestación de los Servicios como sea necesario o acordado por las Partes, y realizará esfuerzos comercialmente razonables para prestar los Servicios. El Cliente acuerda revisar los Componentes dentro del tiempo determinado para tales revisiones y se compromete: a) A aprobar y aceptar los Componentes por escrito (convirtiendo a éstos en Componentes Finales) o b) proveer comentarios y/o

correcciones suficientes por escrito para identificar las correcciones, objeciones y/o preocupaciones del Cliente al Proveedor.

4.2 Aceptación. El Cliente, dentro de los 3 días hábiles de recibir cada Componente, deberá notificar al Proveedor, por escrito, de cualquier falencia del Componente en cumplir las especificaciones acordadas por las Partes, o de cualquier otra objeción, corrección, cambios o enmiendas que el Cliente desee realizar a tal Componente. Cualquier notificación por escrito deberá ser suficiente para identificar con claridad cualquier objeción, corrección o enmienda, y el Proveedor deberá cumplimentar tales requerimientos en un tiempo sujeto al horario comercial de éste. Cualquier y toda objeción, corrección, cambio o enmienda estará sujeta a los términos y condiciones de este Acuerdo. En la ausencia de tal notificación por parte del Cliente, dentro del período de tiempo establecido, el Componente será considerado aceptado y por ende, Final.

5. RESPONSABILIDADES DEL CLIENTE

El Cliente acepta ser responsable de cumplimentar lo siguiente en tiempos y formas razonables:

- (a) Coordinación de cualquier toma de decisiones propia de su Compañía;
- (b) Suministro de Contenido del Cliente en una forma adecuada para reproducción o incorporación en los Componentes sin preparación adicional; y,
- (c) Revisión y aprobación Final, conforme a lo establecido en la sección 4 del presente Acuerdo.

6. RECONOCIMIENTO

El Proveedor se adjudica el derecho de reproducir, publicar y exhibir los Componentes Finales en el portfolio del Proveedor y sitios Web relevantes, y en otros medios o puntos de exposición con el único fin de reconocimiento por la excelencia en el Desarrollo de Software y/o crecimiento profesional, y de ser mencionado con la autoría de los Componentes Finales en conexión a tales fines. Cualquier Parte, sujeta a la aprobación por escrita de la otra, puede incluir un enlace al sitio Web de la otra Parte.

7. INFORMACIÓN CONFIDENCIAL

Cada Parte acepta que en conexión a este Acuerdo puede recibir cierta información confidencial o propietaria, información del negocio o especificaciones técnicas igualmente propietarias, así como también materiales de la otra Parte, incluyendo, pero no limitado a Muestras Parciales. Cada Parte, sus agentes y empleados deberán mantener en secreto toda Información Confidencial, se comprometerá a no revelar Información Confidencial a ningún tercero y a no utilizar Información Confidencial alguna excepto en lo necesario para el cumplimiento de las obligaciones establecidas en este Acuerdo, salvo que fuere requerido por una Corte judicial o Autoridad Gubernamental. Sin perjuicio de lo anteriormente dicho, la Información Confidencial no deberá incluir ninguna información que esté en el dominio público o se dé a conocer públicamente sin error de la Parte receptora, o bien es adecuadamente recibida por un tercero sin obligación de confidencialidad.

8. RELACIÓN DE LAS PARTES

8.1 Contratista Independiente. El Proveedor es un contratista independiente, no un empleado del Cliente o parte de la Compañía del Cliente o de cualquier entidad afiliada al Cliente. El Proveedor prestará sus Servicios bajo la dirección general del Cliente, pero el Proveedor determinará la manera y los medios por los cuales se prestarán los Servicios. Este Acuerdo no crea una sociedad u empresa conjunta, y ninguna Parte está autorizada a actuar como representante de la otra Parte, salvo en las maneras establecidas por este Acuerdo. Todos los derechos, de existir alguno, concedidos al Cliente son contractuales en su naturaleza y definidos expresamente por el acuerdo escrito entre las Partes, en conjunto con los términos y condiciones de este Acuerdo.

8.2 No Exclusividad. Las Partes expresamente aceptan que este Acuerdo no crea una relación exclusiva entre las Partes. El Cliente es libre de contactarse con otros para solicitar servicios de la misma o similar índole que aquellos prestados por el Proveedor, y el Proveedor tendrá el derecho de ofrecer y prestar Servicios a otros, interactuar con otros clientes y publicitar los Servicios prestados por el Proveedor.

9. GARANTÍAS

9.1 Del Cliente. El Cliente garantiza al Proveedor que

(a) el Cliente es dueño de todo derecho, titularidad e interés, o bien tiene todo derecho y autoridad para permitir el uso del Contenido del Cliente; y,

(b) al entendimiento del Cliente, el Contenido del Cliente no infringe los derechos de tercero alguno, y que el uso del Contenido del Cliente así como también de cualquier Marca Registrada vinculada al Proyecto no infringe ni infringirá los derechos de tercero alguno.

9.2 Del Proveedor.

(a) El Proveedor garantiza al Cliente que el Proveedor prestará los Servicios del Proveedor y producirá los Componentes identificados en este Acuerdo de manera profesional y responsable, conforme a todos los estándares profesionales relevantes a tales servicios.

(b) El Proveedor garantiza que:

- (i) Los Componentes Finales serán trabajo original del Proveedor; y,
- (ii) al entendimiento del Proveedor, el Software Final entregado por el Proveedor no infringe los derechos de tercero alguno, y el uso del mismo en conexión con el Proyecto no infringirá los derechos de tercero alguno.

10. INDEMNIZACIÓN

10.1 Por parte del Cliente. El Cliente acuerda indemnizar, proteger y resguardar al Proveedor de cualquier y todo daño, responsabilidad, costo, pérdida o gasto derivado de cualquier reclamo, demanda o acción judicial iniciada por un tercero, en consecuencia del quebrantamiento de cualquiera de las responsabilidades u obligaciones, y garantías del Cliente, debidamente establecidas en este Acuerdo.

10.2 Por parte del Proveedor. Sujeto a los términos, condiciones y expresas garantías declaradas en este Acuerdo, el Proveedor acepta indemnizar, proteger y resguardar al Cliente de cualquier y todo daño, responsabilidad, costo, pérdida o gasto incurrido por cualquier hecho inconsistente con las responsabilidades y garantías que el Proveedor aceptó debidamente en este Acuerdo, salvo aquellos reclamos, daños, responsabilidades, costos, pérdidas o gastos directamente derivados de la negligencia o falta de conducta por parte del Cliente.

11. VIGENCIA Y TERMINACIÓN

11.1 Este acuerdo comenzará a partir de la Fecha Efectiva y permanecerá vigente hasta que los Servicios estén completados y los Componentes Finales y el Software Final hayan sido entregados, con las debidas conformidades y aprobaciones por escrito del Cliente, producidas al cierre de cada Componente entregado.

11.2 Este Acuerdo puede ser rescindido en cualquier momento por cualquier Parte, de manera efectiva e inmediata apenas recibida la notificación, o bien por el mutuo acuerdo de las Partes, o si alguna de las partes:

(a) Se encuentra insolvente o se declara en bancarrota; o,

(b) Quebranta cualquiera de sus responsabilidades u obligaciones materiales en el marco de este Acuerdo, cuyo quebrantamiento no haya sido remediado dentro los 20 días de recibida la notificación sobre tal incumplimiento.

11.3 Al expirar o rescindirse este Acuerdo:

(a) Cada Parte deberá devolver o, a petición de la Parte correspondiente, destruir la Información Confidencial de la otra Parte; y,

(b) Salvo establecido contrariamente por el Acuerdo, todos los derechos y obligaciones de cada Parte bajo este Acuerdo, referidos exclusivamente a los Servicios, no perecerán.

12. DISPOSICIONES GENERALES

12.1 Modificación/Renuncia. Este Acuerdo puede ser modificado por las Partes, pero cualquier modificación de este Acuerdo debe expresarse por escrito y ser ejecutada por ambas Partes. Cualquier quebrantamiento de alguna de las disposiciones de este Acuerdo no se verá perjudicado por la renuncia de cualquiera de las Partes al presente Acuerdo.

12.2 Notificaciones. Todas las notificaciones a entregarse durante la vigencia del Acuerdo serán transmitidas por escrito vía correo electrónico y/o alternativas similares, con acuse de recibo, y deberán ser enviadas a las direcciones de correo electrónico consignadas en la firma del Acuerdo, salvo que se dé una notificación de cambio de dirección de correo electrónico por escrito. La notificación será efectiva apenas sea recibida o cualquiera de las partes reciba el correspondiente acuse de recibo.

12.3 Jurisdicción. La formación, construcción, ejecución y vigencia de este Acuerdo estarán en concordancia con las leyes de la República Argentina y de la Provincia de Córdoba, sin consideración respecto al conflicto de disposiciones legales de cualquier otra jurisdicción.

12.4 Divisibilidad. Siempre que sea posible, cada disposición de este Acuerdo será interpretada de tal manera que sea efectiva y válida bajo la ley aplicable, pero si alguna disposición de este Acuerdo se considera inválida o inefectiva, el resto del Acuerdo se mantendrá en plena vigencia y la disposición inválida deberá ser respaldada por otra debidamente válida.

12.5 Títulos. La numeración y título de las diferentes secciones de este Acuerdo sirven al único fin de conveniencia y referencia y no afectarán al alcance, significado, intención o interpretación de las disposiciones de este Acuerdo, ni tales títulos tendrán efecto legal alguno.

12.6 Integración. Este Acuerdo comprende el total entendimientos de las Partes respecto al tópico en cuestión, y sustituye y combina todos los previos acuerdos, entendimientos y discusiones entre las Partes, referidos al tópico que concierne a este Acuerdo.

Con su firma, las Partes presentes acuerdan aceptar todos los términos y condiciones de este Acuerdo, efectivo a partir de la última fecha de firma, y cada signatario declara poseer total autoridad para tomar parte en este Acuerdo y vincular su respectiva Parte a todos los términos y condiciones aquí establecidos.

En la ciudad de:

Se firma por las partes, el día ____ del mes _____ de 20__

POR LA EMPRESA

POR EL PROVEEDOR

NOMBRES Y APELLIDOS

NOMBRES Y APELLIDOS

CI:

CI:

13.5 Anexo 5: Modelo Contrato de prestación de Servicios Profesionales.

Nombre de la empresa:

Nombre del Profesional del servicio:

Dirección de la empresa:

Dirección del Profesional del servicio:

CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES

En la ciudad de Guayaquil, a los días del mes de de 2012 se conviene en celebrar el presente contrato de PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES entre: El Señor/a en su calidad de Gerente y como tal Representante Legal de la compañía A quien en adelante se le denominará simplemente "LA CONTRATANTE" y por otra parte el Señor, portador de la cédula de ciudadanía No. por sus propios derechos a quién en adelante se lo denominará simplemente "EL PROFESIONAL". Los comparecientes son ecuatorianos, domiciliados en el Distrito Metropolitano de Quito, y en goce de su capacidad civil para ejercer derechos y contraer obligaciones, quienes libre y voluntariamente convienen suscribir este contrato de servicios profesionales contenido en las siguientes cláusulas:

PRIMERA. - ANTECEDENTES:

1.1....., es una compañía legalmente constituida, que presta servicios completos de asesoría contable, dentro de los marcos de la ética, la moral, la justicia y el derecho, circunscrito con las inquietudes y necesidades de quienes han solicitado nuestros servicios profesionales.

1.2. "LA CONTRATANTE" requiere contratar los servicios de un profesional en contabilidad, para la asesoría puntual en determinados procesos de auditoría interna y externa.

1.3. "EL PROFESIONAL" posee el título de tercer nivel en Administración de empresas y Auditoría, además justifica una amplia experiencia en procesos de asesoramiento contable y de auditorías.

SEGUNDA. - PRESTACIÓN DE SERVICIOS:

Con los antecedentes previamente expuestos, EL CONTRATANTE contrata los servicios profesionales del ING., quien por su parte, se compromete a prestar sus servicios de consultoría contable, asistencia en auditorías internas y externas, en todos aquellos casos que le sean entregados por la compañía contratante, Adicionalmente, incluye también si fuera del caso el mantenimiento de reuniones, procesamiento de documentos, entre otros, hasta que el proceso para llevar a cabo la auditoria termine completamente.

CUARTA. - HONORARIOS:

4.1) Por la asesoría contable que EL PROFESIONAL prestará a EL CONTRATANTE las mismas que se hallan detalladas en la cláusula precedente, se compromete a cancelar por concepto de honorarios profesionales la suma de DOLARES AMERICANOS (US\$) mensuales. Este pago lo realizará en moneda de curso legal, mediante cheque o transferencia bancaria, previa a la entrega de la respectiva factura

CUARTA. - HORARIO:

Dada la naturaleza del presente contrato, EL PROFESIONAL no está sujeto a un horario fijo, ni lugar de trabajo, en razón de que no existe ningún vínculo de dependencia entre las partes. No obstante, EL PROFESIONAL atenderá con suma diligencia y de manera oportuna los requerimientos de LA CONTRATANTE

QUINTA. - VIGENCIA DEL CONTRATO:

El presente contrato tendrá un plazo de duración de UN (1) años contados a partir de su suscripción.

SEXTA. - RELACION DE DEPENDENCIA:

En vista de que el presente Contrato es de naturaleza civil, LA CONTRATANTE no tendrá ninguna obligación laboral, ni patronal ni con EL PROFESIONAL, ni con el personal que éste contrate para la ejecución de este contrato civil, por lo que no están ni se entienden incorporadas al presente Contrato, las disposiciones del Código de Trabajo, ni las demás relativas a este tipo de relaciones. Por tanto, las partes contratantes, no podrán invocar las disposiciones contenidas en las Leyes Laborales en cualquier disputa, interpretación o reclamo que tuvieren.

SEPTIMA. - DIVISIBILIDAD:

Si cualquier estipulación o conjunto de estas, contenidas en el presente Contrato, se consideraren, nulas o ineficaces, por cualquier motivo que fuera, éstas se entenderán por no escritas, no obstante, este hecho no afectará la validez de las demás disposiciones, emanadas del presente Contrato, peor aún se podrá alegar su derogación o ausencia de obligatoriedad.

OCTAVA. - CONFIDENCIALIDAD:

Las partes acuerdan que toda la información que proporcionare LA CONTRATANTE a EL PROFESIONAL para la asesoría que éste último prestará, tendrá el carácter de CONFIDENCIAL, por lo que la misma no será susceptible de reproducciones, copias magnéticas o fotostáticas, ni de ninguna otra forma de reproducción, a menos que sea necesario para el cumplimiento del presente Contrato, por lo que EL PROFESIONAL se responsabiliza civil y penalmente por la divulgación, reproducción, traspaso, dispersión o copia total o parcial de la información que LA CONTRATANTE le proporcione. Adicionalmente, la información confidencial incluye, sin limitarse a ello, estrategias, objetivos, políticas, proyectos, prioridades, cronogramas de trabajo, sistemas tecnológicos, manuales, reglamentos, y en general todos los conceptos relacionados, utilizados o desarrollados por LA CONTRATANTE. El PROFESIONAL será el único responsable de la divulgación no autorizada de la información obtenida durante la ejecución del presente Contrato o como consecuencia del mismo por parte de todos aquellos funcionarios, socios, colaboradores, administradores, dependientes, empleados o compañías que tengan una relación con EL PROFESIONAL, y responderá frente a LA CONTRATANTE por dicha divulgación de información. Será además de exclusiva responsabilidad de EL PROFESIONAL adoptar las medidas o precauciones que crea pertinentes para evitar que las mencionadas personas divulguen la antes referida información. No obstante, EL PROFESIONAL no será responsable de la divulgación de la información confidencial cuando ésta haya sido entregada por LA CONTRATANTE a EL PROFESIONAL, para a su vez ser entregada a otras personas, compañías u órganos públicos, en cuyo caso esta información perderá el carácter de confidencial. Las prohibiciones, obligaciones y derechos aquí contenidos, estarán vigentes hasta CINCO (5) años después de la finalización del presente Contrato.

NOVENA. - JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA:

Las partes se comprometen a ejecutar de buena fe las obligaciones recíprocas que contraen mediante este Contrato, y a realizar todos los esfuerzos requeridos para superar, de mutuo acuerdo, cualquier controversia. Toda controversia o diferencia derivada de la aplicación, validez, interpretación, nulidad o cumplimiento del presente Contrato será resuelta con la asistencia de un mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, las partes someten sus controversias a la resolución de un Tribunal de Arbitraje que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, el Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito y las siguientes normas:

UN (1) árbitro será designado por LA CONTRATANTE UN (1) árbitro será elegido por EL PROFESIONAL; y, el tercero por los dos previamente designados.

Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, para someterse y cumplir el laudo arbitral, renunciando a interponer recurso alguno con posterioridad.

Para la ejecución de medidas cautelares el Tribunal Arbitral está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales y administrativos sin que sea necesario recurrir a un juez ordinario.

El Tribunal estará integrado por TRES (3) árbitros; y,

El lugar de arbitraje será en las instalaciones del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Guayaquil.

DECIMA. - ACEPTACIÓN: Las partes contratantes aceptan y ratifican todas y cada una de las cláusulas precedentes, por así convenir a los de sus representadas. En cuanto no se opongan a las estipulaciones presentes, tendrán la prerrogativa de incorporar a este Contrato, las disposiciones legales que puedan ser aplicables y compatibles con el mismo y convienen además que, en cualquier tiempo podrán modificar, rectificar, interpretar, ampliar o restringir los términos o cláusulas de la presente Convención, mediante acuerdo escrito, celebrado entre los contratantes y que sean posteriores a la suscripción del mismo.

Para constancia de lo expuesto, las partes firman el presente contrato por triplicado.

En la ciudad de:

Se firma por las partes, el día ____ del mes _____ de 20 ____

POR LA EMPRESA

POR EL PROFESIONAL

NOMBRES Y APELLIDOS

NOMBRES Y APELLIDOS

CI:

CI: