



UNIVERSIDAD VIÑA DEL MAR

**MAGISTER EN
EVALUACIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL ENTRENAMIENTO DEPORTIVO.**

CREACION EMPRESA NUTRICIÓN Y ENTRENAMIENTO DEPORTIVO

FRANCISCO GUILLERMO CHACANA ARAYA

**Proyecto de emprendimiento para optar al grado de Magister en
Evaluación y Planificación del Entrenamiento Deportivo.**

Profesores Guías: Mg. María del Pilar Espinal Hidalgo.

Mg. Oscar Soto Díaz.

Julio 2018

Viña del Mar, Chile

Índice General

| | |
|---|----|
| I. PRESENTACIÓN | 4 |
| Titulo..... | 4 |
| Lugar de realización del proyecto..... | 4 |
| 1.1. Resumen..... | 4 |
| 1.2. Abstract | 5 |
| II. JUSTIFICACIÓN..... | 6 |
| III. PLATAFORMA ESTRATÉGICA | 7 |
| 3.1. Análisis externo..... | 7 |
| 3.2. Análisis interno..... | 9 |
| 3.3. Síntesis o matriz FODA | 10 |
| 3.4. Identificación del problema: Metodología árbol de problemas..... | 11 |
| IV. OBJETIVOS | 12 |
| 4.1. General: | 12 |
| 4.2. Específicos: | 12 |
| V. METAS E INDICADORES | 13 |
| 5.1. Metas..... | 13 |
| 5.2. Indicadores..... | 13 |
| VI. MODELO DE NEGOCIO CANVAS | 14 |
| VII. PLANES DE ACTUACIÓN..... | 15 |
| 7.1. Plan de Marketing..... | 15 |
| 7.1.1. Descripción del Mercado..... | 15 |
| 7.1.2. Descripción del Servicio..... | 21 |
| 7.1.3. Política de Precios | 21 |
| 7.1.4. Política de Comunicación | 22 |
| 7.2. Plan de Operaciones | 23 |
| 7.2.1. Naturaleza del Proyecto..... | 23 |
| 7.2.2. Localización del Proyecto. | 24 |
| 7.2.3. Programa de nutrición y entrenamiento | 24 |
| 7.2.4. Servicio principal y complementario..... | 24 |

| | |
|---|----|
| 7.2.5. Inversión del Proyecto..... | 24 |
| 7.2.6. Costos Operacionales..... | 24 |
| 7.2.7. Costo Recursos Humanos..... | 25 |
| VIII. PLAN LEGAL | 26 |
| IX. PLAN FINANCIERO..... | 27 |
| 9.1. Inversiones | 27 |
| 9.2. Ingresos..... | 27 |
| 9.3. Costos Fijos..... | 29 |
| 9.4. Costos Variables..... | 29 |
| 9.5. Depreciaciones..... | 30 |
| 9.6. Inversiones..... | 30 |
| 9.7. Flujo de Caja del Proyecto..... | 31 |
| X. ANÁLISIS ORGANIZACIONAL..... | 33 |
| 10.1. Organigrama del Proyecto..... | 33 |
| 10.2. Descripción de las Funciones..... | 33 |
| XI. CALENDARIZACION ACTIVIDADES PROYECTO NED..... | 34 |
| 11.1. Carta Gantt..... | 34 |
| XII. CONCLUSIONES..... | 36 |
| XIII. GLOSARIO..... | 37 |
| XIV. BIBLIOGRAFÍA..... | 38 |
| XV. ANEXOS | 39 |
| Anexo 1..... | 39 |

Índice de Tablas

| | |
|--|----|
| Tabla 1 Análisis y Síntesis FODA..... | 10 |
| Tabla 2 Modelo de Negocio Canvas | 14 |
| Tabla 3 Precios Plan Individual..... | 21 |
| Tabla 4 Precios Plan Dúo | 22 |
| Tabla 5 Inversiones y aportes | 27 |

| | |
|---|----|
| Tabla 6 Proyección de ingresos trimestrales..... | 28 |
| Tabla 7 Proyección de ingresos anuales..... | 29 |
| Tabla 8 Costos Fijos Operacionales | 29 |
| Tabla 9 Proyección Anual de Costos Fijos Operacionales..... | 29 |
| Tabla 10 Proyección Anual de Costos Variables..... | 30 |
| Tabla 11 Depreciación de activos según vida útil..... | 30 |
| Tabla 12 Inversión inicial..... | 30 |
| Tabla 13 Flujo de caja | 31 |
| Tabla 14 Análisis de inversión | 32 |
| Tabla 15 Organigrama..... | 33 |
| Tabla 16 Cargos y funciones..... | 33 |

Índice de Figuras

| | |
|--|----|
| Ilustración 1 Árbol del Problema | 11 |
| Ilustración 2 Grafico Grupos Etarios | 16 |
| Ilustración 3 IMC Población Encuestada | 17 |
| Ilustración 4 Nivel de actividad física | 17 |
| Ilustración 5 "¿Cómo prefieres realizar actividad física o deporte?"..... | 18 |
| Ilustración 6 "¿Que es más importante para la salud?" | 18 |
| Ilustración 7 "¿Qué tipo de entrenamiento, actividad física o deporte prefieren realizar?" | 19 |
| Ilustración 8 Preferencia de pago por una sesión de entrenamiento personalizado..... | 19 |
| Ilustración 9 Logo NED | 23 |
| Ilustración 10 Carta Gantt 1er trimestre..... | 34 |
| Ilustración 11 Carta Gantt 2do trimestre | 34 |
| Ilustración 12 Carta Gantt 3er trimestre | 35 |

I. PRESENTACIÓN

Título

Creación empresa Nutrición y Entrenamiento Deportivo “NED”

Lugar de realización del proyecto.

Sector Placilla-Curauma, Valparaíso.

1.1. Resumen

“Nutrición y Entrenamiento Deportivo (NED)”, es un proyecto que busca crear un servicio completo y multidisciplinario, que integra la nutrición saludable complementada con actividad física y/o deporte, apoyando a los usuarios y entregándole las herramientas que les permita alcanzar su bienestar. “Su bienestar”, porque la atención será integral e individualizada, personalizando la atención, y adaptándolas a sus deseos y necesidades. El servicio constará con profesionales en el área de la nutrición y del acondicionamiento físico y deporte. La empresa estará enfocada para personas de ambos sexos y de todas las edades, que busquen una solución integral a sus problemas de sobre peso, obesidad o simplemente quieran mejorar su calidad de vida, junto con educarse y adquirir conocimientos que les permitan tener un estilo de vida saludable y equilibrado.

“Nutrición y Entrenamiento Deportivo” se encargará de cubrir las necesidades energéticas adaptadas a cada persona, incluyendo ejercicio físico rutinario, instaurando en nuestros usuarios el hábito de la actividad física como parte del tratamiento nutricional. El mercado actual, ofrece productos y servicios en el que sólo se abarca uno de los factores influyentes del exceso de peso, ya sea a través de consultas nutricionales o servicios de entrenamientos, pasando por alto que el ejercicio físico constante y una alimentación correcta en conjunto, son de vital importancia y contribuyen en gran medida a lograr la adopción de hábitos y estilos de vida saludables. Nuestro propósito será poder crear en nuestros usuarios la conciencia de la relevancia que tiene el estar bien hoy, y así el mañana poder enfrentar de mejor manera los desafíos que constantemente la ajetreada vida nos impone.

Mediante una atención integral los usuarios podrán adquirir habilidades y conocimientos, como cocina saludable, lectura del etiquetado nutricional, además de sesiones de orientación en situaciones cotidianas como por ejemplo la compra del mes en el supermercado, entre otros.

NED será la solución a los problemas relacionados de la mal nutrición y el sedentarismo que están tan presente en nuestra sociedad, entregará un servicio de entrenamiento funcional, personalizado, exclusivo y complementado con nutrición, los dos pilares fuertes de la vida saludable. El deporte y la nutrición, serán entregados en un solo servicio, buscando posicionar a NED como una empresa líder en la evaluación, diagnóstico y tratamiento de las patologías asociadas a la mal nutrición y sedentarismo.

1.2. Abstract

“Nutrición y Entrenamiento Deportivo (NED)”, is a project that searches to create a full and multidisciplinary service, that mixes a healthy nutrition with physical activity and/or sport, supporting our users and giving them the tools that allows them to reach their well being. “their well being”, because the attention will be comprehensive and customised, personalising the attention, and adapting it to the wishes and needs of the client. The service will count with professionals in the area of nutrition and physical conditioning and sports. The company will be focused to people of both genders and at every age, they are looking for a comprehensive solution to their weight problems, obesity or simply want to improve their quality of life, and educate themselves and acquire knowledge that allows them to have a healthy and balanced life style.

“Nutrición y Entrenamiento Deportivo” manages to cover the energetic needs and adapt them to each person, including a routine physical exercise, establishing on our users the habit of physical activity as a part of the nutritional treatment. The current market offers products and services that only covers one of the influential factors of the excess weight, with nutritional consults or training services, forgetting that physical workouts and a correct diet together are of vital importance and contribute to a great extent to adopt healthier habits and life style. Our purpose will be to create in our users conscience of the relevance that has their current well being, and that way face in a better way the challenges that a busy life may bring.

With an comprehensive attention our users will be able to acquire abilities and knowledge such as healthy cooking, reading of the nutritional facts, and also orientation on their purchases like the grocery shopping every month on the supermarket among others.

NED will be the solution to problems related to bad nutrition and sedentarism that are present in our society, it will give a service of functional training, customised and exclusive, complemented with nutrition two of the strong foundations of a healthy life, the sport and nutrition will be given in one service, looking to position NED as a leading company in the evaluation, diagnostics and treatment of pathologies associated to bad nutrition and sedentarism.

II. JUSTIFICACIÓN

El agitado ritmo de vida, la jornada laboral, las tareas domésticas y responsabilidades de familia, han absorbido de manera considerable el tiempo en nuestros días, dejando menos tiempo disponible para el autocuidado, la relajación, el esparcimiento social y el deporte. Esta agotadora rutina tiene efectos dañinos, tanto para nosotros como para nuestro entorno, el cansancio, el estrés y el malhumor, nos llevan a prácticas poco saludables, como el tabaquismo, la comida rápida y el sedentarismo, que en definitiva nos alejan de lo que hoy tantos llaman “estilo de vida saludable”.

Según el informe “Panorama de la Seguridad Alimentaria y Nutricional de América Latina 2016”, desarrollado por la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) y la Organización Panamericana de la Salud (OPS), un 63% de la población adulta en Chile tiene sobrepeso u obesidad. Esto se debería principalmente a factores de sedentarismo y alimentación errónea, según la Organización Mundial de Salud (OMS), la inactividad física es uno de los principales factores de riesgo de padecer enfermedades crónicas no transmisibles (ECNT), como las enfermedades cardiovasculares, el cáncer y la diabetes, transformando la inactividad física en uno de los principales factores de riesgo de mortalidad a nivel mundial, por lo cual la actividad física tiene importantes beneficios para la salud y contribuye a prevenir las ECNT. Hoy en día los niveles de sedentarismo en Chile son altísimos, tal como lo señala la “Encuesta Nacional de Hábitos de Actividad Física y Deportes 2015”, donde se señala que el porcentaje de población sedentaria en Chile es de un 80,1 %, entendiendo al sedentario como “un sujeto que realiza menos de 30 minutos de ejercicio físico de moderada intensidad, mínimo tres veces por semana”. Si bien ha disminuido un 2,6% entre las mediciones de 2012 (82,7%) y 2015 (80,1%), y un 7% entre 2006 (87,1%) y 2015 (80,1%), los niveles nacionales siguen siendo altísimos, y aunque se está produciendo un aumento en la práctica deportiva, las alternativas tradicionales que entrega el mercado, la falta de tiempo de las personas y la baja individualización en los entrenamientos, abre una oportunidad de mercado para un servicio de entrenamiento y nutrición personalizado, como es el que pretende entregar Nutrición y Entrenamiento Deportivo, por ende la propuesta de mercado de NED estará enfocada en otorgar un servicio personalizado, exclusivo y en los horarios de interés del cliente, aumentando la motivación a la práctica deportiva y realizando un trabajo de educación de actividad física, salud y nutrición, con la finalidad de atacar los altos niveles de sedentarismo y mal nutrición que conllevan a enfermedades crónicas no transmisibles (ECNT).

III. PLATAFORMA ESTRATÉGICA

3.1. Análisis externo

En el mercado de la nutrición y el deporte o actividad física, existen personas que buscan actividades de entrenamiento físico alternativo a las ofertadas con modelos estandarizados, de trabajo en pesas y clases grupales, generándose entonces una oportunidad de mercado creciente, la mayoría de las cadenas de gimnasios entregan la posibilidad de contratar “entrenadores personales”, a un costo extra de la membresía de inscripción, cuyos valores son altos, con la problemática de que en algunos horarios no se puede entrenar de manera cómoda, por la aglomeración de clientes en los horarios punta, perdiendo el grado de exclusividad y comodidad del servicio contratado. Por su parte la oferta de nutrición, actividad física y deporte, se encuentra por separado en la mayoría de las veces, la nutrición tiene su atención en clínicas o centros integrales de salud, donde la actividad física y deporte no tiene su espacio, y los centros masivos de actividad física o deporte, están enfocadas en captar clientes con membresías o inscripciones a bajo precio, ofreciendo un servicio extra de entrenamiento personalizado a un costo mayor, el cual en la mayoría de las veces no incluye asesoría nutricional por un profesional certificado.

En el mercado existe una demanda creciente de personas que desean desarrollar actividad física fuera del modelo convencional de los gimnasios, personas que buscan actividades de entrenamiento físico alternativo a las ofertadas con modelos estandarizados, de trabajo con pesas, maquinas asistidas y clases grupales, generándose entonces una oportunidad de mercado creciente, en donde se incluyen todos aquellos sujetos con poder adquisitivo que van en busca de diferenciación, exclusividad y buenos resultados. Las grandes cadenas de gimnasios entregan la posibilidad de contratar “entrenadores personales”, a un costo extra de la membresía de inscripción, cuyos valores oscilan entre los 250.000 y 350.000 pesos los planes básicos de entrenamiento de 8 y 12 sesiones respectivamente, sesiones que en algunos horarios no se pueden llevar acabo de manera óptima, por la aglomeración de clientes en los horarios punta, perdiendo el grado de exclusividad y comodidad del servicio contratado.

Otro grupo importante a destacar hace referencia a todos aquellos sujetos de consumo que no asisten a gimnasio debido a condiciones médicas, como el extremo sobrepeso, la avanzada edad y/o embarazadas, todos ellos potenciales clientes del servicio nutricional y deportivo en su propio domicilio. Importante además realizar una lectura transversal al modelo propuesto, ya que el servicio que se oferta pudiese incluir a un múltiple propósito para quien lo consuma.

El público objetivo al cual se pretende abarcar es relativamente reducido si se mira desde el punto de vista de ingresos de la población total, pero es un público con gran poder adquisitivo y dispuesto a pagar más por un servicio de calidad, efectivo y eficiente. Que pide atributos como privacidad, exclusividad y que el servicio sea personalizado. Este público también valora la optimización del tiempo, por lo cual poder entrenar en su hogar o cercano a este, les dejara destinar un mayor tiempo a sus otras actividades, además les ahorrará tiempo buscando cada uno de los componentes por separados para obtener resultados reales. Al ser pioneros en este servicio, los competidores y sustitutos, pueden presentar un problema para ampliar el público objetivo, pero no lo presentan a la hora de mantener la fidelidad de los usuarios debido a la ventaja diferencial de ser integrales.

Los competidores que se pueden encontrar en el mercado son los centros clínicos o consultas integrales de salud, los cuales no entregan en sus servicios actividad física o deporte, y solo realizan recomendaciones de actividad física, por otra parte están las cadenas de gimnasio masivos, como gimnasios fitness, los cuales cuentan con problemas de aglomeración de clientes en los horarios punta, también están los centros de entrenamientos funcional, donde se imparten clases grupales sin la diferenciación de las capacidades y habilidades físicas de cada usuario, situación que se repite en los Box Crossfit, además están los entrenadores personales a domicilio, los cuales no están capacitados para realizar prescripción dietética. También están los spa's, centros de belleza y centros de cirugía estéticas que ofrecen básicamente un resultado "superficial", muchas veces de mayor costo pero que no abarca lo que el proyecto persigue, "cambios en el estilo de vida".

Los medios de difusión de los servicios de la competencia se llevan a cabo directamente en sus sitios web y con publicidad en las redes sociales, además de la captación de nuevos clientes, enviando información a los mail o a través de contacto telefónico. El uso de las plataformas sociales entrega la oportunidad de informar al usuario de los servicios ofertados, promociones y formas de contacto.

Los proveedores de las competencias son marcas reconocidas a nivel nacional y mundial, que cumplen con los estándares de calidad y seguridad, las cual no son firmas exclusivas de los competidores, por lo cual igualar o superar los estándares de calidad y seguridad de los implementos, máquinas y materiales deportivos y de evaluación nutricional, no están lejanos a la inversión del proyecto que busca entregar un servicio de calidad y seguro.

3.2. Análisis interno

Hoy en día el mercado ofrece los servicios de nutrición y actividad física por separado, ya sea en centros de salud o gimnasios masivos, donde por lo general no existe un trabajo multidisciplinario, por lo cual ofertar un producto que contemple la nutrición y el deporte de manera conjunta ya se transforma en un servicio innovador, y si a esto se le suma la entrega de este producto a domicilio, exclusivo y personalizado, posicionara a NED como una empresa atractiva e innovadora en el mercado de la nutrición y la actividad física y/ o deporte.

Nutrición y Entrenamiento Deportivo estará constituidas por profesionales relacionados con el área de la nutrición y la alimentación, acondicionamiento físico y deporte, como nutricionistas, profesores de educación física y/o preparadores físicos, entre otros, todos profesionales con especificidad en la nutrición deportiva, actividad física y salud, otorgando un servicio de alta calidad.

NED constará de materiales y equipamientos de primer nivel y de última generación para la realización de las evaluaciones nutricionales, guías de nutrición y entrenamientos personalizados a domicilio, que garantizará una entrega de servicio óptimo y de muy buena calidad, todo enfocado en el cumplimiento de los objetivos acordado con y por el cliente.

Nutrición y Entrenamiento Deportivo consignará activos fijos como vehículo de transporte de materiales, insumos para la evaluación nutricional y materiales de entrenamiento deportivo de alta calidad, lo cual será financiado a través de la postulación a SERCOTEC (Capital Semilla Emprende).

NED como futura empresa establecerá su misión y visión de la siguiente forma:

- **Misión:** Nuestra Misión es ofrecer servicios y productos enfocados en el área nutricional y deportivo integral, promoviendo la formación e instauración de hábitos de alimentación y ejercicio adecuados, que permitan un mejor desempeño en la vida personal, deportiva, social y laboral de nuestros clientes; aportando a la creación de una sociedad más saludable.
- **Visión:** Nuestra Visión es ser un referente de excelencia en cuanto a hábitos y conductas saludables se trate. Trabajando siempre con los mejores profesionales, pero ante todo con buenas personas, enfocadas a cambiar y mejorar estilos de vida y a educar a nuestros clientes, siempre respaldado en los mejores equipos y personal calificado.

3.3. Síntesis o matriz FODA

La matriz FODA es una herramienta de análisis que puede ser aplicada a cualquier situación, individuo, producto, empresa, etc. Que esté actuando como objeto de estudio.

En relación a este, el análisis FODA, es una herramienta que nos permite conformar un cuadro de la situación actual del proyecto, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso de su descripción.

| FORTALEZAS | OPORTUNIDADES |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none">- Proyecto innovador- Personal de Trabajo experto en cada servicio.- Bajo costo de inversión del proyecto.- Privacidad, exclusividad y servicio personalizado.- Atención a domicilio a personas con problemas de movilidad motriz. | <ul style="list-style-type: none">- Altos índices de sedentarismo en la población chilena.- Niveles altos de sobrepeso y obesidad en Chile.- La competencia entrega solo un servicio, sin complementar la actividad física con la nutrición.- Un interés creciente por la actividad física y alimentación saludable.- Aumento de la demanda por servicios personalizados. |
| DEBILIDADES | AMENAZAS |
| <ul style="list-style-type: none">- Servicio nuevo en el mercado de la nutrición, actividad física y deporte.- Publico objetivo reducido. | <ul style="list-style-type: none">- Las cadenas de gimnasios masivos, spa's, centros de belleza, centros de cirugía estéticas, entrenadores personalizados a domicilio.- Ofertas de mercado de las cadenas de gimnasios. |

Tabla 1 Análisis y Síntesis FODA

3.4. Identificación del problema: Metodología árbol de problemas.

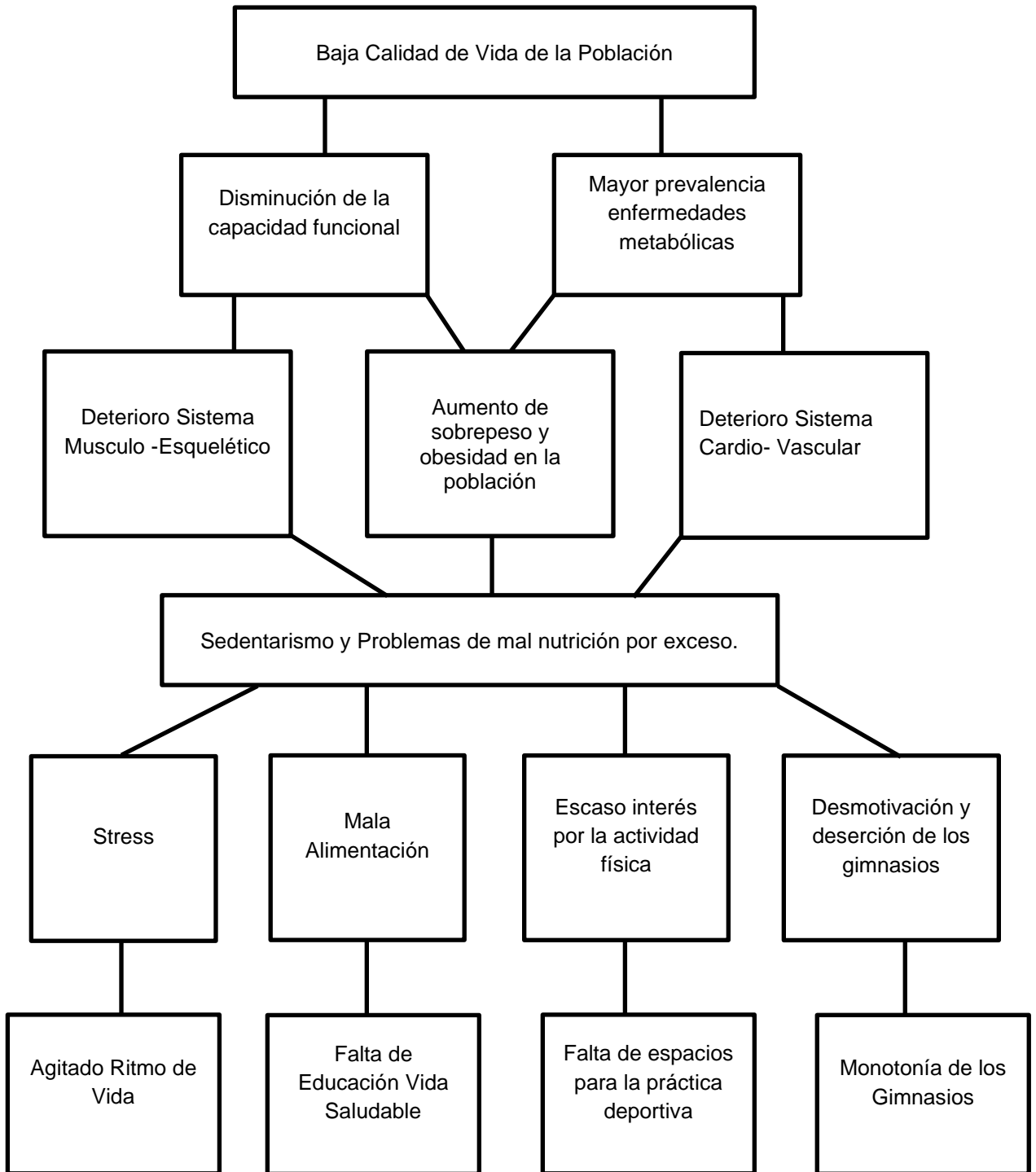


Ilustración 1 Árbol del Problema

IV. OBJETIVOS

4.1. General:

- Generar la empresa “Nutrición y Entrenamiento Deportivo (NED)”, con el propósito de entregar un servicio innovador de atención integral a las personas en los ámbitos de nutrición, actividad física y deporte, orientado a mejorar la calidad de vida.

4.2. Específicos:

- Posicionar a “Nutrición y Entrenamiento Deportivo (NED)”, como una empresa líder en la evaluación y diagnóstico en el campo de la nutrición y actividad física a domicilio en el medio regional y nacional.
- Desarrollar un programa de nutrición y actividad física que cumpla con los requerimientos y necesidades de los usuarios.
- Ofertar una variada gama de servicios complementarios, destinados a satisfacer las necesidades de los clientes en mejora de su calidad de vida.
- Establecer una casa matriz de atención en el sector de Placilla-Curauma en Valparaíso.
- Constituir un “Centro de Nutrición y Entrenamiento Deportivo” en las Ciudades de Valparaíso y Viña Del Mar.

V. METAS E INDICADORES

5.1. Metas

El proyecto busca cumplir con las siguientes metas.

- En el 1er semestre tener activo 5 clientes con planes básicos o dúos.
- En el 2do semestre aumentar a 8 clientes con planes básicos o dúos.
- Al finalizar el 1er año alcanzar la meta de 10 clientes con planes básicos o dúos.
- En el 1er semestre del 2do año establecer la casa matriz de atención en el sector de Placilla-Curauma en Valparaíso
- En el 2do año ampliar mercado a otros sectores de Valparaíso y Viña del Mar.
- En el 3er año establecer la casa matriz “Centro de Nutrición y Entrenamiento Deportivo” en el plan Valparaíso y Viña del Mar.

5.2. Indicadores

- Número de clientes activos con planes básicos o dúos en el 1er y 2do semestre.
- Cantidad de clientes con planes activos al finalizar el 1er año de funcionamiento.
- Inauguración casa matriz NED, sector Placilla-Curauma Valparaíso.
- Número de clientes activos con planes básicos o dúos de otros sectores de Valparaíso y Viña del Mar.
- Inauguración casa matriz “Centro de Nutrición y Entrenamiento Deportivo” en sector céntrico de Valparaíso y Viña del Mar.

A través de los balances financieros y flujos de caja se verificara la sustentabilidad del proyecto y de la empresa, buscando siempre un balance positivo y ganancias para la reinversión en el crecimiento y posicionamiento de la empresa Nutrición y Entrenamiento Deportivo.

VI. MODELO DE NEGOCIO CANVAS

| Socios Clave | Actividades Clave | Propuesta de Valor | Relación con Clientes | Segmentos de Cliente |
|--|---|---|---|---|
| <p>Nutricionistas</p> <p>Profesionales de la Actividad Física y Deporte</p> <p>Medios online</p> <p>Clubes deportivos</p> <p>Proveedores.</p> | <p>Ev. Nutricional y deportiva del usuario.</p> <p>Diseño de planes</p> <p>Acordar horarios de consulta y entrenamiento</p> <p>Monitoreo 24/7.</p> | <p>Servicio de Nutrición y Entrenamiento Personalizado a Domicilio, con enfoque en la mejorada de calidad de vida y competencia deportiva.</p> | <p>Evaluación inicial de las condiciones del cliente.</p> <p>Diseñar plan nutricional y de entrenamiento personalizado y horario ajustado al cliente.</p> | <p>Hombres y mujeres con una edad mínima de 15 años, con interés y afinidad por la nutrición, actividad física y deporte, del sector de</p> |
| | <p>Recursos Clave</p> <p>Desarrollo de Políticas de comunicación.</p> <p>Entrega del servicio a domicilio.</p> <p>Cumplimiento de metas del cliente.</p> | | <p>Canales</p> <p>Página web, redes sociales, publicidad en eventos deportivos.</p> | <p>Placilla y Curauma, con ingreso económico alto.</p> |
| <p>Estructura de Costo</p> <p>Compra de insumos de nutrición, de entrenamiento, diseño del sitio web, sueldo de los empleados, renovación de material, campaña de publicidad.</p> | | <p>Fuentes de Ingreso</p> <p>Venta de planes de nutrición y entrenamiento personalizados a domicilio de 8, 12, 16, 20 y 24 sesiones.</p> | | |

Tabla 2 Modelo de Negocio Canvas

VII. PLANES DE ACTUACIÓN

7.1. Plan de Marketing

En esta etapa del proyecto, se realizó el estudio de mercado, en el que se analizó la viabilidad desde el punto de vista comercial y productivo de la creación de la empresa Nutrición y Entrenamiento Deportivo.

7.1.1. Descripción del Mercado

Potenciales clientes

Sera un público con gran poder adquisitivo y dispuesto a pagar más por servicios de calidad, efectivos y eficientes, que buscan atributos como privacidad, exclusividad y que el servicio sea personalizado, sin distinción de género. La zona de intervención serán los sectores de Placilla y Curauma.

Rango de edad de los clientes

El rango de edad de las personas a las cuales está destinado el proyecto es a los mayores de 15 años, pero se puede ampliar el rango etario debido a que el proyecto está enfocado en satisfacer las necesidades de los interesados en los servicios de NED, con un público objetivo entre los 30 y 65 años.

Estudio del mercado

El estudio de mercado fue llevada a cabo a través de una encuesta online realizada en **google forms**, la cual fue compartida en la plataforma Facebook, en primera instancia se llevó a cabo una prueba piloto de la cual participaron 50 sujetos, posteriormente se volvió a realizar la encuesta con la participación final de 100 sujetos.

Encuesta

La encuesta fue de tipo dicotómica con 9 preguntas de aceptación del mercado al cual se apunta con el proyecto, utilizando además la encuesta como publicidad y creación de base de datos de futuros clientes (Anexo 1).

Población

La caracterización de la muestra final fue de un total de 100 sujetos, de los cuales un 60% fueron hombres y un 40% mujeres, con un grupo etario predominante de 19 años a 30 años (60%).

Análisis de los resultados

Según los datos recolectados de las 100 encuestas recibidas, podemos inferir que la mayoría de los participantes se encuentra en el grupo etario de 18 años a 30 años (60%) y además que el 92% corresponden a adultos (mayores de 18 años y menores de 60 años)

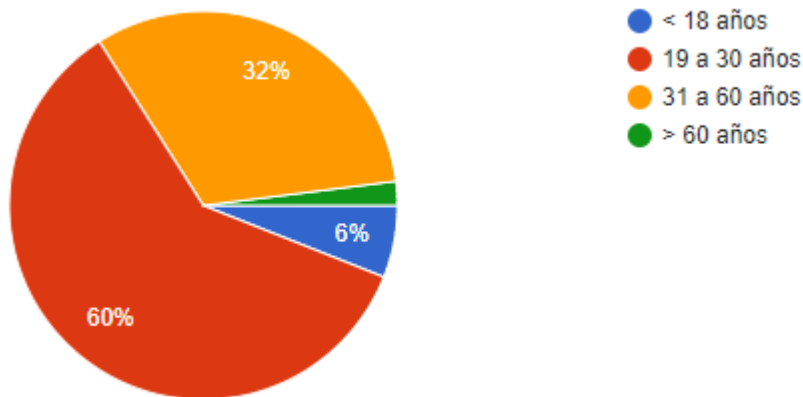


Ilustración 2 Grafico Grupos Etarios

Con la recolección de los datos de peso y talla (pregunta 1 y 2), se usó la información para calcular el IMC de la muestra, arrojando la información que de un total de 100 encuestados el 61% presenta sobrepeso u obesidad, y que solo el 39% de los encuestados se encuentran en un estado nutricional normal.

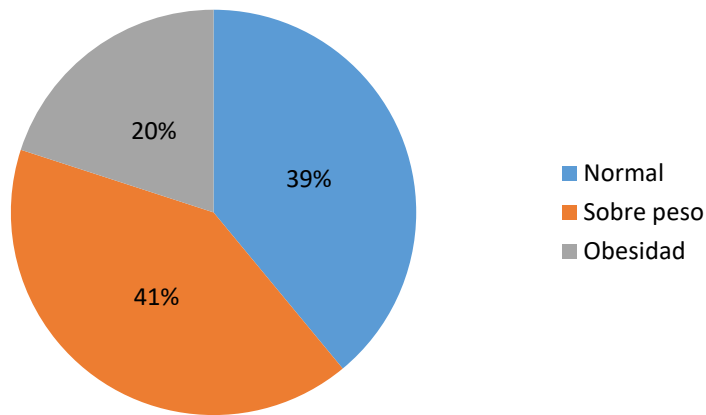


Ilustración 3 IMC Población Encuestada

En base a la pregunta “¿Cuanta actividad física realizas a la semana?”, los encuestados respondieron que un 35% de la muestra realiza actividad física más de 3 veces por semana y que el 41% de los participantes son inactivos físicamente y/o sedentarios.

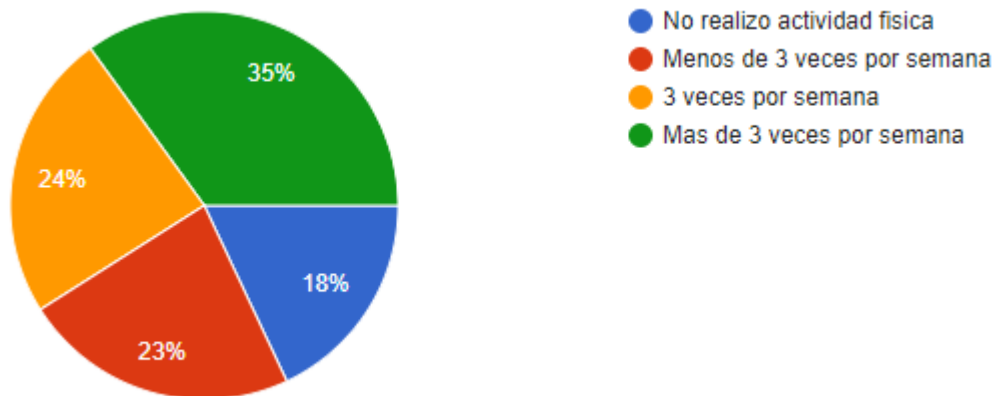


Ilustración 4 Nivel de actividad física

De la pregunta 6 “¿Cómo prefieres realizar actividad física o deporte?” podemos inferir que solo el 17% de las personas prefiere entrenar solo y que un 15 % prefiere las actividades masivas.

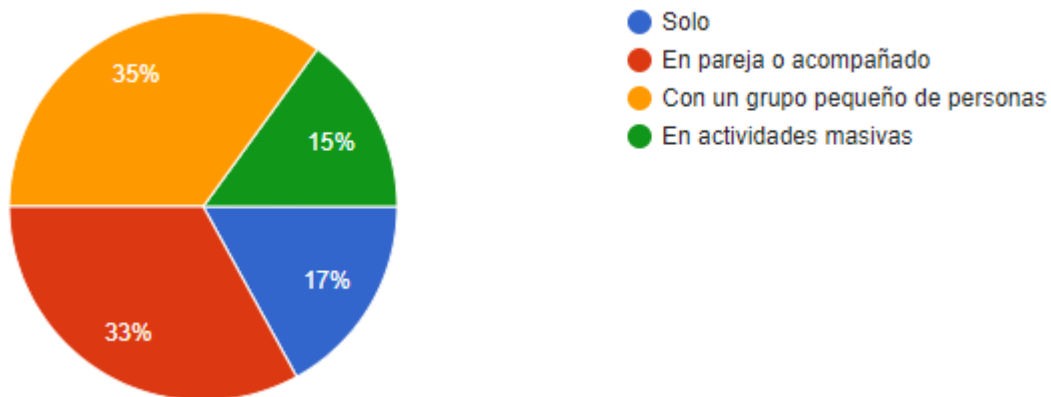


Ilustración 5 “¿Cómo prefieres realizar actividad física o deporte?”

Sobre la pregunta ¿Que es más importante para tu salud?, los encuestados respondieron en su mayoría que tanto la Nutrición y la actividad física son importante (84%).

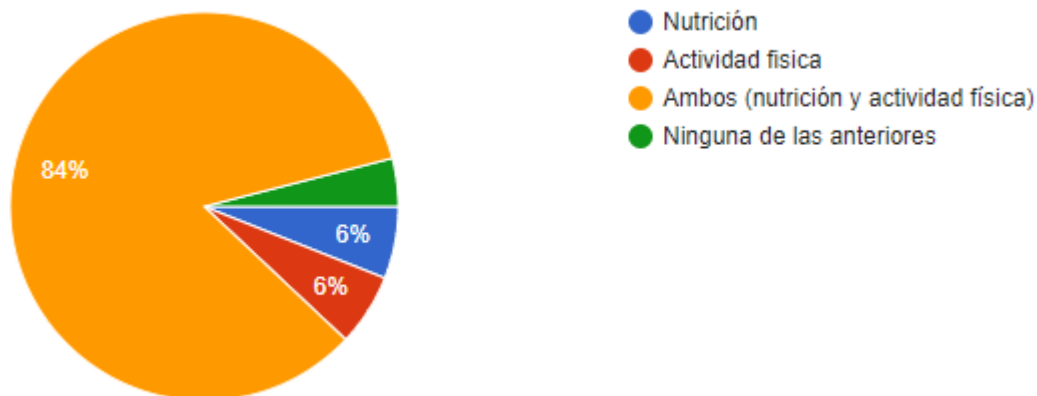


Ilustración 6 "¿Que es más importante para la salud?"

En la pregunta 8 los encuestados indicaron como preferencia sobre qué tipo de entrenamiento, actividad física o deporte preferían realizar, la opción de realizar algún deporte, ya sea futbol, basquetbol, balonmano, tenis, etc. Con un 50% de las preferencias y entre el entrenamiento muscular y funcional suman una preferencia del 30%.

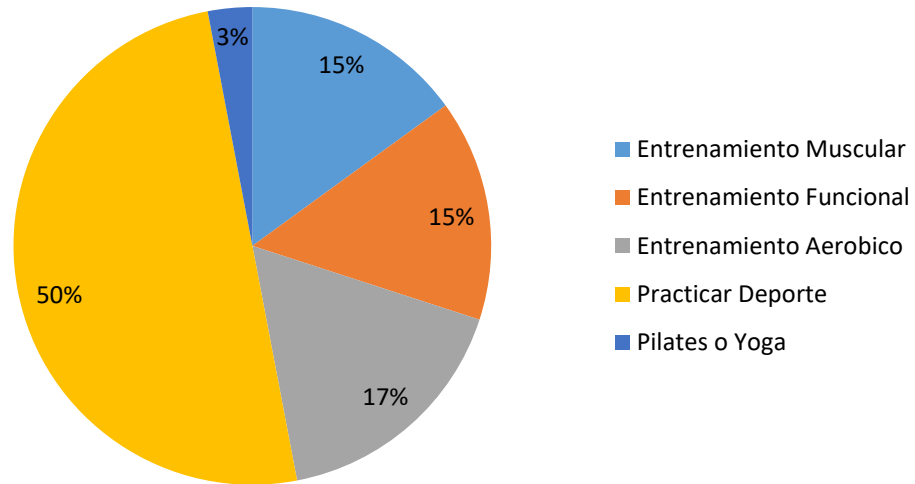


Ilustración 7 "¿Qué tipo de entrenamiento, actividad física o deporte prefieren realizar?"

Sobre la última pregunta, donde debían indicar cuanto pagarían por una clase personalizada, los encuestados indicaron en su mayoría (52%) que pagarían entre \$5.000 y \$7.500 pesos, y un 32% respondió que pagaría entre \$7.500 y \$12.500 pesos chilenos.

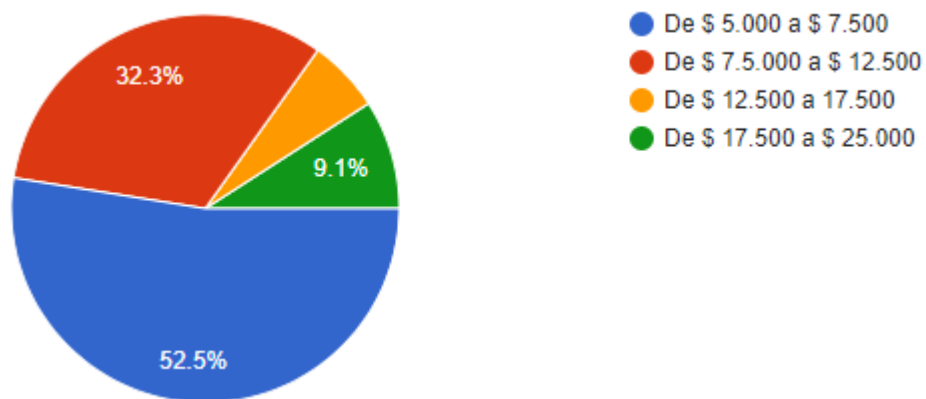


Ilustración 8 Preferencia de pago por una sesión de entrenamiento personalizado

Interpretación de los resultados y toma de decisiones.

En base a los datos obtenidos en la encuesta aplicada, podemos inferir distintos puntos importantes para el desarrollo del proyecto. En primera instancia el grupo etario que más participo de la encuesta es a la que pretende abordar el proyecto de FSN, que son los del grupo etario adulto, tanto los de 19 años a 30 años (60%), que son adultos jóvenes que aún se encuentran con interés en mantener una vida activa y saludable, por otra parte los del grupo de 30 a 60 años (32%) que son potenciales clientes que ya se encuentran en una vida agitada con poco tiempo para realizar actividad física, ya sea por sus responsabilidades laborales o familiares.

Dentro de la información recabada nos encontramos con índices altos de sobre peso y obesidad que reflejan la realidad de la sociedad chilena, donde un 61% de los encuestados presenta sobre peso u obesidad, por ende son posibles clientes que a futuro querrán cambiar su estado nutricional y evitar enfermedades relacionadas con la mala alimentación y/o la falta de actividad física. Sobre este último punto la encuesta nos entrega la información de que un 41% de los participantes son inactivos físicamente y/o sedentarios, transformándolos en potenciales clientes que quieran cambiar su estilo de vida inactiva y/o sedentaria, en una vida más saludable.

Los encuestados en su mayoría (84%) indicaron que la Nutrición y la Actividad Física son importantes para la salud, lo cual refleja un interés en los pilares del proyecto FSN, pues hoy en día cada vez son más las personas que relacionan estos 2 puntos (nutrición y actividad física) a una mejora de calidad de vida. Sobre los intereses de qué tipo de actividad física o deporte prefieren realizar, solo un 30% indicó que prefieren realizar entrenamiento muscular o funcional, además un 68% señaló que prefiere realizar actividad física acompañado o en pareja (33%) y/o en un grupo pequeño de personas (35%), solo el 17% prefiere entrenar solo, por lo cual se deberán buscar estrategias para poder abarcar el grupo mayoritario de gente a futuro, lo cual podría ser ofertar clases grupales en la casa matriz de FSN o en las dependencias de empresas o instituciones que contraten de nuestros servicios. Sobre los valores que pagarían los encuestados por una clase personalizada, se podrían asociar al tipo de servicio que contraten, pues en la casa matriz de FSN las clases personales podrían tener un valor de entre \$5.000 y \$7.500 (52%) y si contratan un plan a domicilio las clases podrían tener un costo entre \$7.500 y \$12.000 la sesión de entrenamiento.

7.1.2. Descripción del Servicio.

Nutrición y Entrenamiento Deportivo (NED), será una empresa que buscare crear un servicio completo y multidisciplinario, que integrara la nutrición saludable complementada con actividad física y/o deporte, apoyando a nuestros usuarios y entregándoles las herramientas que les permitirá alcanzar su bienestar, la atención será integral e individualizada, personalizando la atención, y adaptándolas a sus deseos y necesidades. El servicio contará con profesionales en el área de la nutrición y del acondicionamiento físico y deporte. La empresa estará enfocada para personas de ambos sexos y de todas las edades, que busquen una solución integral a sus problemas de sobre peso, obesidad o simplemente quieran mejorar sus calidad de vida, junto con educarse y adquirir conocimientos que les permitan tener un estilo de vida saludable y equilibrado.

7.1.3. Política de Precios

Los precios fueron ajustados en base al análisis de mercado, tanto por las preferencias de los usuarios, como también por los valores de la competencia, en las áreas de la nutrición y entrenamiento personalizado, los cuales serán reajustados anualmente en un 2.5 %.

Precios

| Servicio individual | costo |
|--|------------|
| Consulta nutricional integral a domicilio | \$ 25.000 |
| Sesión de entrenamiento personalizado a domicilio | \$ 16.500 |
| Pack 8 sesiones (1 mes, 2 veces por semana) (1 consulta nutricional + 7 sesiones de entrenamiento) | \$ 130.000 |
| Pack 12 sesiones (1 mes, 3 veces por semana) (1 consulta nutricional + 11 sesiones de entrenamiento) | \$ 180.000 |

Tabla 3 Precios Plan Individual

| Servicio dúo | Costo |
|---|-----------|
| Consulta nutricional integral a domicilio (por persona) | \$ 20.000 |
| Sesión de entrenamiento personalizado a domicilio | \$ 22.000 |

| | |
|--|------------|
| Pack 8 sesiones (1 mes, 2 veces por semana) (2 consulta nutricional + 7 sesiones de entrenamiento) | \$ 170.000 |
| Pack 12 sesiones (1 mes, 3 veces por semana) (2 consulta nutricional + 11 sesiones de entrenamiento) | \$ 240.000 |

Tabla 4 Precios Plan Dúo

7.1.4. Política de Comunicación

Promociones

Se realizara una campaña de lanzamiento de la empresa, donde se sorteara un consulta nutricional o entrenamiento personalizado entre todos los que participen de la encuesta de mercado y también se regalaran sesiones de entrenamiento y consulta nutricional entre el público que participe de manera activa de las plataformas de redes sociales de NED (Facebook, Instagram y Twitter). Como empresa se ofertarán planes o combos de sesiones de consulta nutricional y entrenamiento personalizado a menor costo tanto en modalidad individual como dúo, donde también se beneficiaría con descuentos en sus planes a los clientes que realicen recomendaciones de nuestros servicios a futuros usuarios.

Campañas Publicitarias

NED trabajara su publicidad a través de las plataformas de redes sociales, (Facebook, Instagram y Twitter), donde por medio de diferentes campañas se buscara la captación de nuevos clientes. Las redes sociales de NED contendrán toda la información del servicio, desde la descripción del producto, medios de contacto y precios, además su estarán publicando a través de estas redes sociales, información relacionada con la nutrición y el deporte, como también videos con resúmenes de los entrenamientos realizados con nuestros usuarios (previo consentimiento de estos)

Campaña de lanzamiento: Se realizara una campaña de lanzamiento a través de las plataformas de redes sociales (Facebook, Instagram y Twitter), regalando sesiones de entrenamiento o consulta nutricional, además se realizara una actividad de lanzamiento de entrenamiento grupal entre los usuarios de nuestras redes sociales, donde se invitara a deportistas destacados a participar de estas sesiones de entrenamiento.

Relaciones Públicas

Con la finalidad de ampliar el mercado de la empresa, se realizaran alianzas con clubes deportivos, con beneficios de descuentos a los socios de estas instituciones, donde se realizaran charlas de nutrición y de entrenamientos grupales para los socios de los clubes deportivos que quieran realizar una alianza publicitaria.

Merchandising

Se llevara a cabo la confección de indumentaria de trabajo con la imagen de la empresa NED, con la finalidad de uniformar a los profesionales ligados a la empresa, además se confeccionaran poleras de entrenamiento, morrales y bolsa reutilizables, que podrán ocupar nuestros usuarios en sus actividades deportivas o en sus quehaceres cotidianos.



NUTRICIÓN Y ENTRENAMIENTO DEPORTIVO

Ilustración 9 Logo NED

7.2. Plan de Operaciones

En el plan de operaciones, se identificarán los procesos, el funcionamiento y la operatividad que requiere el proyecto para ser ejecutable en términos del producto ofrecido. En este plan de operaciones, se determinan las demandas que se requieren en términos de localización, servicios principales y complementarios, organización y materiales para que el proyecto funcione.

7.2.1. Naturaleza del Proyecto.

El proyecto es un emprendimiento, que busca la creación de la empresa Nutrición y Entrenamiento Deportivo.

7.2.2. Localización del Proyecto.

El proyecto se desarrollara en los sectores de Placilla y Curauma de la Comuna de Valparaíso, 5ta región, Chile.

7.2.3. Programa de nutrición y entrenamiento

NED prestara un servicio combinado de atención nutricional y de entrenamiento personalizado a domicilio en los sectores de Placilla y Curauma, por lo cual dispondrá de una planificación de carga de trabajo que cubra las necesidades y requerimientos del usuario, con disposición 24/7, con una staff de trabajo disponible para la cobertura de los horarios reservados por los clientes.

7.2.4. Servicio principal y complementario

Las planificaciones de las consultas nutricionales y entrenamientos, estarán relacionadas con los objetivos planteados en conjunto con el usuario, por lo cual ante cualquier eventualidad de la ausencia de algún entrenador personal o nutricionista, estos podrán ser reemplazado por otro profesional idóneo, sin afectar la planificación de los entrenamientos y los objetivos planteados y acordados en conjunto.

7.2.5. Inversión del Proyecto.

En términos financieros, se necesitará identificar y describir las inversiones que el proyecto NED requiere para dar inicio. NED dispondrá de implementos deportivos de la más alta calidad, los cuales serán renovados periódicamente con la finalidad que evitar algún accidente producto de algún material en mal estado, por lo cual se trabajara directamente con un proveedor o una empresa de servicios de ventas de implementos deportivos, con la finalidad de renovar los materiales de manera rápida, evitando la suspensión o postergación del servicio por falta de material.

La inversión inicial que requiere éste proyecto, corresponde a equipamiento para llevar acabo los servicios de consulta nutricional y entrenamiento personalizado, en este concepto se incluyen la implementación deportiva, indumentaria de trabajo y otros materiales que se detallarán a continuación.

7.2.6. Costos Operacionales.

Los costos operacionales del proyecto NED son los siguientes:

- **Costos en Publicidad**

Corresponde a la publicidad realizada en las plataformas de redes sociales o Marketing Digital, el cual tendrá un costo mensual de \$ 30.000, además se confeccionara un

pendón roller de 80x200 cms, en el cual se considera su elaboración y el diseño. Es un costo único y su valor es de \$110.000.- (IVA incluido).

7.2.7. Costo Recursos Humanos.

Para llevar a cabo el proyecto NED se necesitará de profesionales altamente capacitados que permitan entregar un servicio de calidad, para así poder satisfacer las necesidades y expectativas de todos nuestros clientes.

El número y diversidad de profesionales involucrados en el proyecto va a depender de las necesidades y requerimientos que tengan los clientes, además de la demanda del mercado por los servicios de NED. En el flujo de caja se considera solamente las remuneraciones de los nutricionistas y profesores por cliente y plan básico contratado, los cuales serán reajustados en un 2% anualmente. Estos pagos se detallan de la siguiente forma:

- Nutricionista
Corresponde al costo de \$ 12.000 pesos por consulta nutricional de los planes ofertados.

- Profesores de Educación Física o Preparador Físico
Corresponde a un costo de \$10.000 por clase realizada de los planes ofertados.

VIII. PLAN LEGAL

Es uno de los planes fundamentales de NED, ya que se darán a conocer los aspectos contractuales que son de gran relevancia en el funcionamiento del proyecto, donde la principal acción es la creación de una “Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (EIRL)” las cuales son personas jurídicas, formadas exclusivamente por una persona natural, con patrimonio propio y distinto al del titular, que realizan actividades de carácter netamente comercial (no de actividades de segunda categoría). Las EIRL están sometidas a las normas del Código de Comercio, cualquiera sea su objeto, pudiendo realizar toda clase de operaciones civiles y comerciales, excepto las reservadas por la ley a las Sociedades Anónimas (S.A.).

- Primero: Concretar la creación e inscripción de “Nutrición y Entrenamiento Deportivo”, como EIRL, en el portal web del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo de Chile.
- Segundo: Formalizar la recepción el pago de los clientes por el servicio a contratar, con emisión de boletas de honorarios.
- Tercero: Realizar la contratación y pago de los profesionales involucrados, según las necesidades de la empresa.

IX. PLAN FINANCIERO

El proyecto será postulado al SERCOTEC (Capital Semilla Emprnde) y se implementara en la comuna de Valparaíso, específicamente en el sector de Placilla y Curauma, con un costo de \$ 3.696.000.

9.1. Inversiones

Se llevara a cabo con un financiamiento compartido, donde un 68% de los aportes serán del Capital Semilla Emprnde (\$ 2.800.000 pesos) y el restante 32% será por aporte de Patrimonio Propio (\$ 896.000 pesos).

| DESARROLLO: | |
|---|---------------------|
| INVERSIONES/ APORTES | |
| REFERENCIAS: | |
| 1) Inversión | |
| a) Aporte Capital Semilla (68 %) | \$ 2,800,000 |
| | |
| b) Aporte con Patrimonio Propio (32 %) | \$ 896,000 |
| Inversión Total | \$ 3,696,000 |
| | |
| Inversión Activos | |
| Materiales e Insumos Nutrición y Entrenamiento | \$ 2,720,000 |
| | |
| Acciones de Gestión Empresarial | |
| Acciones de Marketing | |
| Merchandising | \$ 563,800 |
| Promoción, Publicidad y Difusión | \$ 412,200 |
| Total | \$ 976,000 |

Tabla 5 Inversiones y aportes

9.2. Ingresos.

Los ingresos corresponden a la proyeccion de la demanda, la cual es directamente proporcional a las metas propuestas en el primer año de funcionamiento, la proyección de los ingresos se hizo en base al valor del Plan Individual de 8 sesiones, el cual tiene un costo de

\$130.000, realizándose el flujo de caja en relación con las metas propuestas, proyectando captar un cliente nuevo cada 2 meses, proyectando terminar con 10 clientes activos en el primer año, con un total de 90 sesiones de servicio personalizado, planeando realizar un promedio de 180 y 240 servicios en el segundo y tercer año respectivamente.

A continuación, se detalla proyección de los ingresos por trimestre y anual.

| Meses | 1 | 2 | 3 | 4 |
|--|------------|------------|------------|------------|
| Cantidad Personalizados (Plan Básico 8 sesiones) | 5 | 5 | 6 | 6 |
| Precio Plan Básico | \$ 130,000 | \$ 130,000 | \$ 130,000 | \$ 130,000 |
| Total | \$ 650,000 | \$ 650,000 | \$ 780,000 | \$ 780,000 |

| Meses | 5 | 6 | 7 | 8 |
|--|------------|------------|--------------|--------------|
| Cantidad Personalizados (Plan Básico 8 sesiones) | 7 | 7 | 8 | 8 |
| Precio Plan Básico | \$ 130,000 | \$ 130,000 | \$ 130,000 | \$ 130,000 |
| Total | \$ 910,000 | \$ 910,000 | \$ 1,040,000 | \$ 1,040,000 |

| Meses | 9 | 10 | 11 | 12 |
|--|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Cantidad Personalizados (Plan Básico 8 sesiones) | 9 | 9 | 9 | 9 |
| Precio Plan Básico | \$ 130,000 | \$ 130,000 | \$ 130,000 | \$ 130,000 |
| Total | \$ 1,170,000 | \$ 1,170,000 | \$ 1,300,000 | \$ 1,300,000 |

Tabla 6 Proyección de ingresos trimestrales

| Años | 1er año | 2do año | 3er año |
|---|----------------------|----------------------|----------------------|
| Cantidad Personalizados (Plan Básico 8 sesiones) | 90 | 180 | 240 |
| Precio Plan Básico | \$ 130,000 | \$ 133,250 | \$ 136,581 |
| TOTAL | \$ 11,700,000 | \$ 23,985,000 | \$ 32,779,500 |

Tabla 7 Proyección de ingresos anuales

9.3. Costos Fijos.

Se consideraron como costos fijos los ítems de gastos de administración y marketing digital, los cuales tendrán un reajuste anual de 2%.

| COSTOS FIJOS (OPERACIONALES) | Costo por mes |
|-------------------------------------|---------------|
| Gastos de administración | \$ 50,000 |
| Marketing Digital | \$ 30,000 |

Tabla 8 Costos Fijos Operacionales

| COSTOS: | | | |
|-------------------------------------|------------|------------|------------|
| COSTOS FIJOS (OPERACIONALES) | 1er año | 2do año | 3er año |
| Gastos de administración | \$ 360,000 | \$ 367,200 | \$ 374,544 |
| Marketing Digital | \$ 360,000 | \$ 367,200 | \$ 374,544 |

Tabla 9 Proyección Anual de Costos Fijos Operacionales

9.4. Costos Variables

Se consideraron como costos variables el combustible de vehiculos de traslado de materiales, las remuneraciones mensuales de los servicios de nutricionista y entrenamiento personal, los cuales estan directamente relacionados a las metas propuestas de captacion de clientes en el primer año de funcionamiento.

| COSTOS VARIALES | 1er año | 2do año | 3er año |
|------------------------|---------|---------|---------|
| | | | |

| | | | |
|-------------------------|---------------------|----------------------|----------------------|
| Bencina Traslado | \$ 1,170,000 | \$ 2,398,500 | \$ 3,277,950 |
| Sueldo Personal Treiner | \$ 6,300,000 | \$ 12,852,000 | \$ 13,173,300 |
| Nutricionista | \$ 1,080,000 | \$ 2,203,200 | \$ 2,258,280 |
| TOTAL | \$ 9,270,000 | \$ 18,188,100 | \$ 19,458,618 |

Tabla 10 Proyección Anual de Costos Variables

9.5. Depreciaciones.

La inversión inicial de activos se depreciará según su vida útil, por lo cual el equipamiento tendrá una depreciación anual, como se detalla en la siguiente tabla.

| Años de vida útil | 1 | 2 | 3 | Total |
|----------------------------------|------------|--------------|------------|--------------|
| Inversión por grupo de vida útil | \$ 467,560 | \$ 1,329,560 | \$ 922,880 | \$ 2,720,000 |
| Depreciaciones por año | \$ 467,560 | \$ 664,780 | \$ 307,627 | \$ 1,439,967 |

Tabla 11 Depreciación de activos según vida útil

9.6. Inversiones.

La inversión inicial en materiales e insumos de nutrición y entrenamiento será de \$ 2.720.000 y en Acciones de Gestión Empresarial de \$ 976.000, donde este último se divide en inversión de Merchandising y Promoción, Publicidad y Difusión.

Se realizaran inversiones anuales en base a la depreciación de los materiales e insumos y merchandising, los cuales serán renovados cuando acabe su vida útil. Estas inversiones anuales se detallan en la siguiente tabla.

| INVERSIÓN | AÑO 0 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 |
|-------------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Equipamiento de 1 año de vida útil | \$ 467,560 | \$ 467,560 | \$ 467,560 | \$ 467,560 |
| Equipamiento de 2 años de vida útil | \$ 1,329,560 | | | \$ 1,322,580 |
| Equipamiento de 3 años de vida útil | \$ 922,880 | | | |
| Merchandising | \$ 563,800 | \$ 563,800 | \$ 563,800 | \$ 563,800 |
| TOTAL \$ | \$ 3,283,800 | \$ 1,031,360 | \$ 1,031,360 | \$ 2,353,940 |

Tabla 12 Inversión inicial

9.7. Flujo de Caja del Proyecto.

A continuación se detalla el resultado de la operación financiera anual de NED.

| Flujo de caja anual (cifras expresadas en \$) | año 0 | 1er año | 2do año | 3er año |
|---|----------|----------|-----------|-----------|
| Ingresos | | 11700000 | 23985000 | 32779500 |
| (-) Costos fijos (operacionales) | | -8910000 | -17820900 | -19084074 |
| (-) Depreciación materiales | | -1031360 | -1031360 | -2353940 |
| Utilidad antes de impuesto | | 1758640 | 5132740 | 11341486 |
| (-) Impuesto a la renta | | -439660 | -1283185 | -2835372 |
| Utilidad después de impuesto | | 1318980 | 3849555 | 8506115 |
| (+) Depreciación | | 1031360 | 1031360 | 2353940 |
| Inversión | | | | |
| Activos fijos | -2720000 | | | |
| Acciones de gestión empresarial | | | | |
| Merchandising | -563800 | | -563800 | -563800 |
| Promoción, publicidad y difusión | -412200 | | -412200 | -412200 |
| | | | | |
| Flujo neto | -3696000 | 2350340 | 3904915 | 9884055 |
| | | | | |

Tabla 13 Flujo de caja

En base a los flujos netos anuales, se obtienen los siguientes resultados de análisis de la inversión a 3 años.

| | |
|------------------|---------------|
| COSTO DE CAPITAL | 20% |
| VAN | \$ 6,694,302 |
| TIR | 92% |
| Payback | \$ 12,443,310 |

Tabla 14 Análisis de inversión

Según los parámetros de inversión como el Valor Actual Neto (VAN) con un \$ 6.694.302, la Tasa Interna de Retorno (TIR) que se proyecta con un 92% y el Payback de \$ 12.443.310, podemos señalar que plan el proyecto es viable y se recomienda su ejecución.

X. ANÁLISIS ORGANIZACIONAL

Este análisis permitirá determinar la estructura organizacional que requiere la empresa, identificando las funciones a cumplir por cada integrante de NED,

10.1. Organigrama del Proyecto

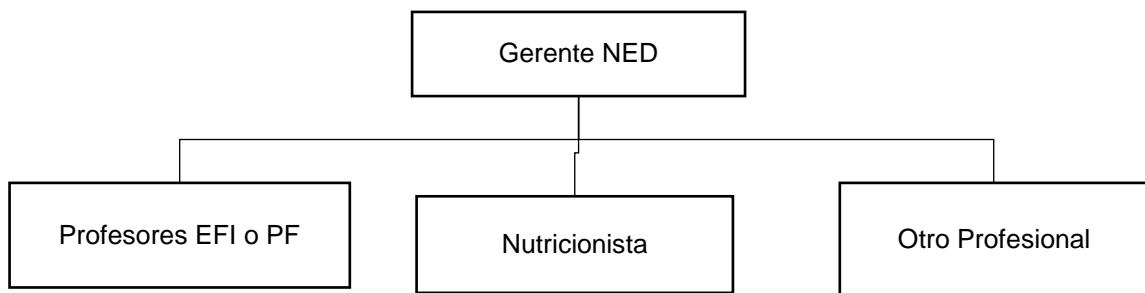


Tabla 15 Organigrama

10.2. Descripción de las Funciones.

La siguiente tabla, da a conocer las funciones de cada participante de la estructura organizacional de la empresa.

| CARGO | FUNCIÓN |
|-------------------------------------|--|
| Gerente NED | Gestionar y supervisar el óptimo funcionamiento de la empresa. |
| Profesores de Educación Física o PF | Planificar y ejecutar las clases de acuerdo a los objetivos y necesidades del cliente. |
| Otro Profesional | Ejecutar los servicios extras que requieran los clientes, (masoterapia, yoga, pilates, etc.) |

Tabla 16 Cargos y funciones

XI. CALENDARIZACION ACTIVIDADES PROYECTO NED

11.1. Carta Gantt

| Actividades | mes 1 | | mes 2 | | mes 3 | | mes 4 | |
|-----------------------------|-------|-----|-------|-----|-------|-----|-------|-----|
| | 1-2 | 3-4 | 1-2 | 3-4 | 1-2 | 3-4 | 1-2 | 3-4 |
| Cotización de Materiales | | | | | | | | |
| Compra de Materiales | | | | | | | | |
| Promoción de Servicio | | | | | | | | |
| Prestación del Servicio | | | | | | | | |
| Captacion de clientes (5) | | | | | | | | |
| Contratacion nuevo personal | | | | | | | | |
| Evaluación del Proceso | | | | | | | | |
| Evaluación Resultados | | | | | | | | |
| Control de Calidad | | | | | | | | |

Ilustración 10 Carta Gantt 1er trimestre

| Actividades | mes 5 | | mes 6 | | mes 7 | | mes 8 | |
|-----------------------------|-------|-----|-------|-----|-------|-----|-------|-----|
| | 1-2 | 3-4 | 1-2 | 3-4 | 1-2 | 3-4 | 1-2 | 3-4 |
| Cotización de Materiales | | | | | | | | |
| Compra de Materiales | | | | | | | | |
| Promoción de Servicio | | | | | | | | |
| Prestación del Servicio | | | | | | | | |
| Captacion de clientes (5) | | | | | | | | |
| Contratacion nuevo personal | | | | | | | | |
| Evaluación del Proceso | | | | | | | | |
| Evaluación Resultados | | | | | | | | |
| Control de Calidad | | | | | | | | |

Ilustración 11 Carta Gantt 2do trimestre

| Actividades | mes 9 | | mes 10 | | mes 11 | | mes 12 | | mes 13 | |
|-----------------------------|-------|-----|--------|-----|--------|-----|--------|-----|--------|-----|
| | 1-2 | 3-4 | 1-2 | 3-4 | 1-2 | 3-4 | 1-2 | 3-4 | 1-2 | 3-4 |
| Cotización de Materiales | ■ | | | | | | | | ■ | |
| Compra de Materiales | | ■ | | | | | | | | ■ |
| Promoción de Servicio | ■ | ■ | | | ■ | ■ | | | ■ | ■ |
| Prestación del Servicio | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| Captacion de clientes (5) | | | | | | | | | | |
| Contratacion nuevo personal | | | | | | | | | | |
| Evaluación del Proceso | ■ | ■ | | | | | | | | |
| Evaluación Resultados | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | | |
| Control de Calidad | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |

Ilustración 12 Carta Gantt 3er trimestre

XII. CONCLUSIONES

En lo referente al proyecto NED, se puede destacar que es innovador, ya que no existe en el mercado un agente que ofrezca el servicio de nutrición, actividad física y/o deporte a domicilio, de manera personalizada y exclusiva, lo cual abre una oportunidad de mercado a este servicio.

Tras el análisis de mercado se llegó a la conclusión de que existe una oportunidad para ofertar el servicio, sobre todo para cubrir las necesidades de atención personalizada y exclusiva del área de la nutrición y la actividad física, que no son capaces de cubrir los centros de salud integral, cadenas de gimnasios, centros de belleza o spa.

Sobre los objetivos que plantea el proyecto en relación al plan de negocios, la finalidad principal de este proyecto de emprendimiento, es lograr una empresa sustentable, por lo cual el desarrollo del plan de marketing será de gran importancia, ya que nos permitirá segmentar el mercado, analizar la competencia y analizar la viabilidad comercial del proyecto.

En lo que compete al plan financiero, donde el flujo de caja se transforma en el principal agente discriminador de sustentabilidad del proyecto, podemos concluir que es rentable en base a las metas y proyecciones planteadas por el proyecto, que según los parámetros de inversión como el Valor Actual Neto (VAN) con un \$ 6.694.302, la Tasa Interna de Retorno (TIR) que se proyecta con un 92% y el Payback de \$ 12.443.310, el proyecto es viable y se recomienda su ejecución.

Por lo tanto el desarrollo del proyecto o empresa NED es viable económicamente, ofertando una solución a aquellas personas que requieren optimizar sus tiempos para poder realizar actividad física de manera personalizada y exclusiva, además ofrece una alternativa para bajar los índices de sobrepeso y sedentarismo, y así disminuir los riesgos de ECNT en la población chilena, ayudando a mejorar la calidad de vida de las personas, en relación a su bienestar físico, emocional y social, a través de la actividad física y la alimentación saludable.

XIII. GLOSARIO

ECNT: Enfermedades Crónicas No Transmisibles

FAO: Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura

NED: Nutrición y Entrenamiento Deportivo.

OPS: Organización Panamericana de la Salud

XIV. BIBLIOGRAFÍA

- Panorama de la Seguridad Alimentaria y Nutricional de América Latina 2016, FAO y OPS, 2016.
- Encuesta Nacional de Hábitos de Actividad Física y Deportes 2015, Gobierno de Chile, Ministerio del Deporte. 2016.
- Preparación y evaluación de proyectos, Nassir Sapag y Reinaldo Sapag. Mc Graw Hill, 5ta Edición, 2008.

XV. ANEXOS

Anexo 1

Encuesta de Mercado NED

1. Sexo:
 - a. Femenino
 - b. Masculino

2. ¿A qué grupo etario perteneces?
 - a. < 18 años
 - b. 19 a 30 años
 - c. 31 a 60 años
 - d. > 60 años

3. ¿Cuánto pesas (kg)?
R:....

4. ¿Cuánto mides (cm)?
R:....

5. ¿Cuánta actividad física realizas a la semana? (sesión de 45 minutos continuos)
 - a. No realizo actividad física.
 - b. Menos de 3 veces por semana
 - c. 3 veces por semana
 - d. Más de 3 veces por semana

6. ¿Cómo prefieres realizar actividad física o deporte?
 - a. Solo
 - b. En pareja o acompañado
 - c. Con un grupo pequeño de personas
 - d. En actividades masivas

7. ¿Qué es más importante para tu salud?
 - a. Nutrición
 - b. Actividad física
 - c. Ambas (nutrición y actividad física)
 - d. Ninguna de las anteriores

8. ¿Qué tipo de entrenamiento, actividad física o deporte prefieres realizar?
 - a. Entrenamiento Muscular
 - b. Entrenamiento Funcional
 - c. Entrenamiento Aeróbico (bicicleta, trotar, nadar, caminar)
 - d. Practicar deporte (futbol, balonmano, basquetbol, tenis, etc.)
 - e. Pilates o Yoga

9. ¿Cuánto pagarías por una sesión de entrenamiento personalizado (pesos chilenos)?
 - a. De \$ 5.000 a \$ 7.500
 - b. De \$ 7.500 a \$ 12.500
 - c. De \$ 12.500 a \$ 17:500
 - d. De \$ 17.500 a \$ 25.000