



UNIDAD DE EMPRENDIMIENTO

**UNIVERSIDAD CASA GRANDE
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS**

**MODELO DE NEGOCIO
“NUTRIGETHER”:
GERENCIA DE PLAN DE MARKETING**

Elaborado por:

NORMA GABRIELA BELTRÁN REINA

Tutoría por: Ing. Fernando Enrique Ruiz Nicolás

GRADO

Trabajo previo a la obtención del Título de:

Licenciado en Administración de Empresas

Guayaquil, Ecuador
Agosto, 2022

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, **Beltrán Reina Norma Gabriela** declaro libre y voluntariamente lo siguiente:

1. Que soy el/la autor/a del trabajo de titulación “**Modelo de Negocio Nutrigether: Gerencia de Plan de Marketing**”, el cual forma parte del proyecto Modelo de Negocio “**Nutrigether**”.
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 Paola Fernanda Fuentes Rizzo, Carlos Roger Escandón Montenegro, María Belén Alcívar Cedeño, Karen Tatiana Laborde Paredes, Ana Isabel Peralta Dueñas.

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.



Beltrán Reina Norma Gabriela

C.I. 0924985336

Declaro que

Yo, Beltrán Reina Norma Gabriela en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación “**Modelo de Negocio Nutrigether: Gerencia de Plan de Marketing**” 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.



Beltrán Reina Norma Gabriela

C.I. 0924985336

RESUMEN EJECUTIVO

El presente modelo de negocios propone la creación de un servicio de asesoría personalizada en nutrición y entrenamiento físico con la implementación de una plataforma digital de una aplicación móvil. En esta, el usuario descarga la APP e ingresa información única, particular y personal, con lo que, esta aplicación le indicará los consejos en alimentación y entrenamiento físico a seguir para la persona que se registra. Todo esto por medio de información que se alimenta por medio de algoritmos informáticos que le permiten automáticamente responder con asesoría personalizada a su situación de edad, peso, estatura, circunferencia de cintura, estado de salud y otros indicadores. La aplicación móvil busca atender y liderar el mercado en Guayaquil, principalmente al nicho de personas con sobrepeso. Dentro de los primeros cinco años de operación, con una estrategia de negocio de posicionamiento y diferenciación, Nutrigether es el servicio de asesoría personalizada en nutrición y entrenamiento físico que combina flexibilidad, facilidad y accesibilidad para seguir un régimen de alimentación saludable que le garantiza al usuario lograr o mantener el peso adecuado. El modelo de negocio propuesto es de venta directa en combinación con el Comercio electrónico, donde el flujo de ingresos proviene de la suscripción de los usuarios, adultos jóvenes y adultos con nivel socioeconómico medio alto, que posean smartphone y cuenten con plan de datos de internet, con sobrepeso y con interés en cambiar sus hábitos alimenticios.

La investigación proyecta un mercado potencial de mínimo el 40% de la población con las características mencionadas y responde a un macroentorno favorable para el sector, con crecientes tendencias sociales relacionadas a la vida saludable. El marco competitivo aún es bajo, con pocos competidores directos, sin clara diferenciación entre las aplicaciones que, o son solo de nutrición o solo de entrenamiento físico, siendo Nutrigether la única que propone ambos servicios en una misma APP y personalizada a cada situación de cada usuario en particular.

Los estudios cualitativos y cuantitativos demuestran un alto nivel de aceptación a la propuesta de valor de Nutrigether, donde el 80% del público objetivo encuestado tendría la disposición de utilizar el servicio. Una vez realizado el análisis FODA, se plantea una postura ofensiva de ingreso al mercado, destinando una tasa promedio anual del 10% de

las ventas como presupuesto de marketing, con una campaña en medios digitales masivos y un plan de relaciones públicas y de boca a boca que construya el posicionamiento de la marca a corto plazo.

La operación del negocio requiere para maximizar la percepción de calidad del servicio, el monitoreo a través de KPIs específicos en las revisiones operativas periódicas del comité de dirección, apuntando a la atención al cliente. Las actividades clave son el reclutamiento y capacitación del personal, así como la fidelización de estos, para lo cual se ha diseñado un plan de carrera y la evaluación periódica de su desempeño en el servicio con el fin de elevar constantemente los estándares de atención. Otro aspecto importante que se considera es la funcionabilidad de la Plataforma Digital, ya que es un factor diferenciador de la APP Nutrigether en el mercado, y que está compuesto por el desarrollo y mantenimiento de la plataforma digital, y a la vez un constante enfoque de innovación, que requerirá de inversión permanente en I+D con el objetivo de mantener la diferenciación de la empresa respecto a otros competidores.

El crecimiento del negocio responde a una estrategia corporativa de desarrollo de mercados con responsabilidad social empresarial. Se ha considerado tanto al usuario interno como al cliente externo y después del primer año de perfeccionamiento de la operación en Guayaquil, se ejecutará un plan progresivo de expansión en una siguiente etapa. En el transcurso del primer año se espera alcanzar los 21.900 suscriptores y un crecimiento anual variable partiendo con un 5% a partir del segundo en que la empresa se desarrollará en otras partes del país y de ser posible en el mundo, significando esto un crecimiento de ventas.

El modelo de negocio en internet es muy ventajoso, debido a la escalabilidad, donde la inversión en costos fijos como la tecnología, se hace cada vez más eficiente, garantizando así la sostenibilidad del negocio. Como resultado la rentabilidad neta proyectada es muy interesante como se puede observar en la parte financiera del proyecto.

La viabilidad financiera del negocio está sustentada en un VAN positivo de \$55.246,56 y un TIR del 67,95%. Respecto al retorno del capital de \$29.712,84, la evaluación financiera indica un ROI del 8,57%. Los principales riesgos del negocio se presentan en la operación, tanto en la atención al cliente, como el funcionamiento tecnológico y a los

potenciales fraudes en el pago electrónico, para los cual se debe aplicar protocolos y procedimientos adecuados con el fin de controlar y minimizar su impacto.

Por último, el presente plan de negocios es viable, sustentado en las condiciones de mercado adecuadas y con una propuesta de valor diferencial en la personalización, siendo una propuesta atractiva de inversión, que mira a un mercado global con perspectiva de liderarlo, y que proyecta importantes niveles de retorno de capital. La empresa apuesta a la constante innovación estando en una era tecnológica, trabajando con los stakeholders con la finalidad de contribuir con la expansión de un estilo de vida saludable, dando una asesoría personalizada particular en nutrición y entrenamiento físico por medio de la APP Nutrigether para una visa sana.

Este documento es el resultado del trabajo colaborativo de Norma Gabriela Beltrán Reina, Paola Fernanda Fuentes Rizzo, Carlos Roger Escandón Montenegro, María Belén Alcívar Cedeño, Karen Tatiana Laborde Paredes, Ana Isabel Peralta Dueñas, y explica el plan de negocios del proyecto denominado “Nutrigether”; 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.

PALABRAS CLAVE: Aplicación móvil, nutrición y salud, entrenamiento físico, guía personalizada, sobrepeso y obesidad.

CONSIDERACIONES ÉTICAS

La presente propuesta de modelo de negocio “Nutrigether” ha sido elaborada tomando como punto de partida consideraciones éticas, que respetan la propiedad intelectual de las ideas y asumiendo comportamientos éticos por parte de: Norma Gabriela Beltrán Reina, Paola Fernanda Fuentes Rizzo, Carlos Roger Escandón Montenegro, María Belén Alcívar Cedeño, Karen Tatiana Laborde Paredes y Ana Isabel Peralta Dueñas, quienes hemos desarrollado su contenido como trabajo colaborativo.

ÍNDICE DE CONTENIDO

CONTENIDO	Pág.
CARÁTULA	1
CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN	2
RESUMEN EJECUTIVO	4
PALABRAS CLAVE	6
CONSIDERACIONES ÉTICAS	7
ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN	9
OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS DEL PROYECTO	19
DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO	20
1.3. GERENCIA DE PLAN DE MARKETING	20
1.3.1.1. La posición estratégica	20
1.3.1.1.1. Estrategia Competitiva	21
1.3.1.1.2. Diferenciales	21
1.3.1.1.3. Posicionamiento	23
1.3.1.2. Producto / Servicio:	24
1.3.1.3. Precio	25
1.3.1.4. Distribución	26
1.3.1.5. Promoción y Comunicación	26
1.3.1.5.1. Nombre de la empresa	32
1.3.1.5.2. Slogan y logotipo	32
1.3.1.5.3. Plan de Medios y presupuesto	33
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	37
CONCLUSIONES	37
RECOMENDACIONES	38
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	39
ANEXOS	40

ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN

Se origina por las experiencias personales con servicios de nutrición y entrenamiento físico, los cuales son independientes cada uno en el servicio que brindan y con costos distintos. La poca oferta de aplicaciones móviles personalizadas a la situación particular del usuario en cuanto al servicio de guía y asesoramiento en nutrición y ejercitamiento, ya que no existe ninguna APP móvil que brinde ambos servicios en una sola aplicación. La falta de un guía particular personalizado en base a parámetros y algoritmos alimentados por los datos de cada usuario en cuanto a su condición física, edad, peso, circunferencia de cintura, estatura, entre otros parámetros que dan las condiciones para que la aplicación decida automáticamente los consejos que requiere cada usuario. Es importante considerar que la motivación de tener una vida sana muchas veces es superada por barreras como falta de tiempo y falta de practicidad para el cumplimiento de los regímenes alimenticios y de ejercicio. Se encontró que esas experiencias de nuestros amigos y colegas tienen las mismas barreras, por lo que se decidió buscar información sobre la demanda en nutrición a través de un análisis cuantitativo. Se encontró que existen miles de búsquedas en internet sobre temas relacionados a nutrición, dietas, salud y alimentación, y que se han incrementado en los últimos años, considerando que solo en Ecuador el 62,8% de los adultos entre 19 y 59 años tienen sobrepeso (El Universo, 2017). Esto presenta una creciente oportunidad de mercado en combinación con las experiencias cualitativas recogidas. Esta información nos permitió cuestionar el modelo de negocio tradicional de servicio presencial y las pocas aplicaciones con servicio sin personalización en el mercado de nutrición y entrenamiento físico para conseguir el peso adecuado, todo esto sentó las bases para la idea de negocio de Nutrigether.

La facilidad y conveniencia para comenzar a tener una buena alimentación, en cualquier parte, a cualquier hora. Una herramienta digital práctica e interactiva que facilite su cumplimiento del objetivo de bajar de peso y tener un estilo de vida saludable. La personalización es clave en la propuesta de valor para los usuarios, ya que la mayoría carece de organización y disciplina. Una solución completa y sencilla de utilizar se vuelve altamente valorada por los usuarios con sobrepeso y en edad de entre 19 y 59 años (Primicias, 2019), donde se concentra la mayoría de la población con esta necesidad, según los resultados de los estudios cualitativos y cuantitativos realizados para validar esta idea de negocio.

NUTRIGETHER tiene como modelo de negocio en internet el modelo B2C o Business-to-Consumer (B2C), es decir Empresa a Consumidor, por lo que, gracias a la cantidad de datos e información sobre los usuarios, se tiene una gran ventaja a la hora de personalizar el servicio y enfocar el contenido de la información que se ofrece.

Análisis 5 C's

En el análisis de las 5C's del Marketing Estratégico, lo primordial es hacer un análisis del mercado, para determinar la condición de la empresa ante el público y generar la estrategia adecuada a aplicar. Las dimensiones que se analizan en las 5 C son: Clientes, Compañía, Colaboradores, Competidores y Contexto. Y permiten a los empresarios y responsables comprenderse y conocerse a sí mismos, a sus clientes, a los jugadores externos y a las fuerzas que afectan a su negocio. (Gurrea, 2022).

Análisis de la Compañía

APP NUTRIGETHER es una aplicación móvil que brinda servicio de guía nutricional y de entrenamiento saludable de forma personalizada, dependiendo de la información que facilite el usuario. La aplicación le indicará el menú alimenticio que debe seguir y el entrenamiento físico adecuado para llegar al peso ideal dependiendo de su edad, estatura, peso, condición de salud, entre otras variables.

Esta aplicación se diferencia de otras porque consolida en una sola plataforma la asesoría nutricional y el entrenamiento físico, pues existen aplicaciones que solo se dedican a dar menú de dieta alimenticia o solamente existen aplicaciones que se enfocan en el entrenamiento físico saludable, pero no los dos servicios en la misma APP. Además, otras aplicaciones dan recomendaciones generalizadas y no personalizadas.

La principal ventaja competitiva de APP NUTRIGETHER es el servicio personalizado y completo en nutrición y entrenamiento saludable.

La misión de APP NUTRIGETHER es motivar un estilo de vida saludable, mediante un mensaje de cambio en los hábitos de buena nutrición y ejercicios.

La visión de APP NUTRIGETHER es liderar el mercado de aplicaciones móviles en Ecuador para los próximos cinco años brindando asesoría saludable personalizada en nutrición y ejercicios.

Los valores que se destacan en la empresa APP NUTRIGETHER se definen con las siglas CHER, calidad, honestidad, entusiasmo y responsabilidad.

Calidad. - Se refiere a tener características de excelencia de la APP, en lo referente a experiencia visual, funcionalidad, rendimiento y seguridad.

Honestidad. - Hace referencia al uso correcto de la información de los usuarios y el cumplimiento de los servicios ofertados en la APP.

Entusiasmo. - En NUTRIGETHER los colaboradores son apasionados en brindar un servicio de valor para el usuario.

Responsabilidad. - Es el compromiso de cumplir con las expectativas de los usuarios de NUTRIGETHER y el servicio ofertado.

Como fortalezas, profesionales expertos en nutrición y ejercitamiento saludable, precio bajo del servicio personalizado, facilidad para monetizar el negocio, etc.

Como debilidades, limitado patrocinio de anunciantes por ser APP nueva, baja cantidad de usuarios, publicidad limitada de la APP.

Como oportunidades, potencial de usuarios con problemas de obesidad y salud, incremento de usuarios con internet en el celular y que usan APP y redes sociales, Creación de espacios publicitarios dentro de la APP.

Como amenazas, gran cantidad de usuarios sin plan de datos y celulares de baja gama que no soportan descargas de APP, posibilidad de ingreso de competidores.

		ANÁLISIS INTERNO (EMPRESA)	
		FORTALEZAS	DEBILIDADES
MATRIZ FODA		Facilidad para monetizar el negocio de asesorías nutricionales. Sencilla recopilación de información de los usuarios de la APP Limitada competencia directa en el nicho de mercado Precio bajo del servicio personalizado Profesionales expertos en nutrición y ejercitamiento saludable Personal capacitado en Marketing digital	Limitado patrocinio de anunciantes por ser APP nueva. Contenido limitado dentro de la APP La aplicación no es conocida
		OPORTUNIDADES	ESTRATEGIA DEFENSIVA DO (MINI-MAXI)
ANÁLISIS ESTRATEGIA	Potencial de usuarios con problemas de obesidad y salud Incremento de usuarios con internet en el celular y que usan APP y redes sociales. Ausencia de competencia directa en la APP especializada. Creación de espacios publicitarios dentro de la APP	Atraer a usuarios ofreciendo asesoría gratuita personalizada. Aprovechar el amplio mercado para brindar beneficios personalizados de bienestar a nuestros usuarios. Invertir en publicidad y promoción en medios online para atraer usuarios potenciales. Aprovechar el poder adquisitivo de los usuarios que tienen planes celulares con internet.	Posicionarse en el amplio mercado como la primera APP en Ecuador de asesoría personalizada de nutrición y entrenamiento saludable. La creación de nuevos servicios personalizados relacionados con la nutrición y salud. Mejorar las técnicas de marketing para llegar a todos los niveles de usuarios que busquen bienestar físico y salud.
	AMENAZAS	ESTRATEGIA ADAPTATIVA FA (MAXI-MINI)	ESTRATEGIA DE SUPERVIVENCIA DA (MINI-MINI)
ESTRATEGIA	Baja cantidad de usuarios Posibilidad de ser alcanzado por un competidor nuevo rápidamente. Incertidumbre sobre el umbral de rentabilidad de la APP Ambiente económico incierto Legislación poco favorable para la tecnología	Utilizar proveedores que cumplan eficientemente Brindar a los usuarios la mejor seguridad informática Ofrecer a nuestros usuarios fieles planes diferenciales Aprovechar las tecnologías alternas para un mejor servicio al usuario.	Contar con proveedor de servicios de nutrición confiables. Mejorar la seguridad informática de la APP Idear nuevas formas de campañas publicitarias para poder competir con APP rivales que se presenten.

Figura 1. Matriz FODA de APP NUTRIGETHER

De acuerdo al análisis FODA se concluye que la estrategia adecuada es la FO o estrategia ofensiva, la cual debe ser coherente con las demás estrategias del Plan de Marketing.

Análisis del Contexto de la Industria (Análisis PESTEL)

Factores políticos

El incentivo del Estado a los emprendimientos es muy positivo para el sector de las aplicaciones digitales, sin embargo, las políticas tributarias podrían afectar a este sector tecnológico, siendo este un aspecto negativo como se evidencia en la figura 2.

Factores económicos

La lenta recuperación económica y la reducción del poder adquisitivo de los usuarios es un aspecto negativo, sumado al incremento del desempleo que es un indicador muy negativo, esto afecta al consumo de los usuarios de servicios de APPs debido a que la preferencia de gasto serían las necesidades básicas de consumo.

Factores socioculturales

La conciencia en la población sobre el riesgo que representa la obesidad para la salud tiene un alto impacto, además, el incremento en la demanda de APPs es un aspecto muy positivo al igual que el crecimiento de usuarios con planes de datos de internet en el celular son aspectos que potencian las oportunidades para la comercialización de la APP, siendo aspectos muy positivos y de alto impacto como se puede ver en la figura 2.

Factores tecnológicos

El desarrollo de nuevas tecnologías para APPs que desarrollan nuevas soluciones a necesidades de los usuarios, sumado a la mejora en la capacidad de memoria y almacenaje de los equipos celulares y laptops, al igual que la mejora del servicio público de internet, son aspectos muy positivos y de alto impacto que se pueden observar en la matriz PESTEL.

Factores ecológicos

El menor uso del papel para las citas nutricionales y otros procesos de la vida cotidiana, así también la reducción del uso del dinero físico con el pago digital en las APPs, son aspectos positivos que generan un alto impacto en la conciencia del usuario que busca procesos sencillos, prácticos y ecológicos que le beneficien a él y a su medio ambiente.

Factores legales

La legislación poco favorable para la tecnología, las leyes de comercio electrónico desactualizadas y el poco interés de los legisladores en reglamentar el comercio digital, son aspectos negativos. Por otro lado, se generan muchos vacíos en los que se puede

penetrar e innovar y generar monetización. Analizando los resultados de la matriz PESTEL, se puede concluir que hay una gran oportunidad en el desarrollo de esta industria de las APPs, si se suman la cantidad de aspectos muy positivos y positivos, frente a los aspectos evaluados negativamente en el entorno de los factores externos analizados.

PERFIL PEST	FACTORES	MUY NEGATIVO	NEGATIVO	INDIFERENTE	POSITIVO	MUY POSITIVO
POLÍTICO	Incentivo del Estado a emprendimientos.					X
	Políticas tributarias pudieran afectar el sector.		X			
ECONÓMICO	Lenta recuperación económica y reducción del poder adquisitivo de los usuarios.		X			
	Incremento del desempleo.	X				
SOCIO CULTURAL	Conciencia en la población del riesgo de la obesidad en la salud.					X
	Incremento en la demanda de servicios de APP.					X
	Crecimiento de usuarios con planes de datos de internet celular					X
TECNOLÓGICO	Desarrollo de nueva tecnología de APP					X
	Mejora en la capacidad de memoria y almacenaje de los equipos celulares.					X
	Mejora del servicio de internet.					X
ECOLÓGICO	Menor uso de papel para agendar citas de salud.				X	
	Reducción de uso de dinero físico con el pago digital en las APPs				X	
LEGAL	Legislación poco favorable para la tecnología		X			
	Leyes de comercio electrónico desactualizadas.		X			
	Poco interés de los legisladores en reglamentar el comercio digital.		X			
TOTAL		1	5	0	2	6

Figura 2. Matriz PESTEL de la Industria de APP de nutrición personalizada.

Análisis de la Competencia (5 Fuerzas de Porter)

En el mercado mundial de las APPs hay competidores en la parte nutricional como:

- BodyFast
- LIFESUM: CONTADOR DE CALORIAS, DS DIETA Y SALUD
- Diario de comida y ayuno YAZIO, entre otras.

En cuanto a aplicaciones de entrenamiento físico para bajar de peso:

- Pierde peso en casa en 30 días
- Bajar de peso hombre
- Ejercicios en casa: sin equipo, entre otras

Estos competidores ofrecen direccionamiento ya sea nutricional o de entrenamiento físico, pero no ambos, además son servicios generalizados y las mismas recomendaciones se les da a todos los que consultan, es decir no hay personalización. Analizando la matriz de las 5 fuerzas competitivas de Michael Porter, se puede observar que:

Rivalidad de competidores

Factores como el crecimiento del sector, la diferenciación del producto y la elasticidad del producto o servicio representan una rivalidad media para APP NUTRIGETHER con el indicador de 50%, esto debido a que los mismos factores afectan a los competidores del sector en similar proporción.

Amenaza de nuevos competidores

Factores como el nivel de precios, el nivel de inversiones, la lealtad de los usuarios, el expertise acumulado y el acceso a los canales de distribución representan una amenaza alta de nuevos competidores con el índice del 70%, lo que significa que hay mayores probabilidades de que nueva competencia se presente en el sector, pues supera la media del sector en los resultados de este indicador.

Amenaza de productos sustitutos

La cantidad de productos sustitutos es alta pero la amenaza en general es media con un indicador del 50%, esto debido a que, otros servicios que cubran la necesidad del sector, ya se encuentran en el mercado y son de mayor costo y su atención personalizada es por cada servicio por separado, lo que no los hace ventajosos para amenazar al sector. Este indicador medio significa que, los mismos factores afectan a los competidores del sector en similar proporción.

Poder de negociación de los proveedores

Factores como la cantidad de proveedores, la variedad de sustitutos y la calidad de servicio de atención, representan un alto poder de negociación de los proveedores con un índice del 60%, esto significa que, los proveedores tecnológicos tienen alta incidencia en el sector, ya que las APPs dependen de proveedores de almacenamiento, dominio, desarrollo tecnológico, entre otros, los cuales no pueden divorciarse de forma inmediata para un cambio en el proveedor, por eso este factor es superior a la media.

Poder de negociación de los clientes

El nivel de información al alcance del cliente le representa un alto indicador, sin embargo en total el poder de negociación del usuario o cliente es medio con el indicador de 50%, donde, a pesar de que el cliente puede optar por distintas ofertas de servicios para cubrir su necesidad de regular su peso, también se encuentra con propuestas que se diferencian en costos no negociables, por lo tanto este factor genera un indicador medio en igualdad de condiciones de poder de negociación entre el cliente y la empresa ofertante. Estos resultados representan una oportunidad para APP NUTRIGETHER en el mercado.

En general, observando las aplicaciones de la competencia, se refleja como fortalezas la rapidez de descarga de la aplicación, el servicio gratuito, la cantidad de descargas que han realizado los usuarios desde que se lanzaron y la base de datos que han logrado acumular. Como debilidades, se tiene que el servicio es generalizado y no individual, no han explotado el potencial de servicios que pueden brindar y la baja rentabilidad.

Rivalidad entre los competidores		Amenaza de nuevos competidores		Amenaza de productos sustitutos		Poder de negociación de los proveedores		Poder de negociación de los clientes	
Valoración		Valoración		Valoración		Valoración		Valoración	
Número de competidores	0	Niveles de precios	1	Cantidad de productos sustitutos	1	Cantidad de proveedores	1	Nivel de organización	0
Tamaño de los competidores	0	Niveles de inversiones	1	Aceptación de los productos sustitutos	0	Concentración de proveedores	0	Nivel de información	1
Crecimiento del sector	1	Economías de escala	0			Variedad de artículos sustitutos	1		
Diferenciación del producto	1	Lealtad de los clientes	1			Estructura de canales de distribución	0		
Concentración del mercado	0	Expertise acumulado	1			Servicio de atención	1		
Elasticidad del producto	1	Acceso a los canales de distribución	1						
		Barreras políticos-legales	0						
Promedio	50% Media		70% Alta		50% Media		60% Alta		50% Media

LEYENDA	
Relación positiva	1
Relación negativa	0

Figura 3. Matriz 5 Fuerzas de Porter. Análisis competitivo de la industria de APPs de nutrición.

En cuanto a las estrategias de promoción y publicidad que están aplicando los competidores están la publicidad en el buscador Google Ads y el posicionamiento con palabras claves asociadas al negocio de la nutrición y del entrenamiento saludable por separado. También su presencia en redes sociales como Instagram, Facebook y YouTube. En el comparativo de las características de los competidores del segmento de nutrición, ejercicio y dietas, se puede observar en la tabla 1, que Nutrigether es la que se presenta como la más competitiva al contar con la mayoría de las características, ventajas y beneficios deseados por los usuarios, lo que la presenta como una aplicación móvil única que combina los servicios esperados por el mercado potencial y que los demás competidores no son capaces de igualar.

Tabla 1

Comparativo de APP NUTRIGETHER con otros competidores (Segmento de nutrición, ejercicio y dietas)

Característica	APP NUTRI GETHER	APP BODY FAST	APP LIFESUM	APP DIETA Y SALUD	APP YAZIO	APP MI NO DIETA	APP ARISE	APP My Fitnees Pal	APP Lose it!	APP PIERDE PESO EN 30 DIAS	APP BAJAR DE PESO HOMBRE	APP EJERCICIOS EN CASA SIN EQUIPO
Guía de nutrición generalizada			x		X		x		x			
Guía de nutrición personalizada	x	x		x	X	x						
Guía de ejercicios generalizada								x		x	x	x
Guía de ejercicios personalizada	x			x							x	
Historial de avance personal	x	x		x	x	x					x	
Plan gratuito básico	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Planes full con costo de suscripción	x	x	x	x		x						
Publicidad de auspiciantes en la APP	x											
Premio o bonificación por progreso de usuario	x	x				x			x			
Descarga gratuita de la APP	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Buzón de sugerencias para usuarios	x											
Blog informativo de la APP	x								x			
Calculadora de calorías y planificador		x	x		x	x				x	x	x
Registro de datos personalizado	x	x		x	x	x	x		x		x	
Uso de Mail Chimp para envío de información						x	x		x			
Publicidad de APP en redes sociales	x					x			x			
Totales	12	8	5	7	7	10	5	3	8	4	7	4

Análisis de los clientes

El cliente ideal o perfil adecuado del usuario se muestra en la figura 14, donde destaca la **segmentación demográfica**, dirigida a hombres y mujeres, entre 19 y 59 años, es decir en la etapa de vida de jóvenes adultos y adultos, con un nivel de ingresos superior a 2 salarios mínimos vitales (SMV) y que tengan un nivel de educación media y superior.

En cuanto a la **segmentación geográfica**, los prospectos están localizados principalmente en la ciudad de Guayaquil, sin embargo, cualquier persona puede utilizar los servicios desde cualquier lugar del mundo.

Respecto a la **segmentación psicográfica**, se apunta a una clase social media alta y alta, con un estilo de vida orientado a la acción y con disponibilidad de recursos, con una personalidad que refleje un alto grado de autoestima.

Finalmente se considera en la **segmentación conductual**, los beneficios buscados de las personas que desean verse bien y perder peso, cuyos hábitos sean la búsqueda de nutrición, bienestar y salud.

SEGMENTACIÓN	
USUARIOS DE APP PARA ASESORÍA PERSONALIZADA EN NUTRICIÓN Y ENTRENAMIENTO	
Segmentación Demográfica	
Variable	Característica
Sexo	masculino y femenino
Edad	19 a 59 años
Etapas de vida	Jóvenes adultos y adultos
Nivel de ingresos	2 salarios mínimos en adelante
Educación	medio y superior
Segmentación Geográfica	
Localidad	Guayaquil
Segmentación Psicográfica	
Clase social	medio alto y alto
Estilo de vida	orientados a la acción y con disponibilidad de recursos
Personalidad	alto grado de autoestima
Segmentación conductual	
Beneficios buscados	verse bien y perder peso
Hábitos	mejorar nutrición, bienestar y salud

Figura 4. Análisis de variables de segmentación de mercado de la APP NUTRIGETHER

Análisis de los colaboradores

El equipo de socios o aliados estratégicos de la APP NUTRIGETHER, se encarga de la publicidad el marketing digital, lo cual se trabaja con asesoría externa a la cual se paga honorarios por los servicios de promoción y publicidad de la APP en medios.

Por otro lado, se busca patrocinio de marcas con intereses afines a la nutrición y entrenamiento saludable como son restaurantes vegetarianos, gimnasios, centros nutricionales, naturópatas, entre otros socios externos, como patrocinadores de marca en eventos y actividades de promoción. No se trata de convenios para proveer alimentos o insumos de nutrición como proveedores de la APP, porque ese no es la finalidad de la APP, sino que estas marcas o empresas relacionadas al sector, se beneficien mutuamente de la publicidad cruzada, es decir, Nutrigether se promociona y publicita en conjunto con estas marcas, así ambas partes se benefician apuntando al mismo usuario, la APP publicitando sus servicios y las marcas promoviendo sus productos.

Como proveedores están los expertos en nutrición y entrenamiento físico, como nutricionistas, entrenadores de gimnasios, entre otros. También las empresas que representan los medios de comunicación donde se hace la publicidad para la APP.

Para los cobros se realiza por Pay Pal, tarjetas de crédito y transferencia bancaria. El dominio de la APP y el uso del hosting y servidor donde se almacena la información se la realizó con hostgator que es una aplicación web que permite acceder a la administración del servidor de la página web de la empresa desde cualquier lugar en internet, sin necesidad de instalación.

OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS DEL PROYECTO

Objetivo General

Desarrollar un estudio de mercado que permita la creación de una Aplicación móvil con asesoría personalizada en planes nutricionales y entrenamiento físico en Guayaquil.

Objetivos Específicos

-Identificar las necesidades de los usuarios que buscan asesoría personalizada en nutrición y entrenamiento físico.

-Establecer la demanda de una aplicación móvil que brinde asesoría personalizada en nutrición y entrenamiento físico.

-Describir la fundamentación teórica de las estrategias de marketing para la comercialización de la aplicación móvil especializada en asesoría personalizada en nutrición y entrenamiento físico.

-Determinar los medios de comunicación que frecuentan los usuarios de una aplicación móvil que brinde asesoría personalizada en nutrición y entrenamiento físico.

NUTRIGETHER tiene como modelo de negocio en internet el modelo B2C o Business-to-Consumer (B2C), es decir Empresa a Consumidor, por lo que, gracias a la cantidad de datos e información sobre los usuarios, se tiene una gran ventaja a la hora de personalizar el servicio y enfocar el contenido de la información que se ofrece.

DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

1.3. GERENCIA DE PLAN DE MARKETING

Esta gerencia de plan de mercadeo tiene por objeto la planificación e implementación de las estrategias de marketing para la APP Nutrigether, además de direccionar las campañas y promociones de marketing para su posicionamiento en el mercado. Adicionalmente, se busca establecer objetivos comerciales y controlar el progreso de las actividades centradas en el marketing de los servicios que brinda la empresa Nutrigether en el mercado de nutrición y entrenamiento físico para bajar de peso para el bienestar saludable. Busca información para desarrollar las estrategias, anticipar las tendencias del mercado y los movimientos de la competencia, identificando su posición y participación en el mercado y también identificar oportunidades de posicionamiento y ventajas competitivas distintivas.

1.3.1.1. La posición estratégica

El posicionamiento estratégico permite la realización de actividades distintas o diferentes de aquellas que realizan los competidores o rivales o también realizar actividades similares, pero de diferente forma. (Porter, 2021). La APP NUTRIGETHER, es una aplicación móvil que busca posicionarse estratégicamente en el mercado de la nutrición

y el bienestar físico para la salud como una Aplicación móvil de servicio personalizado en asesoría y guía de nutrición y ejercitamiento saludable.

Brinda una guía de menú alimenticio particular al caso del usuario, así también una rutina de ejercicios adecuado a la situación personal del individuo que se suscribe. Para esto, la APP solicita al usuario registrado previamente, que le facilite información sobre su sexo, condición física, estatura, peso, condición de salud, con dichos datos puede generar la información personalizada. Es una APP única en su tipo porque no existe otra aplicación que brinde asesoría y guía personalizada de acuerdo con la situación particular del usuario.

1.3.1.1.1. Estrategia Competitiva

Cuando se refiere a estrategia competitiva, se relaciona con los mercados dinámicos y por tanto las empresas y sus gerencias directivas deben prepararse para atender todos los frentes y cuestiones empresariales para dar en general un manejo táctico y estratégico, que facilite conseguir el éxito en los resultados y el fortalecimiento competitivo y de proyección a largo plazo (López-Zapata, López-Moros, & Agudelo-Muñoz, 2019). La estrategia competitiva seleccionada es la de “diferenciación”, donde se busca encontrar la ventaja competitiva sostenible a partir del “servicio de asesoría en nutrición y entrenamiento personalizado”. Siendo la única APP en el mercado que conjuga ambos servicios de forma personalizada para cada individuo, generando en el mercado la idea de que la APP es original. Es un servicio distinto a los existentes.

Una estrategia competitiva es un conjunto de acciones ofensivas y/o defensivas que se ponen en marcha para lograr una posición ventajosa frente al resto de los competidores. El objetivo de la estrategia es consolidar una ventaja competitiva que se sostenga a lo largo del tiempo, y redunde en una mayor rentabilidad (Herrero, 2018).

1.3.1.1.2. Diferenciales

La estrategia de diferenciación de producto o servicio es coherente con la estrategia competitiva de la APP NUTRIGETHER, pues se destaca la singularidad de ser “la única APP personalizada de nutrición y entrenamiento saludable”. Dependiendo del grado en

que la empresa pueda diferenciarse y posicionarse como única en proveer de valor superior personalizado para los usuarios de la APP, ganará una ventaja competitiva. (Kotler & Armstrong, 2017, pág. 189).

Por lo tanto, una estrategia de diferenciación consiste en hacer que una empresa que ofrece un producto en el mercado y que tiene rivales compitiendo en el sector, sea capaz de destacar de forma significativa. La propuesta de valor de APP NUTRIGETHER se basa en crear una experiencia en torno al cambio saludable de estilo de vida del individuo, con la finalidad de integrar la APP en la vida diaria de los usuarios. Por eso el factor diferenciador es la personalización de las asesorías saludables de nutrición y ejercicio. Como ya se ha explicado, dependiendo de la información que facilite el usuario que ingresa los datos solicitados por la APP, ésta le indicará al usuario el menú alimenticio que debe seguir y el entrenamiento físico adecuado para llegar al peso ideal dependiendo de su edad, estatura, peso, condición de salud, entre otras variables. Esta programación de decisión automática de la APP es alimentada por algoritmos con información específica proporcionada permanentemente por el profesional en nutrición y ejercicio físico. Estos profesionales le indican al desarrollador tecnológico de la APP los algoritmos de decisión que arrojará como resultado la aplicación móvil traducida a menús de alimentación y de entrenamiento físico acorde a los datos que ingrese el usuario en la APP.

Además, existen dos tipos de planes, el plan general gratuito donde se brinda asesoría en nutrición y el plan premium por suscripción, donde se paga un costo mensual de \$4.99 y tiene el servicio completo de asesoría en nutrición y ejercicios, así también otros servicios como el historial de avance personal y el acceso a información de consulta especial. Esta aplicación se diferencia de otras porque consolida en una sola plataforma la asesoría nutricional y el entrenamiento físico, pues existen aplicaciones que solo se dedican a dar menú de dieta alimenticia o solamente existen aplicaciones que se enfocan en el entrenamiento físico saludable, pero no los dos servicios en la misma APP. Además, otras aplicaciones dan recomendaciones generalizadas y no personalizadas. Debe quedar claro que el mercado es el sector de este tipo de aplicaciones móviles y no los servicios presenciales de nutrición o ejercicios, que es otro mercado.

1.3.1.1.3. Posicionamiento

Al definir el lugar que ocupa el producto en la mente de los usuarios, se está hablando de posicionamiento frente a los demás productos de la competencia. Algunas estrategias de posicionamiento de marca en Internet son las redes sociales, la presencia en los motores de búsqueda, la publicación de contenidos de valor en medios sociales, blogs y sitios Web, los cuales generan un gran volumen de comentarios e influencia positiva de quienes hablan de la marca y su reputación (Carpio, Hanco, Cutipa, & Flores, 2019).

Después del desarrollo de la estrategia de posicionamiento se debe de comunicar a través de mensajes claves y súper simplificados que penetren en la mente de nuestro consumidor de forma concreta y duradera. La estrategia de posicionamiento por beneficios que aplicaría la APP NUTRIGETHER está asociada a la estrategia competitiva de diferenciación y la estrategia de diferenciación de producto, ya que se trata de posicionar la marca resaltando los principales beneficios del servicio personalizado que se comunica. Es decir, se centra en remarcar “los beneficios que puede aportar el recibir una asesoría nutricional distinta en cada individuo” dependiendo de su edad, estatura, peso y demás variables que inciden en la nutrición y entrenamiento saludable adecuado. Por lo tanto, la estrategia de posicionamiento es un proceso mediante el cual se desarrolla una estrategia que tiene como objetivo llevar a la marca, empresa o producto desde su imagen actual en el lanzamiento, hasta la imagen deseada y colocarla en la mente de los usuarios.

APP NUTRIGETHER se presenta como una aplicación móvil de asesoría y guía en nutrición y ejercitamiento saludable, que apunta al mercado de las personas con sobre peso o que buscan tener o mantener el peso ideal. Busca posicionarse como “la primera APP de nutrición y ejercitamiento saludable con atención personalizada y particular a la situación del usuario”. Esto debe registrarse para obtener los beneficios de menús de alimentación diario y el plan de ejercicio respectivo, así también brinda el servicio de ubicación de servicios adicionales asociados como restaurantes vegetarianos, gimnasios, centros de nutrición, productos naturales, etc., publicitando marcas de socios estratégicos.

1.3.1.2. Producto / Servicio:

NUTRIGETHER es una APP Móvil desarrollada para asesorar, aconsejar y guiar de forma personalizada en lo referente a la alimentación nutritiva y ejercitamiento físico saludable para una vida sana a las personas que requieren reducir o controlar su peso. El usuario descarga de forma gratuita la APP del menú Play Store y debe ingresar los datos personales básicos antes de recibir la guía y asesoría personalizada.

El usuario ingresa su nombre y apellidos, email, celular, sexo, edad, estatura, peso, circunferencia de cintura, indica si padece una enfermedad crónica de una lista proporcionada. Con esta información que el usuario ingrese en la aplicación NUTRIGETHER, se le indicará de forma personalizada el menú semanal de alimentación para reducir peso o controlar su peso, considerando la información de su situación particular, así también se le dará indicaciones sobre la rutina de ejercicios y forma de ejercitarse saludablemente y llegar o mantener el peso ideal. Esto se logra, como ya se ha mencionado anteriormente, con una programación de un sistema automático desarrollado para la APP, el cual cuenta con algoritmos de decisión, que son alimentados bajo el asesoramiento de los profesionales en nutrición y ejercitamiento físico, quienes le proporcionan la información de menús y guía de entrenamiento físico que el sistema aplicará al individuo que tenga las características correspondientes al algoritmo, en coherencia con su situación o condición particular, de ahí la personalización de la guía para el usuario.

Esta aplicación es gratuita para el usuario durante 30 días con ambas guías, tanto de nutrición como de ejercitamiento, luego de lo cual, solo mantendrá el servicio nutricional y si desea el servicio completo deberá cancelar una cuota mensual de \$4.99 con la finalidad que la utilice, la refiera y se acostumbre a su uso dependiente. Se considera que, en un mes ya verá resultados el usuario que cumple la guía de dieta y ejercicio diario. Es importante aclarar que el menú de alimentación y ejercicio es diario, es decir ningún día es el mismo y está en base a los algoritmos de decisión considerados en la programación de la APP. Por lo tanto, como la guía cambia diariamente, eso hace que el usuario se vea en la obligación de seguir la nueva guía diaria.

Los ingresos económicos de la APP se enfocarán en las suscripciones de los usuarios por el servicio de asesoría personalizada y también en aquellas marcas que deseen publicitarse dentro de la aplicación, como restaurantes vegetarianos, centros de ejercitamiento o gimnasios, escuelas de bailoterapia, médicos, etc., así también los usuarios que después del tiempo de uso gratuito se suscriban a un costo mínimo mensual.



Figura 5. Prototipo de APP NUTRIGETHER (plan personalizado).

Como se aprecia en la figura 5, en el prototipo de la APP, la información que se requiere del usuario permite que se identifiquen las variables particulares del individuo y aplicar los algoritmos de decisión para la asesoría en nutrición y entrenamiento físico personalizados. Estos algoritmos son alimentados en el sistema programado de la aplicación móvil por medio de información profesional indicada por los profesionales expertos en nutrición y entrenamiento físico que prestan sus servicios a la empresa Nutrigether.

1.3.1.3. Precio

El precio aplicado al usuario que se suscribe a la aplicación móvil es de \$2.00, que corresponde al resultado de la mayor respuesta favorable recibida de los encuestados en

el estudio de mercado realizado, donde el 75% indica que estaría dispuesto a pagar una mensualidad de entre \$2.00 hasta \$4.99 por el servicio de la APP, lo que permite ubicar el precio aceptable, según la figura 6.

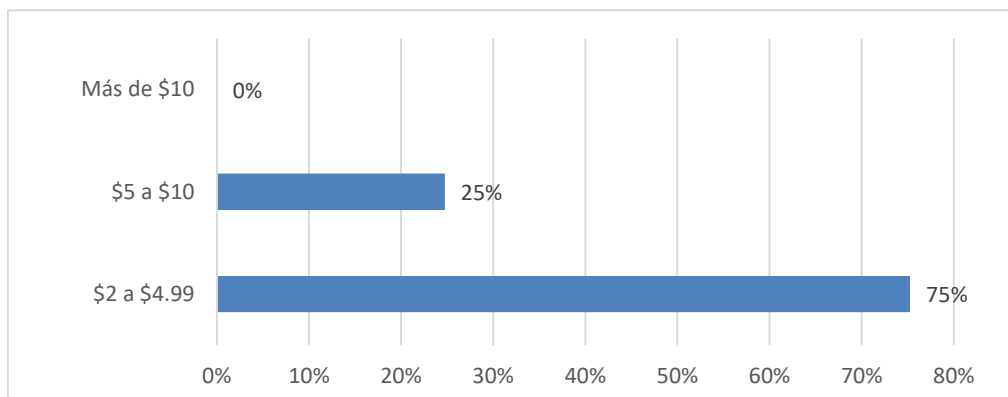


Figura 6. Cuánto pagaría al mes por la APP

1.3.1.4. Distribución

La distribución se refiere al término de Plaza, el cual es parte del marketing mix, siendo el nexo entre la producción y el usuario, donde se le brinda al cliente la facilidad de obtener el producto que mejor satisfaga sus necesidades, en el momento que lo necesite y cuando lo necesite (Torres, 2018, pág. 33). La modalidad de distribución es directa, donde la compra del servicio se da en la plataforma digital. Para esto, se cuenta con tres medios de distribución de la aplicación móvil Nutrigether, el primero es Google Play, que es el principal mercado de apps para Android y resulta particularmente útil para distribuir la APP a un público mundial amplio. Como segundo medio de distribución es App Store, que permite descargar la aplicación para mecanismos Apple y como tercera opción de distribución, hacer que esté disponible para la descarga desde el sitio web empresarial www.nutrigether.com, para las dos opciones.

1.3.1.5. Promoción y Comunicación

La comunicación y promoción de la APP NUTRIGETHER, se realizará desde el propio Web site, el buscador Google, el Google Play, la App Store y las Redes sociales.

En lo referente a la promoción y comunicación en la web site, se ha considerado realizar la campaña integrada “vida sana”, en los meses donde se celebran los siguientes días internacionales relacionados con la salud y nutrición:

- 4 de marzo - Día Mundial de la Obesidad
- 6 de abril -Día de la Actividad Física
- 28 de mayo - Día Mundial del Hambre
- 1 de julio - Día Internacional de la Fruta
- 1 de octubre - Día Internacional del Vegetarianismo
- 16 de octubre - Día Mundial de la Alimentación

A continuación, se indican unos ejemplos de la promoción y comunicación de dicha campaña en la web de la empresa.

¿Perder peso?
¡Alcanza tu objetivo en 2022!

PARA UNA VIDA SANA

Descarga la APP
NUTRIGETHER
en
www.nutrigether.com

Hoy 4 de marzo
Día Mundial
de la Obesidad

Figura 7. Publicidad APP NUTRIGETHER el 4 de marzo día mundial de la obesidad

Como se puede ver en la figura 7, la publicidad motiva a descargar la aplicación móvil el día mundial de la obesidad, donde se involucra el slogan de la campaña “vida sana”, que es el mensaje integrador a posicionarse en la mente de los usuarios de la APP.



Figura 8. Publicidad APP NUTRIGETHER el 6 de abril día mundial de la actividad física.

Esta publicación de la figura 8, para impulsar la descarga de la aplicación desde la página web de NUTRIGETHER, en el día mundial de la actividad física, que apunta al servicio de asesoría en entrenamiento o ejercitamiento físico que complementa la nutrición.

A continuación, se presenta un modelo del home y estructura de contenido de la página web www.nutrigether.com, donde se va a promocionar los servicios de la APP NUTRIGETHER, la cual se va a dar a conocer por los medios sociales y buscador Google de internet, como se puede apreciar en la figura 9.



Figura 9. Modelo del home de la página web de NUTRIGETHER.

Como es conocido, la comunicación se refiere al acto por medio del que un individuo transmite una idea, una información o un pensamiento a otra persona (Castilla Támara, 2020). Como complemento está la promoción, que en la mezcla de marketing o mix de marketing se refiere a la comunicación con el objetivo específico de informar, persuadir y recordar una audiencia o mercado objetivo, y con esta finalidad se utilizan también los buscadores en internet (Coutinho, 2017).

En el buscador Google se aplicará la contratación de Google Ads por medio de las siguientes palabras claves relacionadas con el negocio y con la que habitualmente buscan los usuarios servicios de asesoría en nutrición y entrenamiento físico saludable, las palabras y frases a contratar son:

- Nutrición y entrenamiento personal
- Nutrición y alimentación
- Ejercicios para bajar de peso
- Aplicaciones para bajar de peso
- Vida sana y saludable
- Entrenamiento físico
- Bienestar y salud integral
- Asesoramiento nutricional
- Guía nutricional

A continuación, se muestra un modelo de anuncio en Google Ads para motivar el direccionamiento hacia la descarga de la aplicación, como se puede observar en la figura 10, con la frase de “bajar de peso”.

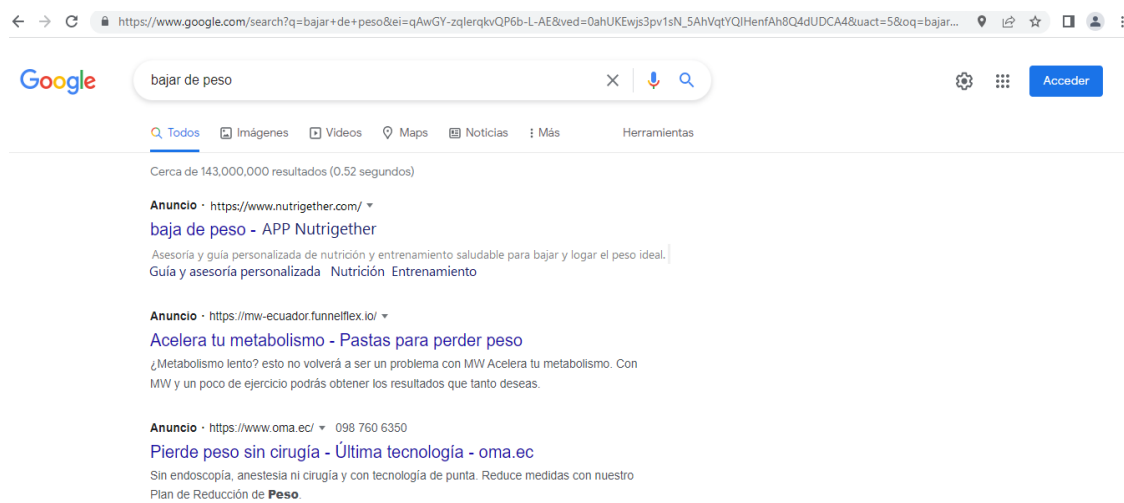


Figura 10. Modelo de anuncio en Google Ads de APP NUTRIGETHER.

Se estima un valor de \$0.25 por clic que se registre en el buscador de Google, estimando 4,000 eventos anuales de búsqueda de cualquiera de las palabras o frases contratadas, con lo que se espera la suscripción efectiva de 25 usuarios mensuales, es decir 300 usuarios al año.

En lo referente a las campañas en redes sociales para la promoción de la APP Nutrigether que apunta a la descarga de los usuarios tanto en Play Store como de App Store, se proyecta la siguiente publicidad, la cual se puede aplicar en cualquiera de las dos redes sociales que se utilizará, como son Facebook e Instagram, donde la frecuencia de publicación será mensual y dirigida en ciertos días relacionados a celebraciones mundiales referente a nutrición, salud, bienestar, ejercitamiento, entre otros eventos. Como se puede observar en la figura 11, esta publicación se la puede utilizar en Facebook o en otra red social para promover la descarga de la aplicación aprovechando la celebración del día internacional del vegetarianismo, conociendo que hay muchas personas que tienen alimentación vegetariana, el cual puede ser también parte de los interesados en la APP.



Figura 11. Modelo de Publicación en red social Facebook el día mundial del vegetarianismo de APP NUTRIGETHER.

A continuación, se presenta una publicación que también puede utilizarse en cualquiera de las redes sociales como Instagram y Facebook, donde se da énfasis a la promoción de por cada referido de usuario recibe gratis un mes de servicio como se puede ver en la figura 12.



Figura 12. Modelo de Publicación promocional en red social Instagram el día mundial de la alimentación de APP NUTRIGETHER.

Finalmente, se estima la participación en eventos relacionados con la nutrición y ejercicio saludable como caminatas, atletismo, ciclismo y en ferias tanto en eventos gratuitos en unidades educativas, universidades como en ferias como la gran feria de Guayaquil que se realiza anualmente por parte del Municipio en Expo Plaza o en el Palacio de Cristal, a continuación se puede ver en la figura 13, un prototipo de Stand compartido con una marca de productos naturales, mediante convenios de canje de servicios.



**PRESENTE EN LA
GRAN FERIA DE
GUAYAQUIL**

**Los esperamos...
Descargue la APP
NUTRIGETHER**

www.nutrigether.com

**VIDA SANA con
asesoría personalizada
en la APP en nutrición
y ejercicio.**

Figura 13. Modelo de Stand promocional para uso en ferias y eventos compartidos con marcas de productos relacionados a la nutrición por convenio de canje de servicios.

1.3.1.5.1. Nombre de la empresa

El nombre de la empresa es APP NUTRIGETHER, el cual hace referencia a ser una APP o aplicación móvil con servicios de nutrición y entrenamiento saludable, por eso la palabra anglosajona GETHER que significa “juntos”, ya que, en la misma aplicación móvil se cuenta con ambos servicios personalizados de nutrición y entrenamiento para reducir el peso y llegar al ideal.

1.3.1.5.2. Slogan y logotipo

Cuando se realizó la encuesta y se planteó la pregunta sobre qué logotipo le recuerda más a una APP personalizada de nutrición y entrenamiento para la salud, la mayoría respondió

por el logo que se propone, donde se identifica una bandeja de vegetales con una cuchara y un individuo de cuerpo esbelto y atlético que ubica el mensaje de la marca en la mente

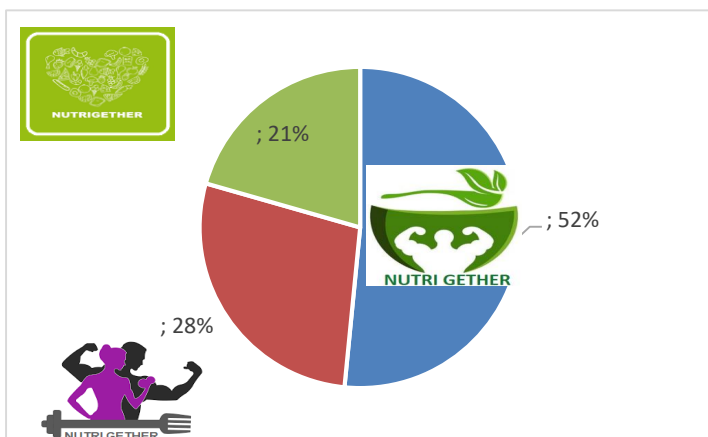


Figura 14. Cuánto pagaría al mes por la APP

También se considera el slogan “vida sana” como mensaje integrado a todas las campañas de marketing que realice la empresa en medios tradicionales físicos y medios no tradicionales como los medios digitales en internet. En la siguiente figura 15, se observa el logotipo de APP NUTRIGETHER, donde se hace referencia visual a la tazona o bandeja de vegetales con una cuchara y que se expresa con la silueta de una persona atlética y bien alimentada, utilizando la imagen el color verde trébol.



Figura 15. Logotipo de APP NUTRIGETHER

1.3.1.5.3. Plan de Medios y presupuesto

Cuando se realiza la planificación estratégica comunicacional y de marketing para realizar campañas o acciones para llegar al público objetivo, se refiere a un plan de medios (García Prado, 2018). De acuerdo con esto, Nutrigether ha planificado su participación en la comunicación y promoción de sus servicios de asesoramiento personalizado único tanto en nutrición como en ejercitamiento físico saludable, como se puede evidenciar en la figura 16

PLAN DE MEDIOS						VENTA PRIMER AÑO	
COSTO DE DISEÑO Y DESARROLLO DE LA WEB, LANDING PAGE E INFOGRAFÍAS				Suscripciones por website (mensual)	TOTAL COSTO inversión Publicidad anual	Proyección de venta Anual (\$2.00 x 12 pagos) por Website	
Desarrollo web principal				100	\$800	\$2.400	
Desarrollador landing page					\$250		
Desarrollo de infografías para web, anuncios y elaboración de piezas gráficas					\$1.258		
COSTO DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES	Clics x año	Clics (mensuales)	Leads efectivo de campaña (mensual) 30%	Clientes suscritos pagados (mensual) 25%	TOTAL COSTO inversión Publicidad anual	Proyección de venta Anual (\$2.00 x 12 pagos) Publicidad redes sociales	
Facebook Ads (Costo por clic "Me gusta")							
Seguidores Página de Facebook (Costo ≥ \$0.25)	40.000	3333	1000	250	\$10.000	\$6.000	
Publicaciones (Costo ≥ \$0.003)	130.000	10833	3250	813	\$390	\$19.500	
Instagram Ads (Costo por clic "Me gusta")							
Seguidores Página de Instagram (Costo ≥ \$0.45)	20.000	1667	500	125	\$9.000	\$3.000	
Publicaciones (Costo ≥ \$0.25)	72.000	6000	1800	450	\$18.000	\$10.800	
COSTO DE POSICIONAMIENTO SEM EN GOOGLE							
Costo por clic Google Ads (palabras clave ≥ \$0.25)	4.000	333	100	25	\$1.000	\$600	
Costo por clic Google Ads (Campañas de aplicación ≥ \$0.63)	10.000	833	250	63	\$6.300	\$1.500	
COSTO DDE Publicación en Play Store y App Store	TOTAL DESCARGAS	Pago único Alta como desarrollador Store	Total Descargas Anual X \$2 Valor Venta Unitaria	Costo por descarga Store 30%	COSTO ANUAL STORE		
Costo de anuncio y carga	21900	\$25	\$43.800	\$13.140	\$13.165		
COSTO DE PUBLICIDAD TRADICIONAL EN EVENTOS Y FERIAS						Costo anual promoción en eventos	
Ferías de bienestar nutricionales y ejercicio						\$3.000	
Eventos de ejercicio físico y nutricional						\$3.000	
				Suscripciones mensuales	Suscripciones anuales	Inversión anual/ 1er año	Proyección anual por ventas / 1er año (Vtas. suscripciones + Vtas. espacios publicitarios)
COSTO ANUAL TOTAL DE INVERSIÓN EN MEDIOS DIGITALES				1825	21900	\$66.163	\$296.700,00
INGRESOS POR VENTA DE PUBLICIDAD EN APP NUTRIGETHER							
INGRESO POR VENTA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS EN LA APP				Marcas que Publicitan	Precio mensual por Publicidad en APP	INGRESO MENSUAL POR PUBLICIDAD	INGRESO ANUAL POR PUBLICIDAD (2do Semestre)
Ventas por espacios publicitarios App (2do semestre)				4	\$500	\$2.000	\$12.000

Figura 16. Plan de medios y presupuesto anual de APP NUTRIGETHER

Como se puede observar, se mencionan actividades como el desarrollo de un sitio web, una landing page o de aterrizaje y la elaboración de piezas gráficas varias, tales como: post, infografías, banners, anuncios dentro y fuera de la web, donde se proyecta un costo anual en cada rubro. Por medio de la participación e impulso publicitario en eventos presenciales como ferias de bienestar nutricional y ejercitamiento físico se estima la descarga de la APP, a través del sitio web, de 100 usuarios mensuales, al mismo tiempo, generar tráfico al contenido de valor que se publica en el blog de la web.

Luego, como segunda acción está la publicidad en redes sociales, siendo las plataformas con mayor acogida Facebook e Instagram, para crear campañas de atracción e interacción que generen una conversión, donde el costo por el clic de “Me gusta” de seguidores de la página en Facebook es de $\geq \$0.25$ y de publicaciones es de $\geq \$0.003$, en el que se busca contratar 40,000 clics de seguidores y 130,000 clics de publicaciones anuales y de estos el 30% son leads efectivos y finalmente el 20% de estos realiza la compra o suscripción. En el caso de Instagram se contrata 20,000 clics de seguidores y 72,000 de publicaciones anuales, de esos el 30% son leads efectivos y finalmente el 20% de estos realiza la compra o suscripción, y el costo por el clic de “Me gusta” de seguidores de la página es de $\geq \$0.45$ y de publicaciones es de $\geq \$0.25$.

El valor de suscripciones mensuales proyectadas para Facebook es de 1063 (250+813) usuarios nuevos y en Instagram de 575 (125+450) suscritos mensuales.

A continuación, en la figura 17 se presenta el detalle de la proyección de las suscripciones anuales con el respectivo crecimiento. En 5 años se proyecta suscribir 121,011 personas.

PROYECCIÓN DE SUSCRIPCIONES

MEDIO	PROYECCIÓN MENSUAL			CRECIMIENTO PROYECTADO ANUAL				
	CLICS	LEADS	SUSCRITOS	SUSCRITOS AÑO 1	SUSCRITOS AÑO 2	SUSCRITOS AÑO 3	SUSCRITOS AÑO 4	SUSCRITOS AÑO 5
WEB LANDING PAGE			100	1200	1260	1323	1389	1459
SEGUIDORES PAGINA FACEBOOK	3333	1000	250	3000	3150	3308	3473	3647
PUBLICACIONES FACEBOOK	10833	3250	813	9750	10238	10749	11287	11851
SEGUIDORES PAGINA INSTAGRAM	1667	500	125	1500	1575	1654	1736	1823
PUBLICACIONES INSTAGRAM	6000	1800	450	5400	5670	5954	6251	6564
GOOGLE ADS (palabras claves)	4000	100	25	300	315	331	347	365
GOOGLE ADS (Campañas de aplicación)	10000	250	63	750	788	827	868	912
TOTAL SUSCRITOS POR AÑO	35833	6900	1825	21900	22995	24145	25352	26620
TOTAL SUSCRITOS A 5 AÑOS								121011

Figura 17. Proyección de suscripciones anuales de APP NUTRIGETHER

Asimismo, tenemos las campañas SEM de Google que proporcionará al negocio mayor visibilidad mediante el pago de anuncios.

Como se puede ver en la figura 16, se ha considerado realizar anuncios a través de las diferentes campañas de Google, con botones de acción, que direccionen a la descarga directa de la aplicación móvil o a través de la web o a una landing page. En estas campañas se puede configurar el uso de palabras claves o frases asociadas al mercado de las asesorías en nutrición, ejercicio y bienestar saludable indicadas anteriormente, donde el costo por campañas en Google Ads es de $\geq \$0,25$ por clic, en el que se busca contratar 4,000 clics anuales, de estos un 30% se vuelve leads efectivos y finalmente el 20% de estos realiza la suscripción. Conjuntamente, se ha estimado realizar campañas de anuncios de promoción de APP en Google Ads, donde el costo por clic es de $\geq \$0,63$, en el que se busca contratar 10,000 clics anuales, de estos un 30% se vuelve leads efectivos y finalmente el 20% de estos realiza la suscripción.

El valor de suscripciones mensuales proyectadas de Google Ads es de 88 usuarios.

El costo inicial de alta en las plataformas Store de Google y de Apple es de \$25, sin embargo, cobran el 30% de la facturación del primer mes anual de servicio, el cual es necesario ya que toda aplicación móvil debe estar disponible para descarga en las plataformas Store.

También, se propone realizar eventos en ferias de unidades educativas universitarias y de nivel medio por convenio sin costo para promocionar la aplicación móvil. Además de invertir en otros eventos donde el costo suma \$6,000 (el 50% en eventos deportivos y 50% en ferias).

Finalmente, como se puede ver en la figura 16, la aplicación móvil va a tener ingresos por publicidad de empresas y marcas que promocionen sus servicios a los usuarios de la App Nutrigether como vitrina para sus productos y servicios como restaurantes vegetarianos, productos naturales, gimnasios, entre otros productos y servicios relacionados. Se estima que el primer año se publicarán 4 marcas en la App Nutrigether, en los siguientes años se proyecta que se incrementen a medida que se hace más atractiva la App con el incremento anual de usuarios.

En total son 1,825 usuarios mensuales, es decir 21,900 usuarios el primer año proyectado, con una inversión total de publicidad \$66,163 para el primer año, y de ingresos anuales por ventas suscritas de \$284,700 y \$12,000 por ventas de espacios publicitarios, como se puede observar en la figura 16.

Cuando se realicen las ferias o exposiciones para promocionar la marca se requiere, stands, banner, roll up, entre otro material, por lo que, en el caso de estanterías y otros bienes que requiere una onerosa inversión, se estima realizar convenio de canje de servicios con marcas auspiciantes relacionadas con la nutrición, ejercitamiento físico, bienestar, salud, productos naturales, etc., donde se puede participar nuestra marca APP NUTRIGETHER en conjunto con los implementos de la marca con la que se realiza el convenio de publicidad conjunta a cambio de servicios gratuitos para los colaboradores de dichas empresas y además la publicidad de dichas marcas en nuestros canales de distribución donde visualizan los usuarios de Nutrigether y con eso también una vitrina para esas marcas asociadas.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- Existe una demanda importante en el mercado de personas con sobrepeso interesadas en recibir instrucción personalizada de guía y asesoría en nutrición y entrenamiento físico para la salud y el bienestar, además que tienen acceso a dispositivos móviles con servicio de plan de datos de internet, lo que los hace ideales para descargar la aplicación. Esto permite enfocar el posicionamiento de la marca considerando esta necesidad del mercado.
- A los usuarios les interesa que se realice una propuesta personalizada, de acuerdo con su situación en particular y evitar las guías generalizadas, donde otras aplicaciones les dan los mismos menú y guía para todos. Esta es la propuesta de valor que se busca promover en este sector.
- El precio analizado para promoción del servicio de suscripción mensual para los usuarios de la aplicación, están al alcance de los interesados en mejorar su condición de peso y salud, mediante los servicios personalizados de nutrición y ejercitamiento.
- La distribución se realiza por medio de la plataforma para Android y para Apple, por sus plataformas Store, donde se ubican todas las aplicaciones que se utilizan en el mundo digital y que tienen la flexibilidad en descarga rápida, aunque el costo también de dichas plataformas es alto.

- La promoción y comunicación de la publicidad, se realiza en los medios donde se identificó la frecuencia de su uso, seleccionándose las redes sociales de Facebook e Instagram como los de mayor utilización y también el buscador número uno del mundo como lo es Google, donde se seleccionaron las principales palabras o frases claves que aplican los potenciales usuarios en la búsqueda de información asociada al mercado de asesoría en nutrición y ejercitamiento físico para la salud.
- Se definió como logotipo el que los encuestados decidieron que representa ambos servicios personalizados, tanto la parte de la nutrición con una imagen que evidencia una taza de vegetales, como también la silueta de una persona atlética esbelta, así también el color utilizado es el verde trébol que se asocia a la nutrición vegetariana y a la naturaleza.

RECOMENDACIONES

- Se puede ampliar los servicios de la aplicación móvil en una siguiente etapa, incluyendo un buscador de productos asociados con la nutrición y ejercicio físico, como son los productos naturales, restaurantes vegetarianos, gimnasios, entre otros negocios a los cuales se les puede plantear su promoción en nuestros canales de distribución y medios de difusión.
- Considerar la creación de planes de incentivos nuevos para los usuarios que generen fidelidad en el uso de la aplicación y que puedan ser influencers activos en sus redes sociales para así llegar a su entorno con los beneficios de la APP NUTRIGETHER.
- Comercializar espacios publicitarios dentro de nuestros medios como la web site, las redes sociales de la APP, en una segunda etapa, aprovechando el crecimiento de la cantidad de usuarios que tenga Nutrigether en el tiempo, es una vitrina que puede utilizar para que otras marcas relacionadas se promocionen entre nuestros usuarios y esto generaría nuevos ingresos por publicidad para la empresa.
- Es recomendable mantener actividades en eventos y ferias para llegar al usuario y explicarle los beneficios y servicios de la aplicación, motivando a referir de manera presencial y en sus redes sociales con promociones, para generar nuevos usuarios.

- Es importante realizar con regularidad la analítica web de la aplicación en internet para conocer la efectividad de los medios y su uso o redireccionamiento de los medios de publicidad. También, es necesario un análisis continuo del mercado para conocer las preferencias cambiantes del mercado de guía personalizada en nutrición y entrenamiento físico saludable.

Referencias

- Carpio, A., Hanco, M., Cutipa, A., & Flores, E. (2019). Estrategias del marketing viral y el posicionamiento de marca en los restaurantes turísticos de la Región de Puno. *Comuni@cción*, 10(1), 70-80. Obtenido de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S2219-71682019000100006&script=sci_arttext&tlng=en
- Castilla Támara, A. M. (2020). *Estrategias de promoción y comunicación audiovisual a través de la*. Bogotá: Universidad de La Salle, Bogotá. Obtenido de https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=4076&context=adminis tracion_de_empresas
- Coutinho, V. (1 de Diciembre de 2017). <https://rockcontent.com>. Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/promocion-en-el-marketing/>
- El Universo. (11 de Junio de 2017). Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2017/06/11/nota/6224809/obesidad-se-duplico-ano-guayaquilenos/>
- García Prado, E. (2018). *Plan de medios de comunicación e internet*. Ediciones Paraninfo. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=mFJWDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=PLAN+DE+MEDIOS&ots=1meeVg65kT&sig=Eycw-CFNmX-qTS5k0pp58pmsgz8#v=onepage&q=PLAN%20DE%20MEDIOS&f=false>
- Gurrea, M. (8 de Enero de 2022). <https://mariagurrea.com/>. Obtenido de <https://mariagurrea.com/el-analisis-5-c-como-punto-de-partida-de-un-buen-dafo/>
- López-Zapata, E., López-Moros, G., & Agudelo-Muñoz, S. (2019). Relación entre Estrategias Competitivas y Tipos de Aprendizaje Organizativo en Empresas Colombianas. *Información tecnológica*, 30(5), 191-202. Obtenido de https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-07642019000500191&script=sci_arttext
- Porter, M. (2021). Obtenido de <http://200.0.31.75/bitstream/20.500.11962/28281/1/2.%2BQue%CC%81%2Bes%2Bestrategia.pdf>
- Primicias. (16 de Noviembre de 2019). <https://www.primicias.ec/>. Obtenido de <https://www.primicias.ec/noticias/sociedad/sobrepeso-obesidad-muerte-alimentos/>
- Torres, R. (2018). *Análisis de las estrategias de marketing mix en la fidelización de clientes en la empresa Southern Corporation SAC Lima, 2018*. Lima: UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN. Obtenido de https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/1339/Rossy_Tesis_Titulo_2018.pdf?sequence=5&isAllowed=y

ANEXOS

Resultados de la investigación

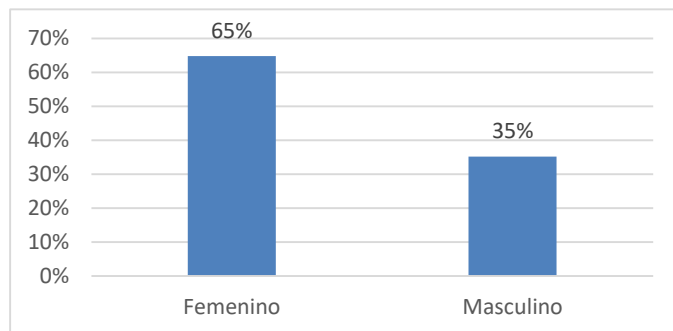
Encuesta

Objetivo: Identificar las necesidades y preferencias del usuario que consulta menú de dieta y entrenamiento físico para eliminar la obesidad por medio de una APP en su Smartphone.

1. ¿Cuál es su sexo?

Tabla
Sexo del encuestado

Opciones	Cantidad	%
Femenino	249	65%
Masculino	135	35%
Total	384	100%

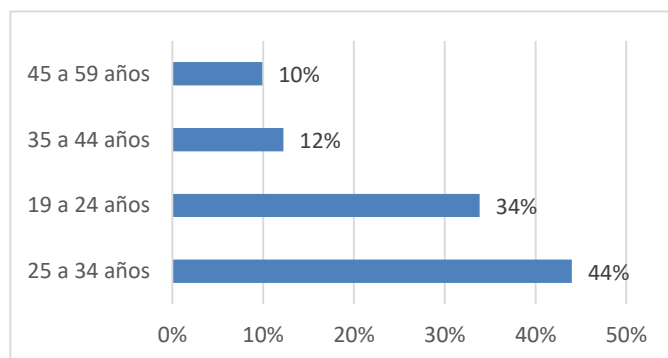


Análisis: La mayor parte de las personas que respondieron la encuesta fueron del sexo femenino con el 65%, lo que indica un alto interés de las mujeres por el cuidado de su peso y salud, por lo tanto, de recibir asesoría nutricional y entrenamiento físico saludable.

2. ¿A qué rango de edad pertenece?

Tabla
Rango de edad del encuestado

Opciones	Cantidad	%
25 a 34 años	169	44%
19 a 24 años	130	34%
35 a 44 años	47	12%
45 a 59 años	38	10%
Total	384	100%

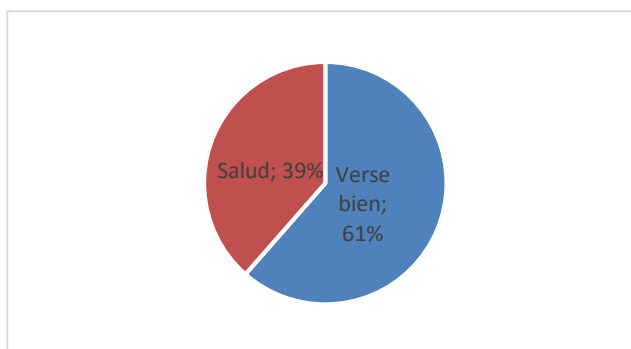


Análisis: El 78% de los encuestados se encuentra entre los 19 y 34 años, lo que indica el rango etario al que debe apuntar la aplicación móvil para su publicidad.

3. ¿Cuál es su principal motivo para bajar de peso?

Tabla
Motivación para bajar de peso

Opciones	Cantidad	%
Verse bien	236	61%
Salud	148	39%
Total	384	100%

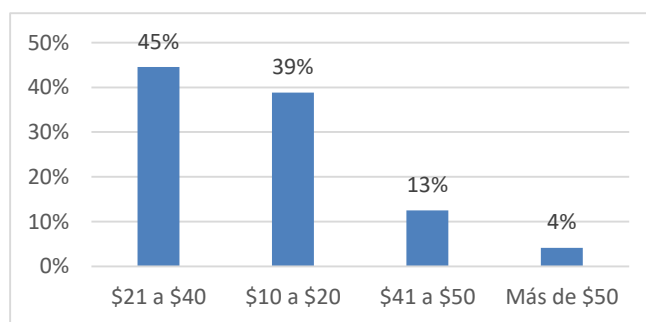


Análisis: La mayor parte de los encuestados con un 61% indicó que su principal motivación para bajar de peso es verse bien, es decir la parte estética, lo que indica que el mensaje que se debe enviar al mercado objetivo es el bienestar físico.

4. ¿Cuánto gasta mensualmente en nutricionista o un entrenador físico personal?

Tabla
Costo mensual de un
Nutricionista/entrenador

Opciones	Cantidad	%
\$21 a \$40	171	45%
\$10 a \$20	149	39%
\$41 a \$50	48	13%
Más de \$50	16	4%
Total	384	100%

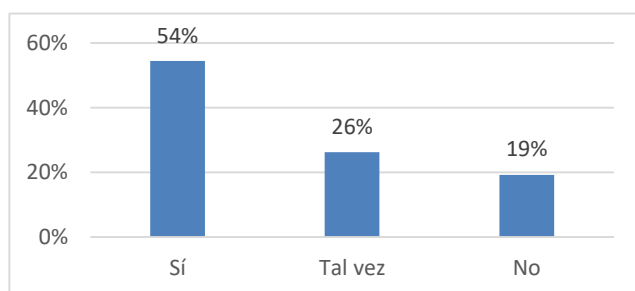


Análisis: Los encuestados respondieron con un 84% que el costo mensual de un nutricionista está entre \$10 y \$40, lo mismo con un entrenador físico, por lo que una APP con menor costo de suscripción mensual podría ser bien percibida.

5. Si existiera una APP que le brinde atención personalizada de acuerdo a su peso, estatura, edad, respecto a nutrición y entrenamiento físico ¿Utilizaría la APP?

Tabla
Utilizaría una APP de asesoría nutricional

Opciones	Cantidad	%
Sí	209	54%
Tal vez	101	26%
No	74	19%
Total	384	100%

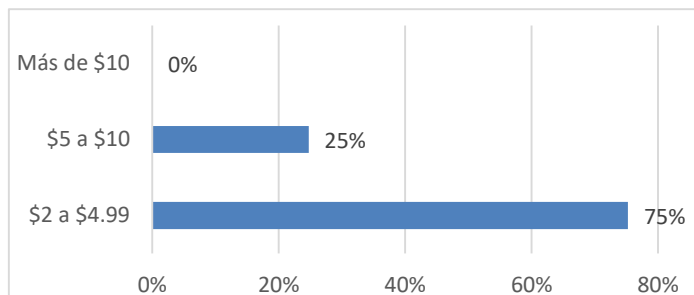


Análisis: La mayoría de los consultados con un 54% indicaron que si usarían la APP de asesoría nutricional y sumada al 26% que indicó que tal vez la usaría, afianza la conclusión de un interés por este tipo de servicio personalizado.

6. ¿Cuánto pagaría mensualmente por una suscripción a la APP por el servicio?

Tabla
Cuánto pagaría al mes por la APP

Opciones	Cantidad	%
\$2 a \$4.99	289	75%
\$5 a \$10	95	25%
Más de \$10	-	0%
Total	384	100%

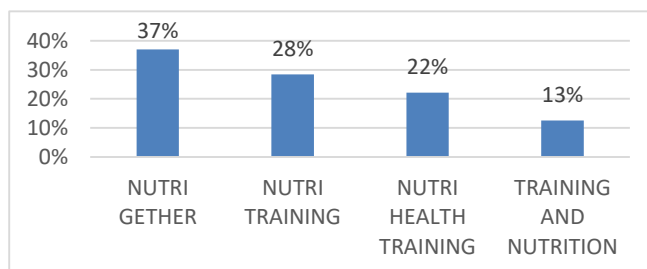


Análisis: El 75% de los encuestados indica que estaría dispuesto a pagar una mensualidad de entre \$2 y \$4.99 por el servicio de la APP, lo que permite ubicar el precio aceptable.

7. ¿Con cuál de los siguientes nombres identificaría a la APP?

Tabla
Nombre con que identifica a la APP

Opciones	Cantidad	%
NUTRI GETHER	142	37%
NUTRI TRAINING	109	28%
NUTRI HEALTH	85	22%
TRAINING AND NUT	48	13%
Total	384	100%

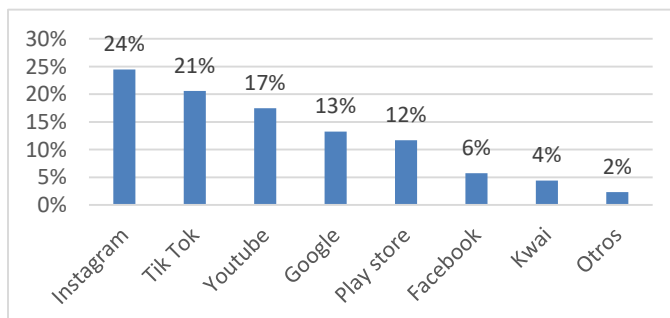


Análisis: La mayoría con un 37% le agrada el nombre NUTRIGETHER.

8. ¿Por qué medio se entera de nuevas APPs útiles?

Tabla
Medio donde se entera de nuevas APPs

Opciones	Cantidad	%
Instagram	94	24%
Tik Tok	79	21%
Youtube	67	17%
Google	51	13%
Play store	45	12%
Facebook	22	6%
Kwai	17	4%
Otros	9	2%
Total	384	100%

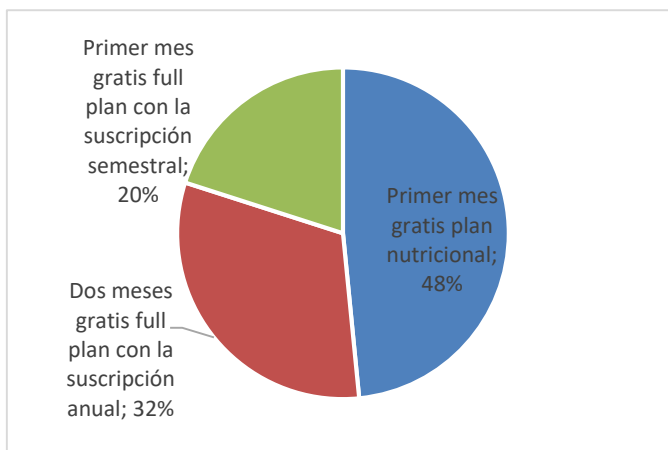


Análisis: El 24% se entera de nuevas APPs en Instagram, el 21% en Tik Tok, el 17% en YouTube el 13% en Google y el 12% en Play Store, lo que indica que en estos medios digitales se debe concentrar la promoción y publicidad de la APP ya que representan el 87% del total de encuestados.

9. ¿Qué promoción le gustaría recibir de la APP?

Tabla
Qué promoción le gustaría de la APP




Opciones	Cantidad	%
Primer mes gratis plan nutricional	186	48%
Dos meses gratis full plan con la suscripción anual	121	32%
Primer mes gratis full plan con la suscripción semestral	77	20%
Total	384	100%

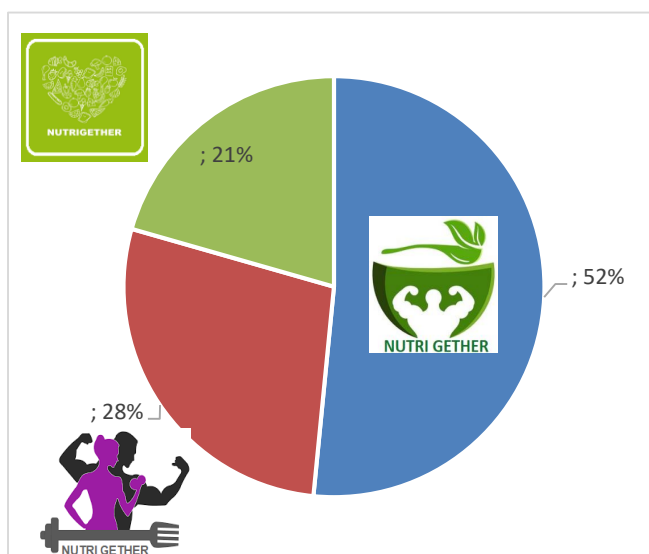


Análisis: La mayoría de los consultados con un 48% indica que el primer mes gratis del plan nutricional es la mejor promoción y el 32% indica que dos meses gratis con el full plan de suscripción anual, esto ayuda a saber la promoción que puede pregonar la APP.

10. ¿Cuál de los siguientes logotipos le recuerda más a una APP personalizada de nutrición y entrenamiento para la salud?

Tabla
Logotipo con que identificaría a la APP

Opciones	Cantidad	%
	198	52%
	107	28%
	79	21%
Total	384	100%



Análisis: La mayoría de los consultados con un 52% se decidió por la propuesta del logotipo color verde vegetal en forma de sopera con una imagen de un fisiculturista dentro, lo que identifica la nutrición + el entrenamiento saludable.

ENTREVISTA

Objetivo: Conocer las estrategias de marketing aplicadas para la introducción en el mercado de una APP de asesoría personalizada de nutrición y entrenamiento saludable.

Entrevistado: Rosendo Miguel Sancán Vera

Título: Máster en Marketing Digital

Cargo: Docente en la Carrera de Marketing de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil. Profesional en libre ejercicio de Marketing Digital.

Dirección: Km. 30 vía a Daule

- 1. ¿Ha escuchado o conoce de alguna APP que permita asesorar de forma gratuita y personalizada respecto a la alimentación diaria y rutina de ejercicios a los usuarios? ¿Considera que tendría éxito enfocada en la población con problemas de obesidad?**

No he escuchado de ninguna app de este tipo. Sí considero que tendría éxito, sobre todo porque la mayor parte la población de Guayaquil tiene problemas de salud debido a la mala alimentación. Claro que se puede impulsar más el lanzamiento de la app haciendo una campaña de anuncios en Play Store o App Store para que la descarguen más usuarios potenciales.

- 2. Por su experiencia, ¿Qué tiempo tomaría la programación de una APP de estas características?**

Entre 5 y 6 meses.

- 3. ¿Qué costo considera que tendría el desarrollo digital de esta APP?**

Entre \$10,000 y \$15,000.

- 4. ¿Cuáles son las fases para el desarrollo de una APP?**

Estudio de la funcionalidad, exponer al cliente la solución propuesta junto con la planificación y el presupuesto. Luego, presentar un interfaz de usuario para que tenga una buena experiencia tanto de navegabilidad como una buena percepción estética. Concluido

el desarrollo, se realizan varias pruebas y chequeos para comprobar que todo funciona correctamente. Finalmente se contrata el medio de almacenamiento de información para alojar un backend, también denominado CMS o servidor de la aplicación móvil, el cual centraliza las peticiones que se hacen desde el dispositivo móvil. Es decir, cuando el usuario hace una petición en la app, el backend accede a su repositorio de datos, encuentra y filtra la información solicitada y la devuelve al usuario.

5. ¿Quién se ocupa del posicionamiento o branding de la APP?

El departamento de marketing o específicamente el Social Media Manager (quien crea la estrategia digital) en conjunto con el Community Manager (quien la ejecuta).

6. ¿Cómo se puede promocionar la APP para mejorar su salida al mercado?

Con una campaña de anuncios en Google Ads o en cualquier plataforma de publicidad digital. En el caso de esta APP, también en centros médicos especializados. Haciendo una campaña de anuncios en Play Store o App Store para que la descarguen más usuarios potenciales.

7. ¿Cuáles son las fortalezas de una APP como esta?

Recopilar información de los usuarios. Lograr alguna forma de monetización (por ejemplo mediante la venta de planes personalizados de asesoría nutricional).

8. ¿Cuáles son las debilidades de una APP como esta?

Que la interface no sea amigable o que no tenga un buen diseño de UX (experiencia de usuario). Que sea muy pesada y por tanto que los usuarios decidan no descargarla.

9. ¿Qué oportunidades tiene una APP de estas características en Guayaquil?

Potencial alto de usuarios con problemas de salud debido a mala alimentación. Crecimiento de la tasa de penetración de Internet en Ecuador.

10. ¿Qué amenazas considera tendría la APP?

En Ecuador aún existen muchos usuarios que no tienen plan de datos, sino que se conectan a Internet por una red WiFi. Muchos usuarios en Ecuador tienen teléfonos de gama baja, los cuales tienen poco espacio de almacenamiento para alojar aplicaciones.

11. ¿Cuál sería el modelo de ingresos de esta APP? ¿Suscripción, Publicidad, Venta, Comisiones?

Con planes personalizados de asesoría nutricional comercializados por suscripción y Publicidad de patrocinadores.

Análisis: De acuerdo a la opinión del Máster Sancán por su experiencia en Marketing digital, menciona que la APP tiene oportunidades de éxito en el mercado, y sugiere realizar su lanzamiento y promoción en Play Store, así también en redes sociales, en los buscadores como Google Ads, lo que es coherente con lo mencionado por los encuestados en la investigación realizada. Alega que el tiempo de desarrollo de esta APP está entre 5 y 6 meses y un costo de \$10,000 a \$15,000.

En cuanto a las fases del proceso de desarrollo de la APP, indica que con la planificación y el presupuesto, presentación de un interfaz y la prueba con la contratación de un servidor donde se aloje la información que genere la aplicación con sus usuarios. Luego para comercializar los beneficios de la APP se encarga el área de marketing con la aplicación del Social Media Manager con la estrategia digital y el Community Manager, quien finalmente lo ejecuta.

Como fortalezas de la APP, la facilidad de monetizar el negocio y de recopilar información de usuarios en una base de datos. Entre las principales debilidades está que podría ser muy pesada para descargarla y la dificultad de elaborar un contenido amigable al usuario. Como oportunidades está el incremento de personas con problemas de salud por obesidad y el creciente uso de los aplicativos digitales desde el teléfono celular. Como amenazas menciona usuarios que no tienen plan de datos y que se conectan a Internet por una red WiFi pública o que tienen celulares de gama baja con espacio de almacenamiento limitado para descargar una APP.

Tabla
Análisis de entrevista por categoría de datos

Categorías inductivas	Opinión
Conocimiento de APP personalizada de nutrición y ejercitamiento.	Desconoce una APP con esas características pero considera que sería exitosa.
Tiempo de programación de APP.	Entre 5 y 6 meses el desarrollo de la APP.
Costo de desarrollo de APP	El costo del desarrollo de la APP entre \$10,000 y \$15,000
Fases para desarrollo de APP	1. Fase de estudio 2. Exposición al cliente 3. Presentación de interfaz 4. Pruebas 5. Almacenamiento de información.
Posicionamiento de APP	Por medio del departamento de marketing con su social media manager.
Promoción de la APP	Campaña de anuncios en Google y Ads Play Store o App Store. Motivando su descarga.
Fortalezas y Debilidades de la APP	Como fortalezas la recolección de datos y la monetización del negocio. Como debilidades, la plataforma muy pesada para descargar y la cantidad de contenido pertinente.
Oportunidades y Amenazas de la APP	Como oportunidades, la creciente población con sobrepeso y el desarrollo de las tecnologías digitales. Como Amenazas, mucha gente con teléfonos de baja gama y sin plan de datos.
Modelo de Ingresos de la APP	Sugiere un programa de ingresos por suscripción de los usuarios y publicidad de marcas patrocinadoras.

COMPETIDORES

APLICACIONES PARA HACER DIETA

BodyFast: Ayuno intermitente

BodyFast: Ayuno Intermitente

BodyFast GmbH
Compras en aplicaciones

4.7★
177 mil reseñas

10 M+
Descargas

E
Para todos

Instalar

Añadir a la lista de deseos

Esta aplicación está disponible para todos tus dispositivos



<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.bodyfast>

INFORMACIÓN DE LA APP

Numerosos estudios científicos confirman que:

- El ayuno intermitente es la forma más natural de perder peso.
 - El cuerpo aprende a quemar grasas nuevamente
 - Los procesos de desintoxicación comienzan durante el ayuno
 - Vivirás en forma más saludable y con más energía
 - Previene muchas enfermedades como la diabetes
 - Mejora las alergias, la inflamación y la intolerancia
 - ¡Perder peso nunca ha sido tan fácil y sin hacer dieta!
- Obtén más información sobre los estudios en: www.bodyfast.de/es/.

La aplicación **BodyFast**

- Ayuno intermitente para principiantes y experimentados.
- El BodyFast Coach te ayuda a crear un plan de ayuno personal óptimo para cada semana.

Funciones gratuitas

- Más de 10 planes de ayuno como 16-8 o 5-2
- Cronograma de ayuno que te guiará a lo largo de las semanas
- Realiza un seguimiento de tu peso y medidas corporales
- Un rastreador de agua fácil de usar para monitorear el consumo de agua
- Numerosas funciones de recordatorio
- Base de conocimiento sobre el ayuno intermitente
- Sin publicidad

El **BodyFast Coach**

Tu programa personal de ayuno: ¡alcanza tus objetivos más rápida y eficazmente!
BodyFast-Coach te ayuda a crear un plan de ayuno óptimo para tí para cada semana.
También te motiva con actividades para una vida más saludable.

El **Coach cuenta con:**

Un nuevo plan personal de BodyFast Coach cada semana

- Programa personal basado en tus datos y progreso
- Tareas semanales individuales para mejorar tu salud y tu estado físico
- Recibe trofeos que premian tu progreso
 - Opcional: elige de entre más de 50 planes de ayuno manualmente
 - Inserta un "Día comodín" para no ayunar
 - Los usuarios del Coach adelgazan un 30 % más rápido que los usuarios que no lo usan ayuno intermitente con BodyFast.
 - Perder peso y sentirse bien nunca ha sido tan fácil
 - Simplemente toma pausas para comer de vez en cuando
 - Puedes comer lo que quieras, sin un contador de calorías
 - Sin dietas ni efecto yo-yo
 - Se puede combinar con dietas como keto, paleo y bajas en carbohidratos
 - También es ideal para un ayuno base, ayuno de agua y Cuaresma

Sitio web de ayuno intermitente BodyFast: <https://www.bodyfast.de/es/>

Asistencia: <https://www.bodyfast.de/#contact>

Política de privacidad de BodyFast: <https://www.bodyfast.de/es/privacy>

Términos y condiciones generales de BodyFast: <https://www.bodyfast.de/es/terms>
Información sobre el uso de la App y en relación con la suscripción

Descargar y usar BodyFast es gratis. Obtén tu plan de ayuno y otras funciones con el Coach, que está disponible en la app con una suscripción. La suscripción se renueva automáticamente si no se cancela dentro de las 24 horas antes del final del periodo de suscripción actual. Tu cuenta se carga en el próximo periodo de suscripción hasta 24 horas antes de la fecha de vencimiento de la suscripción actual. No es posible cancelar una suscripción existente dentro de la App. Puedes desactivar la función de renovación automática en cualquier momento ajustando la configuración de tu cuenta de Google Play.

Lifesum: Contador de calorías

Lifesum: Contador de Calorias



<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.sillens.shapeupclub>

INFORMACIÓN:

Planificador de comidas y registro de macronutrientes - Funciones PRINCIPALES de Lifesum:

- 🕒 Dietas y consejos nutricionales para lograr cualquier objetivo: come bien y verás cómo consigues perder peso
- 🍷 Dietas y planes cetogénicos, paleo, de ayuno, de desintoxicación de azúcar y más
- 📊 Calculadora de calorías y registro de macronutrientes con lector de código de barras para que te resulte más fácil mantener un registro de comidas y tu plan
- 👤🕒 Calculadora de macronutrientes: consulta tu ingesta de macronutrientes y calorías diarias en la comida
- 🍳 Planificador: accede a recetas saludables y deliciosas para cualquier plan nutricional
- 🏃 Registro de datos de salud: haz un seguimiento de tu salud y tu aptitud física para lograr tus objetivos

Pérdida de peso y plan de dieta 🕒

Baja de peso con un plan nutricional personalizado. Haz nuestro test y descubre qué plan se adapta mejor a tus horarios y estilo de vida. Desde una dieta paleo o de ayuno hasta una sin azúcar pasando por el resto, tenemos el plan adecuado para ayudarte a alcanzar tus objetivos de pérdida de peso.

Recetas y planificador de comidas 🍷

Ofrecemos recetas saludables para todos los planes nutricionales. ¿A veces te cansan las comidas típicas de las dietas? Prueba deliciosas recetas cetogénicas, controla los antojos con un plan sin azúcar o busca refrigerios y listas de comida paleo.

Calculadora de calorías y planificador 🧮

La calculadora de calorías y el registro de alimentos te permiten saber cuáles son tus valores nutricionales diarios. ¿Hoy hiciste actividad física? Pásate a la versión Premium y sincroniza Lifesum con FitBit, Runkeeper, Moves y otras aplicaciones de ejercicio.

Diario y registro de macronutrientes 📅

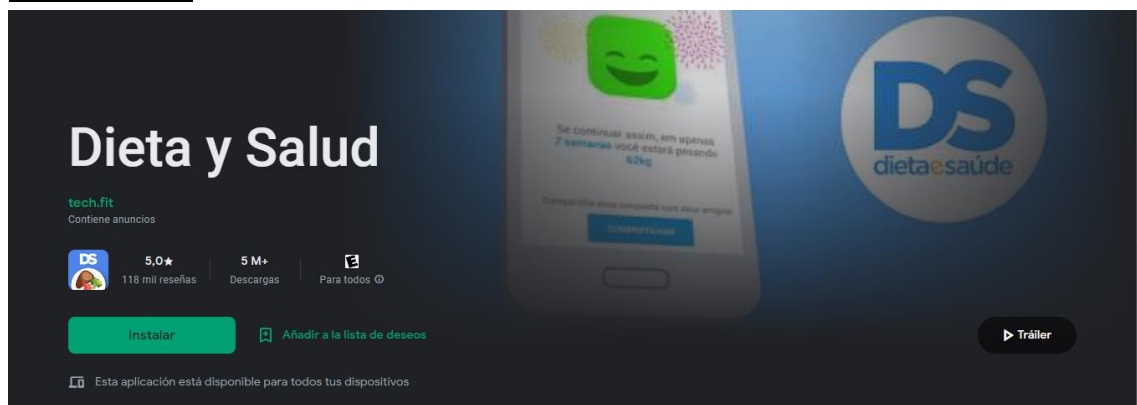
Derribamos los mitos de los macronutrientes. Con nuestro registro y nuestra calculadora de macronutrientes, es fácil lograr el consumo energético correcto. Solo tienes que pasar los códigos de barras por el lector o introducirlos manualmente para consultar los macronutrientes y la información nutricional de tus comidas.

Lifesum se integra con Google Fit y S Health, por lo que puedes exportar datos de nutrición y ejercicio de Lifesum a Google Fit y S Health, e importar datos de ejercicio, peso y medidas corporales a Lifesum.

Para más funciones, dietas especializadas e información nutricional avanzada, y para sincronizar los datos con aplicaciones de ejercicio como Moves, Nokia Health, FitBit, Jawbone, Endomondo y Runkeeper, suscríbete a Lifesum Premium.

<http://api.lifesum.com/mobile-terms>

Dieta y Salud



<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.buscaalimento.android>

INFORMACIÓN

Es muy simple usar dieta y salud:

- Te realizamos una evaluación de peso donde descubrimos tu IMC y cuánto quieres adelgazar. Hecho esto, te indicamos la cantidad de puntos adecuados para perder peso.
- En el diario de alimentación y ejercicios, deberás colocar todas tus comidas y actividades físicas que realices diariamente.
- ¡Ten cuidado para no superar tu límite de puntos! Presta atención en las recomendaciones para que su alimentación sea cada vez más saludable.
- Actualiza tu peso cada semana para mantener un control de tu pérdida de peso
- Adquirir nuevos hábitos y controlar mejor lo que come requiere motivación y apoyo. Querer cambiar es el principio del proceso. Es por esto que nuestro programa fue creado para inspirar a las personas.

Diario de comida y ayuno YAZIO

Diario de comida y ayuno YAZIO

YAZIO
Contiene anuncios · Compras en aplicaciones

4.7 ★
452 mil reseñas

10 M+
Descargas

Para todos

Instalar

Añadir a la lista de deseos

Esta aplicación está disponible para todos tus dispositivos



<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.yazio.android>

También puedes usar el seguimiento de ayuno gratuito para perder peso con métodos de ayuno intermitente como el 16/8 o el 5/2. El ayuno intermitente se ha convertido en una parte esencial de la medicina nutricional y te puede ayudar a quemar grasa y ganar masa muscular. ¡Despídete de hacer dieta y pasar hambre gracias a la app YAZIO con contador de calorías y ayuno intermitente!

- 🍴 Sencillo contador de calorías y registro de alimentos
- 🍴 Seguimiento de ayuno con más de 20 planes de ayuno
- 🍴 Gran base de datos con el 95% de los alimentos
- 🍴 Deliciosas recetas y planes nutricionales
- 🍴 Registro automático de actividades
- 🍴 Empieza gratis y sin registro
- 🍴 Registro de agua con notificaciones
- 🍴 Métodos para adelgazar para hombres y mujeres
- 🍴 Constantes mejoras y nuevas funciones
- 🍴 Apto para ganar peso y masa muscular
- 🍴 Sin efecto yo-yo ni dieta

La app YAZIO con contador de calorías y ayuno intermitente tiene 4 secciones:

👤 1. Contador de calorías

- Registro de calorías gratuito y fácil de usar
- Diario de alimentos con objetivos de calorías
- Registra valores nutricionales y macronutrientes
- Más de 4 millones de alimentos
- Lector de código de barras integrado
- Valoraciones de alimentos
- Contador de calorías sencillo e inteligente
- Crea comidas y recetas
- Contador de pasos y registro de actividades y síntomas
- Registro de agua con recordatorios
- Análisis detallado de las calorías
- Consejos y trucos para contar calorías

👤 2. Ayuno intermitente

- Temporizador de ayuno intermitente gratuito
- Recordatorios de ayuno e ingesta
- Empieza haciendo un test de ayuno
- Detallados planes de ayuno intermitente
- Información detallada de los procesos corporales durante el ayuno

- Fomenta la autofagia y la cetosis
- Métodos de ayuno por horas: 16/8, 14/10, 12/12
- Métodos de ayuno por días: 5/2, 6/1, 1/1
- Análisis exhaustivo del ayuno

👤📄 3. Recetas

- Más de 1.500 deliciosas recetas
- Nuevas recetas para adelgazar cada semana
- Recetas vegetarianas, veganas y low-carb
- Pizzas, gratinados, ensaladas, sopas ¡y mucho más!
- Función lista de la compra
- Modo cocina para seguir con facilidad los pasos de la receta

👤🏠 4. Planes nutricionales

- Más de 30 planes nutricionales diferentes
- Planes nutricionales para ayunar, perder peso y ganar músculo
- Planificador de comidas, tareas, consejos y trucos diarios
- Deliciosas recetas recomendadas a diario
- Crea tu propio plan nutricional con el planificador de comidas

🏆 Obtén el doble de resultados con PRO

- Funciones ampliadas
- Alcanza tu objetivo el doble de rápido
- Obtén más resultados ayunando
- Planes nutricionales especializados
- Conecta con Fitbit, Garmin, Polar y Samsung Health
- Toma notas y registra síntomas y estado de ánimo
- Análisis de nutrientes
- Análisis de vitaminas y minerales
- Valoraciones sencillas de los alimentos
- Evalúa tu progreso a lo largo de varios años
- Registra tus medidas corporales
- Sin anuncios
- Apoya a nuestro equipo

Puedes adquirir PRO desde la app YAZIO con contador de calorías y ayuno intermitente. YAZIO PRO es mucho más económico que las versiones premium de otras apps similares para adelgazar sin dieta con diario de alimentos, ayuno intermitente y contador de calorías.

Mi no dieta

- **Sitio web**
<https://app.minodieta.com/>
- **Mailchimp en la APP Mi no dieta**
Uso de mailchimp (envío de información, promociones, concursos, nuevos planes de alimentación, etc.), al momento de realizar el registro de la cuenta con un correo electrónico, “Mi no dieta” guarda los datos para enviar próximas noticias de la app.



- **Cambios de productos y ofertas especiales**
- **Redes Sociales**
 Facebook <https://www.minodieta.com/>
 Instagram @minodietaoficial
 Mail info@minodieta.com
 WharsApp +34 644 74 86 60
- **Palabras claves**
 Alimentos y bebidas · Comunidad · Nutricionista
- **Publicación de sus contenidos**
 Publicaciones sin continuidad, es decir postean 1-2 veces al mes en Instagram, en Facebook hay mayor interacción y publicaciones más seguidas.

Arise



- **Sitio web**
<https://www.arise-app.com/>
- **MailChimp**
 Uso de mailchimp (envío de información, promociones, concursos, nuevos planes de alimentación, etc), al momento de realizar el registro de la cuenta con un correo electrónico, “Arise” guarda los datos para enviar próximas noticias de la app.
- **Cambios de producto y ofertas especiales**
 Actualizaciones frecuentes en el entorno de la App.
- **Redes Sociales**
 No poseen
- **Palabras claves**
 Saludable, atractivo, resultados
- **Publicación de contenidos**
 Las publicaciones o avisos constantes a sus usuarios son a través de MailChimp o en la propia aplicación.

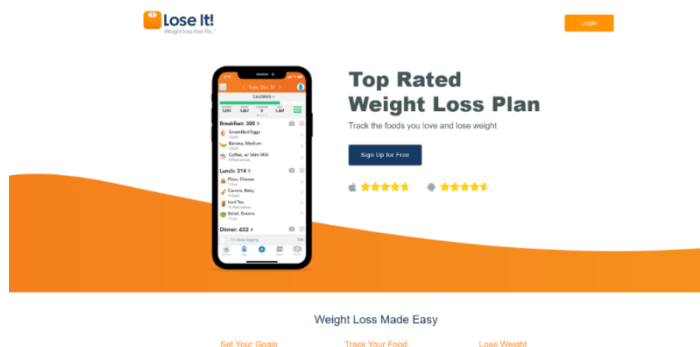


MyFitnessPal



- **Sitio web** <https://www.myfitnesspal.com/es>
- **Mailchimp**
Uso de mailchimp (envío de información, promociones, concursos, nuevos planes de alimentación, etc.), al momento de realizar el registro de la cuenta con un correo electrónico o la suscripción de su blog, “MyFitnessPal” guarda los datos para enviar próximas noticias de la app.
- **Cambios de producto y ofertas especiales**
Ninguna oferta especial dedicado a los usuarios.
- **Redes Sociales**
Twitter @MyFitnessPal
Facebook <https://www.facebook.com/myfitnesspal/>
Instagram <https://www.instagram.com/myfitnesspal/>
Pinterest https://www.pinterest.com/myfitnesspal/_created/
- **Palabras claves**
Salud y bienestar
- **Publicación de contenidos**
Publicaciones e interacciones con los usuarios muy constantes a través de las redes sociales y el blog.

Lose It!



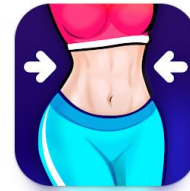
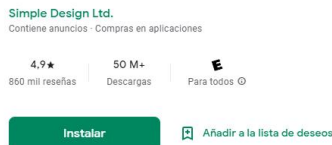
- **Sitio web**
<https://www.loseit.com/>
- **MailChimp**
Uso de MailChimp (envío de información, promociones, concursos, nuevos planes de alimentación, etc.), al momento de realizar el registro de la cuenta con un correo electrónico o la suscripción de su blog, “Loose It” guarda los datos para enviar próximas noticias de la app.
- **Cambios de producto y ofertas especiales**
No publican cambios de producto completamente, solo algunas actualizaciones de interfaz de la app para hacerla más amigable.
- **Redes Sociales**
Facebook <https://www.facebook.com/loseit/>
Instagram <https://www.instagram.com/loseitapp/>
Twitter <https://twitter.com/loseit/>
Pinterest https://www.pinterest.com/loseit/_created/
LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/lose-it-/>
- **Palabras claves**
Perder peso, metas y comida
- **Publicación de contenidos**
Contenido constante, con historias reales de sus usuarios.
La estrategia de marketing será el punto de desarrollo de las acciones que se va a planear para alcanzar los objetivos deseados.
- **Público objetivo:** parejas de clase media-media alta, 24 a 36 años y personas que desean mejorar su estilo de vida.
- **Posicionamiento:** ser la app reconocida en el mercado por brindar información de calidad y con resultados oportunos.
- **Línea de producto:** aplicación móvil
- ✓ **Precio:** a establecer según el coste de elaboración de la app
- ✓ **Fuerza de venta:** aumento de acuerdo al presupuesto, publicidad y promoción a realizar.
- ✓ **Servicios:** nutrición y estilo de vida
- ✓ **Publicidad:** campaña publicitaria enfocada a parejas que trabajen y desean crear un mayor compromiso juntos al cuidar de su cuerpo y mente y personas que desean mejorar su estilo de vida. Campañas por redes sociales.
- ✓ **Promoción de ventas:** incremento del presupuesto de promoción.

ANEXO 2

Otros competidores de APP NUTRIGETHER (Segmento de ejercitamiento físico)

PIERDE PESO EN CASA EN 30 DÍAS

Pierde Peso en Casa en 30 Días



<https://play.google.com/store/apps/details?id=loseweight.weightloss.workout.fitness>

Puedes realizar un seguimiento de tu progreso de pérdida de peso y contar las calorías con precisión. También puedes fijarte objetivos para motivarte. Dado que la intensidad de los ejercicios aumenta paso a paso, no te olvides de descansar cada tres días para que tu cuerpo pueda ajustarse.

Características:

- ✓ Realiza un seguimiento de tu progreso de pérdida de peso
- ✓ Realiza un seguimiento de las calorías quemadas
- ✓ Planes de dieta baja en calorías
- ✓ Animaciones y guías en vídeo
- ✓ Varios ejercicios
- ✓ Aumenta la dificultad de los ejercicios de forma gradual
- ✓ Ejercicios en casa
- ✓ Tómese unos minutos al día para obtener una mejor forma del cuerpo con ejercicios en casa. No necesita equipo, solo use su peso corporal para hacer ejercicios en casa.

BAJAR DE PESO HOMBRE

Bajar de Peso Hombre



<https://play.google.com/store/apps/details?id=homeworkout.homeworkouts.noequipment>

Hay disponible una opción de bajo impacto apta para la gente con sobrepeso o problemas en las articulaciones. No hace falta gimnasio, ni equipo, basta con tu peso corporal para perder grasa y desarrollar los músculos. Puedes realizar un seguimiento de las calorías quemadas y del progreso de pérdida de peso en gráficos.

3 niveles de dificultad

Hay 3 niveles para todos, incluidos principiantes y profesionales. Diseñados por un entrenador de fitness profesional, estos entrenamientos se centran los puntos problemáticos, el abdomen y el pecho de los hombres para ayudarte a perder peso y marcar los abdominales. Entrenamientos diferentes cada día a los que podrás ceñirte fácilmente.

Opción de bajo impacto

Con entrenamientos suaves y efectivos para perder peso, el modo de bajo impacto te permite minimizar el esfuerzo realizado por las articulaciones y reducir el riesgo de lesión.

Deshazte de los senos masculinos

¿Te vas bajando la camiseta todo el rato por los senos masculinos? Los entrenamientos centrados en el pecho te ayudarán a perder la grasa del pecho y eliminar los vergonzosos senos masculinos.

Pierde grasa de la barriga

Debido a la testosterona, los hombres son más propensos a acumular grasa en la zona abdominal. Combina los mejores entrenamientos de abdominales y te desharás de la grasa de la barriga aún más rápido.

Personaliza tus entrenamientos

Crea tus propias rutinas de entrenamiento con más de 30 entrenamientos. Si tienes una lesión en la rodilla o la espalda, no te preocupes, solo tendrás que sustituir los ejercicios que no quieras. También puedes ajustar el orden y el tiempo de descanso de los ejercicios. Para obtener unos resultados óptimos, te recomendamos que mantengamos una dieta de baja calorías.

Características:

- ✓ 3 niveles de dificultad, apto para todos, mujeres, hombres, principiantes y profesionales
- ✓ Entrenamientos de bajo impacto
- ✓ Personaliza tus propias rutinas de entrenamiento
- ✓ Entrenamientos sin equipo, sin gimnasio y solo con el peso corporal
- ✓ Recordatorio de entrenamientos para ayudarte a ser más disciplinado
- ✓ Sincroniza los datos del entrenamiento y las calorías en Google Fit
- ✓ Realiza un seguimiento del progreso de pérdida de peso y calorías quemadas
- ✓ Guías con animaciones y vídeos
- ✓ Aumenta la intensidad de los ejercicios gradualmente

EJERCICIOS EN CASA: SIN EQUIPO

Ejercicios en casa: Sin equipo

Leap Fitness Group

Contiene anuncios · Compras en aplicaciones

4,9★

2,77 M reseñas

100 M+

Descargas

E

Para todos

Instalar

Añadir a la lista de deseos

Esta aplicación está disponible para todos tus dispositivos



<https://play.google.com/store/apps/details?id=homeworkout.homeworkouts.noequipment>

Ejercicios en casa te proporciona rutinas de ejercicios para todos los grupos de músculos principales. Con solo unos minutos al día, podrás aumentar tus músculos y mantenerte en forma desde casa sin tener que ir al gimnasio. No necesitas equipo ni entrenador, todos los ejercicios se pueden hacer únicamente con tu peso corporal.

La aplicación dispone de ejercicios para los abdominales, pecho, piernas, brazos, así como ejercicios para todo el cuerpo. Todos los ejercicios han sido diseñados por expertos y ninguno de ellos necesita equipo. Aunque solo hacen falta unos minutos al día, puede tonificar los músculos de forma eficaz y ayudarte a conseguir una tableta de chocolate abdominal desde casa.

Las rutinas de calentamientos y estiramientos se han diseñado para asegurarte de que realizas ejercicio de forma científica. Con guías de animaciones y vídeos para cada ejercicio, podrás asegurarte de que adoptas la postura adecuada para cada uno de los ejercicios.

Cíñete a los ejercicios en casa y pronto notarás cambios en tu cuerpo en tan solo unas pocas semanas.

Características:

- ✓ Rutinas de calentamientos y estiramientos
- ✓ Registra el progreso del entrenamiento de forma automática
- ✓ El gráfico realiza un seguimiento de tus tendencias de peso
- ✓ Personaliza tus recordatorios de ejercicio
- ✓ Guías de vídeo y animación detalladas
- ✓ Pierde peso con un entrenador personal
- ✓ Comparte con tus amigos en las redes sociales