



UNIVERSIDAD CASA GRANDE

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS

MODELO DE NEGOCIO “NUTRISANO”:

GERENCIA DE ESTUDIO DE MERCADO

Elaborado por:

Coraima Hylenne Torres Carrión

Tutoría por: Luis Capelo

GRADO

Trabajo previo a la obtención del Título de:

Licenciada en Gestión y Negocios Internacionales

Guayaquil, Ecuador

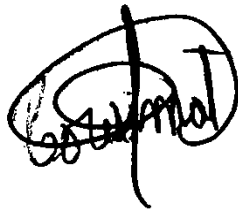
Noviembre, 2022

Cláusula de Autorización

Yo, **Coraima Hylene Torres Carrión** declaro libre y voluntariamente lo siguiente:

1. Que soy el/la autor/a del trabajo de titulación “**Modelo de Negocio Nutrisano: Gerencia de Administracion y RSE**”, el cual forma parte del proyecto Modelo de Negocio “**Nutrisano**”.
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 Hans Peter Freire Trejo, Melanie Leonor Galarza Tapia, Camila Abigail Sabando López y Jairo Rigoberto Silva Mera.

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.



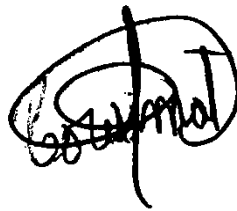
Coraima Hylene Torres Carrión

0929220770

Declaro que

Yo, Coraima Hylenne Torres Carrión en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación “**Modelo de Negocio Nutrisano: Gerencia de Administración y RSE**” 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.



Coraima Hylenne Torres Carrión

0929220770

Resumen Ejecutivo

La alimentación saludable es un tema que se ha vuelto relevante en los últimos años, sobre todo durante la pandemia del COVID-19. Cabe destacar que las personas de 45 años en adelante fueron las más afectadas ya que sus defensas no son las mismas de cuando eran más jóvenes. A partir de los 45 años el consumo de comidas procesadas es perjudicial para la salud y la aparición de enfermedades se vuelve común. Entre ellas se encuentra la hipertensión, la gastritis, migrañas, hígado graso, diabetes, entre otras. Es así, que el cambiar su estilo de alimentación a uno más saludable se convierte en una necesidad.

Debido a este problema surgió una solución, “Nutrisano” es una aplicación web que se encarga de conectar adultos de 45 años en adelante de clase media alta y alta con nutricionistas en base a las necesidades de cada paciente con planes alimenticios personalizados. El usuario puede ingresar de manera gratuita o pagada mediante un plan premium que tiene un costo mensual de \$20. Dependiendo del tipo de ingreso, el usuario podrá adquirir diferentes beneficios en donde la principal diferencia es que en la sección gratuita no se tiene un trato personalizado mientras que el premium si más otros beneficios. En cuanto a los nutricionistas tendrán un ingreso diferenciado del usuario donde revisarán sus principales KPIS y darán a conocer sus servicios, se les cobrará un fee mensual de \$60 ya que son los principales beneficiarios.

Este modelo de negocio fue testeado y los resultados evidencian que la información debería ser más clara y la estética de la página más atractiva. También se tomó en cuenta las recomendaciones del asesor internacional y se agregó la política de cookies, e-commerce y la publicidad a aliados estratégicos.

Se concluye que el negocio es viable y Nutrisano tendrá un retorno de su inversión en el segundo año según el flujo de caja, con un TIR del 14% y VAN positivo. Según el estado de resultados en el segundo año se tendrá utilidad neta positiva.

Este documento es el resultado del trabajo colaborativo de Camila Sabando, Jairo Silva, Coraima Torres, Hans Freire, Melanie Galarza y explica el plan de negocios del proyecto denominado “Nutrisano”; 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 web de nutrición, alimentación saludable y deliciosa, enfermedades en adultos de 45 años, nutricionistas, e-commerce.

Consideraciones Éticas

Este modelo de negocio se elaboró llevando a cabo las respectivas consideraciones éticas, pues la investigación es de fuentes confiables y se respecta la propiedad intelectual de cada autor. Del mismo modo hubo consentimiento por parte de los involucrados en el estudio de mercado y en el testeado del producto. La información recopilada estuvo a disposición de todos los miembros del grupo y de algunos docentes de la universidad, respetando y protegiendo la información personal de cada uno de los sujetos.

Índice de contenido

Cláusula de Autorización.....	2
Resumen Ejecutivo	4
Palabras Clave.....	5
Consideraciones Éticas	5
Índice de contenido.....	6
Justificación	8
Objetivo General del Proyecto.....	11
Objetivos Específicos del Proyecto	11
Breve descripción del Modelo de Negocio Completo	11
Gerencia de Estudio de Mercado	12
Gerencia de Plan de Marketing	12
Gerencia de Estudio Administrativo y de RSE	13
Gerencia de Estudio Técnico.....	15
Gerencia de Estudio Financiero.	18
Descripción del Modelo de Negocio.....	19
Gerencia: Estudio Administrativo.....	19
Planeación estratégica y del Recurso Humano.....	19
Organigrama de la organización.....	20
Necesidades de Recursos Humanos	22
Compensaciones	27
Indicadores Claves de Gestión (KPI´s)	30
Estructura jurídica con la cual funcionará el negocio.....	40
Conclusiones y Recomendaciones.....	43
Referencias Bibliográficas.....	48
Anexos	51

Antecedentes

Dentro de las últimas décadas, en Ecuador se observa un ritmo de crecimiento poblacional menor. Entre los censos de 1950 y 1962 el crecimiento fue de 2.9%, a diferencia de los censos de 2001 y 2010 donde el crecimiento fue de apenas un 1.9% (INEC, 2012). Adicional se constata un cambio en la población según los grupos de edades en donde el mayor crecimiento se da en las personas mayores de 65 años a partir del 2010. El índice de envejecimiento de la población, que reporta el peso de la población de más de 60 años es de 89 personas mayores por cada 100 niños, y se tiene una expectativa que este indicador casi se duplique hacia 2050, alcanzando las 165 personas adultas mayores por cada 100 niños menores de 15 años (OMS, 2019).

En cuanto a las principales razones para llegar a tener una mejor calidad de vida durante la vejez es recomendable contar con una alimentación adecuada durante la niñez, adolescencia y adultez ya que el envejecimiento se distingue por la pérdida y cambios metabólicos dentro de los órganos de la persona (Valdivia, 2020). Por otro lado, los adultos de 45 años en adelante deben enfocarse en mantener su masa muscular y evitar la pérdida de nutrientes, ya que a partir de dicha edad empiezan los signos clínicos que restan la capacidad de funcionamiento del organismo, comprometiendo la calidad de vida (Henufood, s.f.). Para la población de 60 años en adelante existe un cambio en su estilo de vida en algunos casos, ya que a partir de los 65 años pueden jubilarse, muchos ayudan a sus hijos en el cuidado de los nietos o familiares y algunos toman cursos para incrementar los conocimientos académicos, artísticos o tecnológicos. Por lo tanto, es importante cuidar la nutrición en la adultez para poder llegar con energía suficiente a la vejez (Nacional, 2021).

Para finalizar, Nutrisano es una plataforma digital que conecta nutricionistas con adultos de 45 años en adelante otorgando una atención personalizada. Esta, nace con el fin de ayudar a adultos de 45 años en adelante a mejorar sus hábitos alimenticios para

llegar a una vejez digna. En Ecuador no existe la cultura de que es posible comer sano y rico a la vez, por lo general se ve como algo complejo de hacer. Es así, que se elaboró un prototipo para verificar la factibilidad de la idea con nuestro target en donde se obtuvo que la idea era buena, sin embargo, la experiencia transmitida era muy sencilla, difícil de comprender para un usuario que necesita mayores facilidades y con un costo elevado.

Justificación

Una correcta alimentación de los adultos ayuda a alcanzar una buena calidad de vida en la vejez, impidiendo de esta forma la aparición prematura de enfermedades crónicas como la diabetes tipo dos, obesidad, hipertensión arterial, osteoporosis, malnutrición y cáncer (Durán, 2017). Adicional, según el Instituto de Nutrición de Centro América y Panamá (INCAP) la alimentación de una persona adulta debe ser equilibrada y acorde a las necesidades de cada paciente (INCAP, 2018). Nutrisano nace de la necesidad de ayudar a adultos a partir de los 45 años a llegar a una vejez saludable mediante la conexión de una aplicación web con el nutricionista que él necesita según las necesidades personalizadas que este tenga y especifique en la plataforma.

A medida que una persona va envejeciendo existen múltiples cambios dentro de su organismo en donde es importante tomar en cuenta que pueden llegar a sufrir problemas nutricionales si no toman los cuidados necesarios y se alimentan acorde a lo que necesita su cuerpo. Es importante tomar en cuenta que para llegar a la vejez en óptimas condiciones dependerá del nivel nutricional que ha llevado la persona a lo largo de su vida (Hipertensión, 2018).

El principal problema que se identificó es que en Ecuador no existe una cultura de nutrición saludable en personas de 25 años en adelante, ya que su cuerpo comienza a tener otro tipo de requerimientos alimenticios para llegar a una vejez sana.

La propuesta de valor de este proyecto es “Nutrisano” que es una aplicación web que se encarga de conectar adultos de 45 años en adelante con el nutricionista de su preferencia en base a las necesidades de cada paciente de forma personalizada. El cliente debe acceder a la opción Premium la cual es pagada y una vez llenado el formulario que ayudará a identificar los gustos y necesidades del paciente, este requerimiento será enviado a los nutricionistas de la especialidad requerida los cuales le enviarán un avance de la dieta recomendada y el paciente podrá seleccionar al nutricionista que más le convenga para poder agendar una cita.

Testeo del Producto Mínimo Viable

En el testeo del Producto Mínimo Viable el usuario comentó que la estética de la página no es llamativa. La imagen principal tiende a no ser muy objetiva sobre el producto brindado, lo que la hace muy confusa por la cantidad de palabras en la pantalla principal, ellos recomiendan que debería ser mucho más gráfica.

También mencionaron la falta de información, no comprenden en su totalidad qué es lo que le brinda la plataforma ya que no se llega a entender. Un punto que cabe destacar es el hecho de que la idea de negocio les parece interesante, tener acceso a nutricionistas que le brinden el servicio mediante la aplicación web de acuerdo a las necesidades de cada paciente. Desde la parte del precio les parece muy elevado (\$30 del plan mensuales más \$40 dólares para separar la cita con el nutricionista cada mes) le parecería bien hasta \$30 si incluyera la cita y si no tuvieran que pagar mensualmente ya que prefieren pagar por paquetes.

Otro detalle es que no está clara la información para que el usuario se entere de cuáles son los beneficios de ser premium, les gustaría poder revisar los perfiles de los nutricionistas antes de acceder al plan Premium, además de que sería bueno tener una sección en la página que sea para instruir sobre los alimentos adecuados a consumir de acuerdo a las enfermedades más comunes que padecen las

personas del rango de edad del grupo objetivo. Por último, hay que tomar en consideración que para ellos el proceso de agendar una cita es muy tedioso debido a la cantidad de campos a llenar.

Por la parte del nutricionista comentó que al momento de registrarse y ver el plan general y premium, no se comprenden los beneficios de cada uno de ellos por los cuales se estaría pagando, mencionaron que la estética del plan Premium está invadiendo el cuadro de texto del plan gratuito, la página se ve sencilla y carece de información, no se comprende de qué manera será el contacto con futuros clientes, si a través de la plataforma, por correo o por celular. Por otro lado, si les parece atractivo pagar un plan o fee a cambio de recibir clientes y reconocimiento dentro del mercado. No es tan atractivo para un nutricionista pagar por la información de seguimiento ya que es parte de su trabajo elaborar el historial clínico de cada paciente, además de que al momento de tener un nuevo paciente se debe hacer una valoración nueva ya que su estado no será el mismo. Lo que resultaría útil es conocer las preferencias y gustos del consumidor.

Como conclusión de Mejora del Servicio en base a los resultados del Producto Mínimo Viable se destaca la mejora en cuanto a la estética de la página, se cambiaron los colores e imágenes, la distribución y disposición de los textos para que sea mucho más entendible para el usuario. Adicional se agregaron los términos y condiciones de uso de la plataforma (cookies).

Por otro lado, para mejorar la experiencia del usuario, se incluyó mayor información con respecto a los planes pagados para que el usuario tenga claro de qué trata la plataforma, se corrigió el diagrama de proceso enfocándose en hacerlo más intuitivo con el fin de que sea más fácil para el usuario.

Con respecto al precio competitivo y planes mejorados para el usuario y nutricionista, se ajustó el precio para el usuario a un paquete mensual premium de \$20 y se incluyó un paquete mensual para el nutricionista de \$60. Además, se incorporó el plan de ecommerce Nutrisano que conecta la plataforma con google ads y los nutricionistas podrán vender cursos o productos a través de la plataforma. Por último, se establecieron políticas de cookies que permiten tener información de la interacción del usuario dentro de la página con el fin de mejorar la experiencia constantemente.

Objetivo General del Proyecto

Crear una plataforma digital que permita la interconexión entre nutricionistas especializados y adultos de 45 años en adelante que deban cambiar sus hábitos alimenticios mediante planes nutricionales personalizados.

Objetivos Específicos del Proyecto

- Establecer alianzas estratégicas con youtubers de cocina y supermercados.
- Identificar los principales cambios del estado nutricional y salud de las personas de 45 años en adelante
- Establecer la forma o medios de comunicación en donde el nutricionista contactará al paciente.
- Organizar el contenido de la plataforma mediante un cronograma establecido.
- Establecer una política de términos, condiciones y cookies con el fin de recaudar información de los usuarios.

Breve descripción del Modelo de Negocio Completo

El modelo de negocio se basa en la creación de una plataforma digital dirigida a personas de 45 años en adelante de clase social media, media-alta y alta que tengan la necesidad de mejorar sus hábitos alimenticios las cuales serán atendidas mediante la conexión del usuario con un nutricionista

especializado que les brinde un plan de alimentación personalizado, se atienden a dos perfiles que son el usuario y el nutricionista.

En el caso del usuario existen dos planes uno gratuito y pagado que es el plan premium, la principal diferencia entre estos dos planes es que el Premium cuenta con el valor agregado de la personalización más beneficios adicionales mientras que el gratuito no. Por el lado del nutricionista cuenta con una suscripción mensual que incluye desde el uso de la tienda online para ofrecer sus productos/cursos hasta el seguimiento de sus pacientes mediante gráficas estadísticas.

Gerencia de Estudio de Mercado

En la investigación se identificó que los adultos de 45 años en adelante, están dispuestos a cambiar sus hábitos alimenticios y a pagar por una plataforma digital que les ofrezca planes nutricionales. Por otro lado, los nutricionistas expresaron su interés en formar parte de la comunidad Nutrisano y pagar un valor de suscripción, ya que esto les daría la oportunidad de captar un mayor número de clientes.

Según María Gurrea, el análisis de las 5C representa un factor fundamental para la toma de decisiones previo a la planificación de cualquier estrategia de marketing (Gurrea, 2021). Ante lo cual se concluyó que:

- El consumidor a raíz de la pandemia provocada por el COVID-19, se han vuelto mucho más conscientes de que la alimentación juega un papel muy importante en la prevención de complicaciones en enfermedades, además de que la fortaleza del sistema inmune parte de la cantidad de nutrientes y vitaminas que se ingieren. La propuesta se presenta como una alternativa integral para las personas que pertenecen a un grupo bastante vulnerable de la población; los adultos mayores. Estos no suelen ser tomados en cuenta por el mercado, regularmente se ofrecen productos poco diferenciados y sin enfoque específico a sus necesidades.

- El uso de una plataforma digital, facilita la comunicación del consumidor con los diferentes nutricionistas de una manera mucho más eficaz, en la que estos pueden hacer uso del servicio desde la comodidad de sus hogares, de tal manera que el servicio destaca por ser adaptado a sus necesidades.
- Al contar con colaboradores específicos como gimnasios y tiendas de alimentos, tenemos la oportunidad de brindar beneficios mayores al consumidor, creando una comunidad sólida y enfocada en el cuidado de la salud trae beneficios adicionales para cada uno de nuestros consumidores.
- A través de la plataforma digital, no solo se brindarán consultas, sino que constantemente se publicará contenido relevante e informativo, que el consumidor puede emplear para mejorar su estilo de vida y aprovechar cada aspecto del servicio de Nutrisano.
- A pesar de que el nivel de negociación de los clientes es alto también se considera la oportunidad de que no existen profesionales que suplan la actividad que realizan los nutricionistas y el impacto que puedan llegar a tener sus recomendaciones profesionales en la calidad de vida del adulto mayor en la prevención y tratamiento de enfermedades con implicaciones nutricionales.

Gerencia de Plan de Marketing

Dentro del plan de marketing de Nutrisano se tiene en cuenta las diferentes estrategias que ayudaran a la empresa a posicionarse dentro del mercado ecuatoriano como una plataforma digital que ofrece planes personalizados en base a las necesidades de cada paciente, conectándolos con el nutricionista de su preferencia que cubra sus requerimientos, buscando fomentar también que la alimentación sana y rica es posible.

Cabe mencionar que Nutrisano es una plataforma digital que se encarga de conectar adultos de 45 años en adelante de clase media- media alta y alta con nutricionistas en base a las necesidades de cada paciente con planes alimenticios personalizados, se atiende a dos perfiles que son el usuario y el nutricionista. En el caso del usuario existen dos planes uno gratuito y uno Premium que es pagado, la principal diferencia entre estos dos planes es que el Premium cuenta con el valor agregado de la

personalización más beneficios adicionales mientras que el gratuito no. Por el lado del nutricionista cuenta con una suscripción mensual que incluye desde el uso de la tienda online para ofrecer sus productos/cursos hasta el seguimiento de sus pacientes mediante gráficas estadísticas.

Por otro lado, la competencia con la que cuenta Nutrisano es indirecta debido a que en el mercado no existe una plataforma específica de nutrición que se dirija al target que se quiere atender, la mayoría de las plataformas son generalizadas para agendar citas con una amplia gama de especializaciones en medicina y no enfocadas. Esto da paso a usar la estrategia de diferenciación en donde la empresa se enfocará en planes nutricionales y trato personalizado.

El precio se colocó en base a un análisis de los costos de la empresa y el margen donde se quería llegar del 42%, es así que se obtuvo que el costo del plan Premium del usuario sería de \$20 y la suscripción del nutricionista sería de \$60 ya que este perfil sería el más beneficiado dentro de la plataforma. La estrategia de precio a implementar es la freemium ya que esta ocurre cuando se ofrece la versión básica de un producto con el objetivo de que el usuario, con el tiempo pague para mejorarlo o tener acceso a más funciones (Hubspot, 2022).

La forma de distribuir o hacer llegar el servicio al cliente será mediante el canal digital ya que se usará la plataforma web de Nutrisano. Con el fin de dar a conocer la plataforma y obtener usuarios se tiene un plan de ecommerce enfocado en la estrategia de Search Engine Market (SEM), adicional de un plan en redes sociales y medios digitales pautando en SEM para posicionar palabras claves dentro del buscador de google que ayuden a fortalecer la marca dentro de la mente del consumidor. El plan de medios tendrá una inversión total de \$800 mensuales.

Gerencia de Estudio Administrativo y de RSE

Nutrisano es una compañía de sociedad anónima ya que los accionistas responderán únicamente por el monto que estos hayan aportado (OAS, S.F). Tiene como principal objetivo crear un nexo entre nutricionistas y adultos de 45 años en adelante. Existen objetivos específicos como

alianzas con youtubers y el contenido variado de la plataforma, que se logrará gracias a los KPI's las cuales permitirán crear permanencia del usuario, y como consecuencia una alta transacción del mismo para ejecutar bien los objetivos de Nutrisano.

La principal misión de la empresa es la alimentación de los adultos de 45 años en adelante con los nutricionistas de forma personalizada. En cuanto a la visión es ser reconocidos como la mejor plataforma digital en un periodo de 10 años. Los principales valores corporativos son calidad, innovación, ética y trabajo en equipo.

La compañía cuenta con una estructura organizacional horizontal debido a que no existe una cantidad amplia de gerentes y los colaboradores tienen libertad para la toma de decisiones buscando llegar al objetivo general de la empresa. La estructura está compuesta por 5 empleados, que tienen como principales tareas lo siguiente:

Se empieza por el mando fuerte; Gerente general, quien es el Representante legal encargado de contratar/despedir al personal de la empresa, pagar convenio de servicios externos de contabilidad y de marketing digital.

El otro empleado sería el programador; la persona encargada de actualizar el contenido de la plataforma digital, añadir funcionalidades y características nuevas según las necesidades de la empresa. Luego están los vendedores; que serán 2 personas que tienen como principal función la visita a nutricionistas y usuarios para dar a conocer el servicio y conseguir mayor cantidad de clientes en base a un objetivo de ventas mensual. Para finalizar estaría el personal de Call Center quien estaría encargada de ayudar a llenar el formulario al usuario en caso de que este tenga problemas y solucionar cualquier inconveniente que ocurra con el cliente final o nutricionistas dentro de la plataforma digital.

Gerencia de Estudio Técnico

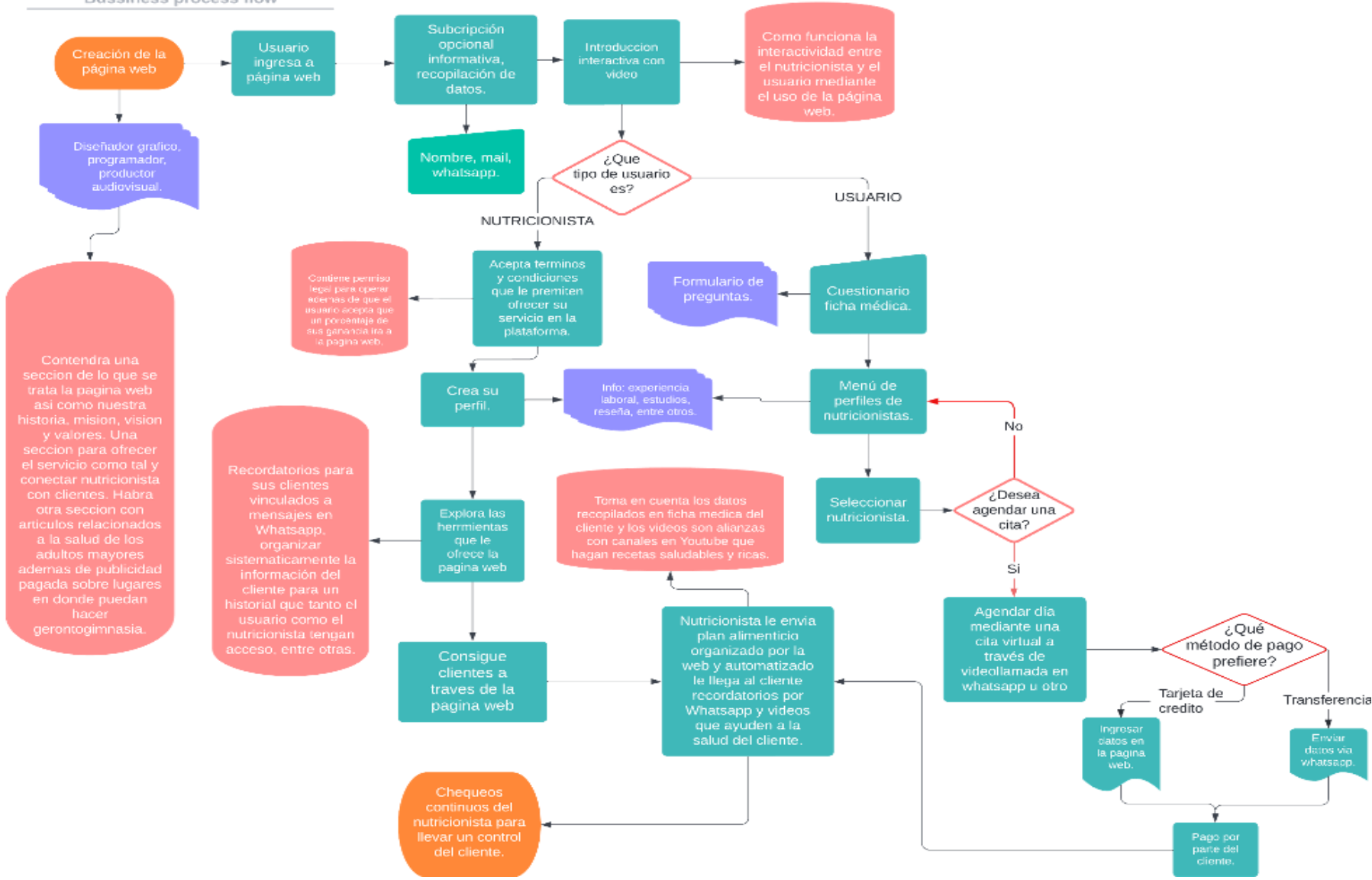
Se realizó un prototipo del modelo de negocio con el fin de testear su factibilidad, este cuenta con dos perfiles por separado para el usuario y nutricionista en donde se visualizará diferentes contenidos según el perfil. En el caso del usuario freemium se observa el contenido de forma en

general mientras que en el caso del usuario Premium el contenido es personalizado según la necesidad del paciente. En el caso del nutricionista tiene acceso a información del paciente desde la ficha médica hasta la promoción de sus ebooks o cursos.

Por otro lado, se hizo el triángulo de servicio con el fin de verificar las estrategias a implementar en los diferentes ámbitos del modelo de negocio. Se obtuvo que la estrategia principal es hacer uso de la omnicanalidad mediante WhatsApp, Facebook y página web que facilite la interacción del cliente al momento de buscar una nutricionista esta se relaciona con sistemas para contar con un sistema automatizado, gente que lleve a cabo la estrategia y cliente que tiene la necesidad de encontrar un nutricionista acorde a sus necesidades. En cuanto al sistema-gente es necesario contar con un personal conocimiento software, desde el cliente para cubrir la necesidad que este tiene hay que crear un sistema y en cuanto a la gente-cliente es necesario de colaboradores que desarrollen el sistema y nutricionistas para atender a los usuarios.

El proceso de funcionamiento de la plataforma digital Nutrisano inicia cuando la persona ingresa a la página web y se registra para crear su perfil como usuario o nutricionista esta dualidad permite que el acceso de información como la dinámica y experiencia sea diferente. Es importante recalcar que dentro de la plataforma hay dos opciones que permiten la interacción: freemium & Premium. La capacidad productiva de la plataforma se puede delimitar en un servidor que pueda al menos receptor a más de 40000 visitas por usuario y hasta un máximo de 50.0000 usuarios registrados. El proyecto se ejecutará de manera virtual con una vida útil de 5 años por lo que no se tiene asignado un espacio físico para el mismo, sin embargo, se tiene contemplado los costos por mantenimiento, hosting y dominio de una plataforma digital.

Diagrama de flujo de proceso:



Gerencia de Estudio Financiero.

Uno de los aspectos más importantes en este proyecto es revisar cuanto es el presupuesto necesario para que se lleve a cabo la idea de negocio. Del total de financiamiento requerido, aproximadamente el 40% es préstamo bancario, es decir \$5200. El aporte del capital será de aproximadamente \$7.656,86; siendo el total de financiamiento requerido para realizar el producto de \$12.856,86.

Por otro lado, los costos fijos se componen de los sueldos de 5 empleados, y los costos variables se componen de la cantidad de usuarios y nutricionistas dividido por el hosting y dominio anual de la plataforma. Siendo el costo variable anual de \$2,14 y el costo fijo anual de \$13.191,08.

Los gastos también son un factor que se deben tomar en cuenta, están los gastos administrativos, de ventas y de amortización, entre los gastos administrativos se encuentran los servicios de contabilidad, servicios legales, plan de RSE, suministros y mantenimiento de equipos de oficina y los sueldos del personal administrativo. Entre los gastos de ventas están los sueldos del personal de ventas, publicidad y marketing y los gastos de amortización se encuentra el registro de marca, desarrollo de la página, hosting, dominio, constitución y campaña de marketing para el lanzamiento.

Una vez determinado los costos y gastos del proyecto se procede a la planeación financiera del mismo. Primero se realizó un estado de resultados proyectado a 5 años, el cual dentro del primer año la utilidad neta es negativa, pero a partir del segundo año empieza a ser positiva siendo de \$545,55 y para el quinto año sería de \$ 10.971,56. También se realizó un flujo de caja proyectado a 5 años siendo el TIR 14% y el VAN de \$5.360,50, al ser ambos positivos esto indica que el negocio es viable.

Para finalizar, se evaluó el proyecto realizando dos escenarios diferentes en el análisis de sensibilidad, en el primero la recuperación en ventas disminuye un 10% cada año, y en el segundo escenario el impuesto a la renta aumenta un 5%. Se eligieron estas variables porque son factores

externos que no se pueden controlar. En el primer escenario en donde las ventas disminuyen un 10% la deuda se termina de pagar en el cuarto año, siendo el TIR -28,62% y el VAN de \$-25.509,40 dando como conclusión que el negocio no sería viable en este escenario. En el segundo escenario donde el impuesto a la renta aumenta un 5% la deuda se termina de pagar en el segundo año, siendo el TIR 13,48% y el VAN de \$5.254,50 dando como resultado que el negocio es viable y se acepta en este escenario.

Descripción del Modelo de Negocio

GERENCIA: ESTUDIO ADMINISTRATIVO.

Planeación estratégica y del Recurso Humano

Definición de Misión, Visión y valores

La importancia de la definición de la misión, la visión y los valores para la empresa es que son parte de los elementos que la identifican, puesto que los valores indican los propósitos que definen la misión y visión y estas le dan la razón de por qué y para qué fue creada. Además de que estos elementos se convierten en la base sobre la cual se deben desarrollar las estrategias comerciales que la empresa tiene que implementar para lograr el crecimiento y el éxito. (Quiroa, 2020)

A continuación, se presentan la misión, visión y los valores que se han definido para Nutrisano;

Misión

Ayudar a mejorar la alimentación de los adultos mayores facilitándoles la conexión con un nutricionista mediante el uso de una plataforma digital innovadora, enfocándonos en el cuidado de la dieta alimenticia no restrictiva, nutritiva y de calidad.

Visión

Ser reconocidos como la mejor empresa de cuidado en la nutrición de adultos mayores mediante el uso de tecnologías innovadoras en un periodo de 10 años.

Valores

Los valores corporativos que Nutrisano desea implementar serán parte activa de su cultura y filosofía, con el propósito de que todos sus stakeholders comprendan la importancia que tiene este grupo social, no solo al negocio, sino también como aporte a una etapa poco atendida de la población:

- **Calidad:** Nutrisano escogerá de manera responsable los profesionales que cuenten con amplia experiencia y conocimiento, garantizando así, la calidad en el servicio brindado.
- **Innovación:** Ofreciendo servicios de nutrición por medio de herramientas tecnológicas; la plataforma creada para la comercialización del servicio.
- **Ética:** Actividades comerciales basadas en la ética que ayudarán en el desempeño eficiente y justo.
- **Trabajo en equipo:** Contando con personal comprometido en el trabajo colaborativo.

Organigrama de la organización

En toda empresa es necesario que se cuente con una estructura organizacional, una forma de organización basada en sus necesidades, por medio de la cual se puedan definir los responsables de las actividades y los procesos. Estas estructuras organizacionales corresponden a los diferentes patrones de diseño que constituyen la empresa y su objetivo es ayudar en el cumplimiento de las metas propuestas y lograr los objetivos planteados. (Ginnova, 2014)

Tipos de estructuras organizacionales

Existen diferentes formas de estructuras organizacionales que son empleadas acordes a los requerimientos de cada empresa, las más comunes son (Pérez, 2021):

- **Estructura organizativa funcional**

Su objetivo es cubrir las necesidades de distintos niveles jerárquicos, al frente de cada uno de los cuales está un especialista o jefe de sección.

- **Estructura organizativa jerárquica**

Es una de las más utilizadas, tanto en medianas como en grandes empresas. Consiste en la creación de pequeñas dependencias que son supervisadas por uno o varios cargos superiores; en éstos recae la toma de decisiones.

- **Estructura organizativa lineal o staff**

Se trata de un novedoso modelo que combina las relaciones de autoridad directa con el asesoramiento que ejercen agentes externos a la empresa.

- **Estructura organizativa matricial**

Este modelo se basa en la agrupación de recursos y materiales para tareas específicas o proyectos. Una vez finalizados, la estructura suele disolverse.

Es más, se suele dividir en dos tipos distributivos de orden:

Distribución vertical: cada departamento se dedica a una función.

Disposición horizontal: se integra un proyecto con trabajadores de diversos departamentos. (Pérez, 2021)

Después de comprender las diferentes estructuras organizacionales que existen se toma en consideración la jerárquica debido a que:

- No se tiene demasiado personal, por lo que es mejor centralizar las decisiones.
- El poder de decisión de cada trabajador es máximo, por lo que se ha de potenciar la responsabilidad y la motivación de cada actor.
- Ayuda a ordenar a los recursos humanos en base a estructuras que orientan a los trabajadores para que desarrollen su carrera profesional de forma óptima.

En la figura 1 se puede observar el organigrama de Nutrisano que se plantea para el desarrollo de sus actividades;



Figura 1. Organigrama Nutrisano
Elaboracion propia

En la anterior imagen se plasma la estructura interna que tendrá la empresa Nutrisano, la misma que contará con el personal básico y necesario para poder llevar a cabo las actividades comerciales de la empresa que se plantea.

Sin embargo, es necesario que se presenten evaluaciones periódicas al personal que ayuden a determinar las necesidades del futuro.

Necesidades de Recursos Humanos

Análisis y diseños de puestos del negocio.

Para Nutrisano es importante el análisis y diseño de los puestos ya que con este se procede a describir la naturaleza de cada uno de los cargos mencionados en el organigrama previamente ilustrado, sus actividades, funciones y objetivos. Además de permitir a la empresa tener una mayor claridad de las actividades y sus responsables, tener definidas sus tareas lo que permite que desarrollen con mayor eficiencia su trabajo, lo que da paso a la generación de valor agregado.

A continuación, se presenta una descripción de los puestos de trabajo a implementar en la empresa:

Gerente General

Objetivo del cargo:

El gerente general es aquella persona que ocupa el cargo de dirección de la empresa. En la concepción tradicional se encarga de la parte operativa de la coordinación de personal y recursos para alcanzar los objetivos empresariales planteada.

Número de empleados: 1

Perfil del candidato:

- **Educación:** Ingeniero en Ciencias Empresariales, carreras afines.
- **Experiencia:** 2 años
- **Responsabilidades:**
 - Dentro de las funciones más importantes se encuentran; planificar, organizar, dirigir, controlar, coordinar, analizar, calcular y conducir el trabajo de la empresa. También será la persona encargada de contratar al personal adecuado, efectuando esto durante la jornada de trabajo.
 - Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo.
 - Organizar la estructura de la empresa actual y a futuro.
 - Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta.
 - Coordinar con los Ejecutivos de Ventas y el de Call Center presupuestos, metas y resolver posibles inconvenientes
 - Decidir respecto de contratar, seleccionar, capacitar y ubicar el personal adecuado para cada cargo.
 - Analizar los problemas de la empresa en el aspecto financiero, administrativo, personal, contable entre otros.

Programador**Objetivo del cargo:**

Efectuar análisis y programación de sistemas para satisfacer necesidades requeridas por los clientes internos y externos de la organización, manteniendo un enfoque de calidad en los servicios, trabajo en equipo y de satisfacción al cliente.

Número de empleados: 1

Perfil del candidato:

- **Educación:** Analista Programador, Programador y carreras afines. Conocimiento técnico especializado requerido para cumplir determinadas funciones. Por ejemplo: Programación y análisis de sistemas, recursos humanos, técnicas, etc.
- **Experiencia:** 3 a 5 años
- **Responsabilidades**
 - Realizar análisis y diseño de la plataforma necesaria para el desarrollo comercial de la empresa, mejoras y mantenimiento de esta, de acuerdo con los procedimientos técnicos, operativos y de seguridad establecidos.
 - Brindar soporte técnico relacionado al análisis de información técnica y mantenimiento de aplicaciones como apoyo a la comunidad de usuarios de los servicios de la empresa, según sea requerido.
 - Sugerir procedimientos operativos y de control para optimizar el funcionamiento de las aplicaciones.
 - Reportar periódicamente a su supervisor inmediato sobre las funciones realizadas.
 - Realizar cualquier otra función relacionada al puesto.

Ejecutivos de Ventas

Objetivo del cargo:

Dentro de los principales objetivos del ejecutivo de ventas es ser responsable de la gestión de las ventas dentro de las empresas. Además de coordinar las actividades de ventas y planificar estrategias para la adquisición de nuevos clientes.

Número de empleados: 2

Perfil del candidato:

- **Educación:** Estudios en áreas comerciales.
- **Experiencia:** 3 – 5 años en cargos similares
- **Responsabilidades**
 - Cumplir con los presupuestos solicitados por la empresa.
 - Planificación de la estrategia de ventas y optimización de las ventas.
 - Analizar el mercado y analizar oportunidades de negocio en el mismo.
 - La búsqueda de clientes que puedan beneficiarse a la empresa.
 - Documentación y control del logro de los objetivos.
 - Desarrollar un proceso de ventas óptimo y se adhieran a él correctamente.
 - Tener un profundo conocimiento de las necesidades de los clientes y vigilar sus preferencias.
 - Resolver los problemas y quejas de los clientes en relación con las ventas y el servicio.
 - Proporcionar apoyo y asistencia al servicio de preventa y postventa.

Centro de atención telefónica, soporte y ventas

Objetivo del cargo:

La finalidad de cubrir esta vacante es que sirva de enlace entre la empresa y los clientes actuales y potenciales. El candidato que sea seleccionado deberá ser capaz de asumir la responsabilidad de resolver eficientemente problemas, quejas y consultas de clientes, así

como mantener la satisfacción de los clientes en el centro de cualquier decisión y comportamiento.

Número de empleados: 1

Perfil del candidato:

- **Educación:** Títulos en ciencias empresariales y carreras afines en Administración.
- **Experiencia:** 3 años en puestos de soporte al cliente
- **Responsabilidades**
 - Gestionar llamadas entrantes y salientes de forma oportuna.
 - Seguir guiones de centro de atención telefónica a la hora de gestionar diferentes temas
 - Identificar las necesidades de los clientes, aclarar información, investigar cada problema y ofrecer soluciones o alternativas, brindar alternativas y dar soporte.
 - Captar oportunidades cuando surjan para vender productos adicionales, debido a que también será responsable de generar ventas.
 - Mantener registros de todas las conversaciones en la base de datos.
 - Cumplir los objetivos cualitativos y cuantitativos personales y del equipo

Procedimientos de selección de personal a implementar.

Nutrisano conoce el uso de las redes sociales como mecanismo y medio de contacto entre profesionales y organizaciones. La empresa se propone la utilización de LinkedIn en el proceso de reclutamiento y selección.

El proceso de selección empezará con la detección y análisis de las necesidades de personal que pueda tener la empresa.

En la segunda etapa se realiza una definición clara del perfil del candidato.

En la tercera etapa se colocará la vacante en la aplicación LinkedInRecruiter, la cual es una herramienta muy útil para el proceso de filtrar aptitudes y presentar opciones.

En esta etapa la persona encargada de la contratación de la empresa puede buscar candidatos bajo criterios como el puesto de trabajo, empleadores anteriores o actuales, años de experiencia, tamaño de la empresa, ubicación, referencias, etc. Además, es posible limitar la búsqueda comparando requisitos con las calificaciones de sus perfiles. (Kenjo GmbH, 2020)

Es válido destacar que una de las ventajas que tiene el uso de LinkedIn, es que es posible destacar la optimización, la reducción de costos y un mayor compromiso en información de las vacantes disponibles. Es por eso por lo que, el proceso de contratación, que se realiza de manera más específica. El candidato puede conocer la empresa y el director de Recursos Humanos de esta, podrá evaluar el perfil de los candidatos, permitiendo encontrar perfiles compatibles con los criterios de la empresa. (Kenjo GmbH, 2020)

En la cuarta etapa se deberá tener una preselección en donde se contactarán a los candidatos y se realizarán pruebas que ayuden en su evaluación.

En la quinta etapa de selección ya se cuenta con una terna que presupone una cierta idoneidad para el puesto.

Finalmente, y con todos los datos considerados se elegirá al candidato que ocupará la vacante. (IncoWork, 2019)

Compensaciones

Política salarial

La Política Salarial es la línea que sigue la empresa respecto al pago de los salarios de sus trabajadores. Se pretende establecer un sistema de pagos equitativo para cada uno de los miembros de la empresa teniendo en cuenta factores como:

- Posición

- Experiencia
- Conocimiento
- Habilidades relacionadas con el trabajo
- Sueldo Básico Unificado actual
- Salarios de posiciones similares en el mercado

Por lo que, la política salarial tiene el objetivo de asegurar que los mismos factores de decisión y prioridades se apliquen al ajustar los salarios del personal y al aprobar medidas salariales. (Canal, 2022)

Elementos que componen la Política Salarial

Una política salarial debe considerar toda la gama de pagos que los empleados pueden percibir por su trabajo. Algunos de estos son monetarios, mientras que otros caen en la categoría no monetaria (como capacitaciones y reconocimientos). Estos son:

- **Salario fijo:** Es el elemento principal de una política salarial, ya que todos los empleados recibirán, al menos, una cierta cantidad de salario, en este caso se considera de base el Salario Básico Unificado – SBU, la cual corresponde a la cantidad mínima legal que deberán de recibir los trabajadores.
- **Pagos variables:** Son los pagos adicionales que siempre dependen de los resultados de cada empleado, también llamados “Incentivos económicos”.
- **Beneficios:** Pueden incluir ventajas, como planes de pensión, salud privada o formación. Los beneficios son ofrecidos por la empresa para mejorar la calidad de vida de los empleados. También se le llama salario emocional.
- **Finiquitos:** Cuando una empresa decide finalizar anticipadamente el contrato de un empleado, tiene la obligación de liquidar el pago final. (Canal, 2022)

Política salarial de la empresa

En las siguientes tablas se presentan la política salarial y beneficios que tiene cada uno de los cargos que tendrá la empresa Nutrisano. Los gastos incurridos por este rubro anualmente son de:

	EMPLEADOS	SUELDOS BASE	XIII	XIV	APORTE PATRONAL	VACACIONES	FONDO RESERVA	TOTAL UNITARIO	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
DIRECTOS										
PROGRAMADOR	1	\$ 800.00	\$ 66.67	\$ 35.42	\$ 97.20	\$ 33.33	\$ 66.64	\$ 1,099.26	\$ 1,099.26	\$ 13,191.08
ADMINISTRATIVOS										
GERENTE GENERAL	1	\$ 650.00	\$ 54.17	\$ 35.42	\$ 78.98	\$ 27.08	\$ 54.15	\$ 899.79	\$ 899.79	\$ 10,797.44
VENTAS										
VENDEDOR	2	\$ 550.00	\$ 45.83	\$ 35.42	\$ 66.83	\$ 22.92	\$ 45.82	\$ 766.81	\$ 1,533.61	\$ 18,403.36
CALL CENTER	1	\$ 550.00	\$ 45.83	\$ -	\$ 66.83	\$ 22.92	\$ 45.82	\$ 731.39	\$ 731.39	\$ 8,776.68
									Total anual x 5 empleados	\$ 51,168.56

Así mismo se presenta una proyección del gasto de los sueldos de personal de ventas y por comisión (nutricionistas) durante los próximos 5 años de vida útil que se ha considerado para la empresa:

GASTO DE VENTAS	Años				
	1	2	3	4	5
SUELDOS PERSONAL DE VENTAS	\$ 27,180.04	\$ 27,995.44	\$ 28,835.30	\$ 29,700.36	\$ 30,591.37
Nutricionistas	\$ 169.57	\$ 186.52	\$ 205.17	\$ 225.69	\$ 248.26
TOTAL	\$ 27,349.61	\$ 28,181.96	\$ 29,040.47	\$ 29,926.05	\$ 30,839.63

Descripción de las compensaciones del personal del negocio

Las compensaciones se refieren esencialmente a los beneficios que por ley están sujetos los empleados como; sueldo, salario, incentivos y prestaciones. De hecho, una parte de los recursos económicos que son generados por la empresa constituye la retribución laboral que pasa a manos de los trabajadores. Por lo que el salario representa la esencia de la relación económica entre el empleado y el empleador. (Fiallos, 2015)

Acorde al Código de Trabajo en concordancia con la Constitución Política de la República; convenios con la Organización Internacional del Trabajo; Un Plan de Compensaciones hace referencia a todos los componentes de la compensación, además de buscar la satisfacción a las necesidades que presentan los empleados. También se hace

referencia a horarios flexibles, seguros de vida, seguros médicos, días libres, actividades fuera de la oficina, entre otros. (Congreso Nacional, 2012)

A continuación, se hace una descripción de las compensaciones legales del personal de Nutrisano:

TITULO PRELIMINAR

DISPOSICIONES FUNDAMENTALES

Art. 76.- Compensación por vacaciones

Art. 95.- Sueldo o salario y retribución accesoría

Art. 131.- Unificación salarial.

Art. 132.- Congelamiento del valor de la compensación por el incremento del costo de vida y de la bonificación complementaria.

Art. 133.- Salario mínimo vital general

Art. 200.- Garantías para el fondo de reserva

Indicadores Claves de Gestión (KPI's)

Para la empresa es muy importante establecer indicadores que ayuden a evaluar su rendimiento en el tiempo establecido de vida útil. Los Indicadores Claves de Gestión o KPI's son aquellos que miden el nivel del desempeño de un proceso determinado, enfocándose en el "cómo" e indicando que tan efectivos son los procesos, de forma que se pueda alcanzar el objetivo fijado. Los KPIs son métricas financieras o no financieras, utilizadas para cuantificar objetivos que reflejan el rendimiento de una organización, y que generalmente se recogen en su plan estratégico. (Grupo ESGinnova, 2015)

A continuación, se presentan los KPI's establecidos por la empresa Nutrisano con el objetivo de resumir la información sobre la eficacia y productividad de la empresa.

Fijación de principales KPI's del negocio

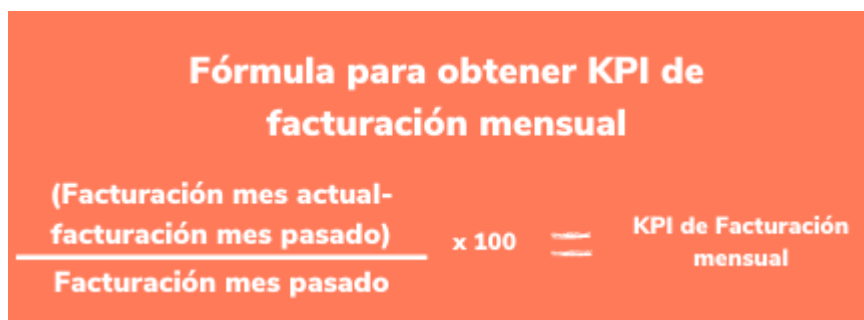
Permanencia del cliente: Saber el número de clientes que presenten su grado de conformidad o inconformidad con el servicio que se está brindando.

Se lo calculará por medio de un registro que se tendrán de los clientes desde el inicio hasta que decidan retirarse, midiendo el tiempo de permanencia y las razones de aquellos que decidan retirarse.

Nivel de transaccionalidad del usuario: Las unidades por transacción (UPT) es un indicador de ventas que se utiliza para medir el número promedio del servicio ofrecido que los clientes compran en una transacción determinada. También significa ingresos adicionales y potencialmente más influencia para aumentar los precios y los márgenes de beneficio. (Cervantez, 2021)

Nivel de transaccionalidad del nutricionista: Debes tener un número de ventas meta tanto para el departamento completo como para cada representante de ventas. De esta manera impulsarás a tus vendedores a mantenerse productivos, ya que no querrán tener menos ventas que las establecidas. (Torres, 2021)

Facturación: a facturación puedes saber cómo van tus ventas mes a mes y sacar una constante, además te servirá como indicador para conocer el desempeño del área comercial. (Torres, 2021)



Fórmula para obtener KPI de facturación mensual

$$\frac{(\text{Facturación mes actual} - \text{facturación mes pasado})}{\text{Facturación mes pasado}} \times 100 = \text{KPI de Facturación mensual}$$

Margen de utilidad: Este indicador será presentado en los estados financieros que ayudará en la evaluación comercial de la empresa, de tal manera que se pueda conocer los ingresos que se tiene con relación a los costos en los que se incurren.

Estudio de Responsabilidad Social

Un Plan de Responsabilidad Social Corporativa es la estrategia implementada por una empresa que recoge el marco y las acciones a llevar a cabo por la empresa dentro de sus actividades. Es decir, un Plan RSC define tanto la gestión como las acciones, compromisos y

objetivos que la Nutrisano establece para demostrar su compromiso en cuestiones y causas sociales y medioambientales, reinvertiendo en la sociedad parte de los beneficios económicos obtenidos. (León, 2021)

Mapeo de Stakeholders

La definición de Stakeholders fue creado en la década de 1980 por el filósofo estadounidense Robert Edward Freeman, y es cualquier individuo u organización que, de alguna manera, es impactado por las acciones de determinada empresa. En una traducción libre para el español, significa "partes interesadas". Freeman sostenía que los grupos de interés son indispensables y que siempre se deberían tener en cuenta para la planificación estratégica de cualquier negocio.

De esta manera, entender que el triunfo o fracaso de cualquier empresa, siempre afectará no solo a sus dueños, sino que también afectará a todos los que la rodean, es decir, a sus trabajadores, a sus socios, proveedores, competidores, familias de todos los involucrados y por supuesto a sus clientes. (Ricardo Fazer, 2019)

Dentro de los stakeholders que se puede identificar en nuestro modelo de negocios están: primarios, secundarios, internos y externos.

Stakeholders primarios.

Los stakeholders primarios, son todos aquellos entes imprescindibles para el funcionamiento normal de la empresa. Es decir, son todas las personas que tienen un vínculo económico directo con la empresa, aquí entran los accionistas, socios, los trabajadores y clientes. (Ricardo Fazer, 2019)

En este caso: los adultos mayores que busquen beneficio en su salud personal, los aliados estratégicos: los nutricionistas.

Stakeholders secundarios.

Los secundarios, hablan de aquellos que no participan directamente de la empresa, pero que, sin ser primarios, también se ven afectados por los resultados de esta. Aquí entran los competidores, el mercado o las personas en general. (Ricardo Fazer, 2019)

Para Nutrisano son: los nutricionistas independientes, centro de salud, medios de comunicación y redes sociales con respecto a temas de bienestar y nutrición en adultos mayores.

Stakeholders internos.

Trabajadores de la empresa, propietarios, socios comerciales.

Stakeholders externos.

Centros geriátricos del gobierno, clínicas privadas, centro de salud especializados en nutrición, la comunidad y el gobierno.

Estrategia de Responsabilidad Social Empresarial

Principios de la Responsabilidad Social

Para nuestra empresa la correcta implementación de los diferentes principios de responsabilidad social, presentes en la ISO 26000, es clave para el correcto desarrollo de nuestras actividades, mismos que se detallan a continuación.

- **Rendición de cuentas**

Rendir cuentas sobre el impacto que tenemos en el ámbito económico, social y ambiental, es el punto de partida para demostrar nuestro compromiso y transparencia con la sociedad. De tal manera que la ciudadanía y las diferentes entidades reguladoras puedan conocer nuestros resultados y evaluar nuestra gestión.

- **Comportamiento Ético**

El comportamiento ético nos permitirá tener un mayor impacto como empresa, ya que, de esta manera, demostramos que no solamente buscamos un beneficio

económico, sino que además buscamos tener un impacto positivo en la sociedad.

Por lo tanto, actuaremos enfocados en los valores que nos permitirán cumplir con nuestros ideales.

- **Transparencia**

Es importante dar a conocer tanto a nuestros clientes como a las entidades reguladoras sobre todas nuestras actividades que afecten al medio ambiente o a la sociedad en general, ya que esto nos ayudará a tener una imagen pulcra y socialmente responsable.

- **Respeto por los intereses de las partes interesadas**

Nuestra empresa hará énfasis en el respeto por los intereses de las partes interesadas, ya que nuestra prioridad siempre va a ser los consumidores de nuestro servicio, de esta manera garantizamos que el cliente siempre verá sus necesidades satisfechas.

- **Respeto al principio de legalidad**

Este principio nos ayuda a garantizar que nuestra empresa siempre va a actuar apegándose al cumplimiento de la ley, de tal manera que se cumplan todas las legislaciones vigentes con relación a responsabilidad social

- **Respeto a la normativa internacional de comportamiento**

Adoptar y cumplir la normativa internacional de responsabilidad social, nos ayudará a tener comportamientos apropiados para un correcto manejo social y ambiental de la organización, aun cuando la normativa nacional no abarque todas las salvaguardias internacionales.

- **Respeto a los derechos humanos**

Conocer y respetar los derechos humanos nos permitirá mejorar constantemente nuestro servicio y nuestro ambiente laboral. De tal manera que, tanto clientes como

colaboradores se sientan plenamente satisfechos.

Materias de la Responsabilidad Social

- Gobernanza de la Organización

Plantear nuestros objetivos y diseñar estrategias que nos ayuden a cumplirlos, nos permitirá crear campañas de responsabilidad social con mayor eficiencia, que cuente con incentivos para un desempeño positivo y que haga un uso apropiado de los recursos de la empresa.

- Derechos Humanos

Conocer la normativa internacional de derechos humanos y aplicarla en nuestro día a día como organización, nos ayudará a que todas nuestras actividades garanticen la integridad tanto de nuestros colaboradores como la de nuestros clientes.

- Prácticas laborales

Mantener unas correctas prácticas laborales, hará que nuestros colaboradores se sientan una parte importante de la empresa, además de que dignificara su trabajo, creando un ambiente de trabajo agradable y por ende aumentando la productividad.

- Medio Ambiente

El cuidado del medio ambiente es de vital importancia para nuestra organización, buscamos que nuestra empresa sea amigable con el medio ambiente y genere la menor cantidad de contaminación en el mismo, buscando que nuestras actividades siempre vayan de la mano con un correcto cuidado del medio ambiente.

- Prácticas justas de operación

Nuestras operaciones siempre estarán enfocadas en ser lo más transparentes y justas posibles. Garantizamos que nuestras actividades no estarán manchadas con ningún tipo de corrupción y que siempre buscarán generar un impacto positivo en la

sociedad.

- Asuntos de consumidores

Nos haremos responsables por cualquier perjuicio que nuestro servicio pueda ocasionar a nuestros clientes, ya que nuestra prioridad siempre será nuestros consumidores y su integridad tanto física como intelectual.

- Participación activa en la comunidad y desarrollo de la misma

Buscaremos generar un impacto positivo en nuestra comunidad, colaborando activamente en actividades que contribuyan a mejorarla.

Objetivos RSE para cada Stakeholder

- **Stakeholder interno:** Socios laborales - empleados.

Descripción del proyecto en detalle

- **Proyecto:** Educación y conciencia en nutrición.
- **Tiempo de aplicación del proyecto:** 1 año

Se plantea tener un modelo ético en las diferentes áreas de desempeño de la empresa, tanto en lo social, económico y medio ambiental. Los socios laborales (empleados) del modelo de negocio son los embajadores de nuestra misión y visión, nuestra base es brindar una mejor nutrición a los adultos mayores, brindando alternativas de alimentos en base a restricciones por diferentes situaciones de salud, consejos de alimentación, prevención de enfermedades en base a la alimentación e información de valor nutricional.

Es por ello por lo que nuestro proyecto se divide en diferentes etapas las cuales son: capacitación, análisis y aplicación. Aprovechando que nuestros principales aliados van a ser los nutricionistas, podemos implementar alianzas que nos permitan brindar una capacitación de calidad acerca de la nutrición y entender el valor nutricional de diferentes alimentos; así se podrá entender cuales se adaptan mejor a nuestro organismo y bajo qué situaciones. Es evidente que no pretendemos formar expertos, pero sí personas más conscientes en cuanto a

su ingesta diaria y su importancia en conocimiento. Demostrarles que es importante tanto para ellos como para su familia.

La segunda etapa se basa en tener un análisis previo de diferentes perfiles de dietas alimenticias para que en base a este conocimiento se pueda brindar recomendaciones de ingesta diaria en el hogar y a su vez sabiendo el valor nutricional.

La tercera etapa se basa en el enfoque de profundidad con el fin de entender el valor nutricional y beneficios de alimentos importantes para nuestro cuerpo.

Si se empieza con una cultura educacional desde adentro, desde casa se puede ir poco a poco a largo plazo creando una red comunitaria de personas consciente de la educación nutricional y su importancia.

Nuestro compromiso es llegar a más personas con información relevante para el cuidado de su salud y familia, a lo largo del tiempo se puede ir implementando charlas educacionales virtuales y presenciales. A su vez creando embajadores siendo nuestros socios laborales los voceros de una buena alimentación.

Objetivo de proyecto:

Crear una comunidad Guayaquileña educada y consciente de la importancia de una buena alimentación.

Descripción de actividades a realizar y cómo estas contribuyen al logro de su estrategia de RSC

Dentro de las actividades que se plantean implementar encontramos:

- A. Curso intensivo de educación nutricional para nuestros socios laborales. Por medio de esta actividad logramos sentar las bases de una comunidad informada y educada, hay que empezar desde nuestra casa para poder brindar el mensaje adecuado a través de la experiencia.

- B. Análisis de perfiles que requieren ingestas alimenticias específicas y casos complejos, con el fin de entender que cada organismo es diferente y que hay una comunidad extensa, que es necesario buscar alternativas de alimentación.
- C. Visita a granjas orgánicas y/o proveedores de alimentos orgánicos con el fin de entender el valor nutricional de los mismos, la importancia de cuidar el medio ambiente, además de elegir alimentos de procedencia idónea con prácticas eco - amigables.
- D. Recopilación de información y análisis de la perspectiva de los socios laborales con respecto a los puntos: 1, 2, 3.
- E. Creación de charlas informativas en base a experiencias, tanto de manera virtual como presencial con el fin de presentar la importancia de la nutrición y el cuidado de la salud a largo plazo por medio de la ingesta diaria de nuestros alimentos, de esta manera creamos una comunidad educada.

Presupuesto asignado a la estrategia de RSE y sus proyectos

	<u>CARACTERÍSTICAS</u>					
	Periodo	Metodología	Encargado	Dictado por	Costo x periodo	Costo anual
<u>Curso intensivo de educación nutricional</u>	Quincenal	Online	Gerente General	Nutricionista	\$6.25	\$150

Incluye actividades como:

- Análisis de perfiles
- Visita a granjas orgánicas y/o proveedores de alimentos orgánicos
- Charlas informativas

- **Stakeholder externo:** La Comunidad

Descripción del proyecto en detalle

- **Proyecto:** Una mano por el futuro

- **Tiempo de aplicación del proyecto:** 1 año

Reiterando nuestro compromiso con la sociedad, se plantea el proyecto de ayudar a los niños en situación de extrema pobreza, para que puedan tener alimentación, vestimenta y materiales de estudio.

Para implementar este plan, cada 6 meses se realizará una colecta de víveres, ropa, juguetes, útiles escolares u cualquier otra mercancía que sea de utilidad para los niños en situación de pobreza.

Una vez realizada la colecta, se procederá a la entrega en las diferentes fundaciones de ayuda humanitaria para menores de la ciudad de Guayaquil. De esta manera, se posicionará la marca de la empresa como socialmente responsable y brindaremos un apoyo a la comunidad guayaquileña.

Objetivo de proyecto:

Mejorar la calidad de vida de los niños guayaquileños que se encuentran en situación de extrema pobreza.

Descripción de actividades a realizar y cómo estas contribuyen al logro de su estrategia de RSC

Dentro de las actividades que se plantean implementar encontramos:

A. Promoción de colecta en nuestra página oficial y diferentes medios de comunicación: Este es el punto de partida de nuestra campaña de responsabilidad social, valiéndonos de nuestra futura red de contactos, se difundirá la colecta al mayor número de personas posible. Esta actividad nos ayudará a tener una mayor reputación y alcance en la comunidad guayaquileña.

B. Evento de concentración: Se organizará un evento de recaudación de todas las donaciones, para ello se recurrirá a auspicios y alianzas estratégicas. En el evento se podrá encontrar un ambiente agradable, con música y alimentos para que las

personas que ayuden con su aporte puedan pasar un momento agradable y compartir con las diferentes fundaciones.

C. Recolección puerta a puerta: Para aquellas personas que no puedan acudir a los eventos de recaudación, se brindará la facilidad de receptor su donación en su domicilio, para lo cual se organizará una ruta estratégica y a su vez se les brindará un incentivo por su colaboración.

Presupuesto asignado a la estrategia de RSE y sus proyectos

	CARACTERÍSTICAS				
	Periodo	Encargado	Vinculación	Costo x periodo	Costo anual
<u>Recolecta</u>	Semestral	Gerente General	Comunidad	\$75.00	\$150

Incluye actividades como:

- Campañas publicitarias
- Recolección, transporte y entrega de los artículos.
- Evento de concentración
- Recolección puerta a puerta

Estructura jurídica con la cual funcionará el negocio

Figura Legal Para Emprendimientos.

Como persona jurídica, es la nueva sociedad la que asume los derechos y obligaciones generados en la operación de la empresa, quedando a salvo la responsabilidad personal de los socios o accionistas. No obstante, en ambos casos, existen obligaciones formales con entes de control, las cuales deben ser necesariamente cumplidas desde el inicio del emprendimiento. (Cámara de Comercio de Quito, 2019)

Debido a las características del **modelo de negocio** a implementar, se consideró la posibilidad de tener una figura de persona jurídica, como una sociedad anónima.

A continuación, se describen las características según lo indicado en la Ley de Registro Único de Contribuyentes, RUC – Art. 3.- De la inscripción Obligatoria. - (Reformado por la Disposición Reformativa Cuarta de la Ley s/n, R.O. 759-S, 20-V-2016):

Compañía anónima (C.A.)

Esta figura corresponde a la sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones; exige un mínimo de capital de ochocientos (\$ 800.00) dólares.

Socios: Mínimo dos sin que exista un máximo.

Para establecer una empresa mediante una persona jurídica es necesario constituir previamente la compañía, cuyos pasos son los siguientes:

- Reserva de la denominación en el portal web de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, www.supercias.gob.ec
- Elevar a escritura pública la constitución de la compañía, en cualquier notaría y con patrocinio de un abogado.
- Inscribir la escritura en el Registro Mercantil del cantón en el que tenga su domicilio principal la compañía.
- Inscribir los nombramientos del Representante Legal y Administrador de la empresa en el Registro Mercantil.
- Inscribir la dirección domiciliaria de la compañía en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, mediante formulario obtenido del portal web www.supercias.gob.ec
- Obtención del RUC en el SRI
- Inscribir la patente municipal de la compañía. (Cámara de Comercio de Quito, 2019)

El Servicio de Rentas Internas – SRI, presenta el trámite habilitado por la entidad, que permite a las personas jurídicas realizar la inscripción en el Registro Único del Contribuyente (RUC).

Decisiones legales alrededor de organización de la empresa

En lo que corresponde a la estructura organizacional de la empresa; el Código del Trabajo ecuatoriano menciona:

Que el contrato de trabajo es recurso por el que una persona se compromete con otra a prestar sus servicios lícitos y personales, bajo su dependencia, por una remuneración fijada por acuerdo entre las partes que, en el Ecuador, no puede ser menor al Salario Básico Unificado vigente.

Dentro de las principales características del contrato de trabajo, se encuentran:

- Genera un vínculo de dependencia o subordinación jurídico – económica.
- Se desempeña un trabajo bajo una orden impartida.
- A cambio se recibe una remuneración de forma mensual o quincenal.
- Existe un horario y un lugar específico para realizar el trabajo delegado.

Cuando se inician las relaciones laborales con otra parte, es obligatorio la formalización por medio de un contrato escrito, cuando así lo exija una disposición legal. (Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI), 2019)

Los contratos deben de ofrecer a los colaboradores:

- Estabilidad laboral.
- Remuneración justa y pago de beneficios sociales.
- Diversidad de trabajos formales.
- Aplica únicamente a nuevas contrataciones.
- Periodo de prueba por 90 días.
- Los contratos pueden renovarse por un año, una única ocasión.
- Los contratos se vuelven contratos indefinidos cuando el terminar el periodo por el que fueron celebrados la relación laboral se mantiene.
- Jornadas y días de descanso: parciales u ordinarias, continuas o discontinuas; y, consecutivas.
- Jornadas sin recargos siempre que estén dentro de los límites convenidos.

- La relación laboral se termina por cumplimiento del plazo convenido sin ninguna otra formalidad.
- Derecho a liquidación laboral y demás beneficios sociales por el tiempo trabajado.
- Si se termina la relación laboral de forma unilateral y sin justificación, antes del plazo convenido, hay derecho a la indemnización por despido intempestivo.

Para el empleado o trabajador de Nutrisano, el contrato de trabajo escrito que se le presentará al momento de ingresar a la empresa representa una garantía de estar laborando en un negocio legal, profesional y que está apegado a los requisitos para funcionar, además de que ha definido claramente sus obligaciones y el acuerdo respecto a todos los términos del empleo.

Por otro lado, a la empresa le permite tener la seguridad de que el empleado es totalmente consciente de sus obligaciones y que ha acordado cumplir los términos establecidos. El contrato también puede tener la intención de proteger a la clientela y la propiedad intelectual del negocio.

La legislación laboral busca que en cualquier intento de restringir excesivamente el derecho de una persona al trabajo sea considerado como injusto y será rechazado ante cualquier tribunal. (Ministerio de Trabajo, 2021)

Conclusiones y Recomendaciones

Una vez culminado el desarrollo del estudio administrativo y legal del modelo del negocio “Nutrisano” se llegan a las siguientes conclusiones:

- Es importante destacar la relevancia que tienen este tipo de temas dentro de la sociedad sobre todo porque permiten profundizar en cómo los alimentos repercuten en la prevención o el desarrollo de enfermedades a futuro, y proporcionar recomendaciones nutricionales personalizadas, más adaptadas a los estilos de vida y por ende ser más precisas.
- Se plantearon objetivos realistas que ayudaron en la realización de cada una de las aristas de la investigación, ya que lograron encaminar las tareas imprescindibles para llevar a cabo para la realización de la idea.
- En cuanto al estudio de mercado se pudo observar la importancia que tienen este tipo de temas dentro de la población, la relevancia que le dan y las posibles formas de llevar a cabo las estrategias de introducción satisfactoria de la plataforma y del servicio.
- El estudio administrativo ayudó a establecer aquellos puestos de trabajo necesarios para poder llevar a cabo la actividad comercial de manera eficiente.
- Por lo que se recomienda que se considere el organigrama expuesto, debido a que, después de un análisis de las necesidades de recurso humano se lo planteó.
- También se recomienda que se utilice la herramienta sugerida para el reclutamiento del personal, LinkedIn, puesto que es valioso contar con formas tecnológicas que ayuden a la captación de candidatos idóneos, capaces de generar valor a la empresa.
- Es recomendable que se den seguimiento periódico a los KPI's planteados para su evaluación en la toma de decisiones. Es necesario tener también una comunicación contante con el personal de estos KPI's para que ellos puedan ser partícipes activos de su alcance y determinación.

- Se recomienda que el análisis periódico del alcance de metas, presupuestos e indicadores sean determinantes a la hora de definir políticas de expansión o de decisiones económicas concernientes a la empresa.
- Por otro lado, los planes de responsabilidad social diseñados en la gerencia correspondiente ayudaron a que la imagen y el concepto de la empresa se enfoquen en el acercamiento responsable con sus grupos de interés.
- Es por esto por lo que, se recomienda que se continúe con ellos en toda la vida útil establecida y en el ejercicio de la actividad económica de la empresa.
- El estudio técnico sirvió para demostrar que es posible y viable poder realizar la idea de negocio con las herramientas tecnológicas existentes y así, poder facilitar la comercialización, introducción y expansión del concepto de la empresa.
- Se recomienda utilizar la plataforma y el diseño valorados en este apartado ya que se lo realizó acorde a lo mencionado en los estudios de mercado y marketing.
- Finalmente, pero no menos importante, el estudio financiero fue una de las aristas más relevantes en la evaluación y desarrollo de este plan de negocios. El análisis financiero permitió evaluar cuál será la estructura de las fuentes de financiamiento e ingresos y del uso de los recursos, todo gracias a los informes financieros que permitieron pronosticar el estado de la empresa dentro del tiempo de su vida útil.
- Es por lo que, se recomienda mantener la guía financiera sugerida en los informes financieros presentados, estos ayudarán a la buena administración del negocio, puesto que demostraron un panorama realista para la empresa en relación con las ventas, el patrimonio y la inversión, indicando además la eficiencia operativa de la gestión empresarial.

Reflexión

Nutrisano es una idea de negocios que empezó realmente como una idea de transporte, pero se la fue moldeando según avanzaba la investigación de las necesidades del mercado.

Al comienzo la idea siempre fue proyectada para adultos mayores, pero al analizar que a esa edad no se pueden cambiar los hábitos debido a que todas sus vidas han tenido una alimentación no balanceada, logramos entender que era más factible que el target de nuestro modelo de negocios sea a partir de los 45 años en adelante. La edad fue analizada, después de una investigación sobre la pérdida muscular que tienen los adultos desde los 45 años.

Un cambio notable de nuestro proyecto, fue el nombre. En sus inicios se llamaba “Corazón Atento”, pero nos dimos cuenta que su nombre no iba acorde al servicio que ofrecíamos, así que le cambiamos a “Nutrisano”.

Nutrisano era un servicio donde solo se ofrecía citas entre el nutricionista y el adulto de 45 años en adelante, pero esto no era suficiente para que los clientes tengan fidelización con la plataforma, por lo tanto, le pusimos valor agregado creando contenido de valor en la plataforma, un foro y regalar tips saludables.

En cuanto a los costos del servicio, tuvimos que ir tanteando según la demanda que sacamos para la ciudad principal de Nutrisano que sería Guayaquil. Los costos se fueron acoplando después de que en la parte financiera sacáramos los costos de cuantas personas íbamos a requerir para poder sacar a flote el modelo de negocio. Una buena decisión fue contratar como servicios prestados la parte contable y la parte del marketing. Con esto pudimos darle un valor al servicio el cual sea competitivo según la competencia indirecta.

Una de las fortalezas de nuestro grupo, es el trabajo en equipo, después de querer trabajar cada quien por su cuenta y que no avanzábamos mucho. Al tener más dialogo entre el grupo

salían ideas muy buenas y que se facilitaba ejecutarlas, lo cual nos permitió avanzar en el proyecto.

Por último, una de las fortalezas que tuvo una gran repercusión en el pregrado fue que escuchamos todas las recomendaciones. Los jurados pudieron notar que cada una de sus sugerencias fue considerada para mejorar la elaboración de Nutrisano. Nuestro proyecto dio un giro total para bien, lo cual nos permitió ver como Nutrisano ya era una plataforma con bases sólidas para ser una realidad.

Todo el esfuerzo durante mi paso por Universidad Casan Grande, dio fruto en este Modelo de Negocio, ya que las dificultades sirvieron para pensar “fuera de la caja” cuando pensábamos que no había una solución para que el proyecto sea rentable pudimos ingeniarnos para que funcione. Le agradezco al tutor que con sus llamados de atención y su guía que sirvieron para que le demos siempre la vuelta a los problemas.

Referencias Bibliográficas

- Asamblea Nacional. (26 de mayo de 2021). Obtenido de https://drive.google.com/file/d/1UhmqRQpkkBjWs5iGGiB_oOxKeRdaX2Ut/view
- Cámara de Comercio de Quito. (2019). Obtenido de Manual Práctico para emprendedores: <https://ccq.ec/wp-content/uploads/2019/01/Instructivo-legal-pra%CC%81ctico-para-emprendedores-DEF..pdf>
- Canal, P. (14 de marzo de 2022). *IEBSchool*. Obtenido de Cómo definir una Política Salarial en seis pasos: <https://www.iebschool.com/blog/politica-salarial-rrhh-2-0/>
- Congreso Nacional. (2012). Codificación del Código de Trabajo. En C. NACIONAL, *Código de Trabajo* (pág. 159). Quito: Lexis.
- Consultas EC. (2020). Obtenido de Como sacar Permiso de funcionamiento de negocios por internet: <https://consultasec.com/sacar-permiso-funcionamiento-negocios-internet/>
- Durán, C. &. (2017). Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7934689>
- Fiallos, A. (30 de marzo de 2015). *Escuela de Organización Industrial*. Obtenido de Recursos Humanos/Compensación y beneficios: <https://www.eoi.es/blogs/mintecon/2015/03/30/recursos-humanoscompensacion-y-beneficios/>
- Ginnova. (13 de mayo de 2014). *ISOTools*. Obtenido de Modelo de Organización: <https://www.isotools.org/soluciones/personas/modelo-de-organizacion/>
- Grupo ESGinnova. (15 de octubre de 2015). *ISOTools*. Obtenido de KPI's Indicadores: <https://www.isotools.org/soluciones/procesos/kpis-indicadores/>
- Henufood. (s.f.). Obtenido de <https://www.henufood.com/>
- Hipertensión, R. L. (2018). *revhipertension*. Obtenido de https://www.revhipertension.com/rlh_5_2018/factores_que_afectan_el_estado.pdf
- INCAP. (2018). Obtenido de <http://incap.int/>
- IncoWork. (10 de marzo de 2019). *Bizneo*. Obtenido de 10 etapas clave del proceso de selección de personal: <https://www.bizneo.com/blog/etapas-proceso-de-seleccion-de-personal/#comment-314>
- INEC. (2012). Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/inec-presenta-resumen-estadistico-2012/>

- Kenjo GmbH. (2020). Obtenido de Cómo usar LinkedIn como herramienta de reclutamiento: <https://blog.kenjo.io/es/como-usar-linkedin-como-herramienta-de-reclutamiento>
- León, D. (14 de septiembre de 2021). *GRupo Atico34*. Obtenido de ¿Cómo elaborar un Plan de Responsabilidad Social Corporativa?: [https://protecciondatos-lopd.com/empresas/plan-responsabilidad-social-corporativa/#:~:text=914%20896%20419-,%C2%BFQu%C3%A9%20es%20un%20Plan%20de%20Responsabilidad%20Social%20Corporativa%20\(RSC\)%3F,de%20la%20responsabilidad%20social%20corporativa](https://protecciondatos-lopd.com/empresas/plan-responsabilidad-social-corporativa/#:~:text=914%20896%20419-,%C2%BFQu%C3%A9%20es%20un%20Plan%20de%20Responsabilidad%20Social%20Corporativa%20(RSC)%3F,de%20la%20responsabilidad%20social%20corporativa).
- Ley de Comercio Electrónico, Firmas y Mensajes de Datos. (08 de diciembre de 2021). *Registro Oficial Suplemento 557*. Obtenido de LEY DE COMERCIO ELECTRONICO, FIRMAS Y MENSAJES DE DATOS: https://derechoecuador.com/uploads/content/2021/03/file_1616696946_1616696956.pdf
- Ley de Régimen Tributario Interno. (29 de noviembre de 2021). Obtenido de Ley orgánica para el Desarrollo Económico y Sostenibilidad Fiscal tras la Pandemia Covid-19: <https://newsite.cite.com.ec/download/ley-de-regimen-tributario-interno/>
- Ley Orgánica de Protección de Datos Personales. (26 de mayo de 2021). *Ley Orgánica de Protección de Datos Personales*. Obtenido de <https://www.consejodecomunicacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/07/lotaip/Ley%20Org%C3%A1nica%20de%20Protecci%C3%B3n%20de%20Datos%20Personales.pdf>
- Ley Orgánica de Protección de Datos Personales. (26 de mayo de 2021). *Quinto Suplemento del Registro Oficial 459*. Obtenido de <https://www.consejodecomunicacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/07/lotaip/Ley%20Org%C3%A1nica%20de%20Protecci%C3%B3n%20de%20Datos%20Personales.pdf>
- Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (agosto de 2020). *Gobierno de la República del Ecuador*. Obtenido de Estrategia Nacional de Comercio Electrónico: <https://aportecivico.gobiernoelectronico.gob.ec/system/documents/attachments/000/000/011/original/58b9ab393399dc479d2fb43c7a305ff0de62ec96.PDF>
- Ministerio de Trabajo. (abril de 2021). Obtenido de Nuevas Modalidades Contractuales: https://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/2021/04/ModalidadesContractuales_V3-.pdf
- Nacional, G. (2021). Obtenido de <https://www.presidencia.gob.ec/>
- OMS. (2019). *Organización Mundial de la Salud*. Obtenido de <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/ageing-and-health>
- Pérez, A. (26 de abril de 2021). *OBS Business School*. Obtenido de Tipos de estructuras organizativas.Cuál es la mejor para tu empresa:

<https://www.obsbusiness.school/blog/tipos-de-estructuras-organizativas-cual-es-la-mejor-para-tu-empresa>

Quiroa, M. (09 de abril de 2020). *Economipedia*. Obtenido de Misión, visión y valores de una empresa: <https://economipedia.com/definiciones/mision-vision-y-valores-de-una-empresa.html>

Ricardo Fazer. (21 de agosto de 2019). *Rock Content*. Obtenido de Qué son los stakeholders, qué tipos existen y de qué manera impactan a una empresa: <https://rockcontent.com/es/blog/que-es-un-stakeholder/#:~:text=Los%20stakeholders%20primarios%2C%20hablan%20de,socios%2C%20los%20trabajadores%20y%20clientes.>

Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI). (2019). *Gobierno del encuentro*. Obtenido de Derechos Intelectuales: <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/derechos-intelectuales/#:~:text=En%20Ecuador%2C%20el%20Servicio%20Nacional,y%20obteniciones%20vegetales%20y%20conocimientos>

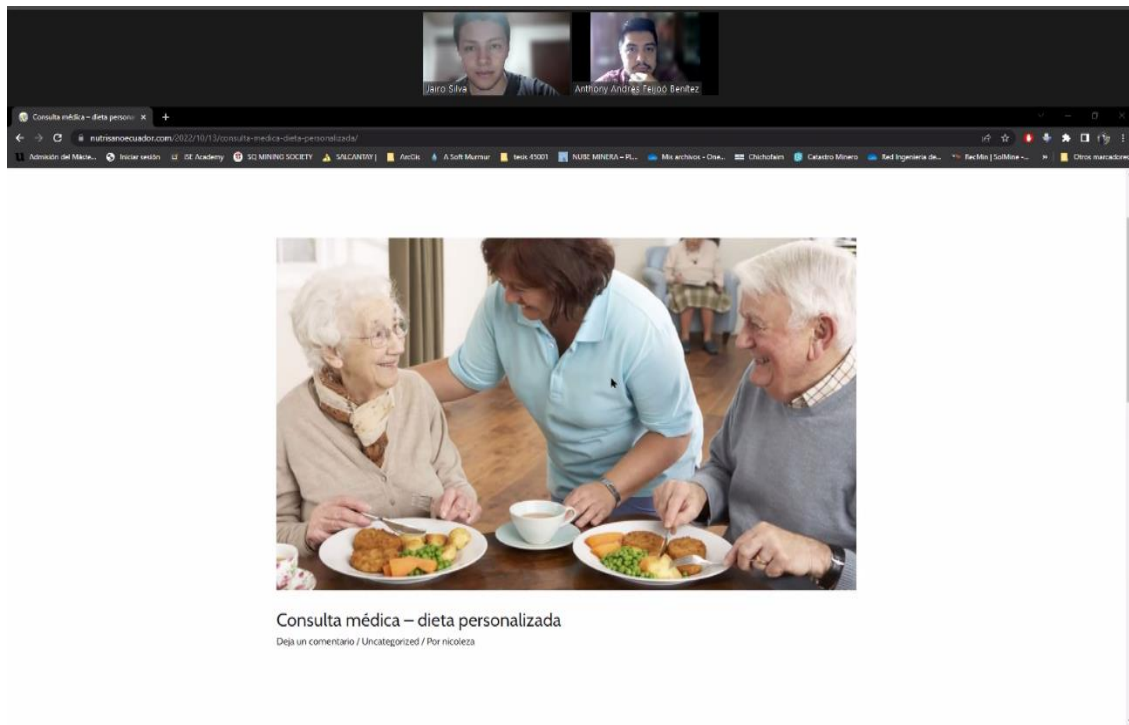
Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI). (2020). Obtenido de <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/catalogo-de-servicios-web/>

Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI). (2020). *Gobierno del Encuentro*. Obtenido de <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/preguntas-frecuentes-propiedad-industrial/#:~:text=El%20tr%C3%A1mite%20de%20solicitudes%20de,de%20la%20fecha%20de%20vencimiento.>

Servicio Nacional de Derechos Intelectuales. (2020). Obtenido de <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/derechos-intelectuales/>

Valdivia, P. F. (2020). *Envejecimiento y atención a la dependencia en Ecuador*. Obtenido de <https://eurosocial.eu/wp-content/uploads/2021/03/Envejecimiento-y-atencion-a-la-dependencia-en-Ecuador.pdf>

Anexos



Consulta médica – dieta personalizada

Deja un comentario / Uncategorized / Por nicoleza







Entrevistas Cortas Usuarios

Entrevista Ines (45 años)

Orador 1

Hola Inés, por favor ayúdame con las siguientes preguntas, después a ver. Usado la página y probado la experiencia en nutrición. ¿Cómo fue su experiencia y usar la página?

Orador 3

Hola este la verdad, no me gustó la página, él le faltan muchos detalles y orientación de cómo manejarla y mucha información le hace falta. Sobre todo, en la primera parte, debería explicar exactamente qué es lo que me brinda la empresa.

Orador 1

¿Ya listo y qué tal le pareció la idea de negocio como tal de la propuesta que se le hizo de lo que era nutrición?

Orador 3

La propuesta es interesante, me gusta que tener. E acceso a nutricionistas y que ellos me puedan brindar sus servicios a través de una página web. Sin embargo, este el precio sí me parece bastante alto.

Orador 1

¿Quién le gustaría que se incluyera o mejorará en la página?

Orador 3

Y le digo en tema de información, primero no sabía exactamente la membresía, qué es lo qué me incluye. No dice que al principio que tengo que ser premium para poder, para poder acceder a los nutricionistas, no está clara la información, entonces debería estar mucho

más clara. Y los perfiles de los nutricionistas con los que ustedes trabajan. ¿Tampoco está entonces toda esa información? Sí. Sería bueno tenerlo.

Entrevista Noemi (52 años)

Orador 1

¿Buenas tardes, noe cómo está? ¿Me podría ayudar con las siguientes preguntas, le voy a su experiencia utilizando la página de nutrición o primero, cómo fue su experiencia de usar la página?

Orador 2

¿Hola, cómo estás? sí me pareció. Buena, pero en algunas partes por ahí confusa. ¿El no llegué a entender bien el programa de qué se trataba? El al principio era como que entre a la página y es como que era bastante oscura, me parecía triste. Y no entendía muy bien de qué se trataba. Las letras, o sea, son muchas las letras que tiene, o sea, leerla. Y es como que yo, a mi edad estoy acostumbrada a mirar la imagen, así que bueno, mire la lo que eran ensaladas y demás Y me interesó porque me imaginé que podría llegar a ser algo de nutrición, pero mire también que había otras cosas y bueno, me interesó saber a ver de qué se trataba así era de gimnasia. O había alguna cinta métrica, también podría llegar a ser también algo que tenga que ver con. Con la con la ropa y el tipo de alimentación de acuerdo a la ropa que se usaba. Así que bueno, entre investigar ahí un poquito. Eso fue lo que me pasó la primera impresión.

Orador 1

Listo y en cuanto a la idea de Del negocio como tal, le pareció aceptable.

Orador 2

Me parece buena la idea de que estén en. De que se pueda conseguir en la misma página el nutricionista que 1 necesita de acuerdo a la A la situación sistémica que cada 1 padece sí me pareció buena. Ahora los costos no me parecieron muy accesibles por ahí. Pero el resto sí.

Orador 1

Listo y quién le gustaría que se incluyera o se mejorará dentro de la página como tal.

Orador 2

Por ahí que tenga una parte donde se pueda llegar al a saber quiénes son los los profesionales en forma más rápida, o sea, que tenga una entrada directa a cuáles son los profesionales Y que trata cada 1 de esos como para poder saber qué plan o que dieta necesito