



EFFICIENT NUTRITION

**TRABAJO DE GRADO
CREACIÓN DE EMPRESAS**

Responsables: Juan Esteban Rodríguez Beltrán

Asesor: Ana Maryely Ayala

**UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
Facultad de Cultura Física, Deporte y Recreación
Bogotá D.C.**

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	3
NOMBRE	4
LOGOTIPO.....	4
SLOGAN	4
MANUAL DE IDENTIDAD.....	5
FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA	11
MARCO REFERENCIAL.....	11
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	15
ENCUESTA.....	21
SEGMENTOS DE MERCADO	32
PROPOSICIONES DE VALOR	33
CANALES	36
RELACIÓN CON CLIENTES.....	39
INGRESOS.....	40
ASOCIACIONES CLAVES	43
RECURSOS CLAVES.....	47
ACTIVIDADES CLAVES.....	55
ESTRUCTURA DE COSTOS	56
EVALUACIÓN FINANCIERA	63
LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO	65
REFERENCIAS.....	66

INTRODUCCIÓN

La evolución en la actividad física se está ampliando en diferentes facetas, partiendo del buen estado físico del cuerpo en todas sus aspectos o capacidades, sanas articulaciones, correctos movimientos, masa y tono muscular, una buena capacidad en el sistema cardiovascular, logrando esto por medio de diferentes modalidades de ejercicio físico y una sana alimentación con ello el factor estético aumenta y toma importancia el aspecto físico, la imagen, abarcando en gran medida bienestar general en lo físico y mental. Esta práctica es un medio que permite formar el carácter, crea disciplina y facilita el cumplimiento de reglas, beneficiando el desenvolvimiento en los ámbitos de la vida cotidiana. En los últimos años nuestro estilo de vida contemporáneo crea la necesidad de establecer un hábito saludable en el diario vivir y mejora nuestra calidad de vida a través de alguna actividad física o deportiva además incentiva la capacitación profesional en el área, dicha necesidad permite el desarrollo del medio Fitness, por medio del incremento de centros de entrenamiento, gimnasios e ips que además ofrecen asesoría especializada.

En búsqueda de aportar, generar, concienciar y ayudar a las personas a introducirse en el ejercicio físico, surge mi idea de empresa fundamentada en asesorar y educar responsablemente basado en tres pilares fundamentales que son entrenamiento, nutrición y suplementación, dirigido a orientar en salud, capacidades físicas, nutrición entre otras, a lo largo de mi educación profesional en cultura física y deporte he logrado una experiencia en gimnasios pequeños y grandes siendo observador, aficionado, cliente, consumidor, entrenador, con la fundamentación teórica y práctica de 5 años, varios tipos de dieta, diferentes tipos de entrenamiento, consumidor de suplementos deportivos, este camino me ha dado el conocimiento para construir lo que puede ser más idóneo y eficiente para las personas de acuerdo a su condición física y hábitos, cada vez más las personas llegan con más interés y capacidad de seleccionar lo mejor, por esta razón para lograr lo mejor debemos tener la suficiente fundamentación teórica, la experiencia suficiente en las practicas que recomendamos.

Las ideas anteriormente plasmadas surgen de bases sólidas que me apornto mi alma mater universidad santo tomas a través de materias como nutrición deportiva, entrenamiento deportivo, programación del ejercicio y entrenamiento personalizado (Fitness), Marketing deportivo, diseño

y gestión de proyectos, administración de los organismos deportivos piezas fundamentales para profundizar y crear un camino con criterio que respalde todo aquello que queremos transmitir por medio de un nombre además del trabajo con las personas, por lo cual todo el barrido bibliográfico que se realiza crea un énfasis y una línea de partida para generar, conciencia, responsabilidad con el proceso físico individual. Por otro lado, resaltar que se pretende brindar información educativa en alimentación saludable, actividad física y suplementación deportiva todos los factores que trae cada una de ellas. Siendo así la creación de mi empresa que ofrece contenido educativo, instructivo y de entretenimiento, de esta forma puedes adquirir un servicio de asesoría, entrenamiento personalizado y venta de suplementación deportiva.

NOMBRE: Efficient Nutrition SAS.



LOGOTIPO:

SLOGAN: **“Transformación Inteligente.”**

MISION: Mejorar la calidad de información a la comunidad sobre ejercicios, programas y productos inculcando la salud, bienestar el deporte y la actividad física.

VISION: Ser una marca reconocida en redes sociales en la distribución de suplementos nacionales e internacionales, brindando servicios de entrenamiento y nutrición teniendo una organización gestora de calidad e innovación.



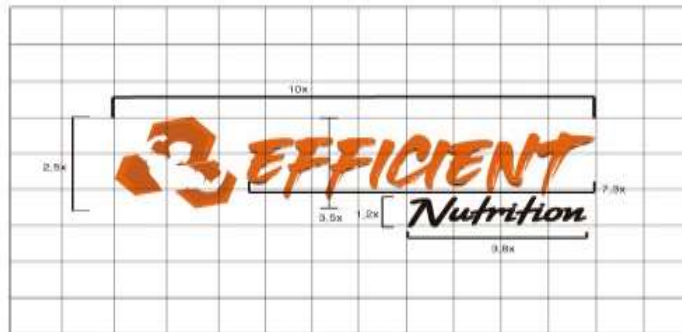
Efficient Nutrition Colombia

Introducción

En el presente manual de identidad de marca, presento como manejar el nombre de Efficient Nutrition para que este se pueda manipular de la manera correcta hablandolo gráficamente; el nombre fue creado considerando que a partir del mismo, pudiera ser explícito a la hora de dar a entender a lo que se dedica y de lo que se trata como tal la marca, con los tres pilares que son nutrición, entrenamiento y suplementación representados en los polígonos en la parte del icono ya que estos también significan el corazón industrial y/o comercial de una urbe, lo he pensado como la urbe (plataformas multilaterales) y el centro o núcleo donde pueden encontrar todo lo relacionado a la vida Fitness es la empresa; la silueta del hombre realizando una posición bastante conocida en el medio simbolizando fuerza y rigor, el color naranja se eligió pensando en que este personifica juventud, vitalidad e innovación el conjunto del Isologo es lo que principalmente quiero transmitir en todos los aspectos gráficos de la compañía.

La Marca

01



Para el uso correcto de la marca debe tenerse en cuenta la proporción del grafico y así tener un equilibrio de los elementos

Tamaño mínimo de manipulación del isologotipo es de:
Anchura en píxeles: 600, 700
Altura en píxeles: 400, 400

TEST TIPOGRAFICO

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ

EFFICIENT

Nutrition

ABCDEFGHIJKLMN O P Q R T U V W X Y Z
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

04

TEST TIPOGRAFICO PARA PARRAFO

Nombre tipografico

HEATERS

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ

Nombre tipografico

High Voltage

ABCDEFGHIJKLMN O P Q R T U V W X Y Z
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

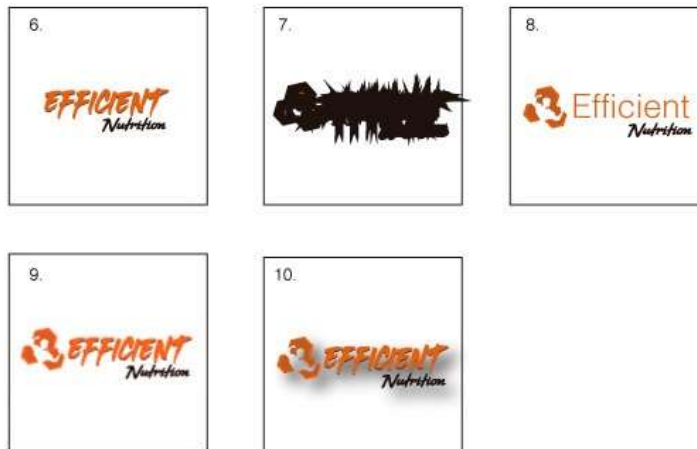
05

USOS INCORRECTOS DE LA MARCA



1. Reducirlo sin tener en cuenta los tamaños descritos.
2. Rotar el isologotipo.
3. Cambiar las proporciones por cualquiera de sus lados.
4. Cambiar la composición del isologotipo.
5. Cambiar los colores institucionales.

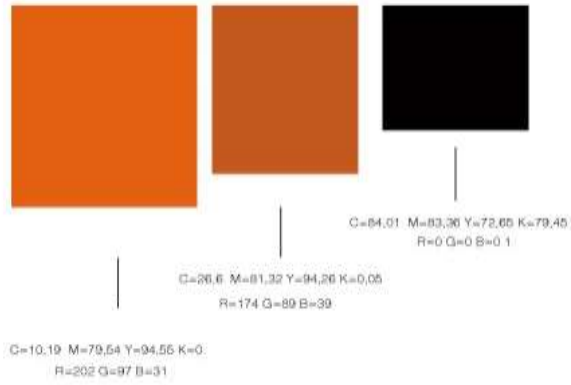
06



6. Utilizar los elementos de manera separada.
7. Contornear el isologotipo.
8. Cambiar la tipografía en el nombre.
9. Utilizar el isologotipo en baja resolución, en medios digitales e impresos.
10. Utilizar sombras o filtros.

07

COLORES CORPORATIVOS



08

APLICACIONES DE LA MARCA



09



27 Publicacio... 420 Seguidores 523 Seguidos

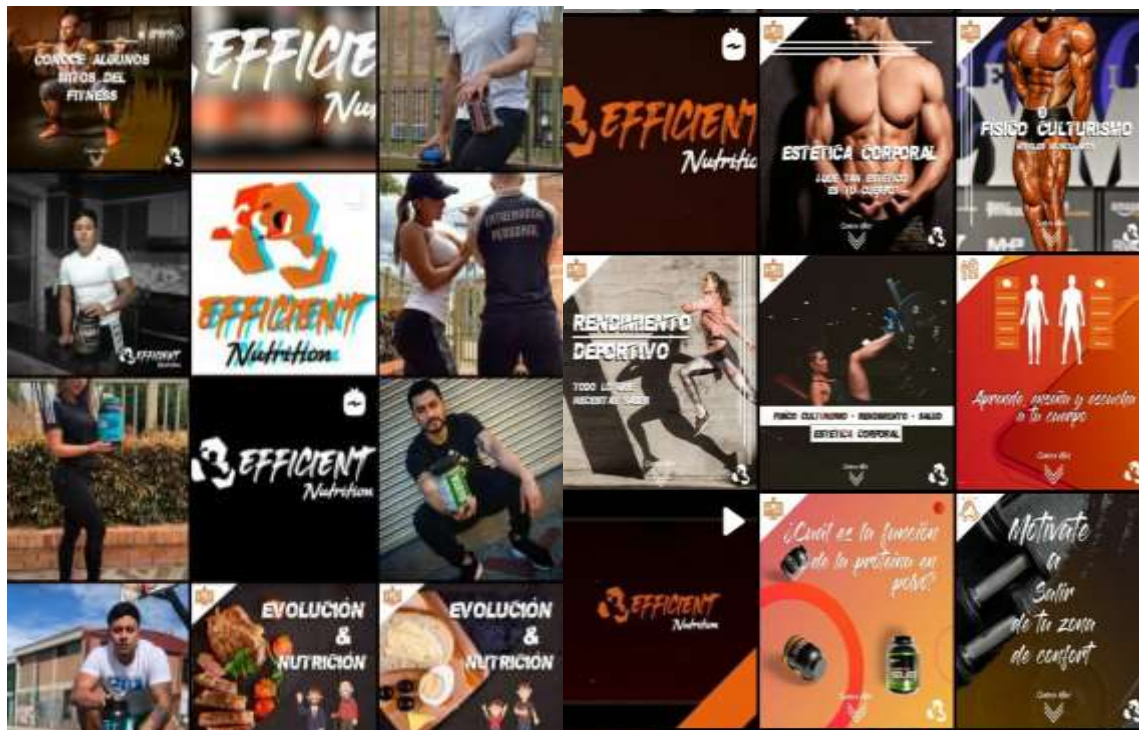
EfficientNutritioncol
Entrenador
#nutrición / #suplementación / #entrenamiento
⚡ Para una transformación inteligente
💊 Venta de Suplementación ... más
Ver traducción
wa.me/573042128798
juandavidpream, claraisabelvz y 62 personas más siguen esta cuenta

Siguiendo ▾ Mensaje ▾





Megaplex Proscience ... Tips Efficient



FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA

En relación con la competencia que se encuentra en la actualidad por redes sociales y medios digitales se tendrá un estudio de mercado que busque competir de forma leal, teniendo identidad propia, el competir con servicios y productos debe ser con calidad, honestidad, ética profesional buscando así llegar a más personas que comiencen una vida activa físicamente de forma progresiva y responsable. Brindando una asesoría e información verídica en todos los ámbitos de nutrición, suplementación, entrenamiento y salud así de esta forma se le mostrara y se le hará entender al cliente o usuario que puede decidir a la hora de asesorarse o comprar de acuerdo a su economía y el servicio que le estén ofreciendo. Considerando que la Universidad Santo Tomás de Aquino busca procesos de enseñanza, aprendizaje e investigación fomentando la creativa y la crítica para el aporte de solución de problemas en la vida humana, por medio de una empresa queremos aportar y combatir un problema nivel global como lo es el sedentarismo con ciencia y experiencia de modo que logremos satisfacer y ayudar a nuestros usuarios, sabiendo esto los clientes al comprar un producto o usuarios a tomar un servicio van a adquirir un proceso de conocimiento en el área, hábitos de salud, desarrollo de diferentes capacidades con personas profesionales y éticas ya que estamos trabajando con la salud de las personas, comprendiendo su corporeidad y su acción motriz. Por esta razón tenemos seis valores que nos van a caracterizar en cada proceso es pasión, equipo, calidad, confianza, efectividad y equidad.

MARCO REFERENCIAL

Para conocer el contexto en el que se desarrolla este trabajo se ha creado un marco referencial con fines de desarrollo, evolución y el momento que estamos viviendo, debemos empezar conociendo las leyes que nos brindara la base por una solides empresarial

Mediante la Ley 1780 de 2016 se busca promover la creación de nuevas empresas jóvenes, entendiendo que una empresa joven es aquella conformada por personas naturales o jurídicas que cumplan con ser pequeñas empresas, entendiendo por pequeñas empresas aquellas cuyo personal no supere los 50 trabajadores y cuyos activos totales no superen los 5.000 Salarios Mínimos Mensuales Legales Vigentes.

LEY 1014 DE 2006 (Enero 26)

De fomento a la cultura del emprendimiento.

Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, en el cual se propenda y trabaje conjuntamente sobre los principios y valores que establece la Constitución y los establecidos en la presente ley.

A nivel mundial tenemos una enfermedad de suma importancia para la organización mundial de salud y en el país esta ley es de suma importancia ya que es lo que profesionales en la salud y el deporte busca impactar por medio de diferentes disciplinas y actividades que promuevan la salud la LEY 1355 DE 2009 Por medio de la cual se define la obesidad y las enfermedades crónicas no transmisibles asociadas a esta como una prioridad de salud pública y se adoptan medidas para su control, atención y prevención.

Partiendo de la importancia de la actividad física, que nos brinda bienestar y salud evitando el desarrollo de enfermedades crónicas no transmisibles, mejorando nuestro peso corporal, reduciendo estrés entre muchas otras debemos conocer que a nivel público tenemos derecho al fomento a la recreación, deporte y aprovechamiento del tiempo libre por medio de la educación física con la LEY 181 DE 1995 (Enero 18), Modificado por la Ley 494 de 1999, Reformada por la Ley 582 de 2000 Modificado por el Artículo 44 de la Ley 344 de 1996. “Por la cual se dictan disposiciones para el fomento del deporte, la recreación, el aprovechamiento del tiempo libre y la Educación Física y se crea el Sistema Nacional del Deporte.”

Una relación en el medio de la actividad física que se vuelve más importante a medida que evoluciona y crece es, el entrenamiento, la nutrición y la suplementación, pero al buscar iniciar cualquier actividad o dieta, se busca caminos fáciles o productos que hagan más fácil el trabajo, pero se quiere partir de lo que realmente es relevante y es la salud de la persona pero existen casos que presentan barreras a la hora de hacer actividad física que Sánchez (2015) lo plantea como ambientes inseguros, barreras psicosociales como mala imagen corporal, falta de apoyo profesional adecuado, baja eficacia del programa de ejercicios, falta de correcta información de beneficios de actividad física, por esta creación de barreras, el mismo Sánchez (2015) encuentra una relación dosis- respuesta entre una conducta sedentaria y encontrar resultados negativos en la salud física, siendo así una composición corporal desfavorable como lo es el sobrepeso,

obesidad, exceso de grasa corporal, conllevando a problemas psicosociales, riesgo a padecer enfermedades cardiovasculares, cáncer, diabetes entre otras.

Así mismo existe un lado opuesto que impulsa la realización de ejercicio físico con el fin de tener una buena imagen corporal, la interacción social mayor parte en jóvenes, sin dejar a un lado a personas mayores que están en busca de prevención de enfermedades asociadas al envejecimiento, mejorando su funcionalidad con ello se da un punto de partida a mejorar por medio de la nutrición pero como va incluida está de acuerdo a la intensidad ya que González-Gross (2001) muestra que la intensidad respecto a la actividad física conduce a un conjunto de cambios a nivel metabólico y fisiológico que hacen una amplia diferencia nutricional con respecto a las personas sedentarias, por lo cual el tipo, frecuencia, intensidad, duración del ejercicio, condiciones ambientales de práctica, actividades laborales, con características propias de la persona, peso, edad, altura, estado o experiencia en entrenamiento y forma de alimentación, cada detalle es importante tenerlo en cuenta ya que es la base adecuada para tener una cantidad de calorías y nutrientes donde el aporte biológico sea el mejor para nuestro cuerpo que le permita a la persona obtener mejores resultados y sentirse con mayor rendimiento en su práctica.

La función avanzada de la nutrición cuando la planteamos a objetivos estéticos y tenemos personas que requieran o busquen un procedimiento con más detalles a tener en cuenta, lo podamos realizar de la misma forma que una persona que está buscando mejorar solamente su alimentación aprendiendo a alimentarse Olivos (2012) nos da unos ítems a tener en cuenta en un procedimiento como lo es satisfacer los requerimiento de energía y nutrientes, planificar alimentación de acuerdo al objetivo, aporte de correcto nutrientes en la recuperación, hidratación entre cada sesión, evitar adaptaciones nutricionales utilizando diferentes estrategias, de forma adecuada y asesorar hacer uso de suplementos y alimentos deportivos, alimentarse pensando en conservar la salud a largo plazo.

Ejercicio físico asociado con una sana alimentación son factores importantes en la promoción de la salud, recordando de vital importancia el ejercicio intenso y prolongado trae consecuencia, promover inflamaciones o sobre entrenamientos y susceptibilidad a infecciones causando estrés oxidativo donde Petry (2013) a planteando que es el implicado como un promotor de lesiones en varios componentes celulares, especialmente en las membranas. El cuerpo tiene el sistema de

defensa antioxidante demostrando que específicos componentes nutricionales, como vitaminas, minerales, y aminoácidos intervienen evitando y previniendo lesiones en membranas del cuerpo o protegiendo los diferentes sistemas que tiene el cuerpo. En los últimos años los estereotipos de belleza y estética se están buscando el mejor producto en el mercado que logre el objetivo deseado, y la industria de suplementos deportivos (sustancias ergo génicas) es muy grande, donde el perfil de uso es en jóvenes que inician en el gimnasio o buscan un cuerpo estético con músculos definidos para ello una definición de suplementación que nos da Mas Melero (2018) con la suplementación nutricional son un alimento, componente o nutriente que se consume con fines intencionales para lograr un objetivo, mejorar estado de salud o rendimiento específico.

Los tres pilares fundamentales que buscan transmitir bienestar, salud, rendimiento, estética corporal y muchas más son los que debemos enseñar, logrando educar a la gente para que de esta forma más personas estén inmersas en una vida deportiva y sana, donde a nivel nacional la actividad física y el deporte debe ser más apoyada ya que hoy en día el crecimiento en diferentes metodologías que promueven el ejercicio físico han aumentado, las redes sociales, tecnología y demás han incrementado para transmitir a más personas este medio que es el “Fitness” ya que de eso trata este medio, llevar una vida sana, deportiva con hábitos saludables llevando salud.

Efficient nutrition SAS está constituida como una sociedad por acciones simplificada, de naturaleza comercial, que se denominará SAS, regida por las cláusulas contenidas en estos estatutos, en la Ley 1258 de 2008 y en las demás disposiciones legales relevantes.

El objeto social puede ser indeterminado para realizar cualquier actividad lícita, donde podrá crear sucursales, agencias o dependencias por lo cual es a término indefinido. La responsabilidad de los accionistas se limita de sus aportes, la obligación laboral o fiscal donde cuenta con voto múltiple, con ello existe libertad de organización. Donde están las reglas sobre capital y acciones ART. 5°—Capital Autorizado. , ART. 6°—Capital Suscrito. ART. 7°—Capital Pagado. Los órganos sociales es como se encuentra dividido la sociedad de acuerdo la cantidad de socios o grupos que hacen parte de ella, el cual está por 2 socios donde al momento de registro de marca un socio va a quedar con el 51% y la otra parte en un 49%.ART. 18.—Órganos de la sociedad. La sociedad tendrá un órgano de dirección, denominado 1. Asamblea general de accionistas y 2. Gerente y Suplente de Gerente. La revisoría fiscal solo será provista en la medida en que lo exijan las normas legales vigentes. ART. 19.—Sociedad devenida unipersonal. La sociedad

podrá ser pluripersonal o unipersonal. Mientras que la sociedad sea unipersonal, el accionista único ejercerá todas las atribuciones que en la ley y los estatutos se le confieren a los diversos órganos sociales, incluidos las de representación legal, a menos que designe para el efecto a una persona que ejerza este último cargo.

Las determinaciones correspondientes al órgano de dirección que fueren adoptadas por el accionista único, deberán constar en actas debidamente asentadas en el libro correspondiente de la sociedad. La forma de Disolución y Liquidación ART. 38. —Disolución. La sociedad se disolverá: 1º. Por vencimiento del término previsto en los estatutos, si lo hubiere, a menos que fuere prorrogado mediante documento inscrito en el Registro mercantil antes de su expiración; 2º. Por imposibilidad de desarrollar las actividades previstas en su objeto social.

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

En la presente investigación analizamos la oferta, precios de productos, servicios y comercialización de nuestras competencias directas e indirectas que brinden datos fiables.

Competencias directas e indirectas Logo marca	Descripción	Redes sociales
--	-------------	----------------

<p>Purofitness</p> 	<p>Empresas encargadas de distribución de suplementos ventas al detal y al por mayor en la ciudad de Palmira, generando contenido básico sobre nutrición y suplementación. Las asesorías van de la mano con la cuenta del propietario ofreciendo diferentes planes de asesoría con guías, de entrenamiento y nutrición. Tienen implementos de gimnasio a la venta.</p>	<p>Instagram & facebook: @purofitness_col</p> <p>Página web: www.purofitness.com.co</p> 
<p>Fmg_suplementos</p> 	<p>Una empresa que esta con distribución de suplementación importada, de grandes marcas aportando al crecimiento del fitness en Colombia por medio de conocimiento más avanzado y actualizado en la suplementación, su empresa principal es en Medellín, son aliados que distribuyen los productos en la ciudad de Bogotá.</p>	<p>Instagram: FMG_suplementos</p> 






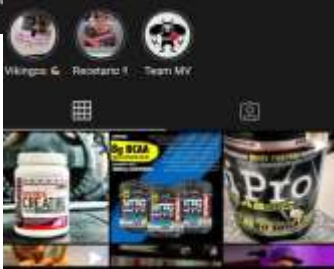
<p>Jhnutricion</p> 	<p>Empresa de nutrición creando guías y aplicaciones para llevar una correcta alimentación, guías de entrenamiento en mujeres, distribución de suplementación nacional e importada.</p>	<p>Instagram & facebook: Jhnutricion</p> <p>Página web: www.jhnutricion.com</p>  
<p>Madviingos</p> 	<p>Distribución de suplementación generando contenido educativo y guías nutricionales o recetas por medio de sus atletas representantes en la ciudad de Bogotá.</p>	<p>Instagram : @madvikingos</p>  

Tabla 1“Competencias directas e indirectas”.

<p>Competencias directas , indirectas</p>	<p>Precios y servicios</p>	<p>Formas de contacto</p>
---	----------------------------	---------------------------

<p>Purofitness</p>	<p>Precios de suplementación varían de acuerdo a la marca, que producto es o la cantidad de él.</p> <p>Los precios están entre 70 mil y 280mil, beneficios él envió es gratis o se puede realizar compras para distribución. Por cierta cantidad de compra recibe obsequio de la marca.</p> <p>Servicios: Asesoría online consta de una guía de alimentación y entrenamiento mensual. Precio: 150mil pesos mensuales.</p>	<p>La comunicación siempre lo dirige a WhatsApp , si la comunicación es por Instagram o Facebook, o página web es redirigido , su respuesta se demoran entre una hora y 2 horas, para respuesta de compra demora el mismo tiempo, y el tiempo de envió depende del lugar del país</p>
<p>Fmg_suplementos</p>	<p>Productos importados, los precios están entre 90mil hasta 350mil pesos por compras superiores a 200mil él envió es gratis.</p>	<p>La comunicación es por Instagram se pueden finalizar compras o vía WhatsApp tiempo de respuesta media hora a una hora , los pedidos llegan en 1 a 3 días.</p>
<p>Jhnutricion</p>	<p>Productos: Su fuerte es una marca nacional nueva en suplementación en el país, sus benéficos por cualquier compra, él envió es gratis o lleva algún obsequio.</p> <p>Productos de guías y aplicación nutricional</p> <p>Las guías nutricionales tiene un valor: 50mil</p> <p>La aplicación nutricional para armar dietas: 180mil</p> <p>Las guías de entrenamiento tiene un valor</p>	<p>Toda la comunicación es redirigida al WhatsApp, pero sus tiempos de respuesta son muy prolongados de 12 horas a 24 horas para poder realizar una compra o solución de problema.</p>

	: 50mil	
Madvikingos	<p>Productos: Uno de sus fuertes es suplementación nacional ya que uno de sus atletas es patrocinado por ello, por ende los descuentos que manejan en productos megaplex es del 20 al 40%, sus precios de productos están entre 25mil hasta 200mil pesos.</p> <p>Productos de otras marcas los precios oscilan entre 80mil hasta 300mil, no incluyen envío.</p> <p>Asesorías online: Dos atletas, la chica tiene sus planes donde cobra planes mensuales, y trimestrales: Valor mensual 200mil.</p> <p>El atleta hombre tiene su plan mensual precio \$250mil.</p>	<p>Dan una asesoría de que producto se busca por Instagram, cuando se va a realizar la compra te dirigen a WhatsApp, tiempos de respuesta 2 a 3 horas, pero cuando brindan asesoría la comunicación es constante hasta lograr ubicar el producto que se está buscando</p>

Tabla 2 “Competencias directas e indirectas”

Conclusiones de competencias

Con esta investigación de competencias podemos detectar las fortalezas y debilidades de diferentes empresas en el mercado, teniendo en cuenta precios, servicios, productos, atención al cliente y demás cosas que hacen a una empresa y a la marca, su logo, pagina, seguidores, contenido con esto podemos entrar a mejorar debilidades como empresa, fortalecer lo que ya está establecido de esta forma creando nuestro factor diferencia para darnos a conocer y competir en el mercado siendo una opción más, de forma viable y profesional para las personas.

En este punto se va a analizar en el nivel en que mi empresa se encuentra frente a la competencia, encontrando ventajas y desventajas de mi empresa hacia ellas.			
	Empresas		
Ítems	Purofitness	Jhnutricion	Efficient Nutrition
Servicio	Asesoría Online-Guía de alimentación, recetas y entrenamiento personalizada con ilustraciones dosificación.	Asesoría online- con opción a una aplicación para crear dietas personales con una lista de alimentos. Guía de entrenamiento con ilustraciones en cada ejercicio y dosificación.	Asesoría online Guía de alimentación elaborada por dos personas encargadas de cada plan. Guía de entrenamiento básica con el nombre de los ejercicios y dosificación. Entrenamiento personalizado presencial o virtual
Producto	Línea de suplementación Proscience Compra de 3 productos en adelante recibe obsequio de parte de la marca Best protein el suplemento más vendido de la marca lo tienen en diferentes sabores primeros en distribuir los sabores nuevos	Línea de suplementación Proscience Compra solo un producto y recibe obsequio de la marca. Best protein lo tienen en diferentes sabores siempre les llegan días después de lanzamiento de nuevo sabor.	Línea de suplementación Proscience No se dan obsequios por compras de la marca pero si se obsequia un plan nutricional según objetivo. Best Protein no contamos con distribución de los nuevos sabores por la cantidad de suplementos que adquirimos.

Precios	<p>Servicio: 150mil mensuales</p> <p>Productos: combos de suplementos hacen el 20% de descuento.</p> <p>Best protein: \$130mil + envió.</p>	<p>Servicio: 300mil mensuales.</p> <p>Servicio sin aplicación para dietas: 180mil</p> <p>Aplicación de dietas : 300mil por 3 meses</p> <p>Productos : Combos no hacen descuento por que obsequian libros con dietas o entrenamientos</p> <p>Best protein: \$130mil sin envio</p>	<p>Servicio: 100mil asesoría online dos personas encargadas</p> <p>Entrenamiento personalizado: 15 mil por sesión de entrenamiento diferentes planes mensuales</p> <p>Productos: Combos tienen el 10% de descuento o no se cobra envió.</p> <p>Best protein:\$130mil+ envio</p>
Atención al cliente	<p>El cliente tiene acceso, instagram y Facebook para realizar compras o buscar información acerca de productos o asesorías.</p> <p>Whatsapp es el medio más personalizado con un tiempo de respuesta entre 2 horas a 3.</p>	<p>El cliente tiene acceso a página web, instagram y Facebook para compras o asesorías siendo re direccionados al whatsapp donde su tiempo de respuesta esta oscilando entre 8 horas a un día.</p>	<p>Manejamos Instagram como medio principal para publicar contenido acerca de nuestros tres pilares fundamentales.</p> <p>Un medio para comprar nuestros suplementos o adquirir el servicio el cual es dirigido a whatsapp con tiempos de respuesta de 20 a 40 min, siendo constante en las respuestas para generar comunicación con el cliente.</p>
<p>Conclusiones :La razón es encontrar nuestro factor diferencial o que nos puede llevar a competir con grandes empresas en el mercado, con 2 puntos a favor el cual es todo servicio de asesoría o entrenamiento personalizado es realizado por 2 personas encargadas de cada proceso, el</p>			

siguiente valor agregado es generar contenido por redes generando mayor conocimiento. Por mejorar la cantidad de productos para así ofrecer promociones y poder dar obsequios, ofrecer más aspectos en nuestras asesorías para que sea llamativo al cliente. Esto con el fin de mejorar y aportar cosas diferentes que hagan resaltar a nuestra empresa, sea una mejor opción para un proceso físico.

Tabla 3 “Benchmarking”

ENCUESTA

Con el fin de llegar a nuestros clientes potenciales, se plantea una encuesta donde vamos a realizar un análisis de las necesidades o características que buscan las personas en redes sociales a la hora de buscar asesoría nutricional y de entrenamiento también venta de suplementación nutricional.

Fichas Técnica	
Población	Hombres y mujeres entre 18 a 47 años
Objetivo del estudio	Encuesta para distinguir nuestro tipo de población
Tipo de Muestra	Aleatoria simple
Técnica de recolección de datos	Encuesta Digital, Google forms donde las gráficas y datos son automáticas
Tamaño de la muestra	55 personas entre hombre y mujeres
Tiempo de muestra	Una semana
Nivel de confianza	95%

Encuesta Efficient Nutrition

Nombre Completo

Edad

Género

Teléfono

Correo electrónico

¿A qué estrato socio económico perteneces?

¿Qué rango de ingresos obtienes mensualmente?

¿Realizas Actividad física?

¿Para ti es importante la actividad física en la vida cotidiana?

¿Consideras que una asesoría profesional hace la diferencia al momento de realizar ejercicio físico?

Si la anterior respuesta fue positiva, ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por una asesoría profesional mensual?

¿Sabes qué función cumple la suplementación en un proceso físico?

¿Cuánto sería el presupuesto que destinarías para comprar suplementación mensual?

¿Estarías interesado en conocer sobre la función de la suplementación?

¿Te gustaría asesorarte a nivel nutricional?

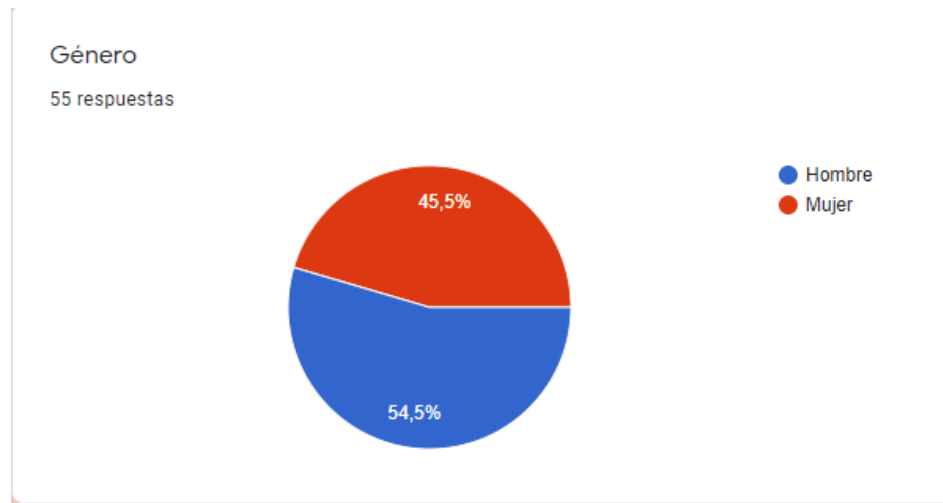
¿Estás interesado en aprender la función y la importancia de la Nutrición?

Cuando preguntas por información de algún servicio, ¿En qué tiempo te gustaría recibir respuesta?

¿En cuánto tiempo te gustaría recibir tus productos adquiridos?

¿Qué aspectos en un red social te generan confianza en la marca?

¿En algún momento te gustaría adquirir un combo que contenga plan nutricional, plan de entrenamiento y suplementación?

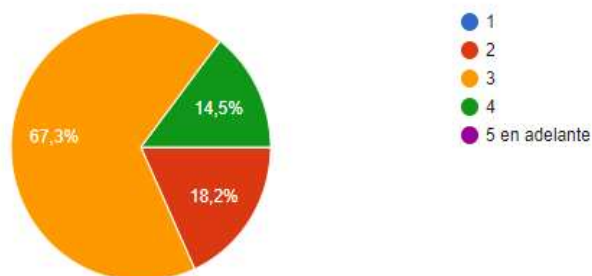


Interpretación: El 54,5% son hombres equivale a 30 hombres y un 45,5% de mujeres equivale a 25 mujeres.

Análisis: El total de personas encuestadas fue de 55 personas notando una diferencia de 5 personas de hombres a mujeres lo cual nos puede indicar que nuestro grupo objetivo está similar ya que su diferencia no es alta, así nuestro foco debe estar dirigido a ambos generos.

¿A qué estrato socio económico perteneces?

55 respuestas

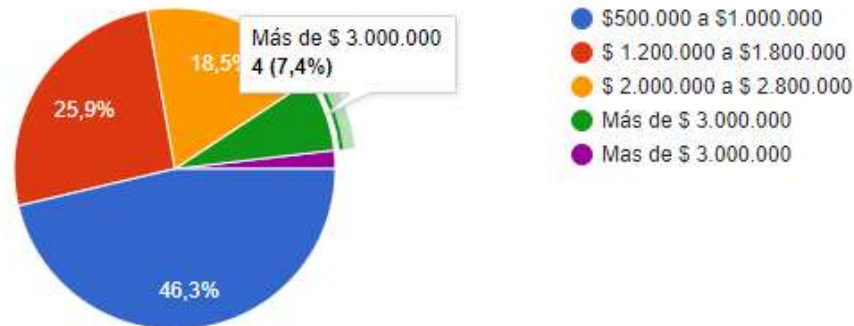


Interpretación: El resultado más alto con un 67,3%(37 personas) es estrato 3, con un 18,2% (10personas) es estrato 2 y con un 14,5%(8personas) es estrato 2.

Análisis: Es de relevancia conocer el estrato socioeconómico de esta forma le daremos una viabilidad, un confort y un valor agregado para que todos puedan ser usuarios y clientes sin excluir servicios por su estrato socioeconómico y nos damos cuenta que en gran mayoría están en un mismo estrato, pero esto nos va a diseñar un servicio único y asequible para toda la población.

¿ Qué rango de ingresos obtienes mensualmente?

54 respuestas

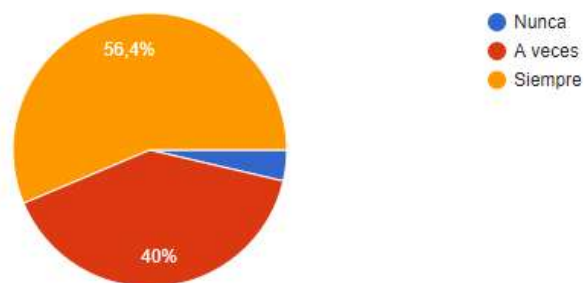


Interpretación: El resultado es de 46,3% ingresos de \$500mil a \$1millon, el 25,9% represento ingresos de \$1millon 200mil a \$1millon800mil, 18,5% ingresos de \$2millones a \$2millones800mil, un 7,4% represento más de \$3millones

Análisis: Un valor como estos es importante ya que las personas de sus ingresos pueden destinar valores a invertir en ejercicio físico y demás, conocer estos valores para destinar un valor cómodo de servicio y que puede ser ajustado a sus gastos mensuales de acuerdo a esos ingresos.

1.¿Realizas Actividad física?

55 respuestas

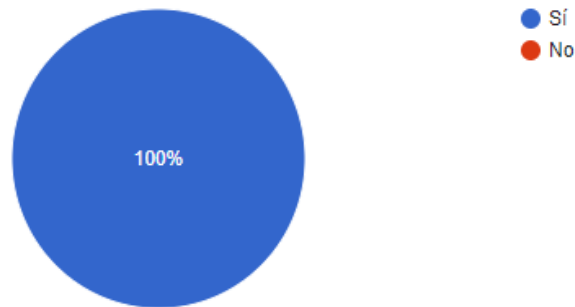


Interpretación: Un 56,4% dice que siempre practica actividad física, y un 40% a veces realiza actividad dividida está cercana la relación de práctica de la actividad.

Análisis: Con mayor importancia en la actividad física, se debe inculcar o crear la conciencia de realizar actividad física con frecuencia de 3 a 4 días por semana por ende es importante saber si siempre está en sus rutinas diarias o solo a veces .

2.¿ Para ti es importante la actividad física en la vida cotidiana?

55 respuestas

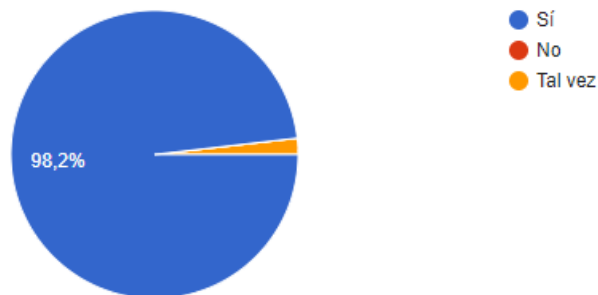


Interpretación: Un 100% dijo que si es importante la actividad física.

Análisis: La conciencia de la actividad física es importante y ya se está creando como un hábito de la vida diaria y nuestra población conoce su importancia es el momento de guiarlos, brindando información y asesoría responsable.

3.¿ Consideras que una asesoría profesional hace la diferencia al momento de realizar ejercicio físico?

55 respuestas

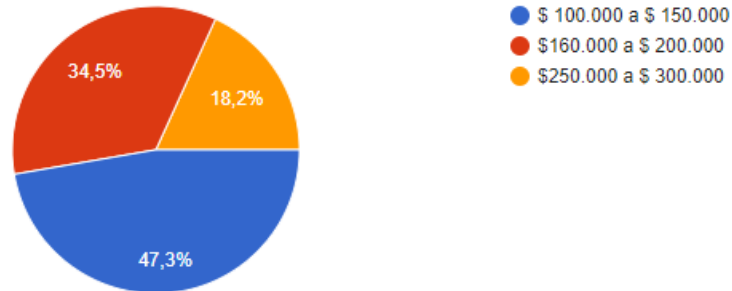


Interpretación: Un 98,2% dice que si se hace la diferencia 1,8% dice que tal vez.

Análisis: Si las personas piensan que una asesoría profesional hace la diferencia es importante porque en este punto es donde nosotros tendremos la clave para que las personas valoren esa asesoría profesional y tomen el servicio, por ende plantear lo novedoso en el servicio.

4. Si la anterior respuesta fue positiva, ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por una asesoría profesional mensual?

55 respuestas

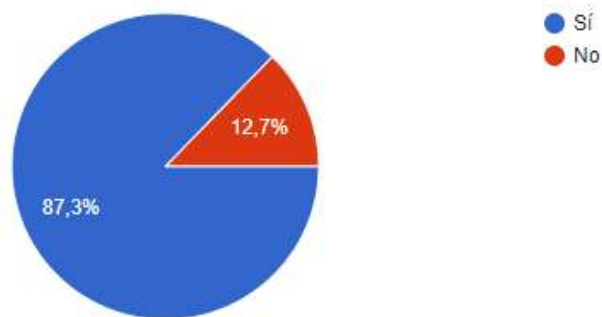


Interpretación: El 47,3% dice que cien mil a ciento cincuenta mil es lo que mensual pagarían por algún suplemento, 34,5% estarían dispuestos a pagar ciento sesenta mil a doscientos mil pesos mensuales en suplementos, un 18,2% pagaría doscientos cincuenta mil a trescientos mil pesos en suplementos mensuales.

Análisis: Como profesionales debemos tener un precio por nuestro trabajo, pero también es importante que si queremos llegar a toda la población debemos darle un equilibrio en el valor para que más gente pueda acceder a un servicio de estos. Siendo le daremos un valor asequible y viable para las personas.

5. ¿Sabes qué función cumple la suplementación en un proceso físico?

55 respuestas



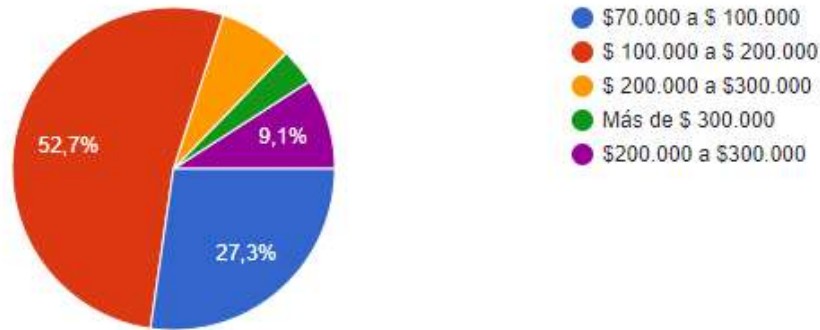
Interpretación: El 87,3% da respuesta positiva a conocer la función de los suplementos en un proceso físico, un 12,7% no conoce la función.

Análisis: La respuesta fue mayormente positiva pero no se puede dejar de un lado el seguir guiando e informando a las personas de que función cumple los suplementos. Es de vital

importancia darle a conocer a la gente la función para que ellos cuando vayan a elegir tengan un criterio para hacerlo.

6. ¿Cuánto sería el presupuesto que destinarías para comprar suplementación mensual?

55 respuestas

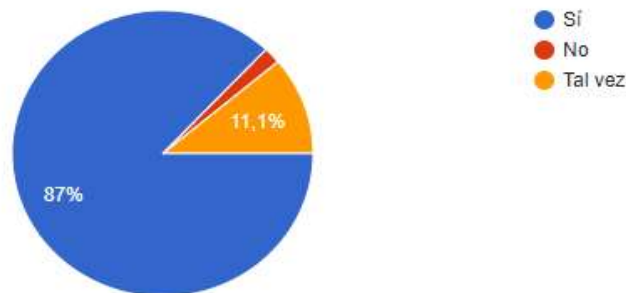


Interpretación: El 52,7% quiere invertir cien mil a doscientos mil pesos mensual, el 27,3% dice setenta mil a cien mil, un 9,1% + un 7,3% de doscientos mil a trescientos mil, en la gráfica se repite dos veces la misma respuesta en color verde un 3,6% está dispuesto a invertir más de trescientos mil pesos mensuales.

Análisis: Conocer los precios que están dispuestos a pagar en suplementación nos brinda información para asesorar a la gente de acuerdo a su presupuesto y realicen compra de un suplemento que brinde apoyo en su proceso, Asesorar de forma correcta para una compra correcta, darle una buena opción para una buena inversión en suplementos.

7. ¿Estarías interesado en conocer sobre la función de la suplementación.?

54 respuestas

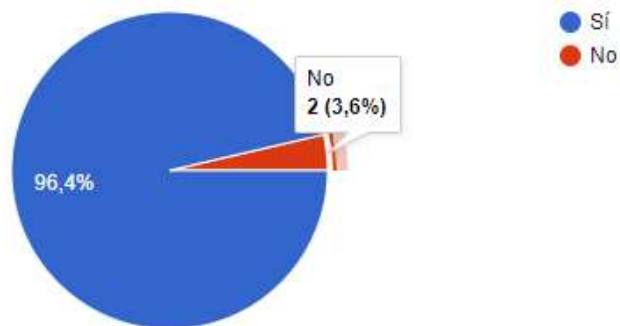


Interpretación: Un 87% dio positivo a la respuesta demostrando interés, un 11,1% de pronto le interesa aprender en la función y un 1,9% no le interesa aprender del tema.

Análisis: Importante crear contenido visual e informativo para que las personas de pronto conozcan un poco más a detalle cada suplemento y su correcto uso y función en el cuerpo.

8. ¿Te gustaría asesorarte a nivel nutricional?

55 respuestas

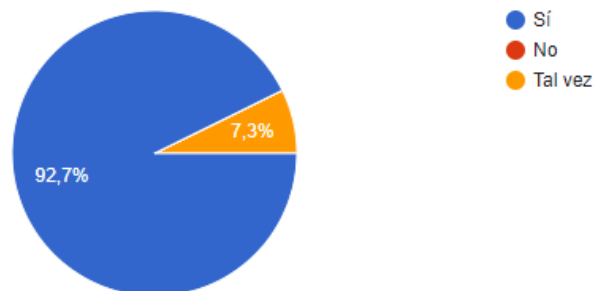


Interpretación: Un 96,4% dice que si le gustaría asesorarse nutricionalmente y un 3,6% no les gustaría.

Análisis: Es importante conocer la persona que tan interesada esta ya que la conciencia de las personas es lo que dará disciplina en cada proceso y de esta forma una asesoría correcta y acertada.

9. ¿Estás interesado en aprender la función y la importancia de la Nutrición?

55 respuestas

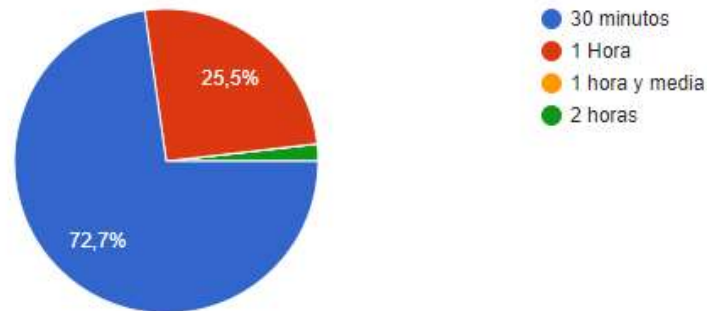


Interpretación: El 92,7% si esta interesa en esta información y un 7,3% puede que sienta interés por aprender esta función.

Análisis: El contenido sobre nutrición debe ser llamativo y sencillo a las personas para así concienciar a las personas de un alimentación saludable pero todo debe partir de un interés de la persona por leer o informarse un poco sobre el tema.

10. Cuando preguntas por información de algún servicio. ¿En qué tiempo te gustaría recibir respuesta?

55 respuestas



Interpretación: Un 72,7% espera una respuesta en 30 minutos rápida, el 25,5% espera una respuesta en una hora.

Análisis: Es importante conocer que quiere el cliente y como empresa podemos ofrecer un mejor servicio único y diferente, el tiempo de respuesta para ella hace que nuestro servicio sea rápido y eficiente.

11. ¿ En cuánto tiempo te gustaría recibir tus productos adquiridos?

55 respuestas

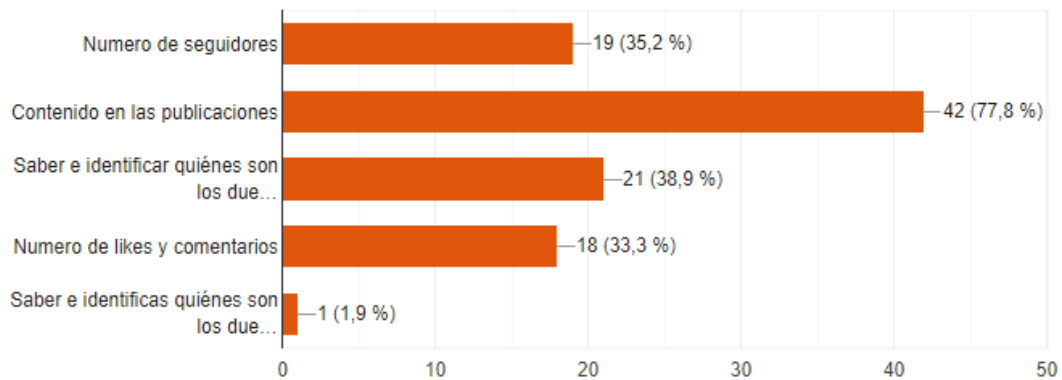


Interpretación: Un 58,2% espera en 1 día sus productos, el 29,1% da respuesta a 2 días de entrega, 10,9% en 3 días.

Análisis: Conocer con que efectividad quiere los productos las personas es de vital importancia porque es cómo podemos generar entrega rápida, de esta forma la satisfacción que van a tener las personas será mayor buscar la estrategia de satisfacción.

12. ¿Qué aspectos en un red social te generan confianza en la marca?

54 respuestas

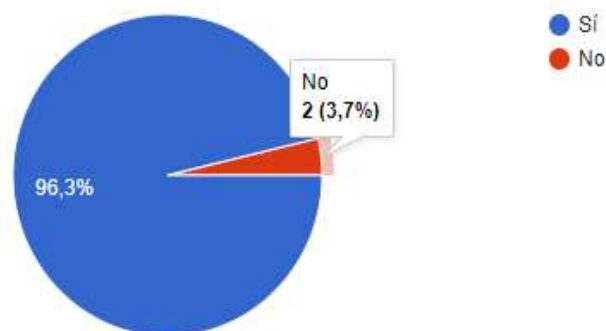


Interpretación: Un 35,2% número de seguidores, 77,8% contenido de publicaciones, 38,9% identificar quienes son los dueños, 33,3% número de me gusta y comentarios

Análisis: La importancia de una red social es fundamental porque es nuestra presentación como empresa, y como se ve la empresa es como vamos a llamar la atención de nuestros clientes, como van a estar conectados con nosotros y como les vamos a transmitir información y confiabilidad.

¿En algún momento te gustaría adquirir un combo que contenga plan nutricional, plan de entrenamiento y suplementación?

54 respuestas



Interpretación: Un 96,3% Si esta interesa en adquirir combos o promociones, Un 3,7% no están interesados en ello.

Análisis: Las personas siempre van a querer muchos servicios al tiempo por un precio cómodo para que así estén contentos con su proceso y puedan buscar lo que siempre han querido en un proceso físico.

Conclusión de encuesta

Con esta encuesta se pudo percibir aspectos a tener en cuenta para mejorar en ciertas deficiencias de la empresa, de esta forma se va progresando para que las personas se sientan satisfechas con nosotros, también se encuentran las características de nuestros clientes y cómo podemos crear una experiencia por medio de la marca así de esta forma fidelizamos y atraemos nuevos clientes.

SEGMENTOS DE MERCADO

La segmentación de mercados es una parte muy importante y crucial para el triunfo de nuestro producto y servicio, pues esto nos lleva a conocer cómo debemos llegar hacia nuestro consumidor.

Con el fin de profundizar en el conocimiento del mercado con el objetivo de adaptar la oferta y la estrategia, la segmentación tiene como punto de partida el reconocimiento y la división de grupos implicando un proceso de diferenciación de las necesidades dentro de un mercado de esta forma la empresa va a generar factores fundamentales para trabajar en dar a conocer los productos y servicios, logrando llegar al mercado meta.

A partir de la investigación de mercado logramos identificar que nuestros clientes son personas que ya tienen un pequeño conocimiento en el ejercicio físico pero que están buscando una asesoría profesional en ese aspecto para así llevar un proceso más guiado ya que un gran porcentaje muestra interés por aprender, asesorarse o comprar un servicio o un producto de lo que nosotros ofrecemos como empresa y como marca, los clientes están buscando confianza, profesionalismo, cumplimiento y bajos costos queriendo obtener el mayor provecho como descuentos, más sesiones de entrenamiento y mayor atención en sus procesos eso es lo que más busca el cliente cuando quiere tener un entrenador atención, buscando ventajas como asesorías más largas, mayor cantidad de sesiones por menor precio.

Segmentación		
Demográfica	Psicográfica	Geográfica
Hombres y mujeres ya que la población muestra un gran interés por la práctica de ejercicio físico y un cuerpo estético, la edad esta entre 19 años a 45años, en un estrato social 3 donde su estilo de vida aumenta en la actividad física pero está en busca de algo diferente, siendo profesional o en proceso para ello, contando con trabajo estable o siendo independiente, con ingresos de un millón en adelante.	Hombres y mujeres que consideran tener problemas de obesidad, o desean un cambio estético por que no se encuentran conformes con su cuerpo , las personas tienen deseo de conocer aspectos del ejercicio y la alimentación , buscan paginas o personas que impartan conocimiento, tienen una actitud de cambio o de mejoría a nivel físico y de salud.	Personas que estén ubicadas en la ciudad de Bogotá para realizar pedidos contra entrega y entrenamientos personalizados, los usuarios de asesorías online a nivel nacional e internacional ya que se maneja de forma virtual , envíos de productos a nivel nacional , por ende las personas para cierta adquisición de servicios y productos pueden estar ubicados a nivel nacional e internacional.

A partir del 54,5% de hombres y un 45,5% para mujeres es el total de personas que pudimos identificar en nuestra investigación de mercado es una población que está en busca de conocer que es lo que nosotros como marca y empresa queremos mostrar por medio de los tres pilares fundamentales que son nutrición, entrenamiento y suplementación , siendo un mercado diversificado mostrando elevado interés en hombres y mujeres por lo cual el trabajo en contenido, servicios y productos debe estar dirigido a ambos géneros ya que los medios son plataformas unilaterales queriendo que el cliente en sus tiempos libres visualice

PROPOSICIONES DE VALOR

A partir de la investigación, se recoge información que nos brinda el punto de partida para desarrollar una marca que está generando un contenido educativo, instructivo y de entretenimiento siendo así un hilo para que las personas quieran asesorarse de forma online, o un

entrenamiento personalizado con nosotros ya que nuestro factor diferencial es brindarle a las personas un acompañamiento por dos personas una persona encargada de la nutrición y una persona encargada del entrenamiento, siempre entrelazando el trabajo de los responsables así vamos a generar un proceso más detallado y riguroso en la persona. Con lo anteriormente planteado queremos llegar a más personas que quieran iniciar a realizar ejercicio físico o por que no mejorar el proceso de una persona que ya esté en cierto nivel de entrenamiento. Por otro lado la empresa distribuye dos marcas nacionales de suplementación deportiva por ende es bueno informar y asesorar correctamente en estos temas a las personas para que realicen una compra inteligente.

Dos servicios y venta de productos

Asesoría online: Un servicio de estos consta de un plan alimenticio y una guía de entrenamiento de acuerdo a tu objetivo, se realiza una previa cita con la persona para conocer diferentes factores e información que nos brinden un punto de partida. Donde la persona debe estar en la capacidad de cumplir con el plan que se le envía, realizando chequeos y preguntas constantes por medio de telefónico (WhatsApp, video llamadas o llamadas), con ello se puede llevar un control para realizar ajuste en nutrición y entrenamiento. Dos Personas encargadas de crear, cuidar y trabajar con el cliente en su proceso. Un servicio que tiene un valor de \$150mil pesos mensuales con un valor agregado que es por ser usuario obtiene descuentos en la compra de suplementos deportivos. Este servicio lo recomendamos a personas que tengan un nivel de entrenamiento medio o alto ya que conocen un poco de procesos de entrenamiento, y nosotros como guías podemos corregir debilidades y fortalecer el proceso.

Entrenamiento Personalizado: Un servicio presencial o virtual con la persona donde ya se crea un horario para estar con la persona, donde las sesiones estarán divididas en dos entrenadores de esta forma recibirá el plan de entrenamiento mejor guiado ya que dos personas son encargadas de crear el proceso, de igual forma se entrega su guía de alimentación de acuerdo al objetivo y a la persona. En estos momentos gran porcentaje de entrenos están siendo virtuales, ya que contamos con disponibilidad de un gimnasio pero por el momento no está en funcionamiento, por lo cual se está adaptando también a trabajar en parques. Un servicio que tiene valor por la cantidad de sesiones mensuales, el valor de sesión es de \$15mil pesos, los planes son de 12 sesiones al mes, 16 sesiones al mes y 20 sesiones al mes esto dividido en

sesiones iguales por 4 semanas. Este servicio lo recomendamos para personas que están iniciando la actividad física, tiene alguna patología o lesión y personas que busquen exigencia en sus entrenamientos.

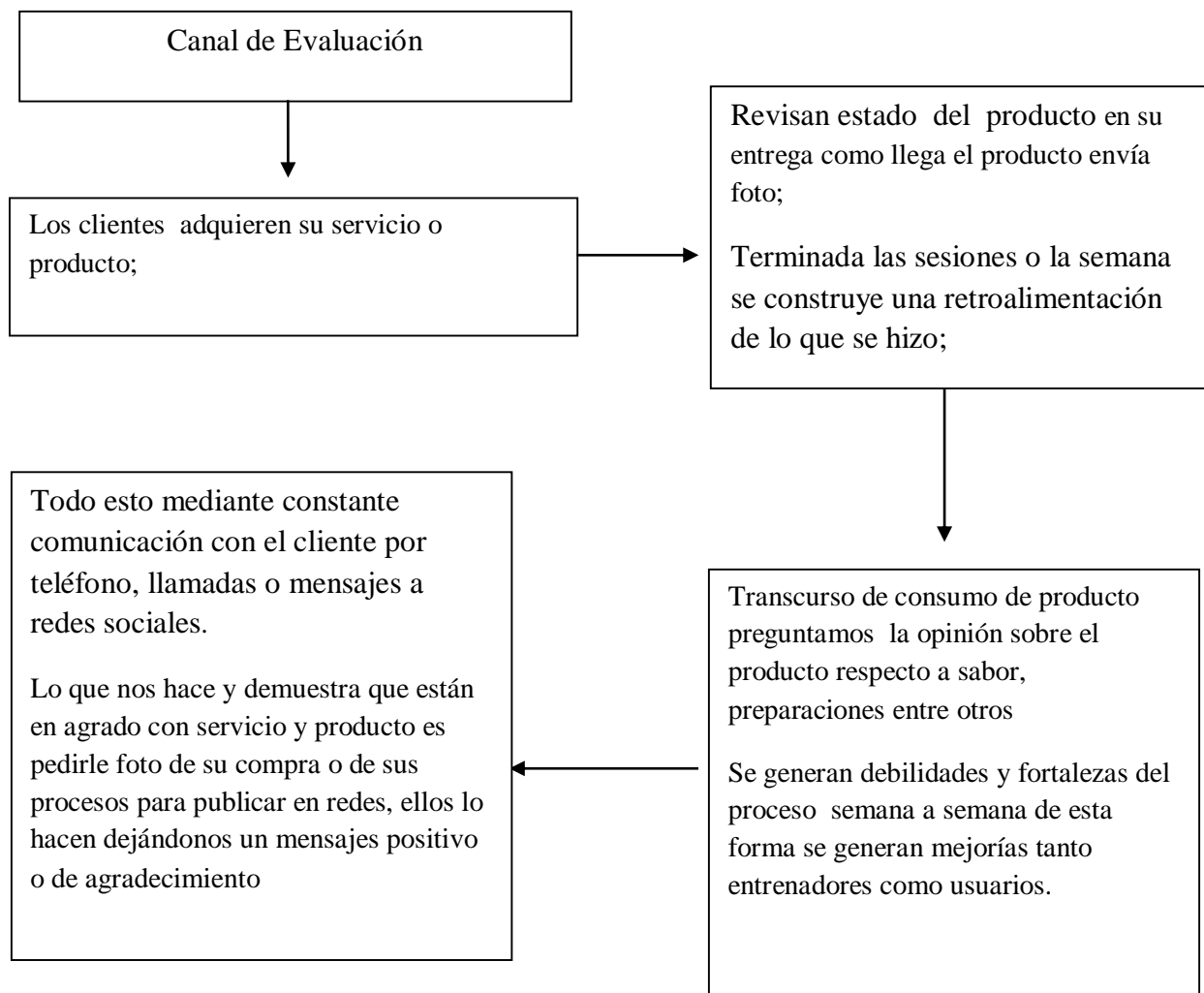
Venta de suplementación: En el momento contamos con dos empresas nacionales de suplementación deportiva, lo cual nos brinda cierta variedad en productos, proteínas, aminoácidos, pre entrenos, creatinas entre muchos más suplementos , los precios están entre \$50 mil a \$280mil el producto más caro entre las dos marcas, se busca asesorar a las personas si pueden consumir algún producto y es viable en el proceso que llevan esto en el caso de clientes o asesorados que no tengan algún conocimiento en suplementos o apenas vayan a iniciar su consumo, se asesoran y se les da la mejor recomendación de un producto o un combo. Por otro lado están los clientes que ya tienen conocimiento y un bagaje en el consumo de ellos por lo tanto tienen el criterio de elegir su compra a su gusto, lo que le ofrecemos es combos ya que buscan cantidad y economía en ellos.

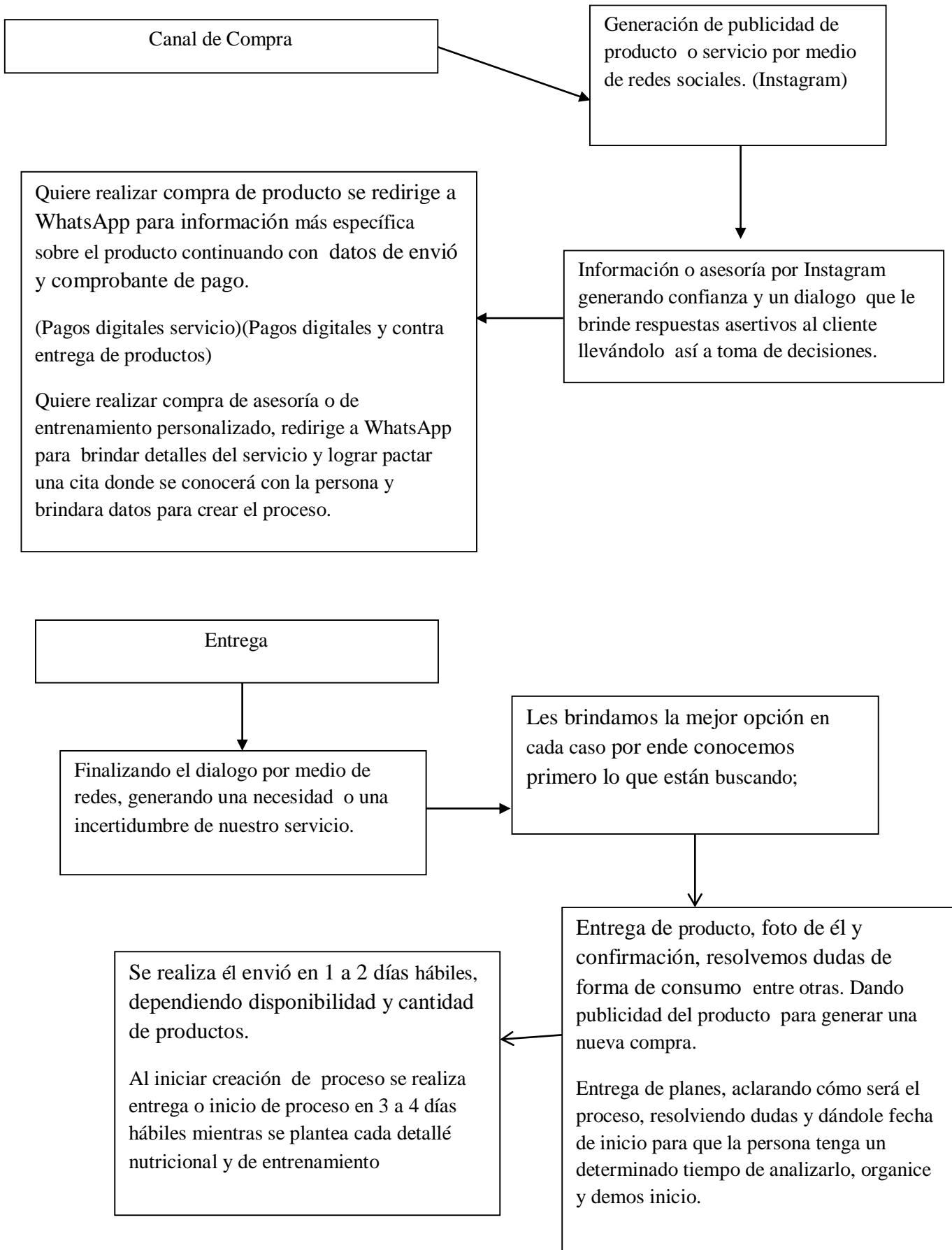
Nuestro servicio es novedoso ya que le estamos ofreciendo al cliente el acompañamiento por 2 personas y contenido específico de educación para su proceso, siendo lo mas consiente ya que es la salud de la persona, donde va a tener la corrección, la guía de remitirse a dos personas que están controlando todo en su proceso donde está pagando el servicio y está recibiendo el trabajo de dos personas, obteniendo descuento en suplementación, y adquiriendo beneficios extra por traer a un referido a tomar algún servicio esto se define directamente con la persona, con ello el desempeño de la empresa es óptimo ya que está trabajando individualmente dos personas en un proceso.

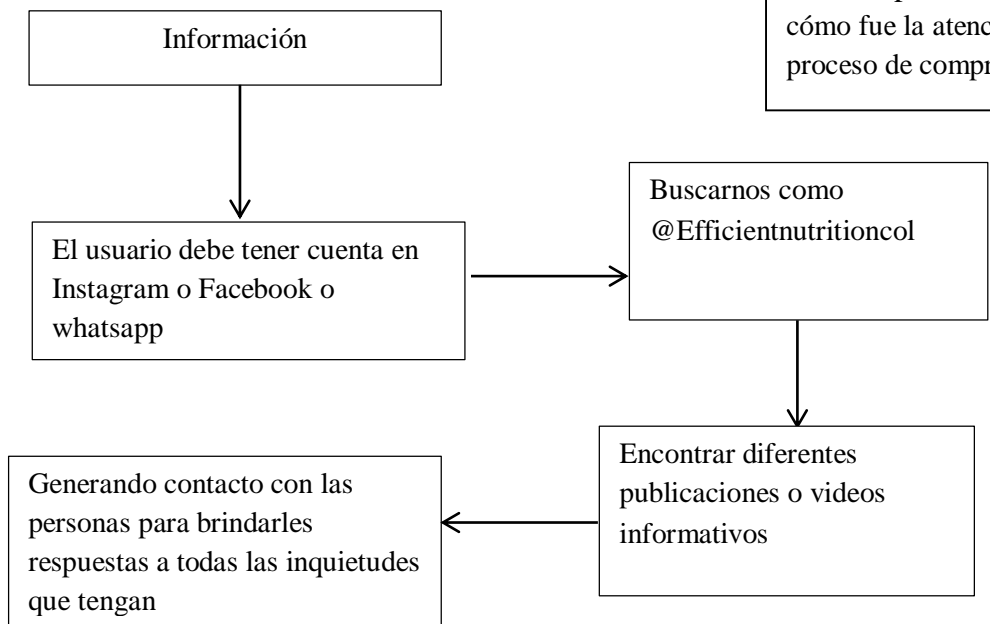
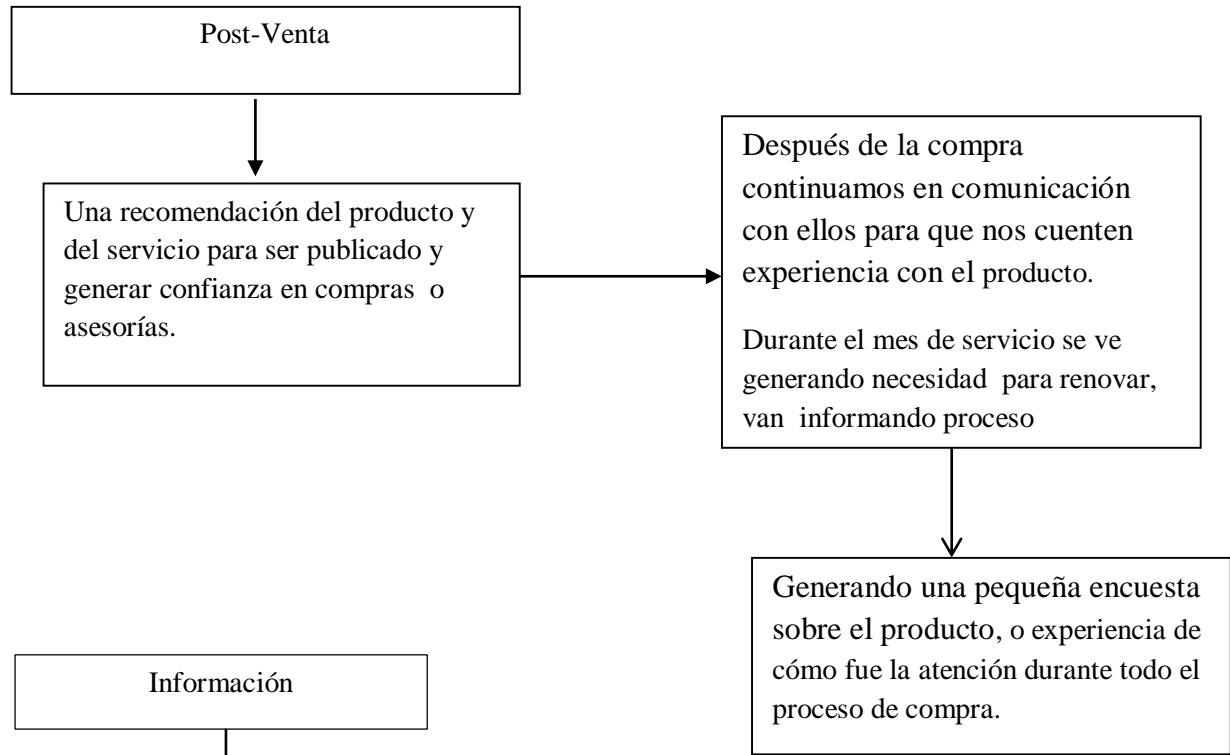
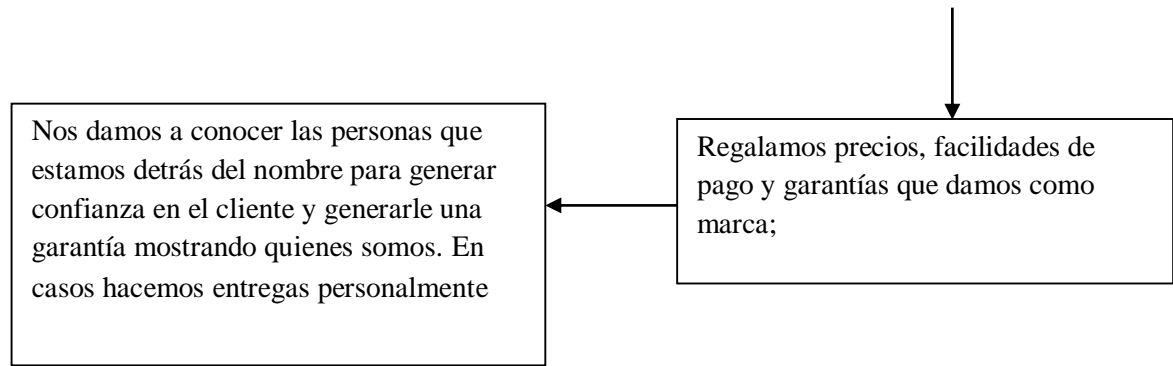
Los beneficios como usuarios de algunos de los dos servicios son descuentos en suplementación, agregar sesiones u obtener más descuento si trae algún referido para que tome alguno de los servicios o realice una compra de suplementación, cuando llevan más de tres meses siendo usuarios se les obsequia más sesiones de clase o algún producto que beneficie su proceso ,el cliente quiere siempre buscar economía, beneficios por compras por ende cuando realizan ciertas cantidad de compras se obsequia o se brinda un plan nutricional según el objetivo . Por ende se escucha siempre las peticiones los usuarios o cliente para así de esa forma llegar a un acuerdo y se sientan satisfechos con lo que están adquiriendo

CANALES

Efficient Nutrition tiene como objetivo difundir información, crear conciencia y generar un servicio único con ventas guiadas y fundamentadas para que el cliente haga una inversión correcta y logre su transformación inteligente por ello se plantea el paso a paso de cómo los clientes conocen de nosotros, como nos podrán evaluar, adquirir sus servicios o compras etc., Partiendo desde nuestra identidad como marca mostrando que significado tenemos que nos representa y como salimos al mercado.

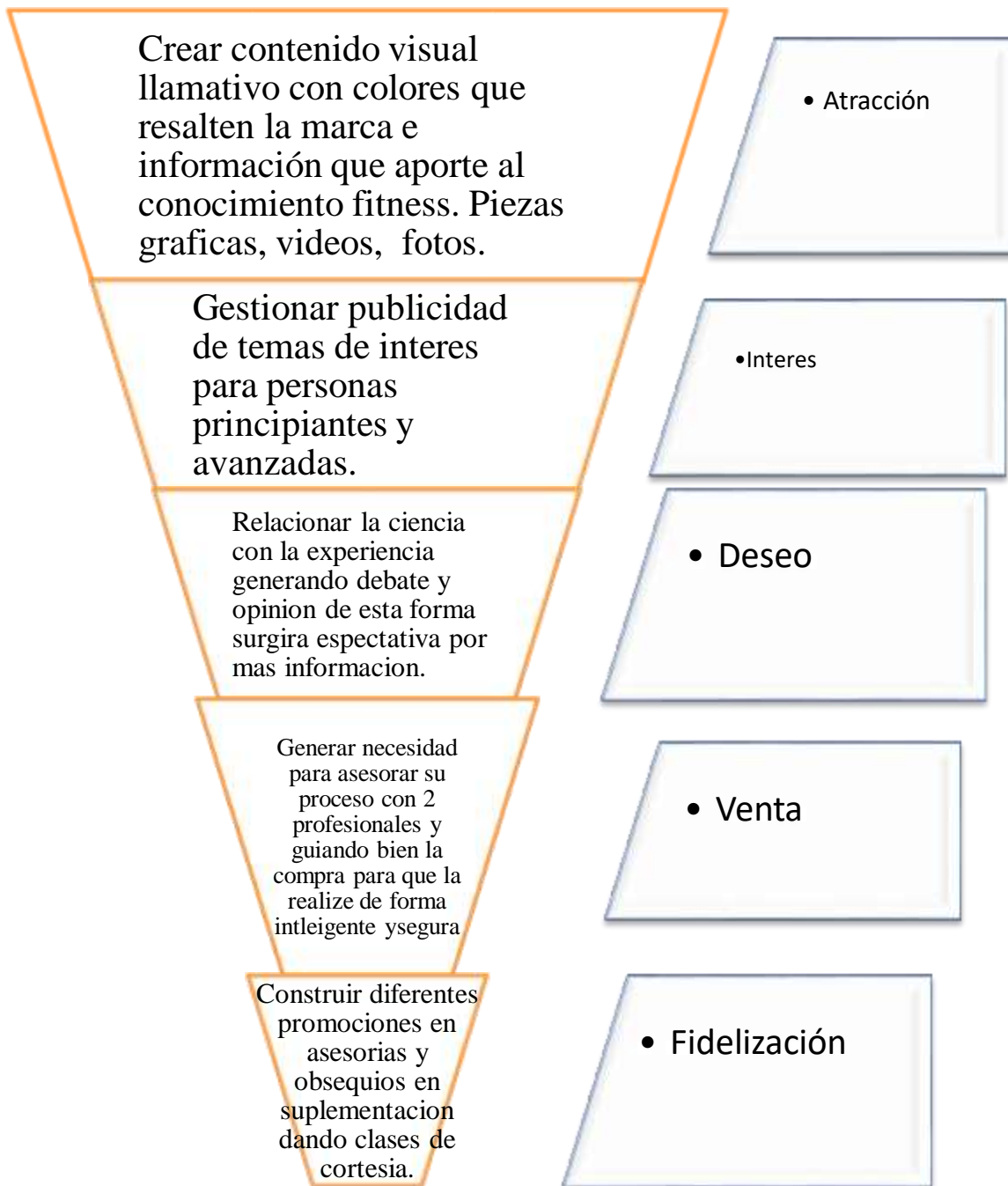






Relación con Clientes

La relación con clientes es la forma de mostrar en la actualidad la fidelización con nuestros usuarios y clientes, así de esta forma planteamos lo que queremos para nuestra empresa, como vamos a llegar al público objetivo, generar transparencia en nuestra empresa.



INGRESOS

Efficient Nutrition gana dinero de tres maneras distintas estas son:

- Venta de suplementación
- Asesorías online
- Entrenamiento personalizado

De estas diferentes maneras de obtener ingresos nuestros clientes están pagando para empezar por un trato profesional y atento desde el momento en que se comunican con la empresa creando lazos que más que una marca se sienta como un aliado a la hora de conseguir la meta pactada y en el entrenamiento personalizado nuestra promesa de valor es que dos personas guíen el proceso, una encargada de la nutrición y la otra del entrenamiento todo por el precio de una, logrando así un rendimiento realmente eficiente a la hora de obtener los frutos y siendo esta una de nuestras estrategias para captar los clientes potenciales otra es bajarle el precio a la suplementación a cliente final frente a la competencia o por combos de productos regalar un descuento adicional, nuestra táctica para fijar los precios depende del costo al que nos sale como distribuidores del producto y en el caso de las asesorías y el entrenamiento depende de los precios del gremio dejando el nuestro más económicos por consiguiente tomamos como ejemplo nuestra competencia directa Puro Fitness.

<u>Puro Fitness</u>	Suplementación	Asesorías Online	Entrenamiento Personalizado	Productos Complementarios
	Manejan precios iguales en el mercado con un rango de ganancia del 25%	150,000 pesos mensuales	No Aplica	Venta de artículos de gimnasio
<u>Efficient Nutrition</u>	Suplementación	Asesorías Online	Entrenamiento Personalizado	Productos Complementarios
	Manejaremos un rango de ganancia de 20% para introducirnos en el mercado con un precio mucho más cómodo y así generar una competencia frente a las otras marcas	100.000 pesos mensuales	Si Aplica Por sesión de entrenamiento 15,000 X 8 sesiones mensuales 120,000 X 12 sesiones mensuales 180,000 X 16 sesiones mensuales 240,000	No Aplica

X 20 sesiones 300,000

Tabla No ___ Echa por el autor

Nuestro modelo de negocio a desarrollar durante el primer año es el costo por uso o prima por uso ya que Efficent Nutrition se basa en el uso de un servicio determinado en nuestro caso los productos y servicios son única y exclusivamente por uso, entre más utilice el cliente más paga, nuestros ingresos son de transacciones resultantes de pagos realizados por una vez ya que si el cliente adquiere nuevamente el producto o servicio debe cancelar cuantas veces los requiera, dichos precios serán fijados mediante la estrategia dinámica ya que dependiendo la oferta y demanda del momento nos permitirá ser versátiles en tiempo real con los valores de productos y servicios.

A continuación anexamos los ingresos en general mes por mes durante un año

1.	Detalle de Ingresos	MES 1	MES 2	MES 3
1.1	Ingreso por Ventas Suplementacion	1.500.000	1.800.000	2.200.000
1.2	Asesorias (6)	600.000	650.000	800.000
1.3	Entrenamientos (2 Sesiones)	600.000	700.000	600.000
1.4	Cobro de deudas	230.000	230.000	230.000
1.5	Otro Ingresos	1.200.000	1.200.000	1.200.000
1.0	TOTAL DE INGRESOS	4.130.000	4.580.000	5.030.000

FLUJO DE CAJA 2021				
MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	
2.600.000	3.000.000	3.500.000	4.000.000	
750.000	800.000	750.000	700.000	
510.000	680.000	650.000	680.000	
230.000	230.000	230.000	230.000	
1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	
5.290.000	5.910.000	6.330.000	6.810.000	

MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
4.500.000	4.000.000	3.500.000	3.000.000	3.500.000
800.000	1.600.000	1.200.000	900.000	1.100.000
500.000	800.000	900.000	850.000	863.000
230.000	230.000	230.000	230.000	230.000
1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000
7.230.000	7.830.000	7.030.000	6.180.000	6.893.000

En las anteriores tabla de ingresos en el año 2021 podemos analizar que la curva de crecimiento de la empresa se va ver estable en los meses 6,7,8,9 y 10 en donde podemos encontrar un equilibrio del negocio en el mercado en los meses finales del primer año se evidencia un incremento en los ingresos de la empresa ya que para ese periodo esperamos tener un buen posicionamiento y compra de los servicios y productos, cabe aclarar que los gastos no son tal altos ya que nuestra plaza es lo digital este análisis podemos hacerlo a partir de la investigación realizada en donde inferimos que en Colombia a través de los años el fitness está conquistando espacios en nuestra cotidianidad, la evolución se ve en diferentes prácticas por la lucha de lograr una vida saludable. Las líneas de negocios relacionadas con el fitness son muchas ya que están en pleno crecimiento a lo largo del continente donde en Colombia logra más seguidores día a día, en Colombia existe una feria que a medida que aumentan sus ediciones, aumentan sus participantes, las empresas y practicas entre otras cosas comentan Mauricio Parra directo de Expofitness Colombia que el 15 al 17 de febrero prepara esta feria en la ciudad de Medellín en el año 2019 fue su sexta edición.

Las últimas cifras en esta industria en pleno crecimiento y en la actualidad mueven 12 billones de dólares, el auge de deporte, los hábitos saludables, en todo el continente por lo que la feria se encuentra en proceso de internacionalizarla ya que llegan muchas marcas, empresa, atletas de diferentes países, quien se encuentra involucrado en el medio gimnasios, vendedores y creadores de ropa deportiva, así las empresas que hoy en día se dedican a entrenamiento físicos alternativos también encontrando comercio de productos de nutrición así como toda la cadena especialista en la salud está relacionado con la industria.

Con el fin de que en la feria los expositores nacionales e internacionales para que atletas, compradores, inversionistas y entusiastas puedan intercambiar información así dando a conocer las tendencias del mercado. La cita será en Plaza Mayor de Medellín con la presencia de más de

200 marcas y 21 conferencias, a la espera de más de 30 mil visitantes con una expectativa de negocios que se espera superen los tres millones de dólares.

Los suplementos dietarios mueven \$274.300 millones este dato es el estimado para el 2019 en Colombia a 2024, dicho mercado crecería 22,2% en el país, entendiendo que estos productos complementan la alimentación normal, los suplementos dietarios son un mercado que viene creciendo a doble dígito en el país, los datos de venta son registrados según Euro monitor una empresa en investigación de mercados, la firma estima que a 2024 las ventas de estos productos crecerían 22,2% comparado con lo registrado en el 2019 y totalizaría en \$ 335.200 millones.

El mercado viene creciendo en América Latina para el año 2019 se calculó que las ventas al consumidor finales fueron de U\$2.748 millones, lo cual representa una variación de 50,7% comparado con datos de años anteriores. El dinamismo de este mercado en el país y su continuo crecimiento, lo demuestran un estudio realizado por Nielsen para la cámara farmacéutica de la Andí, es esa relación entre el uso de estos complementos dietarios y la práctica de hábitos de vida saludable que estarían tomando mayor relevancia entre los colombianos. El análisis, que encuestó a 806 personas entre 18 y 64 años en seis regiones del país, arrojó que el 66% de estos ha usado suplementos dietarios en los últimos seis meses. Entre los suplementos más utilizados por los encuestados están las vitaminas en primer lugar con 45%, seguido de proteínas y aminoácidos con 17%, suplementos botánicos o bioactivos con 16% y minerales con 15%.

ASOCIACIONES CLAVE

Uno de los ítems como la asociación clave es donde vamos a identificar con quien tendremos alianzas para surgir en el medio y darnos a conocer como marca y empresa, lo cual nos facilitara procesos de ventas y conocimiento en el mercado de esta forma demostraremos cuales serán nuestros beneficios.

Asociaciones Clave		
¿Qué gana Effcient Nutrition?	Alianza	Motivaciones
<p>Nuestra relación más importante al iniciar Effcient Nutrition es con los proveedores ya que ellos nos permiten obtener de una manera más sencilla los productos que queremos vender a nuestro nicho, con un precio más cómodo para la compañía, con un rango de ganancia del 10% en adelante además nos permite ser un lugar en donde los consumidores pueden obtener productos de dos de las marcas más reconocidas en el mercado posicionándonos así como una compañía seria y confiable.</p>	<p>Para empezar el proyecto nuestras alianzas serán de tipo estratégicas ya que estas compañías no son competencias directas pero si nos proveen de los productos clave para suplir la demanda de nuestros consumidores. Las dos marcas son</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proscience • Megaplex 	<p>Los motivos principales para la creación de estas asociaciones son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reducción de procesos: que nos permite la optimización en tiempo y por ende mejora nuestra economía ya que nos brinda un rango de ganancia con el cual podemos jugar a la hora de la venta al público • Confiabilidad: Al entrar en el mercado con estas dos empresas nos permitirá darnos conocer a nuestros consumidores como una empresa confiable reduciendo el riesgo y la desconfianza a la hora de comprar, así mismo esta alianza con nuestros proveedores genera confiabilidad a la hora de adquirir los productos disminuyendo la inseguridad y generando lazos comerciales duraderos.

Tabla No_____ Echa por el autor

A continuación el material gráfico mostrándoles a nuestros clientes nuestras alianzas.

NUESTRAS MARCAS

DISPONIBLE TODA
LA SUPLEMENTACIÓN



TRANSFORMACIÓN INTELIGENTE

Pregunta por tu suplementación



NUESTRAS MARCAS

DISPONIBLE TODA
LA SUPLEMENTACIÓN



TRANSFORMACIÓN INTELIGENTE

Pregunta por tu suplementación



RECURSOS CLAVES

A partir del balance general realizado por el primer año podemos concluir que nuestro modelo de negocio digital es mucho más viable ya que los gastos son menores que las ganancias mensuales logrando así un punto de equilibrio pronto; La ventaja de tener a Efficent nutrition como una empresa que se mueve principalmente en lo digital nos permite estar presentes en el mercado pero no necesariamente con un aspecto físico ya que para empezar no nos es vital para el funcionamiento y nos ahorra un costo que se puede invertir en adquirir los suplementos y posicionar nuestra marca en la web. Nuestra propiedad intelectual es básicamente es nuestro logo, manual de identidad de marca, nuestro contenido visual y escrito en la web.

Efficent Nutrition no tiene necesidad de adquirir ninguna patente ya que nuestro objetivo es brindar productos de suplementación ya reconocidos y producidos.

Para iniciar el proyecto y para que este funcione necesitamos de dos personas con conocimientos en cultura física y todos los detalles que esto conlleva, con el objetivo de brindar la asesoría profesional que los usuarios necesitan y el entrenamiento personalizado, todo basado y fundamentado en conocimiento estudio profesional y la experiencia.

Recursos físicos	Recursos Intelectuales	Recursos Humanos	Recursos Económicos
No Aplica	Necesitamos registrar nuestra marca definiéndolo como nombre y enseñas comerciales y el lema comercial ante la SIC Superintendencia de Industria y Comercio para que el logo creado para la empresa, nombre y lema no se utilizado en ningún otro tipo de negocio y no halla plagio en el mismo, allí mismo registrando los productos y servicios ofrecidos definiendo la clase a la que estos pertenecen en la Clasificación Internacional de Niza. Este solicitud de registro dependiendo la certificación de clase y las	<ul style="list-style-type: none"> • Personal Trainer • Nutricionista y dieta <p>Ambos profesionales.</p> <p>A continuación se anexan los perfiles requeridos.</p>	la estrategia para conseguir los fondos partiendo de la aclaración de que no necesitamos un recurso físico y que uno de nuestros servicios también se brinda online, es un ahorro para dicho propósito ya que no nos es viable un préstamo bancario o personal ya que podemos iniciar nuestro proyecto con un capital inicial de 6.930.000. Precio que podemos analizarlos en las tablas realizadas en

	modificaciones relacionadas oscilan entre 700.000 mil pesos a 2.000.000 por cada modificación o clase hay un precio adicional.		el balance general en el mes de Enero.
--	--	--	--

Tabla No _____ Echa por el autor.

A continuación anexo el material gráfico correspondiente a los recursos intelectuales que se publicaran vía internet siendo este el eje central y en donde la marca Efficent Nutrition se moverá principalmente además agrego el perfil profesional requerido por la empresa para los recursos humanos.

- Recursos Intelectuales:



BIENVENIDOS A



CONOCE NUESTROS PILARES:



@efficientnutritioncol

ASESORIA ONLINE

TRANSFORMACIÓN INTELIGENTE



NUTRICIÓN
ENTRENAMIENTO
SUPLEMENTACIÓN

- PLAN INDIVIDUALIZADO
- CONTACTO 24/7
- CHEQUEOS CONSTANTES

EFFICIENT
TRANSFORMACIÓN INTELIGENTE



Pregunta por tu asesoría



- Recursos Humanos:





Nutricionista y dieta

Su formación básica y especializada en atención nutricional, educación alimentario nutricional, intervención comunitaria participativa, planificación, organización, control y evaluación de servicios de alimentación colectiva y programas de salud; le permite desempeñar funciones en atención dietética y dietoterapéutica, promover estilos de vida saludables en el contexto de la salud familiar, evaluar acciones individuales y colectivas de mejoramiento alimentario nutricional y aplicar herramientas de gestión en los diferentes ámbitos de su quehacer profesional.

Certificado

Profesional certificado o titulación formal

Experiencia

Dos años de experiencia en asesoría nutricional en el deporte, mínimo seis meses en entrenamiento funcional, con conocimientos en procesos de evaluación física.

Funciones

Las funciones administrativas de este dominio contemplan acciones como programación anual de actividades, supervisión, control y evaluación de todas las actividades desarrolladas en Unidades Dietéticas.

En los costos de los canales nuestro objetivo de precio proyectado en el primer año es sobrevivencia ya que vamos a sacrificar los niveles de rentabilidad en un 5% pero nos permite la maximización de las ventas ya que podremos capturar la participación mayor del mercado como una empresa que tiene precios más bajos en los mismos productos; dentro de este canal de distribución las funciones serán promoción, contacto, adaptación y distribución física por ende nuestra ruta es minorista este nombre nos define como comerciantes cuya función están relacionada con la venta de productos de suplementación y servicios como la asesoría online y entrenamiento personalizado directamente al cliente final.

➤ **Características del minorista:**

- ✓ El consumidor inicia el contacto de venta
- ✓ Nuestro contenido es emocional
- ✓ El consumidor participa y obtiene asesoramiento en la venta
- ✓ La compra genera experiencia de marca Efficient Nutrition

➤ **Decisiones de marketing del minorista:**

- ✓ Surtido de producto y decisiones sobre los servicios
- ✓ Decisiones sobre el precio a fijar
- ✓ Decisiones sobre las promociones
- ✓ Decisiones sobre el lugar en donde se moverá la compañía (física/digital)

➤ **Estrategias de distribución :**

La estrategia de Efficient Nutrition con respecto a la distribución será en dos modalidades

- ✓ Exclusiva en la asesoría online ya que es una e individual en cada persona y en el entrenamiento personalizado.
- ✓ Selectiva ya que maneja algunos productos de suplementación como Megaplexx y Prosciencie.



➤ **Canales de distribución :**

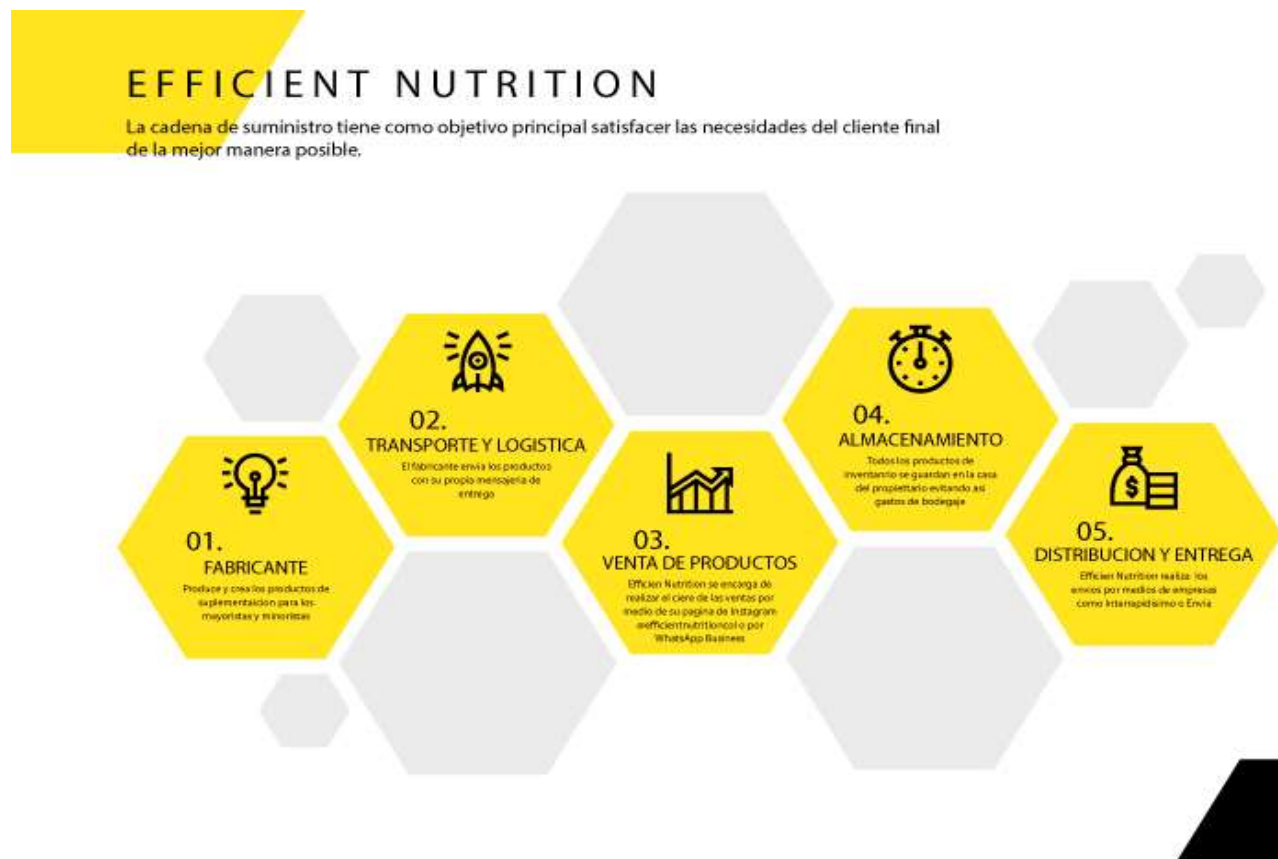
El canal utilizado por Efficient Nutrition será Internet ya que es un medio informativo, medio publicitario y canal de distribución.

El costo de este canal de distribución entre el pago del internet que es nuestro canal, la publicidad como medio de difusión y el pago por los productos a nuestro proveedor oscila entre 2.500.000 y 3.500.000 iniciando nuestro primer año como lo podemos evidenciar en la tabla del balance general del mes de Enero.

ACTIVIDADES CLAVE

Efficient Nutrition está solucionando un problema de salud pública en la sociedad Colombiana ya que según un informe publicado el 15 de Noviembre de 2019 en la revista Semana la cifra que arrojó la última encuesta de situación nutricional (Ensin) en 2015, más de la mitad de los colombianos 56.4% tienen sobrepeso u obesidad este panorama nacional tiene como consecuencia muchas enfermedades letales y costosas, es por esto que se vuelve vital que profesionales en cultura física ayuden a la sociedad y los individuos comprendidos en ella a mejorar su calidad de vida a través de la nutrición y el ejercicio

Gestionamos una cadena de suministro como a continuación mostramos:



Además como nuestro principal canal es el internet ofrecemos nuestros productos y servicios a través de una plataforma de social media como lo es Instagram, ¿Por qué vamos a utilizar esta red social y no una página web iniciando?, porque nuestro objetivo es posicionar nuestra marca en las plataformas de Social Media para luego poder generar un buen tráfico a nuestra página web ya que no nos es viable incurrir en un gasto de página iniciando, cuando no podemos sostener un buena circulación por la misma.

Así que nuestras categorías de actividades para el modelo de negocio son la solución de problemas como lo mencionamos anteriormente y la plataforma/red.

Propuesta de Valor



Duración

8 sesiones mensuales por un valor de 120,000 pesos, comprendidas en la categoría de entrenamiento y nutrición a cargo de dos profesionales en cada área que guiaran el proceso.

Actividad

Plan de entrenamiento con ejercicios controlados con la asesoría de los profesionales para alcanzar los objetivos propuestos, y así lograr una transformación inteligente



Responsable

Los responsables serán:
Juan Rodriguez
(entrenador personal y profesional en cultura física, recreación y deporte)
Profesional a contratar en el área de nutrición.

ESTRUCTURA DE COSTOS

Los costos fijos para Eficiente Nutrition son pago de internet, pago de publicidad y pago de sueldos a partir del tercer mes del primer año, nuestros costos variables en nuestro caso son papelería y demás y en el caso del variable unitario cuantificamos el tiempo que se gasta en atender nuestros clientes y en el caso de los productos cuanto es el valor del mismo por unidad, como lo analizamos en el balance mensual del primer año nuestro punto de equilibrio sería a partir del mes 6 en donde podemos tener un ingreso.

A continuación anexamos las métricas de:

- De la propuesta de valor
- De tipo de mercado
- De la relación con clientes
- De la operación de la empres
- De los canales
- De los imprevistos

A continuación anexamos las tablas correspondientes a los:

- Costos fijos
- Costos variables
- Costo variable unitario
- Punto de equilibrio
- Valor de equilibrio

FLUJO DE CAJA 2021

1. Detalle de Ingresos	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
1.1 Ingreso por Ventas Suplementaci	1.500.000	1.800.000	2.200.000	2.600.000	3.000.000	3.500.000	4.000.000	4.500.000	4.000.000	3.500.000	3.000.000	3.500.000
1.2 Asesorias (6)	600.000	650.000	800.000	750.000	800.000	750.000	700.000	800.000	1.600.000	1.200.000	900.000	1.100.000
1.3 Entrenamientos (2 Sesiones)	600.000	700.000	600.000	510.000	680.000	650.000	680.000	500.000	800.000	900.000	850.000	863.000
1.4 Cobro de deudas	230.000	230.000	230.000	230.000	230.000	230.000	230.000	230.000	230.000	230.000	230.000	230.000
1.5 Otro Ingresos	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000
1.0 TOTAL DE INGRESOS	4.130.000	4.580.000	5.030.000	5.290.000	5.910.000	6.330.000	6.810.000	7.230.000	7.830.000	7.030.000	6.180.000	6.893.000
2. Detalle de Egresos												
2.1 Luz	60.000	65.000	65.000	55.000	55.000	65.000	70.000	68.000	62.000	58.000	62.000	60.000
2.2 Publicidad	200.000	220.000	280.000	300.000	300.000	350.000	350.000	350.000	400.000	400.000	430.000	430.000
2.3 Telefono	80.000	80.000	80.000	100.000	100.000	120.000	120.000	130.000	130.000	130.000	130.000	130.000
2.4 Internet	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000
EGRESOS EN CONSUMO	400.000	425.000	485.000	515.000	515.000	595.000	600.000	608.000	652.000	648.000	682.000	680.000
2.4 Compra de mercaderia	1.500.000	1.800.000	2.000.000	1.200.000	1.800.000	800.000	500.000	1.000.000	700.000	600.000	600.000	600.000
2.5 Salarios			1.600.000	1.600.000	1.600.000	1.600.000	1.600.000	1.600.000	1.600.000	1.600.000	1.600.000	1.600.000
2.6 Admin. y Ventas	80.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000
2.7 Impuestos	80.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000
2.8 Amortizaciones	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000
2.9 Intereses	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000
EGRESOS OPERATIVOS	1.880.000	2.220.000	4.020.000	3.220.000	3.820.000	2.820.000	2.520.000	3.020.000	2.720.000	2.620.000	2.620.000	2.620.000
2.0 TOTAL DE EGRESOS	2.280.000	2.645.000	4.505.000	3.735.000	4.335.000	3.415.000	3.120.000	3.628.000	3.372.000	3.268.000	3.302.000	3.300.000
3.0 SALDO NETO	2.250.000	2.360.000	1.010.000	2.070.000	2.090.000	3.510.000	4.290.000	4.210.000	5.110.000	4.410.000	3.560.000	4.273.000
4.0 SALDO ACUMULADO	6.580.000	8.940.000	9.950.000	12.020.000	14.110.000	17.620.000	21.910.000	26.120.000	31.230.000	35.640.000	39.200.000	43.473.000

Estructuras de costo por mes

	Concepto	cantidad	unidad	costo Uni	Costo mensual
Mano de obra	Nutricionista	1	1	800.000	800.000
	Entrenador	1	1	800.000	800.000
	TOTAL =				1.600.000
Materiales	Celulares	2	2	1.000.000	2.000.000
	Internet	2	2	60.000	120.000
	Publicidad	1	1	500.000	500.000
TOTAL=				2.620.000	
Costos Indirectos	Papel Bond	25	Millares	12.000	300.000
	Boligrafos	4	Unidades	1.200	4.800
	Post It	20	Unidades	500	10.000
TOTAL=				314.800	
Cotos Fijos	Agua	10	Metro cubico	2.500	25.000
	Electricidad	550	Hora	200	110.000
	Seguros	2	unidad	30.000	60.000
TOTAL=				195.000	
Costo Total mensual					
Mano de obra	2.060.000				
Materiales	2.660.000				
Costos indirectos	314.000				
Costos Fijos	195.000				
TOTAL	5.229.000				

Estructuras de costo por año

	Concepto	cantidad	unidad	costo Uni	Costo anual
Propuesta de Valor	Nutricionista	96	sesiones	15.000	1.440.000
	Entrenador	96	sesiones	15.000	1.440.000
				TOTAL =	2.880.000
Tipo de mercado	Suplementos	100	unidades Megaplex mass	70.000	7.000.000
	Entrenamiento	1.488	Horas de entrenamiento	3.750	5.580.000
	Nutrición	1.488	Horas de asesoría nutricional	3.750	5.580.000
			TOTAL=	18.160.000	
Relaciones con clientes	Tiempo	1080	Hora	15.000	16.200.000
	Video llamadas	1080	Hora	15.000	16.200.000
	Visitas	1080	Hora	35.000	37.800.000
			TOTAL=	70.200.000	
Canales	Domicilios local	100	unidad	8.000	800.000
	Envia nacional	100	unidad	10.000	1.000.000
	Interrapidísimo regional	100	unidad	10.000	1.000.000
			TOTAL=	2.800.000	
Imprevistos	Suplementos dañados	10	unidad	56.175	561.750
	Fallas del internet	5	Daños por parte de la empresa	200.000	1.000.000
	Lesiones por accidentes	2	anual	100.000	200.000
			TOTAL=	1.761.750	
Costo Total anual			Precio venta producto unidad	99.000	
Propuesta de Valor	2.880.000		costos fijos	195.000	
Tipo de mercado	18.160.000				
Relaciones con clientes	70.200.000		PUNTO DE EQUILIBRIO	6,724137931	
Canales	2.800.000				
Imprevistos	1.761.175				
TOTAL	95.801.175				

Balance de un mes de trabajo



BALANCE GENERAL EFFICIENT NUTRITION			
NIT 900-5546876			
Balance general del	1/01/2021	al	31/01/2021
ACTIVOS			
Activo Corriente			
efectivo			7.000.000
cuentas por cobrar			0
inventarios			0
Total Activo Corriente			7.000.000
Activo Fijo			
Inversion Suplementos			1.500.000
Celulares			2.000.000
Total Activo Fijo			3.500.000
Otros Activos			
TOTAL ACTIVOS			10.500.000
PASIVOS			
Pasivo			
Provedores			1.500.000
Acreedores(sueldo)			1.600.000
intereses por pagar			80.000
porcion corriente obligaciones (internet			60.000
anticipo de clientes			0
TOTAL PASIVOS			3.240.000
PATRIMONIO			
aportes sociales			3.000.000
Reservas			1.475.000
utilidades de ejercicio			1.560.000
reserva legal acumulada			225.000
TOTAL PATRIMONIO			7.260.000
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO			10.500.000

Balance del primer año 2021




BALANCE GENERAL EFFICIENT NUTRITION	
NIT 900-5546876	
Balance general del	ANUAL 2021
ACTIVOS	
Activo Corriente	
efectivo	84.000.000
cuentas por cobrar	0
inventarios	0
Total Activo Corriente	84.000.000
Activo Fijo	
Inversion Suplementos	18.000.000
Celulares	2.000.000
Total Activo Fijo	20.000.000
Otros Activos	
TOTAL ACTIVOS	104.000.000
PASIVOS	
Pasivo	
Provedores	18.000.000
Acreedores(sueldo)	14.400.000
intereses por pagar	960.000
porcion corriente obligaciones (inte	720.000
anticipo de clientes	0
TOTAL PASIVOS	34.080.000
PATRIMONIO	
aportes sociales	36.000.000
Reservas	17.700.000
utilidades de ejercicio	18.720.000
reserva legal acumulada	2.700.000
TOTAL PATRIMONIO	69.920.000
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	104.000.000

EVALUACIÓN FINANCIERA

En este capítulo anexamos el balance general de nuestro segundo año proyectado en el 2022 a partir del balance del primer año en donde tenemos un crecimiento del 25% pronosticado estimado.

Balance anual del 2022

		Efficient Colombia	
		BALANCE GENERAL AL 31 DE DICIEMBRE DE 2022	
ACTIVO		PASIVO	
Activo Circulante		Pasivo Circulante	
Caja	\$45.211.920	Proveedores	\$13.000.000
Bancos	\$0	Acreedores (sueldo)	\$19.968.000
Inversiones a corto plazo	\$0	Intereses por pagar	\$83.200
Cuentas por cobrar	\$28.704.000	Porción corriente obligaciones (internet)	\$7.488.000
Inventario	\$13.000.000	Anticipo de clientes	\$0
Total Activo Circulante	\$86.915.920	Total Pasivo Circulante	\$40.539.200
Activo Fijo		Pasivo a Largo Plazo	
Edificios	\$0		
Terrenos	\$0	Documentos por pagar a largo plazo	\$72.800
Depreciación acumulada	\$0	Total Pasivo Circulante	\$72.800
Mobiliario y equipo.	\$2.080.000		
Depreciación acumulada	\$832.000		
Publicidad	\$4.170.400	SUMA DEL PASIVO	\$40.612.000
Depreciación acumulada	\$0		
Equipo de cómputo	\$1.560.000		
Depreciación acumulada	\$312.000		
Total Activo Fijo	\$8.954.400	CAPITAL CONTABLE	
Activo diferido		Capital social	\$855.920
Rentas pagadas por anticipado	\$0	Reservas	\$1.164.800
Otros activos diferidos	\$520.000	Resultados de ejercicios anteriores	\$262.080
Total Activo Diferido	\$520.000	Resultados del ejercicio	\$166.400
		Total Capital contable	\$2.449.200
SUMA DEL ACTIVO	\$96.390.320	SUMA DEL CAPITAL CONTABLE	\$2.449.200
		PASIVO + CAPITAL CONTABLE	\$43.061.200
		PATRIMONIO	\$55.851.120

El valor presente neto corresponde al valor presente de los flujos de caja netos originados por una inversión inicial pronosticada para Enero del 2021 con 6,000,000 millones de pesos; así mismo hablamos también de la tasa interna de rentabilidad de una inversión es la medida de los rendimientos futuros que esperamos tener en el 2021 teniendo la oportunidad de ofrecer el modelo de negocio a futuros inversionistas y por ultimo contamos con el retorno de la inversión que representa el rendimiento que la empresa tiene desde el punto de vista financiero.

A continuación la tabla del TIR y VAN para el 2021.

Cálculo de TIR y VAN Efficient Nutrition 2021

Nombre del proyecto:	Efficient Nutrition	Efficient Nutrition
TNA de inversión alternativa	5%	
Cantidad de Meses	10	
TEA de inversión alternativa	5,116%	
Interés Mensual	0,417%	

Meses	FLUJO DE FONDOS	FLUJO DE FONDOS
1/01/21	-\$ 7.000.000,00	-\$ 10.000.000,00
1/02/21	\$ 7.550.000,00	\$ 10.550.000,00
1/03/21	\$ 8.210.000,00	\$ 11.210.000,00
1/04/21	\$ 7.930.000,00	\$ 10.930.000,00
1/05/21	\$ 8.830.000,00	\$ 11.830.000,00
1/06/21	\$ 8.380.000,00	\$ 11.830.000,00
1/07/21	\$ 9.580.000,00	\$ 12.580.000,00
1/08/21	\$ 9.580.000,00	\$ 12.580.000,00
1/09/21	\$ 9.330.000,00	\$ 12.330.000,00
1/10/21	\$ 8.230.000,00	\$ 11.230.000,00

	Efficient Nutrition	Efficient Nutrition
TIR Anual	193,46%	166,36%
VAN	\$75.700.810,90	\$102.465.356,92

Decisión de realizar los proyectos versus no hacerlos - comparación de TIR vs TNA de mercado

Me conviene invertir en Efficient Nutrition dado que me da un rendimiento de 193,46% y el mercado de 5,12%

Me conviene invertir en Efficient Nutrition dado que me da un rendimiento de 166,36% y el mercado de 5,12%

Decisión entre proyectos- Comparación de VAN

Me conviene invertir en Efficient Nutrition ya que su VAN es mayor que Efficient Nutrition

La conclusión del TIR y VAR nos indica que nuestro proyecto pronosticado es viable y se puede invertir, de esta forma es más preciso el cálculo en que nuestro negocio tardara en recuperar su inversión inicial, Efficient nutrition de esta forma encuentra su viabilidad como empresa que ofrece un servicio y productos.

Decisión de realizar los proyectos versus no hacerlos - comparación de TIR vs TNA de mercado

Me conviene invertir en Efficient Nutrition dado que me da un rendimiento de 99,62% y el mercado de 5,12%

Me conviene invertir en Efficient Nutrition dado que me da un rendimiento de 7,97% y el mercado de 5,12%

Decisión entre proyectos- Comparación de VAN

Me conviene invertir en Efficient Nutrition ya que su VAN es mayor que la/el Efficient Nutrition



REFERENCIAS

Cámara de Comercio de Bogotá, Ley de emprendimiento juvenil. Recuperado el 26 de agosto de 2020. Recuperado de: <https://www.ccb.org.co/Inscripciones-y-renovaciones/Normativa-Registros-Publicos/Ley-de-Emprendimiento-Juvenil>

Función pública. Disposiciones para el fomento del deporte, la recreación, el aprovechamiento del tiempo libre. LEY 181 DE 1995. Recuperado el 27 de agosto de 2020. Recuperado de: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=3424>

González-Gross, M., Gutiérrez, A., Mesa, J. L., Ruiz-Ruiz, J., & Castillo, M. J. (2001). La nutrición en la práctica deportiva: Adaptación de la pirámide nutricional a las características de la dieta del deportista. Archivos latinoamericanos de nutrición, 51(4), 321-331.

Mas Melero, C. (2018). ¿Influye el género en los hábitos y efectos de la suplementación deportiva en adultos jóvenes? Trabajo de grado.

Ministerio de educación. De fomento a la cultura del emprendimiento Ley 1014 de Enero 26 de 2006. Recuperado el 26 de agosto de 2020. Recuperado de [:https://www.mineducacion.gov.co/1759/w3-article-94653.html?_noredirect=1](https://www.mineducacion.gov.co/1759/w3-article-94653.html?_noredirect=1)

Olivos, O. C., Cuevas, M. A., Álvarez, V. V., & Jorquera, A. C. (2012). Nutrición para el entrenamiento y la competición. Revista Médica Clínica Las Condes, 23(3), 253-261.

Petry, É. R., Alvarenga, M. L., Cruzat, V. F., & Toledo, J. O. T. (2013). Suplementación nutricional y estrés oxidativo: implicaciones para la actividad física y el deporte. Revista Brasileira de Ciências do Esporte, 35(4), 1071-1092.

Recomendación alimentaria y nutricional para un deporte más saludable. UNIDAD DE CIENCIAS APLICADAS AL DEPORTE -UCAD-. 2015. Recuperado el 27 de agosto de 2020. Recuperado de : <https://www.idrd.gov.co/sitio/idrd/sites/default/files/imagenes/Cuadernillo.pdf>

Sánchez, J. M. P., Vizuete, A. A., Camino, M. M., & Ortega, R. M. (2015). Actividad física y sedentarismo como moduladores de la situación nutricional. Nutrición hospitalaria, 32(1), 20-22.

Salud Pública. Ley 1355 de 2009 Nivel Nacional. Obesidad y Enfermedades Crónicas no Transmisibles. Recuperado el 27 de agosto de 2020. Recuperado de:
https://www.icbf.gov.co/cargues/avance/docs/ley_1355_2009.htm