"PROYECTO DE IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE NUTRICIÓN INTEGRAL EN LÍNEA"

Carlos Humberto Acebo Plaza.
Nelly Tatiana Aguirre Estrada.
Alexandra Patricia Casal Terreros.
Facultad de Ciencias Humanísticas y Empresariales (ICHE)
Escuela Superior Politécnica del Litoral
Campus Gustavo Galindo V. Km. 30.5 Vía Perimetral, P. O. Box 09 01 5863, Guayaquil - Ecuador
cacebo@espol.edu.ec
naguirre@espol.edu.ec
acasal@espol.edu.ec

Resumen

En la mayoría de las enfermedades, la nutrición tiene un papel muy importante, ya que ayuda a tener un mejor tratamiento, así como una excelente recuperación, haciendo que el paciente tenga una mejor calidad de vida. Una alimentación saludable es aquella que contiene todos los nutrientes que el individuo necesita, en cantidad y proporción adecuada. Para ello deben estar representados todos los grupos de alimentos con la frecuencia y ración adecuada, siguiendo las recomendaciones de cada nutriente. Es por esto que en este proyecto hemos desarrollado un centro de Nutrición Integral en línea, donde sea fácil explicar a los usuarios la relevancia del tema nutricional y a la vez permitirles acceder de manera sencilla a planes nutricionales según generalidades que cada persona posee, contarán con una alimentación balanceada, rica en nutrientes que le permitan desarrollarse tanto en su vida personal como profesional, de ser el caso, de una manera activa, proactiva y beneficiosa.

La recopilación y análisis de los datos por medio de una formulación y diseño de investigación cuantitativa como cualitativa, que nos permitió determinar el tamaño del mercado potencial e identificar el perfil, requerimientos y expectativas de los clientes hacia el servicio.

Un análisis de Marketing a profundidad enfocado en el mercado y objetivos del Servicio de Nutrición Integral en línea, proporciona un enfoque direccionado por un Plan de Marketing para adoptar la estrategia de desarrollo de servicio, ya que se ingresará a un mercado existente pero muy poco explotado.

Palabras Claves: *Análisis, Enfoque, estrategia de servicio.*

Abstract

In the majority of the diseases, the nutrition has a very important role, since it helps to have a better treatment, as well as an excellent recovery, doing that the patient has a better quality of life. A healthy diet is one that contains all the nutrients that an individual needs, in quantity and proportion. It should be represented all the food groups with the frequency and ration adequate, following the recommendations of each nutrient. That is why in this project we have developed a nutritional center Integral in line, where it is easy to explain to users the relevance of the item nutritional and to enable once gain simple to nutritional plans as generalities that each person possesses, will have a balanced diet, rich in nutrients to enable developed both in their personal and professional life, to be the case, an active, proactive and beneficial.

The collection and analysis of data using a formulation and design of quantitative and qualitative research, which allowed us to determine the size of the potential market and identify the profile, needs and expectations of customers to the service.

An in-depth analysis of marketing focused on the market and objectives of the Integrated Nutrition Service Online, provides an approach directed by a marketing plan to adopt the development strategy of service, as it will enter an existing market, but little exploited.

1. Introducción

Una nutrición adecuada es la base de una buena salud. Esto es repetido constantemente por nutricionista y/o personas comunes. Ver que pocas son las personas que acuden al nutricionista para adquirir planes nutricionales que les permita mantener una vida saludable, esto por falta de tiempo o conocimiento sobre las bondades del servicio es muy visto en la ciudad. Debido a la importancia del tema existen diversas páginas en la web que nos brindan información sobre las combinaciones adecuadas que debemos ingerir, porciones, alimentos.

Por lo anterior hemos buscado poder implantar un proyecto donde sea fácil explicar a los usuarios la relevancia del tema nutricional y a la vez permitirles acceder de manera sencilla a planes nutricionales según generalidades que cada persona posee (peso, altura, sexo, enfermedad, etc.).

Es de conocimiento general también que el tiempo que las nuevas generaciones dedican en sus trabajos, estudios, actividades extracurrilares, deportes, familia, hogar, etc, les está impidiendo muchas veces tener sus horarios alimenticios en orden o cumplir al menos con algunas de las comidas exigidas para tratar de mantener una salud adecuada, esta es otra de las razones importantes que nos han llevado a considerar una tienda nutritiva para estas personas. Hemos podido observar, en el desarrollo de este proyecto a muchas personas con problemas de salud o que buscan bajar de peso, entienden lo necesario que es en la actualidad cuidarse. Tenemos personas con enfermedades como diabetes, hipertensión, obesidad; que deben tener una alimentación balanceada.

Es necesario tener claro el significado de nutrición integral: Elegir alimentos, en que forma combinarlos y en que cantidades. No significa comer mucho o poco, sino lo apropiado y lo que mejor hace a nuestro cuerpo.

El proyecto planteado podrá cubrir esta necesidad a través de planes nutricionales, requeridos para varios tipos de personas, comida a domicilio nutritiva, con las porciones adecuadas para un perfecto complemento entre carbohidratos, proteínas, grasas, vitaminas, minerales y agua. Todo lo que conlleva a una buena nutrición y el mejoramiento en la calidad de vida. Por esta razón vamos a Promover a que las personas conozcan sus necesidades alimenticias.

2. Contenido.

En este proyecto lo que hemos desarrollado es implementar un Centro de Nutrición Integral en línea, y lo desarrollamos de la siguiente manera.

En el capítulo 1 tratamos sobre los requerimientos técnicos que son necesarios para la puesta en producción del proyecto de la empresa de Nutrición Integral en Línea. Dentro de los requerimientos tenemos aspectos importantes que cubrir como es la localización y adecuación de la empresa, aquí se determinará el lugar más apropiado para la ubicación del local tomando en cuenta el entorno del sector. Respecto a la adecuación de la oficina se realizará un esquema explicativo sobre las dimensiones que tendrá la misma y las diferentes áreas que funcionarán.

Se realizará también una descripción de los equipos requeridos para el funcionamiento del proyecto, esto es área operativa, área administrativa; desglose de los muebles y enseres que serán indispensables en cada área.

Luego se presentará un esquema de la estructura organizacional que permitirá el buen funcionamiento de la empresa para su desarrollo, así como también una descripción de funciones de cada puesto propuesto.

Para finalizar se mostrará el flujo de servicio que se desea brindar, describiendo brevemente la información que será importante recabar al momento de que un cliente desee acceder a un plan nutricional. Con esto se busca no solo brindar un servicio de calidad (tomando en consideración los requerimientos de los clientes) sino también generar una base de datos de consumidores, lo cual permitirá hacer un seguimiento a los mismos para ir mejorando el servicio.

En el capítulo 2 se proporciona la recopilación y análisis de los datos por medio de una formulación y diseño de investigación cuantitativa como cualitativa, que nos permitió determinar el tamaño del mercado potencial e identificar el perfil, requerimientos y expectativas de los clientes hacia el servicio.

La metodología que se empleó para el análisis de datos incluyó la utilización del paquete estadístico SPSS para la tabulación y consecuente análisis descriptivo de los datos. Se elaboraron gráficos de distribuciones de frecuencias para mostrar los resultados y tablas cruzadas para determinar las relaciones existentes entre variables.

Además se elaboro un plan de marketing adoptando la estrategia de desarrollo de servicio, ya que se ingresará a un mercado existente pero muy poco explotado.

El Centro de Nutrición Integral ofrecerá un plan de comidas mensual, compuesto por desayuno, almuerzo y cena para cuatro semanas. El plan nutricional será entregado en el lugar que el cliente disponga, en una entrega al día, de lunes a sábado, en la que incluyen las tres comidas.

Además del plan de comidas mensual, se brindará soporte de dudas y recomendaciones para los clientes del Centro de Nutrición Integral mediante correo electrónico que serán despejados por un nutricionista.

El Centro de Nutrición Integral utilizará canales de marketing directos, realizará la venta sin intermediarios.

Mediante el teléfono y por medio de la página web se dará información sobre el plan de nutrición y demás beneficios que ofrece el Centro de Nutrición Integral y así poner solicitar el plan de comidas mensual.

En el Capítulo 3 se proyectarán tablas de costos, gastos e inversiones en las que se incurrirán para llevar a cabo el proyecto.

También se procederá a elaborar Estado de Resultados, Flujo de Caja, Balance General para la posterior evaluación económica. Como el proyecto contempla la creación de una empresa, se analizará la situación inicial y se harán proyecciones para los próximos diez años.

3. Conclusiones.

De la investigación de mercado se obtuvieron las siguientes conclusiones:

El grupo de edad con mayor interés en el servicio que ofrece un Centro de Nutrición Integral, corresponde a personas con edades entre 25 y 45 años..
El medio para llegara mas rápido al cliente potencial, son los medios escritos, en primer lugar anuncios en los periódicos seguido por las revistas.
Otro factor que mostró la aceptación del servicio, es que la mayoría de las personas no han contactado ni contrató el servicio que ofrece un Centro de Nutrición Integral por desconocimiento.
El precio que las personas que contrataron un servicio similar es relativamente bajo.

El servicio de nutrición integral existe en el mercado, el proyecto planteado ofrece una nueva forma de adquisición a través del internet.

El proyecto desde el punto de vista financiero es viable, al generar una TIR positiva en un escenario relativamente pesimista.

El porcentaje obtenido en base a la TIR y TMAR arrojó que el proyecto es favorable a los requerimientos exigidos por los accionistas según el nivel de riesgo.

En el análisis de sensibilidad se puede observar que la probabilidad de un VAN positivo es de 51.81% aproximadamente, por lo que es un proyecto con probabilidad de obtener un VAN positivo.

4. Recomendaciones.

Al finalizar nuestro estudio, podemos sugerir las siguientes recomendaciones:

- Ofrecer servicios alternos, aprovechando los registros de clientes existentes.
- Incorporar planes nutricionales dirigidos para otros segmentos.
- Ampliar la cobertura del servicio.

5. Bibliografía.

[1] KOTLER Philip. Dirección de Marketing. Décima Edición. Pearson Educación, México, 2001.
[2]MALHOTRA, Naresh K. Investigación de Mercados, un enfoque aplicado. Cuarta Edición. Pearson Educación, México, 2004.
[3]ROSS Stephen, WESTERFIELD Randolph y JAFEE Jeffrey. Finanzas Corporativas. Quinta Edición McGraw Hill, México
[4]ROBBINS Stephen. Comportamiento Organizacional. Octava Edición Prentice Hall, México, 1999.