



Proyecto Creación Vital Wolf

Mónica Andrea Medina Riveros

Universidad EAN

Facultad de Administración, Finanzas y Ciencias Económicas

Maestría en Gestión Financiera

Bogotá, Colombia

20/07/2024

Proyecto Creación Vital Wolf

Mónica Andrea Medina Riveros

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de:

Magister en Gestión Financiera

Director:

Darío Mauricio Reyes Giraldo

Modalidad:

Creación de Empresa

Universidad EAN

Facultad de Administración, Finanzas y Ciencias Económicas

Maestría en Gestión Financiera

Bogotá, Colombia

20/07/2024

Nota de aceptación:

Firma del jurado

Firma del jurado

Firma del director del trabajo de grado

Bogotá, 20/07/2024

A mi familia por creer en cada una de mis aventuras y apoyarme en cada paso.

Si quieres algo que nunca has tenido, debes estar dispuesto a hacer algo que nunca has hecho.

Thomas Jefferson

Agradecimientos

Al inicio de esta aventura, sabía que me esperaban meses de arduo trabajo y dedicación. De planear y organizar mi tiempo para cumplir con cada una de las metas y objetivos trazados, sacrificando momentos de descanso y tiempo con las personas que amo.

Sin embargo, la vida trae retos que solo se superan al salir de la zona de confort. Y hoy, después de todo este tiempo, puedo decir con orgullo, ¡lo logre!

Pero este logro no habría sido posible sin el apoyo de mi madre y hermano, Nubia Riveros y Diego Medina, quienes me apoyaron y dedicaron tiempo a realizar esas tareas del hogar que no podría realizar por la falta de tiempo. Gracias, por esperarme en las noches con los brazos abiertos y una taza de café, para poder dormir y recuperar energía para el día siguiente.

Tambien te agradezco a ti, mi compañera de vida, Estefania Bahamon, quien, con paciencia, confianza, amor y sabiduría, me acompañó y apoyó durante este tiempo de trabajo y dedicación. Gracias por tus palabras de aliento y motivación cuando creía no poder seguir.

Gracias por creer en mí, ser mi apoyo y compartir conmigo cada logro.

Gracias a ustedes, mi familia, por confiar en este proyecto, del que creemos que cambiará la mente y vida de muchas personas.

Resumen

El proyecto de creación de Vital Wolf se centra en ofrecer servicios de asesoría en actividad física y nutrición para prevenir Enfermedades Crónicas No Transmisibles, de aquí en adelante “ECNT”. La temática del proyecto aborda la creciente necesidad de servicios especializados en salud preventiva en Bogotá. Ante la prevalencia de ECNT y la escasez de servicios adecuados, el objetivo principal es establecer una empresa que ofrezca soluciones personalizadas para mejorar la salud y bienestar de la comunidad.

La metodología incluyó un estudio de mercado para evaluar la demanda y oferta existente, un análisis técnico para determinar la factibilidad de los servicios, evaluaciones administrativas y legales para asegurar el cumplimiento normativo, y un estudio financiero para determinar la viabilidad económica y financiera. El análisis técnico validó la capacidad de ofrecer servicios de alta calidad, mientras que el análisis administrativo y legal garantizó el cumplimiento normativo y una estructura organizacional eficiente. Las proyecciones financieras mostraron un crecimiento constante en ingresos y utilidades, asegurando la sostenibilidad y rentabilidad del proyecto.

En conclusión, Vital Wolf está bien posicionada para convertirse en un referente en la prevención y manejo de ECNT, ofreciendo servicios que mejoran la calidad de vida de sus clientes y operando de manera responsable y sostenible. El proyecto no solo es viable económicamente, sino que también promete un impacto positivo significativo en la comunidad y el entorno

Palabras clave: Asesoría personalizada, Actividad física, Nutrición, ECNT (Enfermedades Crónicas No Transmisibles), Prevención, Hábitos Saludables, Sostenibilidad

Abstract

The Vital Wolf project focuses on offering physical activity and nutrition counseling services to prevent Non-Communicable Diseases (NCDs). The project's theme addresses the growing need for specialized preventive health services in Bogotá. Given the prevalence of NCDs and the shortage of adequate services, the main objective is to establish a company that provides personalized solutions to improve the community's health and well-being.

The methodology included a market study to evaluate the existing demand and supply, a technical analysis to determine the feasibility of the services, administrative and legal evaluations to ensure regulatory compliance, and a financial study to determine economic and financial viability. The technical analysis validated the capacity to offer high-quality services, while the administrative and legal analysis ensured regulatory compliance and an efficient organizational structure. The financial projections showed steady growth in revenue and profits, ensuring the project's sustainability and profitability.

In conclusion, Vital Wolf is well-positioned to become a leader in the prevention and management of NCDs, offering services that improve the quality of life for its clients while operating responsibly and sustainably. The project is not only economically viable but also promises a significant positive impact on the community and the environment.

Keywords: Personalized counseling, Physical activity, Nutrition, NCDs (Non-Communicable Diseases), Prevention, Healthy habits, Sustainability

Contenido

Lista de Figuras	12
Lista de Tablas	13
Introducción	15
Naturaleza del proyecto	18
1. Origen o fuente de la idea de negocio	18
2. Descripción del modelo de negocio	18
3. Objetivos empresariales a corto, mediano y largo plazo.....	19
4. Estado actual del negocio	19
5. Descripción de productos o servicios	20
6. Nombre, tamaño y ubicación de la empresa.....	20
7. Potencial del mercado en cifras.....	21
8. Ventajas competitivas del producto y/o servicio	22
9. Resumen de las inversiones requeridas.....	22
10. Proyecciones de ventas y rentabilidad	23
11. Conclusiones financieras y evaluación de viabilidad	23
12. Equipo de trabajo	24
Análisis del Sector	25
1. PESTEL	25
a. Factores Políticos	25
b. Factores Económicos	27
c. Factores Sociales	29
d. Factores Tecnológicos.....	30
e. Factores Ambientales	30
f. Factores Legales.....	31
2. PORTER	31
a. Amenaza de nuevos entrantes	32
b. Poder de negociación de proveedores.....	32
c. Poder de negociación de clientes:	33
d. Rivalidad entre competidores existentes.....	34
e. Amenaza de productos o servicios sustitutos	35

Validación e Investigación de Mercado	36
1. Análisis del cliente frente a la propuesta de valor	36
a. Perfil del cliente	36
b. Identificación de necesidades y oportunidades del cliente	36
c. Justificación	37
d. Propuesta de valor.....	37
2. Estudio piloto de mercado	39
3. Resultados	40
a. Comportamiento del Cliente.....	40
b. Tendencias de crecimiento del mercado y tamaño	45
c. Demanda potencial, participación del mercado y proyección de ventas.....	45
d. Conclusiones sobre oportunidades y riesgos del mercado	46
Estrategia y Plan de Introducción de Mercado	48
1. Objetivos de Mercadeo	48
2. Estrategia de Mercadeo	48
3. Estrategias de Producto y Servicio	49
4. Estrategias de Distribución.....	49
5. Estrategias de precio y el modelo de ingreso	50
6. Estrategias de Comunicación y Promoción	52
7. Presupuesto de Mercadeo	53
Aspectos Técnicos.....	55
1. Objetivos de la prestación de servicios.....	55
2. Ficha técnica del servicio	55
3. Descripción del proceso	56
4. Equipos e infraestructura.....	57
5. Personal.....	58
6. Presupuesto de infraestructura y personal	59
Aspectos Organizacionales y Legales.....	61
1. Análisis estratégico	61
2. Estructura organizacional	61
3. Perfiles y funciones	62
4. Organigrama	63

5.	Factores clave de la gestión del talento humano.....	63
6.	Esquema de gobierno corporativo.....	64
	Gobierno Familiar.....	64
	Gobierno Empresarial.....	65
7.	Aspectos legales.....	67
8.	Estructura jurídica y tipo de sociedad.....	68
9.	Presupuesto de personal administrativo.....	69
	Aspectos Financieros.....	70
1.	Objetivos financieros.....	70
2.	Supuestos económicos para la simulación.....	70
3.	Proyección de ventas.....	70
4.	Proyección de gastos de mercadeo.....	71
5.	Proyección de costos de servicio.....	71
6.	Proyección de gastos administrativos.....	71
7.	Presupuesto de inversión.....	72
8.	Estados de Situación Financiera.....	73
9.	Estado de resultados.....	74
10.	Flujo de caja.....	75
11.	Indicadores financieros.....	77
12.	Fuentes de financiación.....	78
13.	Evaluación financiera.....	79
	Enfoque hacia la Sostenibilidad.....	80
1.	Dimensión Social.....	80
2.	Dimensión Ambiental.....	81
3.	Dimensión Económica.....	81
4.	Dimensión de Gobernanza.....	82
	Conclusiones.....	83
	Referencias.....	85
	Anexo A. Tamaño de la Población.....	90
	Anexo B. Marco PESTEL.....	94
	Anexo C. Fuerzas PORTER.....	103

Anexo D. Encuesta Vital Wolf – Asesoría en Actividad Física y Nutrición.....	108
Anexo E. Esquema de Encuesta	116

Lista de Figuras

Gráfica 1 - PESTEL.....	25
Gráfica 2 - Fuerzas PORTER.....	31
Gráfica 3 - Lienzo Modelo Negocio Sostenible.....	38
Gráfica 4 - Tamaño de la Muestra.....	39
Gráfica 5 - Resultado Pregunta 10.....	41
Gráfica 6 - Resultado Pregunta 9.....	41
Gráfica 7 - Resultado Pregunta 3.....	42
Gráfica 8 - Resultado Pregunta 4.....	42
Gráfica 9 - Resultado Pregunta 5.....	43
Gráfica 10 - Resultado Pregunta 34.....	44
Gráfica 11 - Resultado Pregunta 35.....	44
Gráfica 12 - Resultado Pregunta 11.....	45
Gráfica 13 - Descripción de la prestación del servicio.....	57
Gráfica 14 - Organigrama Vital Wolf.....	63
Gráfica 15 - Gobierno Corporativo Vital Wolf.....	66

Lista de Tablas

Tabla 1 – Planes y Servicios	20
Tabla 2 - Población Potencial	21
Tabla 3 - Inversiones Requeridas	22
Tabla 4 - Proyección Ventas.....	23
Tabla 5 - Potencial de Mercado	46
Tabla 6 - Estrategias de Mercadeo.....	48
Tabla 7 - Estrategias de Producto y Servicio	49
Tabla 8 - Estrategias de Distribución	50
Tabla 9 - Estrategias de precio.....	51
Tabla 10 - Precios de Mercado.....	52
Tabla 11 - Estrategias de Comunicación	52
Tabla 12 – Presupuesto Anual de Mercadeo.....	53
Tabla 13 - Ficha Técnica del Servicio	55
Tabla 14 - Equipos e infraestructura.....	58
Tabla 15 - Profesionales.....	58
Tabla 16 - Presupuesto Anual de infraestructura y personal.....	59
Tabla 17 - Perfiles y funciones	62
Tabla 18 - Normatividad y Regulaciones	67
Tabla 19 - Presupuesto Anual de Personal Administrativo	69
Tabla 20 - Proyección de Ventas.....	70
Tabla 21 - Proyección de Gastos de Mercadeo	71
Tabla 22 - Proyección de Costos de Servicio	71
Tabla 23 - Gastos Fijos Anuales.....	71
Tabla 24 - Proyección de Gastos Administrativos.....	72

Tabla 25 - Presupuesto de Inversión Inicial	72
Tabla 26 – Estado Situación Financiera Proyección 5 Años	73
Tabla 27 - Estado de Resultados Proyección 5 Años	75
Tabla 28 - Flujo de Caja del Proyecto.....	76
Tabla 29 - Flujo de Caja Libre	76
Tabla 30 - Indicadores financieros.....	77
Tabla 31 - Fuentes de Financiación.....	78

Introducción

Las Enfermedades crónica no transmisibles (ECNT) o enfermedades crónicas, como se conocen normalmente, son la causa de mortalidad más importante en el mundo, representan alrededor del 70% del total de las muertes. Situación que no es distinta en Colombia, ya que, en el primer trimestre del año, estas enfermedades representaron alrededor del 72% de las muertes en el país (MinSalud, 2015). En adición, según la secretaria de salud de Bogotá, cinco de cada diez mujeres y cuatro de cada diez hombres mayores de 18 años no realizan alguna actividad física y en el caso de las personas con ECNT, la cifra no es distinta. Así mismo, mencionan que realizar actividad física y combinarlo con una nutrición adecuada podría reducir los riesgos de sufrir enfermedades cardiovasculares entre 20% y 35%; de hipertensión entre 26% y 28%; de cáncer de mama, diabetes tipo 2 y accidente cerebrovascular entre 20% y 30%, y de cáncer de colon entre 30% y 40% (Academia Nacional de Medicina, 2023)

De esta manera, y apoyado con los datos de Confecámaras, preliminarmente se puede identificar una población y sector potencial para crear empresa. Ya que, según Confecámaras (2024), durante el 2023 se crearon 305.997 empresas nuevas en Colombia, donde alrededor del 43% se ubicaron en el sector de servicios y tan solo el 2% en Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y menos 1% en administración pública y defensa (Confecámaras, 2024). Así mismo, la Cámara de Comercio del Bogotá (2024), en Bogotá se crearon 69.371, alrededor del 22% de las empresas creadas en Colombia, de las cuales el 56% se ubicaron en el sector servicios (CCB, 2024).

Así mismo, la SIC (2021), menciona que, la actividad física y la alimentación, hacen parte fundamental para mejorar la calidad de vida de las personas. Por lo que, según la SIC en el 2021 habían alrededor de 2.700 instalaciones fitness en toda Colombia y en Bogotá más de 200 gimnasios orientados a personas relativamente sanas, donde pueden hacer actividad física y obtener un guía o asesoría en la alimentación (SIC, 2021). Generando así, oportunidades

para la creación de empresas cuyo enfoque sea diferencial y específico para abordar personas que deseen prevenir o ya padezcan alguna ECNT.

En este sentido, al identificar una población y sector potencial, es fundamental aplicar los conocimientos obtenidos en la maestría en Gestión Financiera para crear empresa, gestionar de manera eficiente los recursos financieros de la empresa, aprovechar las oportunidades de inversión y asegurar su sostenibilidad a largo plazo. Se necesitará un enfoque multidisciplinario que combine conocimientos en ejercicio físico, nutrición y manejo de enfermedades crónicas para brindar asesorías y programas personalizados, dicha integración será crucial para el éxito de la empresa.

Teniendo en cuenta lo anterior, el objetivo general y los específicos son:

Objetivo General: Formular un plan de negocios para viabilizar la creación de “Vital Wolf”, empresa orientada a la asesoría de actividad física y nutricional con el propósito de prevenir y tratar personas con ECNT.

Objetivos Específicos:

- Realizar un estudio de mercado para evaluar la demanda y oferta existente, garantizando la viabilidad de establecer una empresa enfocada en la asesoría de actividad física y nutricional para prevenir y tratar ECNT.
- Realizar un análisis técnico que determine la factibilidad de ofrecer servicios de asesoría en actividad física y nutrición para prevenir y tratar ECNT.
- Evaluar los aspectos administrativos y legales necesarios para la operación de la empresa, asegurando su viabilidad y cumplimiento normativo.
- Elaborar un estudio financiero que determine la viabilidad económica y financiera de la empresa, asegurando su sostenibilidad y rentabilidad a largo plazo.
- Realizar un análisis de sostenibilidad integral, evaluando el impacto ambiental, social y económico de la empresa, para asegurar una operación responsable y sostenible.

Basándose en los antecedentes, la identificación de la necesidad, la propuesta de valor y los objetivos de esta iniciativa, el documento se dividirá en ocho apartados para proporcionar claridad y viabilidad a la creación de Vital Wolf.

En la primera sección, se ofrece una visión detallada de la naturaleza del proyecto, incluyendo una presentación general y específica de la idea de negocio. El segundo apartado se centra en el análisis del sector, abarcando el entorno y el mercado, respaldadas por matrices PESTEL y de las fuerzas de Porter. En el tercer apartado, se aborda la Validación e Investigación de Mercado, que comprende el análisis del cliente en relación con la propuesta de valor, un estudio piloto de mercado y la evaluación de los resultados obtenidos del comportamiento del cliente. En el cuarto apartado, se detalla la Estrategia y Plan de Introducción al Mercado, definiendo objetivos, estrategias de marketing, modelos de ingresos, estrategias de comunicación y promoción, junto con el presupuesto necesario.

El quinto apartado presenta los Aspectos Técnicos, que incluyen los objetivos de la prestación de servicios, la ficha técnica, la descripción del proceso, equipos e infraestructura, personal requerido para la prestación del servicio y el presupuesto correspondiente. Los Aspectos Organizacionales y Legales se discuten en el sexto apartado, donde se abordan el análisis estratégico, la estructura organizacional, los aspectos legales y el presupuesto administrativo. El séptimo apartado detalla los Aspectos Financieros, proyectando ventas, gastos y costos para establecer los estados financieros e indicadores de rentabilidad. En el octavo apartado, se enfoca en la Sostenibilidad, destacando los aspectos sociales, ambientales, económicos y de gobernanza de la iniciativa.

Finalmente, en este documento se presentarán unas conclusiones con el objetivo de resaltar los aspectos importantes que validan la propuesta y permitirán ajustarla aún más a la realidad de la creación de una empresa en el sector de servicios de salud y actividad física en Bogotá, Colombia.

Naturaleza del proyecto

En este apartado, se dará a conocer las características generales y particulares de la presente iniciativa.

1. Origen o fuente de la idea de negocio

La actividad física y la alimentación son pilares fundamentales para mejorar la calidad de vida. Aunque en Colombia existen numerosas instalaciones fitness, la oferta de gimnasios especializados para personas ECNT es escasa (SIC, 2021). La falta de actividad física y una nutrición inadecuada son factores determinantes en la aparición y progresión de las ECNT. Por lo que combinación de estos dos factores no solo puede reducir significativamente el riesgo de desarrollar ECNT, sino que también puede mejorar la calidad de vida de las personas que ya padecen estas enfermedades (Academia Nacional de Medicina, 2023).

Teniendo en cuenta lo anterior, el objetivo de la creación de Vital Wolf es prevenir las ECNT y, al mismo tiempo, llegar a la población con patologías crónicas para mejorar su calidad de vida mediante asesorías en actividad física, ejercicio y nutrición.

2. Descripción del modelo de negocio

Vital Wolf surge como respuesta a la escasa oferta de servicios especializados en actividad física y nutrición para personas con ECNT en Colombia y la prevención de las mismas. Reconociendo que la actividad física y una alimentación adecuada son fundamentales para mejorar la calidad de vida, este negocio se enfoca en brindar asesorías personalizadas que aborden las necesidades específicas de esta población. Al promover hábitos saludables a través de la combinación de ejercicio físico y una alimentación balanceada, Vital Wolf realizará la intervención de las causas subyacentes de las ECNT, promoviendo un estilo de vida más saludable y brindando herramientas prácticas y personalizadas para lograrlo, por medio de asesorías integrales en actividad física y nutrición.

3. Objetivos empresariales a corto, mediano y largo plazo

Corto Plazo (0-1 año):

- Establecer y promover la marca "Vital Wolf" en la comunidad local, a través de campañas de marketing.
- Ofrecer servicios de asesorías personalizadas en actividad física y nutrición, brindando seguimiento constante y apoyo emocional.
- Desarrollar programas específicos de entrenamiento físico y planes de alimentación adaptados a las necesidades específicas de las personas.

Mediano Plazo (1-3 años):

- Expandir la base de clientes de Vital Wolf mediante la implementación de estrategias de marketing digital.
- Diversificar los servicios ofrecidos para incluir programas educativos y sesiones de apoyo emocional grupales o individuales.

Largo Plazo (más de 3 años):

- Consolidar la posición de Vital Wolf como un referente en la prevención y el cuidado integral de las ECNT en la localidad, expandiendo la atención a otras localidades de Bogotá.
- Desarrollar e implementar un sistema de seguimiento y evaluación para medir el impacto a largo plazo de los servicios de Vital Wolf en la salud y calidad de vida de sus clientes.

4. Estado actual del negocio

Actualmente, se encuentra en idea de negocio. Se conoce la problemática y la necesidad de crear conciencia y hacer un acompañamiento a la población objeto de la iniciativa. Se plantea unas fases de evolución y/o crecimiento de dicha iniciativa:

- Fase 1, evaluar la viabilidad de la creación de la empresa, que incluirá subfases como el estudio de mercado (análisis de oferta y demanda), estudios técnicos, administrativos-legales, financieros y de sostenibilidad.
- Fase 2, buscar apalancamiento privado, ya sea a través de los miembros del equipo, personas cercanas a ellos y/o entidades que apoyen emprendimientos.

- Fase 3, ejecutar la iniciativa, asegurando que no solo quede plasmada en documentos, sino que se lleve a cabo efectivamente el proyecto.

5. Descripción de productos o servicios

Se tendrán disponibles los siguientes planes y servicios, las cuales serán ampliadas en la ficha técnica de apartado quinto.

Tabla 1 – Planes y Servicios

Nombre	Características	Términos y Condiciones
<i>Valera</i>	<ul style="list-style-type: none"> •Valera: 10 Sesiones de asesoría (9 sesiones entrenamiento y 1 nutricional) - Programa de Entrenamiento Personalizado y Seguimiento de Progreso - Evaluación Nutricional 	Una sesión de Cortesía. No admite congelaciones
<i>Bienestar Básico</i>	<ul style="list-style-type: none"> •Cantidad de clases: 15 Sesiones de asesoría - Programa de Entrenamiento Personalizado (13 asesorías al mes) - Evaluación Nutricional (1 al mes) - Seguimiento de Progreso (1 al mes) 	Congelación del plan de 3 días. Una sesión de cortesía Vigencia de un mes
<i>Bienestar Integral</i>	<ul style="list-style-type: none"> •Cantidad de clases: 25 Sesiones de asesoría - Programa de Entrenamiento Personalizado Avanzado (20 asesorías al mes) - Evaluación Nutricional Continuo (2 al mes) - Seguimiento de Progreso (2 al mes) - Material Educativo (1 al mes) 	Congelación del plan de 5 días. Una sesión de cortesía para el cliente y un acompañante Vigencia de un mes

Fuente: Elaboración propia

6. Nombre, tamaño y ubicación de la empresa

El nombre de la empresa "Vital Wolf" se inspira en la imagen de un lobo lleno de vitalidad y energía, combinando "Vital" para reflejar la importancia de la salud y el bienestar, y "Wolf" por su simbolismo de fuerza, resistencia y trabajo en equipo. La empresa busca empoderar a sus clientes, promoviendo hábitos alimenticios saludables y una vida activa para mejorar su bienestar general.

"Vital Wolf" será establecida como una microempresa, dada su especialización en el sector del bienestar y la salud, lo que le permite ofrecer productos y servicios altamente especializados que se ajustan a las necesidades específicas de sus clientes. Esta estructura más compacta y ágil le permite tomar decisiones de manera rápida y eficiente, adaptándose con flexibilidad a las cambiantes demandas del mercado y a las necesidades de sus clientes.

"Vital Wolf" busca establecerse a nivel local en Bogotá, específicamente en el barrio Castilla. Bogotá es reconocida como el epicentro económico y comercial del país, con una población diversa que ofrece oportunidades para llegar a diversos segmentos del mercado. La elección del barrio Castilla en la localidad de Kennedy se justifica por su accesibilidad y ubicación central, generando visibilidad y facilitando tanto la llegada de clientes como de colaboradores. Además, el barrio ofrece una combinación entre el sector comercial y residencial, que puede contribuir a la creación de una base sólida de clientes recurrentes. La diversidad socioeconómica sugiere un mercado variado, y la disponibilidad de locales adecuados proporciona opciones rentables para establecer la operación.

7. Potencial del mercado en cifras

El potencial del mercado se determina a partir de la proyección poblacional del DANE para la Localidad de Kennedy en Bogotá para el año 2024. Considerando que Vital Wolf estará ubicado en el barrio Castilla, se establece un mercado potencial de 112.386 personas (Ver anexo A).

Tabla 2 - Población Potencial

UPZ	Número Habitantes
<i>Américas</i>	60.543
<i>Bavaria</i>	32.558
<i>Calandaima</i>	106.983
<i>Carvajal</i>	67.185
Castilla	112.386
<i>Corabastos</i>	42.489
<i>Gran Britalia</i>	46.816
<i>Kennedy Central</i>	70.257
<i>Las Margaritas</i>	25.357
<i>Patio Bonito</i>	104.345
<i>Timiza</i>	106.536
<i>Tintal Norte</i>	24.255
Total general	799.710

Fuente: Cálculos propios con base en información del DANE (Proyecciones de Población de Bogotá Por UPZ, Sexo y Edad) (DANE, 2021)

8. Ventajas competitivas del producto y/o servicio

Una oferta de servicios que se centra en brindar asesoría personalizada en nutrición y actividad física tiene ventajas competitivas sobre iniciativas similares. Muchas empresas en el mercado se concentran en personas relativamente sanas y no llegan al segmento objetivo de esta oferta. Esto implica asignar profesionales para brindar asesoramiento por horas, lo que ofrece flexibilidad en los horarios y se adapta dinámicamente a las necesidades cambiantes del mercado, asegurando un servicio óptimo y de calidad.

Se propone un horario de servicio de 6 am a 10 am y de 4 pm a 9 pm de lunes a viernes para atender a diversos segmentos de la población. Se ofrecerán varios planes de asesoría para adaptarse a las necesidades y metas individuales en nutrición y actividad física, lo que atraerá a una amplia gama de clientes. También se ofrecerá apoyo a los cuidadores y familiares, reconociendo su importancia en el bienestar. Esto permite un enfoque integral y personalizado en los servicios ofrecidos.

9. Resumen de las inversiones requeridas

Se considera elementos fundamentales y necesarios para establecer y operar con éxito la idea de negocio, las cuales serán detalladas en los siguientes apartados.

Tabla 3 - Inversiones Requeridas

Total Inversiones		\$ 82.050.000
Cálculo del Capital de Trabajo Inicial		
	Meses	Valor
<i>Costos Operativos</i>	5	\$ 167.267.830
<i>Nóminas</i>	5	\$ 166.106.057
<i>Marketing Mix</i>	6	\$ 28.333.333
<i>Gastos Fijos</i>	5	\$ 17.283.333
Total		\$ 378.990.553
TOTAL INVERSIÓN		\$ 461.040.553

Fuente: Elaboración propia

10. Proyecciones de ventas y rentabilidad

Teniendo en cuenta, el mercado potencial y el portafolio de servicios mencionados en el numeral 7 y 5 de esta sección respectivamente. Se realiza la proyección de las ventas de la siguiente manera, la cual se detalla en el literal C (*Demanda potencial, participación del mercado y proyección de ventas*) del numeral 3 la sección Validación e Investigación de Mercado:

Tabla 4 - Proyección Ventas

<i>Plan / Proyección Ventas</i>	<i>Personas</i>
<i>Plan Valera</i>	<i>3.372</i>
<i>Plan Básico</i>	<i>1.049</i>
<i>Plan Integral</i>	<i>375</i>

Fuente: Cálculos propios con base en información del DANE (Proyecciones de Población de Bogotá Por UPZ, Sexo y Edad) (DANE, 2021) y encuesta realizada

De esta manera, se espera que, la rentabilidad del proyecto para Vital Wolf tenga una tendencia positiva constante, con márgenes brutos estables en 64,52% y márgenes operativos que aumentan de 18,63% en 2024 a 21,36% en 2028, reflejando una creciente eficiencia operativa. El margen neto también mejora, subiendo de 5,44% a 13,89% en el mismo periodo. Indicadores clave como el EBITDA, que crece de \$267 millones a \$374 millones en los periodos de 2024 a 2028 respectivamente, y los sólidos ROE y ROA, resaltan la capacidad de la empresa para generar valor para los accionistas y utilizar eficientemente sus activos.

11. Conclusiones financieras y evaluación de viabilidad

En adición con la proyección de ventas de los servicios de la iniciativa, se refleja una oportunidad financiera atractiva para inversionistas externos e internos, con un Valor Presente Neto (VPN) positivo de \$ 124 millones y una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 31,75%, lo que parece ofrecer un rendimiento que supera la tasa de descuento utilizada. Esta información respalda la implementación del proyecto como una inversión rentable que contribuirá al crecimiento y la rentabilidad a largo plazo de la empresa.

Por otro lado, la posición financiera sólida se complementa con la generación constante de utilidades y la capacidad de cubrir las obligaciones fiscales y financieras. Además, la estructura de capital muestra una disminución en las obligaciones financieras, indicando una gestión efectiva de la deuda. Estos factores sugieren, que se podrá obtener una posición financiera saludable y una capacidad para reinvertir en el negocio de manera estratégica.

Dado lo anterior, se puede concluir que, la proyección de la empresa presenta una posición financiera sólida con una expectativa de crecimiento y rentabilidad con el paso de los años. La viabilidad del proyecto específico agrega valor al panorama financiero general, ofreciendo una oportunidad para expandir y mejorar los servicios ofrecidos.

12. Equipo de trabajo

Monica Andrea Medina Riveros es una profesional multidisciplinaria con una sólida formación en economía y gestión financiera. Actualmente, está ampliando sus conocimientos cursando una maestría en gestión financiera, lo que la capacita para desempeñarse de manera efectiva en la supervisión y el seguimiento del funcionamiento administrativo de la iniciativa. Además de su formación en economía, Monica está dedicando tiempo y esfuerzo a obtener un segundo pregrado en Entrenamiento Deportivo. Esta combinación única de habilidades le permite no solo gestionar los aspectos financieros de la empresa, sino también diseñar y ejecutar planes de actividad física personalizados para aquellos que se unan a la iniciativa. Su compromiso con el aprendizaje continuo y su pasión por el bienestar integral la convierten en un activo invaluable para el equipo de Vital Wolf.

Análisis del Sector

En esta sección, se llevará a cabo un análisis del entorno y el mercado, incluyendo las características del sector, las fuerzas que afectan el negocio, las oportunidades y amenazas, y la competencia. Se emplearán herramientas como la matriz PESTEL y la matriz de las fuerzas de PORTER para identificar los factores que pueden influir en la creación de la empresa Vital Wolf, abarcando tanto aspectos positivos como negativos.

1. PESTEL

Gráfica 1 - PESTEL



Fuente: Elaboración propia (ver anexo B).

a. Factores Políticos

Políticas de Salud Pública: Las políticas de salud pública ejercen un impacto significativo en la demanda y el acceso a servicios de asesoramiento para personas con ECNT, mientras que los cambios en las políticas de atención médica y los programas de prevención pueden influir en la viabilidad y alcance de estas iniciativas. A lo largo de los periodos de gobierno, se han observado ajustes favorables en estas políticas, reconociendo las ECNT como un problema de salud pública. En el marco del Plan Decenal de Salud Pública (PDSP)

2012-2021 (Plan Decenal de Salud Pública, PDSP, 2012 - 2021, 2013), se establecieron agendas para priorizar la promoción, prevención y control de las ECNT, incluyendo estrategias de alimentación saludable y actividad física regular (Dimensión Vida Saludable y Condiciones No Transmisibles, 2013).

Por otro lado, el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF) publicó en 2018 las “Guías Alimentarias Basadas en Alimentos para la Población Colombiana Mayor de 2 Años”, con el objetivo de fomentar una dieta equilibrada y la realización de actividad física (ICBF, 2018). Además, el Ministerio de Salud y Protección Social ha promovido programas de actividad física en diversos entornos para combatir la inactividad y la obesidad, factores de riesgo importantes para las ECNT (MinSalud, 2011).

Regulaciones en Nutrición y Actividad Física: Las regulaciones específicas relacionadas con la promoción de la nutrición y la actividad física para la población objetivo pueden influir en la comercialización y oferta de servicios de asesoría. En el ámbito nutricional, se destacan regulaciones como el etiquetado frontal de advertencia para alimentos poco saludables (Resolución 2492/2022, 2022) y los impuestos a las bebidas azucaradas y alimentos ultraprocesados, establecidos por la Ley 2277 (Ley 2277/2022, 2022). Además, el INVIMA publicó el “ABC de la publicidad en alimentos y bebidas” en 2020 para reducir la promoción de alimentos poco saludables (INVIMA, 2020), mientras que la Ley de Alimentación Escolar (PAE) regula la calidad de los alimentos proporcionados en las instituciones educativas y promueve opciones más saludables (Ley 2261/2021, 2021).

En el ámbito de la actividad física, se han implementado regulaciones para la utilización del espacio público en los planes de ordenamiento territorial de Colombia (Decreto 1504/1998, 1998), así como políticas para fomentar la actividad física, como la creación de espacios públicos para el ejercicio y la promoción del ciclismo, establecidas por el CONPES DC 06. Estas regulaciones reflejan los esfuerzos gubernamentales por promover estilos de vida

saludables y abordar las enfermedades crónicas no transmisibles desde una perspectiva integral (CONPES DC 06, 2019).

Financiamiento Público o Subsidios: El gobierno y otras instituciones pueden proporcionar subsidios o financiamiento para iniciativas de promoción de salud, nutrición y actividad física. Estos fondos pueden provenir de cámaras de comercio locales, organizaciones de apoyo empresarial, instituciones de investigación y universidades interesadas en proyectos relacionados con estos temas.

Colaboración con el Sector Público: La empresa puede colaborar con entidades estatales y programas de salud pública para expandir su alcance y contribuir a los objetivos de salud pública a nivel local, regional o nacional. Podría asociarse con el Ministerio de Salud y Protección Social en la ejecución de programas de prevención de enfermedades crónicas, realizar campañas educativas conjuntas y ofrecer capacitaciones a profesionales de la salud. Además, podría participar en la formulación de políticas públicas y contribuir en la recopilación y análisis de datos relevantes para respaldar la toma de decisiones del sector público.

Impuestos y Tarifas: Los cambios en las políticas fiscales y monetarias, junto con las tarifas en el país, pueden afectar los costos de la empresa y su capacidad para ofrecer servicios asequibles. Deben considerarse impuestos como el Impuesto sobre la Renta, el IVA y otros relacionados con la prestación de servicios de asesoría en actividad física y nutrición. Buscar beneficios fiscales por la promoción de la investigación y desarrollo en estos campos es una opción.

b. Factores Económicos

Crecimiento Económico: El crecimiento económico del país puede impactar la capacidad de pago de la población para acceder a servicios de asesoría en nutrición y actividad física. Colombia ha dependido históricamente del precio internacional del petróleo, pero busca diversificar sus actividades económicas para reducir esa dependencia. Aunque ha habido un

crecimiento después de la pandemia de COVID-19, el país enfrenta desafíos socioeconómicos como la desigualdad de ingresos y la pobreza (Banco Mundial, 2023).

Desigualdad Económica (Ingresos): La desigualdad en la distribución de ingresos y recursos puede obstaculizar el acceso a servicios de asesorías en nutrición y actividad física, requiriendo adaptaciones en los precios y estrategias para alcanzar a poblaciones con diversos niveles de ingresos. Aunque el gobierno colombiano ha implementado políticas para abordar la pobreza y la desigualdad, así como para fomentar la inversión y el desarrollo económico, persisten brechas significativas en los ingresos de los colombianos (Becerra, 2021)

Tendencias de Gasto en Salud: Las tendencias en el gasto en salud, tanto gubernamental como ciudadano, pueden incidir en la demanda de servicios de asesoramiento en nutrición y actividad física. Se ha observado un crecimiento en los gastos relacionados con las ECNT, generando costos significativos para el sistema de salud y los individuos afectados (Iregui Bohórquez et al., 2023). Además, el envejecimiento de la población colombiana contribuye al aumento de las ECNT, agravado por cambios en los estilos de vida como dietas poco saludables y falta de ejercicio físico, lo que aumenta la carga sobre el sistema de salud (Gallardo Solarte et al., 2016).

Inflación: La inflación puede impactar los precios de los servicios y los costos operativos de una empresa, afectando el poder adquisitivo de la población. Esto se ha visto en Colombia, donde la inflación ha mostrado una tendencia al alza, influida por factores como los precios del petróleo y los movimientos en los tipos de cambio. El Banco de la República de Colombia busca mantener la estabilidad de precios y controlar la inflación mediante políticas monetarias (DANE, 2023).

Competencia de Precios: En el mercado de servicios de salud, la competencia impulsa precios competitivos. Esta competencia es moderada y se ve afectada por la demanda, variedad de servicios, calidad y estrategias de marketing. Las empresas se destacan por calidad y diferenciación más que por precios bajos (SIC, 2021). Aunque la economía

colombiana ha tenido poco crecimiento y la inflación ha aumentado, el gobierno busca mejorar la calidad de vida y el desarrollo económico.

c. Factores Sociales

Conciencia de la salud: La creciente conciencia pública sobre la importancia de un estilo de vida saludable y la prevención de ECNT impulsa la demanda de servicios de asesoría nutricional y actividad física. Con el aumento de la preocupación por gestionar las ECNT mediante hábitos saludables, la demanda de estos servicios está en alza. Las empresas en este sector pueden aprovechar un mercado en expansión, ya que más personas buscan orientación y apoyo para mejorar su salud (MinSalud, 2011).

Demográficos: Los cambios demográficos, como el envejecimiento de la población, pueden impactar la demanda de servicios de salud y asesoría en ECNT. En Colombia, se ha observado un aumento en la expectativa de vida debido a mejoras en la atención médica y la reducción de la mortalidad infantil. Esto ha resultado en una población más longeva que puede requerir servicios especializados, ya que las ECNT son más prevalentes en personas mayores (OPS, 2022).

Educación en Salud: El nivel educativo de la población puede afectar su comprensión y seguimiento de las recomendaciones de salud. En Colombia, hay una creciente demanda de conocimiento sobre enfermedades para prevenir su aparición y complicaciones, lo que podría requerir que la empresa adapte su enfoque educativo según el nivel educativo de sus clientes (MinSalud, 2011).

Estigma de las Enfermedades Crónicas: Los tabús sobre enfermedades crónicas pueden dificultar que las personas busquen ayuda, lo que desafía a la empresa en la creación de un ambiente de apoyo. En Colombia, abordar estos tabús ha sido un proceso gradual y complejo, influenciado por cambios en la percepción social y la educación. A pesar de esto, ha habido un crecimiento en la conciencia pública sobre estas enfermedades y su impacto en la salud (MinSalud, 2011).

d. Factores Tecnológicos

Avances en Tecnología de la Salud: El avance tecnológico en salud, como dispositivos de monitoreo y aplicaciones móviles, está cambiando cómo se brindan los servicios de asesoramiento. Esto incluye el uso de dispositivos para medir la frecuencia cardíaca y otros parámetros, lo que permite a los profesionales adaptar planes de manera más precisa a las necesidades individuales (Thompson, 2023).

Recopilación de Datos y Análisis: La recopilación y análisis de datos de salud son clave para personalizar programas de asesoramiento y monitorear el progreso del cliente de manera efectiva. La creciente demanda de análisis de datos nutricionales y de actividad física refleja la necesidad de generar planes de entrenamiento más precisos para quienes padecen ECNT, impulsada por los avances tecnológicos en salud (Thompson, 2023).

Competencia en Línea: La competencia en línea en el sector de la salud y el bienestar puede influir en la estrategia de marketing y en la diferenciación de la empresa.

e. Factores Ambientales

Sostenibilidad Ambiental: La empresa puede adoptar prácticas sostenibles, como la gestión de residuos y la reducción de su huella de carbono.

Abastecimiento de Alimentos Saludables: La empresa puede garantizar la efectividad de sus programas nutricionales al promover una alimentación saludable y sostenible, favoreciendo el consumo de alimentos locales y orgánicos; y beneficiando tanto la salud de los clientes como el medio ambiente.

Impacto Ambiental de la Actividad Física: La empresa puede tomar en cuenta el impacto ambiental de las actividades físicas que promueve, optando por lugares y métodos que reduzcan su impacto negativo. En Colombia, se ha fomentado la práctica de actividades al aire libre y deportes que fomenten la conexión con la naturaleza y la conciencia ambiental, lo que puede inspirar a los clientes a cuidar el medio ambiente (DADEP, 2019).

f. Factores Legales

Normativas de salud y seguridad: Las regulaciones de salud y seguridad pueden influir en la forma en que se brindan los servicios, incluyendo la higiene y la seguridad de las instalaciones y el personal.

Normativas de Responsabilidad Profesional: Si la empresa emplea profesionales de la salud o nutricionistas, debe cumplir con las normativas y regulaciones que rigen su práctica profesional, incluyendo la obtención de licencias y la adhesión a códigos de ética profesionales.

Regulaciones de Etiquetado de Alimentos: Si la empresa vende alimentos o suplementos nutricionales, debe cumplir con las regulaciones de etiquetado de alimentos, que incluyen la lista de ingredientes, información nutricional y reclamos de salud.

Normativas de Licencia de Negocios: Las empresas deben obtener las licencias comerciales requeridas y cumplir con los requisitos locales y nacionales para operar legalmente en Colombia.

2. PORTER

Gráfica 2 - Fuerzas PORTER



Fuente: Elaboración propia (ver anexo C).

a. Amenaza de nuevos entrantes

Requisitos regulatorios y barreras legales: Las regulaciones gubernamentales en el mercado de salud y nutrición pueden crear barreras para nuevos competidores, ya que cumplir con requisitos legales puede ser costoso y llevar tiempo. Esto podría resultar en empresas no legalizadas ofreciendo servicios a precios más bajos, representando una amenaza para la empresa establecida.

Economías de escala y alcance: Las empresas establecidas en el mercado tienen economías de escala en servicios de asesoramiento en actividad física y nutrición. Aunque la competencia directa en asesorías para la prevención y personas con ECNT es baja, la presencia de grandes empresas que ofrecen servicios similares, como gimnasios, podría representar una amenaza al ofrecer servicios más económicos.

Ventajas de marca y lealtad del cliente: Las empresas establecidas tienen una marca sólida y clientes leales. Aunque la competencia directa en asesorías para la prevención y personas con ECNT es baja, la presencia de grandes empresas reconocidas, como gimnasios, podría ofrecer servicios más económicos, representando una amenaza.

Acceso a canales de distribución: Los competidores carecen de relaciones sólidas con profesionales de la salud, lo que les limita el acceso a pacientes con ECNT. Esto crea una oportunidad para la empresa de generar una base de clientes potenciales y construir una comunidad a través del boca a boca entre personas que padecen estas enfermedades.

b. Poder de negociación de proveedores

Dependencia de proveedores clave: La empresa depende de proveedores específicos para obtener recursos críticos, como expertos en salud y nutrición, equipos especializados o software, por lo que, al tratarse de servicios especializados a personas con ECNT, el conocimiento y la atención de dicha población la debe realizar personas capacitado y especializado para tal fin, generando una amenaza para la empresa.

Disponibilidad de proveedores alternativos: No existen proveedores en el mercado que pueden suministrar los recursos y servicios necesarios para la prestación de servicios de asesoramiento en actividad física y nutrición, por lo que, la empresa puede crear mecanismo de educación a los profesionales que se vinculen y no tengan experiencia en el manejo de la prevención y de personas con ECNT, generando una oportunidad para la empresa.

Costos de cambio de proveedores: Cambiar de proveedor de recursos o servicios críticos implica costos significativos, como el reentrenamiento de personal o la adaptación de procesos, por lo que, las personas capacitadas por la empresa se pueden ir, creando competencia con servicios iguales o similares, generando una amenaza para la empresa.

Oferta y demanda de recursos clave: La oferta limitada de expertos en salud y nutrición o equipos especializados en el mercado representa una amenaza para la empresa, ya que necesita personal capacitado y especializado para atender a personas con ECNT. Sin embargo, la demanda creciente de estos recursos por parte de múltiples empresas puede aumentar los precios o limitar su disponibilidad. La empresa puede convertir esto en una oportunidad al ofrecer mecanismos de educación para los profesionales que se vinculen y no tengan experiencia en el manejo de personas con ECNT.

c. Poder de negociación de clientes:

Sensibilidad al precio: Los pacientes con ECNT a menudo se ven afectados por los altos precios de los servicios de asesoramiento en actividad física y nutrición, ya que estos pueden ser costosos y no están siempre cubiertos por los seguros de salud.

Capacidad de compra: Muchos pacientes con ECNT pueden enfrentar dificultades financieras para pagar servicios de asesoramiento en actividad física y nutrición, lo que representa una oportunidad para la empresa al ofrecer paquetes de servicios a menor costo. Sin embargo, la cobertura de seguros de salud o programas de asistencia financiera podría influir en la capacidad de compra de los pacientes, ayudando a cubrir los costos y haciendo que los servicios sean más accesibles.

Alternativas disponibles: Los pacientes cuentan con opciones alternativas, como programas médicos convencionales o enfoques no especializados para el manejo de enfermedades crónicas, lo que podría considerarse antes de optar por servicios de asesoramiento en actividad física y nutrición, representando una amenaza para la empresa.

Influencia de grupos de pacientes: En Colombia, grupos de pacientes y asociaciones de apoyo pueden influir en las decisiones de los pacientes respecto a la elección de servicios de asesoramiento en actividad física y nutrición al proporcionar recomendaciones y orientación. Además, las recomendaciones de profesionales de la salud y las opiniones de otros pacientes suelen tener un gran peso en las decisiones de los clientes, al buscar estos servicios, generando otra amenaza para la empresa.

d. Rivalidad entre competidores existentes

Diferenciación de servicios: Aunque los competidores, como los gimnasios, suelen diferenciarse en términos de calidad, enfoque, personalización e innovación para atraer clientes, aún no ofrecen servicios personalizados específicamente para personas con ECNT, lo que representa una oportunidad para la empresa. Además, esta falta de diferenciación no les permite cobrar precios más altos ni retener una base de clientes leales, lo que también brinda una oportunidad para la empresa.

Capacidad de respuesta a la demanda del mercado: Los competidores en el mercado colombiano suelen adaptarse rápidamente a los cambios en la demanda, lo que representa una amenaza para la empresa. Además, la flexibilidad operativa y la capacidad de ajustar la oferta de servicios pueden ser una fuente de ventaja competitiva, también representando una amenaza para la empresa.

Concentración de competidores: Los competidores, como los gimnasios, aún no ofrecen un servicio personalizado para pacientes con enfermedades crónicas, lo que crea una oportunidad para la empresa al no retener clientes de manera exclusiva. Sin embargo, la

concentración de competidores en el mercado puede aumentar la rivalidad, especialmente si los servicios son similares, lo que representa una amenaza para la empresa.

e. Amenaza de productos o servicios sustitutos

Alternativas de tratamiento médico: En Colombia, los pacientes con ECNT tienen varias opciones de tratamiento, como terapias alternativas o complementarias. Estas opciones varían según la condición médica y las preferencias del paciente, lo que representa una amenaza para la empresa.

Enfoques no especializados: En Colombia, los pacientes con ECNT pueden decidir no buscar servicios especializados en actividad física y nutrición, optando en cambio por consejos generales o programas de bienestar genéricos, como los ofrecidos por los seguros. Esta elección depende de sus necesidades y recursos, lo que representa una amenaza para la empresa.

Tecnologías emergentes: En Colombia, los avances tecnológicos incluyen aplicaciones móviles para monitorear la salud, la actividad física y la nutrición, ofreciendo soluciones alternativas. Esto representa una opción considerada por los pacientes con ECNT, lo que supone una amenaza para la empresa.

Cambios en las preferencias del paciente: Los cambios en la mentalidad de los pacientes, especialmente aquellos con ECNT en Colombia, pueden influir en su disposición a considerar alternativas a los servicios tradicionales de asesoramiento en actividad física y nutrición. Esto abre una oportunidad para la empresa al ofrecer servicios personalizados que se ajusten a estas nuevas expectativas.

Costo y accesibilidad: Algunas personas con ECNT en Colombia perciben los servicios especializados de asesoramiento en actividad física y nutrición como costosos o inaccesibles, lo que podría impulsarlas a buscar alternativas más asequibles en términos de costos y generalidades en las asesorías. Esto representa una amenaza para la empresa, ya que podría perder clientes potenciales debido a esta percepción de costo y accesibilidad.

Validación e Investigación de Mercado

En esta sección, se llevará a cabo la validación e investigación de mercado. Por medio de un análisis del cliente identificado, un estudio piloto de mercado y la presentación de los resultados del mismo.

1. Análisis del cliente frente a la propuesta de valor

Con base en la interacción realizada con grupos de interés (expertos técnicos, aliados estratégicos, empresarios, experto en sostenibilidad y clientes potenciales), se elabora el lienzo de modelo de negocio sostenible (gráfica 3), donde se establece que, el propósito es brindar servicios de asesoramiento personalizado en actividad y/o ejercicio físico y nutrición para prevenir ECNT y llegar a personas que ya padezcan de dichas enfermedades. De esta manera, identifica el perfil del cliente, las necesidades y oportunidades de ellos, justificando y creando la propuesta de valor

a. Perfil del cliente

Vital Wolf se dirige principalmente a personas que desean prevenir o que ya padecen de ECNT, quienes enfrentan desafíos significativos en la gestión de su salud diaria. Estas personas buscan asesoría especializada en actividad física y nutricional adaptada a sus necesidades específicas, con el fin de mejorar su calidad de vida y prevenir el avance de sus enfermedades. Dado que muchas ellas tienen limitaciones de tiempo debido a sus responsabilidades laborales y familiares, requieren soluciones flexibles y personalizadas que se integren fácilmente en su rutina diaria.

b. Identificación de necesidades y oportunidades del cliente

Los clientes de Vital Wolf requieren asesoría especializada en actividad física y nutricional para prevenir y manejar mejor sus ECNT. Las cuales deben estar adaptadas a sus necesidades individuales, ofreciendo planes personalizados de ejercicio y nutrición que puedan integrarse fácilmente en sus vidas, así como que ofrezcan una flexibilidad en los horarios de

dichas asesorías. La educación sobre la prevención y manejo de ECNT es otra necesidad clave para los clientes de Vital Wolf. Además, el apoyo emocional y el seguimiento continuo son vitales para mantener la motivación y asegurar que los clientes sigan sus planes de ejercicio y nutrición de manera efectiva.

Las oportunidades que ofrece Vital Wolf incluyen la mejora de la calidad de vida y el bienestar general de sus clientes, así como la prevención en la aparición y progresión de ECNT. A largo plazo, estos servicios pueden ayudar a reducir los costos médicos asociados a dichas enfermedades. Además, incrementar la conciencia y el conocimiento sobre salud y nutrición entre los clientes y sus familias no solo beneficia a los individuos, sino que también promueve una cultura de bienestar en la comunidad.

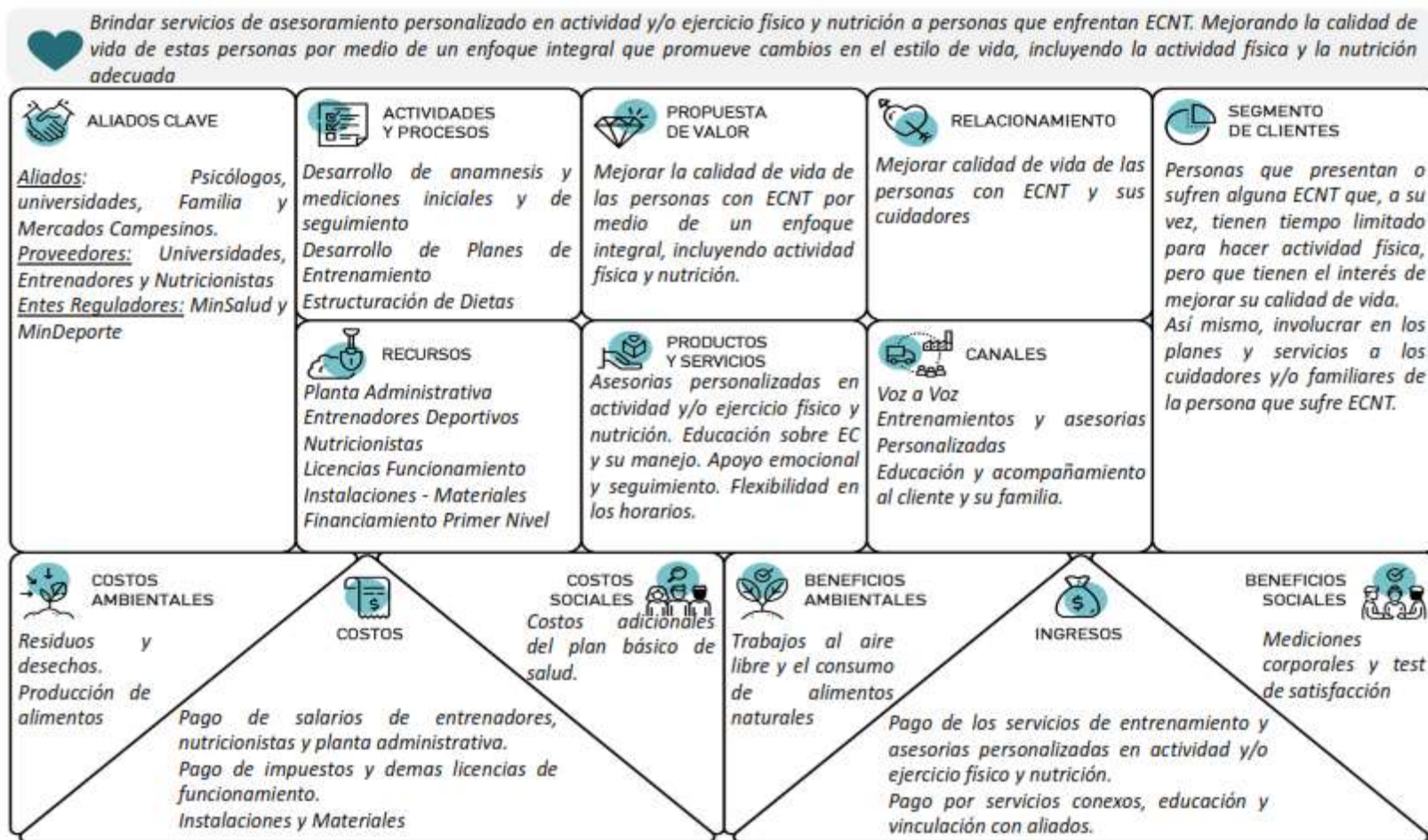
c. Justificación

Teniendo en cuenta lo anterior, Vital Wolf surge como respuesta a la creciente necesidad de servicios especializados en la prevención y manejo de ECNT. La población de Castilla en Bogotá muestra una demanda significativa de programas de salud personalizados debido al alto número de habitantes y la variedad de servicios comerciales en la zona. Esta área presenta una escasez de servicios personalizados como los que ofrece Vital Wolf, lo que resalta la oportunidad de cubrir esta necesidad insatisfecha.

d. Propuesta de valor

La propuesta de valor de Vital Wolf se centra en brindar asesorías personalizadas en actividad física y nutrición, adaptadas a las necesidades individuales de cada cliente, lo que permite desarrollar planes específicos de ejercicio y nutrición que mejoran significativamente la calidad de vida y previenen la aparición y progresión de ECNT. La flexibilidad en los horarios es un aspecto importante, ya que permite a los clientes integrar fácilmente estas asesorías en su rutina diaria, lo que facilita la adherencia y asegura resultados sostenibles.

Gráfica 3 - Lienzo Modelo Negocio Sostenible



LIENZO DE MODELO DE NEGOCIO SOSTENIBLE

Fuente: Elaboración Propia

De esta manera, los servicios de Vital Wolf están orientados a **Programa de Entrenamiento Personalizado** (Sesiones de entrenamiento diseñadas para mejorar la resistencia, la fuerza y la flexibilidad, adaptadas a las necesidades individuales) **Evaluación Nutricional Continuo** (Seguimiento nutricional ajustado al cumplimiento de objetivos, con enfoque en educación alimentaria) **Seguimiento de Progreso** (Evaluaciones regulares para medir el progreso en términos de peso, composición corporal y condición física) y **Material Educativo** (Recursos educativos como guías de ejercicios, consejos de nutrición y guías de salud y bienestar)

2. Estudio piloto de mercado

Una vez establecida la propuesta de valor se realiza un estudio piloto con el objetivo de comprender las razones por las cuales algunas personas no realizan actividad física regularmente y determinar las mejores formas de apoyarlas en su camino hacia una vida más saludable.

Basado en la ubicación definida en el primer capítulo y considerando el potencial del mercado en cifras, se realiza el cálculo de la muestra utilizando la ecuación estadística para proporciones poblacionales. La cual, se fundamenta en la teoría de la probabilidad relacionada con la distribución binomial y la distribución normal, que permite determinar el tamaño de la muestra. Al combinar estos conceptos, se calcula el tamaño necesario para obtener una estimación precisa de la proporción poblacional con un margen de error y un nivel de confianza específico (Barbara Illowsky, 2022).

Gráfica 4 - Tamaño de la Muestra

$$n = \frac{z^2(p \cdot q)}{e^2 + \frac{z^2(p \cdot q)}{N}}$$

Ecuación Estadística para Proporciones poblacionales

- n= Tamaño de la muestra
- Z= Nivel de confianza deseado
- p= Proporción de la población con la característica deseada (éxito)
- q= Proporción de la población sin la característica deseada (fracaso)
- e= Nivel de error dispuesto a cometer
- N= Tamaño de la población

Fuente: Calculadora de Muestras (Asesoría Económica & Marketing, 2009)

Teniendo en cuenta lo anterior, y los datos de la Tabla 2 “*Población Potencial*”, donde se establece el potencial del mercado, según la ubicación seleccionada para la creación de Vital Wolf, se determina una población objetivo de 112.386 personas. Para la cual, se calculó el tamaño de la muestra necesario utilizando un margen de error del 10%¹ y un nivel de confianza del 90%. Aplicando la ecuación estadística para proporciones poblacionales, se determinó que el tamaño de muestra requerido es de 68 personas. Este cálculo asegura una estimación precisa de la proporción poblacional dentro del margen de error y el nivel de confianza especificados.

Asimismo, se establece el diseño de la encuesta (Ver anexo D) para aplicarla al tamaño de la muestra calculada previamente. Se opta por una encuesta cerrada con opciones múltiples, permitiendo respuestas únicas o múltiples. Dependiendo del tipo de respuesta proporcionada, se generan distintos árboles de decisión, como se ilustra en el anexo E.

3. Resultados

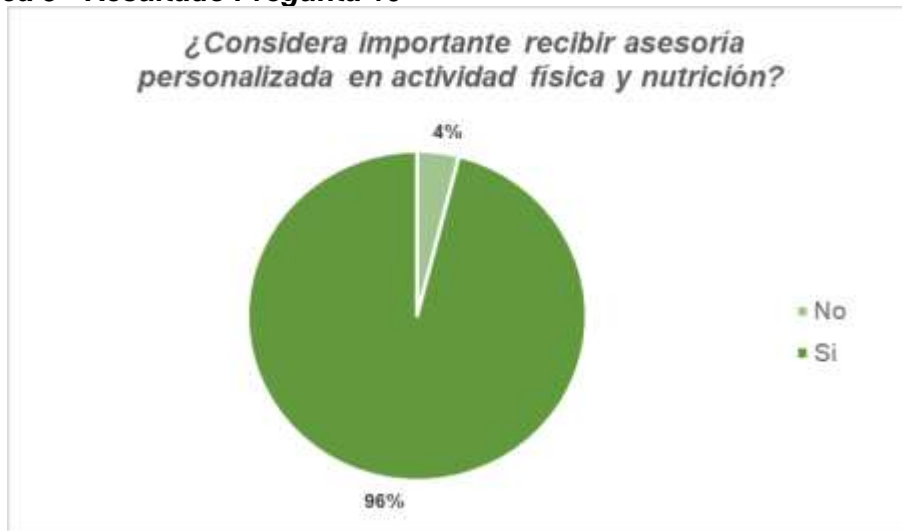
La encuesta se aplica a 75 personas, 7 personas más que las determinadas en la muestra de la población (Ver anexo G).

a. Comportamiento del Cliente

Los resultados de la encuesta muestran que el 96% de los encuestados considera importante recibir asesoría personalizada en actividad física y nutrición (Gráfica 5). Lo que sugiere una gran demanda de servicios que ofrecen asesoría específica y adaptada a las necesidades individuales. Así mismo, las personas encuestadas reconocen que la asesoría personalizada puede proporcionarles las herramientas y el conocimiento necesarios para mejorar su salud y bienestar de manera efectiva.

¹ Este margen de error permite asegurar que las estimaciones de la encuesta sean precisas y dentro del rango especificado, proporcionando una alta fiabilidad en los resultados obtenidos. Ya que las encuestas se realizan a un grupo poblacional que no está ubicado estrictamente en la localidad.

Gráfica 5 - Resultado Pregunta 10



Fuente: Elaboración propia (ver anexo F)

El 58,66 % de los encuestados realizan alguna actividad física de manera regular (Gráfica 6), por lo que estas personas ya están comprometidas con la actividad física, lo que facilita su incorporación a programas más estructurados y personalizados como los que ofrece Vital Wolf. Además, sugiere que hay un segmento del mercado que valora la importancia de la actividad física y la nutrición; y está dispuesto a invertir tiempo y recursos en mejorar su rutina.

Gráfica 6 - Resultado Pregunta 9

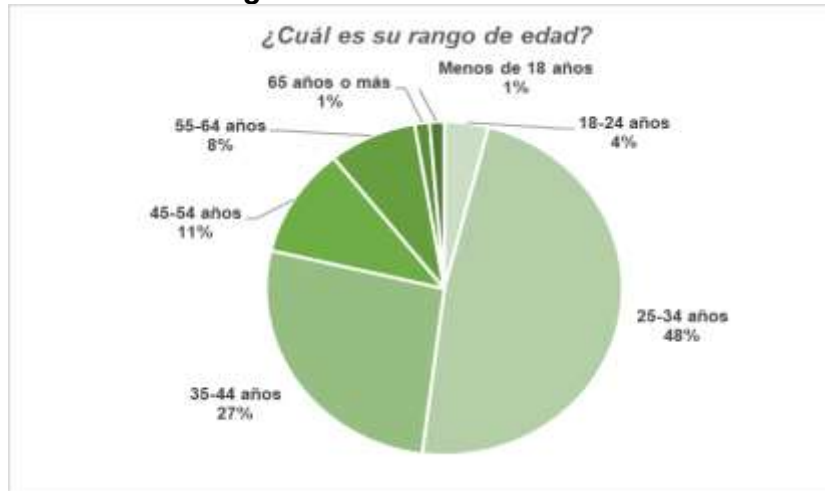


Fuente: Elaboración propia (ver anexo F)

El 47,37% de los encuestados están en el rango de edad de 25 a 34 años. Este grupo es seguido por personas de 35 a 44 años (27.63%) (Gráfica 7). Estas edades indican que el

público objetivo de Vital Wolf se compone en gran parte de adultos jóvenes y personas de mediana edad, lo que podría influir en la personalización de los servicios de asesoría en actividad física y nutrición.

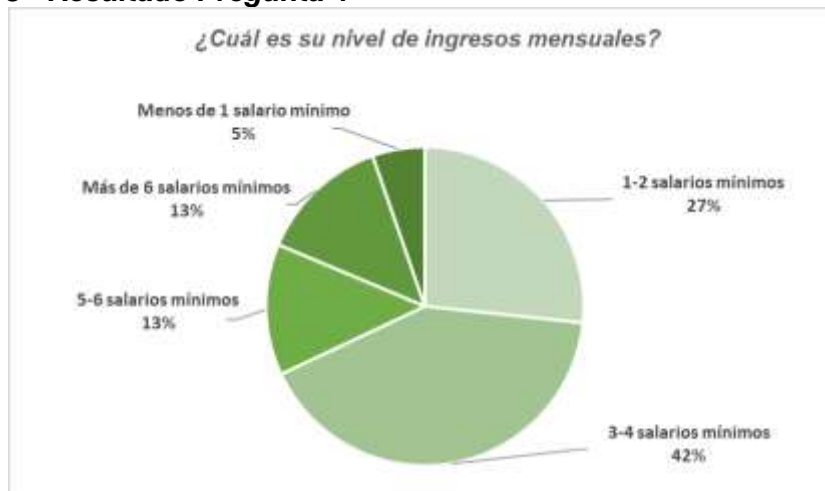
Gráfica 7 - Resultado Pregunta 3



Fuente: Elaboración propia (ver anexo F)

El 40,79% de los encuestados tienen ingresos entre 3 y 4 salarios mínimos, seguidos por quienes ganan entre 1 y 2 salarios mínimos (26.32%) (Gráfica 8). Esto sugiere que la oferta de servicios de Vital Wolf podría enfocarse en opciones que sean accesibles para personas con ingresos medios, ofreciendo una combinación de valor y costo que sea atractiva para este segmento.

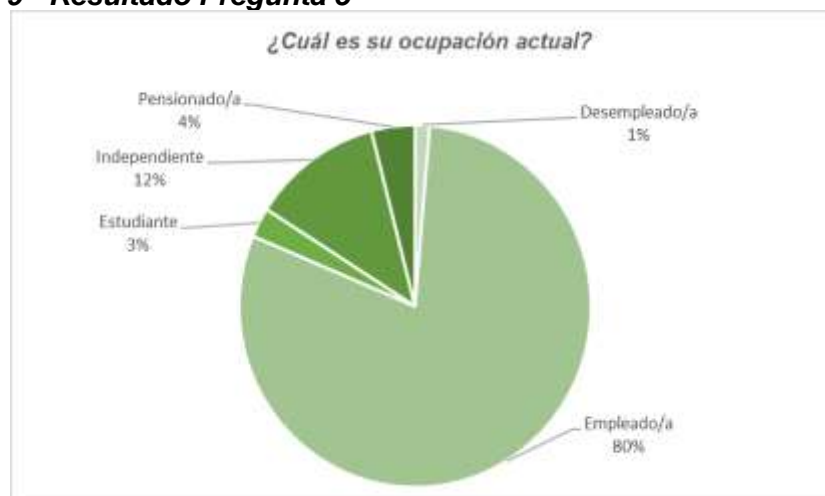
Gráfica 8 - Resultado Pregunta 4



Fuente: Elaboración propia (ver anexo F)

El 93,33% de las personas encuestadas son empleadas e independiente (Gráfica 9), reflejando la realidad de una población ocupada con responsabilidades laborales y familiares que dificultan la dedicación constante al ejercicio. Lo que es crucial para Vital Wolf, ya que subraya la necesidad de ofrecer servicios flexibles que se adapten a las agendas apretadas de los clientes. Programas de ejercicio que puedan ser realizados en casa, sesiones virtuales y horarios de asesoría ajustables son estrategias que pueden mitigar esta barrera y aumentar la participación.

Gráfica 9 - Resultado Pregunta 5



Fuente: Elaboración propia (ver anexo F)

En términos de disposición del pago, el 85,33% de las personas encuestadas indican una disposición a pagar por estos los servicios de asesoría en actividad física y nutrición (Gráfica 10). Comportamiento que sugiere una gran percepción del valor en la oferta de Vital Wolf. Así como los consumidores reconocen la importancia de la asesoría especializada para mejorar su salud y bienestar, lo cual es un indicio positivo para la viabilidad del negocio.

Gráfica 10 - Resultado Pregunta 34



Fuente: Elaboración propia (ver anexo F)

Finalmente, de las personas que están dispuestas a pagar se pueden evidenciar que, el 70% considera que un precio razonable para la asesoría mensual debería ser menor a \$250.000. Un 22% de los encuestados está dispuesto a pagar entre \$250.000 y \$350.000, lo que sugiere la existencia de un segmento del mercado dispuesto a invertir más por servicios adicionales o de mayor calidad. Solo el 8% estaría dispuesto a pagar entre \$350.000 y \$500.000, y ninguno de los encuestados consideró razonable pagar más de \$500.000.

Gráfica 11 - Resultado Pregunta 35



Fuente: Elaboración propia (ver anexo F)

b. Tendencias de crecimiento del mercado y tamaño

El mercado muestra una tendencia positiva hacia la aceptación de servicios personalizados de salud y bienestar. El 63% de los encuestados prefieren una combinación de asesoría presencial y virtual, lo que refleja una demanda creciente por flexibilidad en la prestación de servicios.

Gráfica 12 - Resultado Pregunta 11



Fuente: Elaboración propia (ver anexo F)

De esta manera, con una población objetivo de 112.386 personas en la zona de Castilla, Bogotá, y los resultados obtenidos en la encuesta. Se puede inferir que, al extrapolar el tamaño de la muestra, una porción considerable de la población estaría interesada en los servicios de Vital Wolf, presentando una oportunidad sustancial para el crecimiento y la expansión del negocio.

Estos resultados subrayan la viabilidad y el potencial de mercado para Vital Wolf, especialmente al enfocarse en ofrecer servicios flexibles y personalizados que aborden las barreras comunes como la falta de tiempo y la necesidad de educación continua sobre salud y bienestar.

c. Demanda potencial, participación del mercado y proyección de ventas

Basado en las respuestas de la encuesta, específicamente en aquellas personas que estarían dispuestas a pagar por un servicio como el que ofrece Vital Wolf y en el rango de

precios que están dispuestas a pagar, se puede extrapolar al potencial del mercado, permitiendo establecer una demanda potencial, la participación del mercado y una proyección de ventas para el primer año de funcionamiento.

Tabla 5 - Potencial de Mercado

UPZ	Número Habitantes
Castilla	112.386
Total general Localidad	799.710
<i>Demanda Potencial (85,33%)</i>	95.903
<i>Participación Mercado</i>	5 %
Proyección Ventas	4.795
Plan / Proyección Ventas	Personas
<i>Plan Valera</i>	3.372
<i>Plan Básico</i>	1.049
<i>Plan Integral</i>	375

Fuente: Cálculos propios con base en información del DANE (Proyecciones de Población de Bogotá Por UPZ, Sexo y Edad) (DANE, 2021) y encuesta realizada

d. Conclusiones sobre oportunidades y riesgos del mercado

En términos de las oportunidades del mercado, la proyección de ventas para Vital Wolf en Castilla, Bogotá, revela un mercado potencial significativo con una demanda estimada de 95.903 personas. De este número de personas se espera que, para el primer año, Vital Wolf tenga una participación del mercado del 5%, que equivale a 4.795 clientes, proporcionando una sólida oportunidad para establecer una clientela estable y sostenible.

Además, el alto interés en la personalización, puede ser aprovechado mediante la creación de programas personalizados de alta calidad. La preferencia por precios accesibles, resalta la necesidad de mantener precios competitivos y diseñar estrategias de precios que incluyan descuentos por paquetes de sesiones y promociones especiales, asegurando así la captación de un amplio segmento del mercado

Ahora bien, en termino de riesgo identificados en el mercado, se puede evidenciar que, la alta sensibilidad a los precios entre los clientes presenta ser un desafío significativo para Vital Wolf, especialmente al ofrecer servicios premium. Por lo que, para superar este desafío,

es importante que la empresa ofrezca una relación calidad-precio convincente que justifique los costos y atraiga a los clientes que son sensibles al precio. Como, por ejemplo, promociones y descuentos que realcen el valor percibido de los servicios ofrecidos.

Otro riesgo identificado en el mercado, es la falta de tiempo, una de las barreras para realizar actividad física regular, por lo que sugiere que Vital Wolf tendrá que implementar soluciones flexibles que se adapten a las agendas ajustadas de los clientes. Como, por ejemplo, implementar sesiones virtuales y programas de ejercicio en casa puede ayudar a mitigar este problema.

Finalmente, la presencia de competidores en el mercado que ofrecen servicios similares es un riesgo para Vital Wolf, por lo que lo debe gestionar mediante una clara diferenciación de sus servicios. Además, asegurar la efectiva adopción y mantener un alto nivel de atención y seguimiento son cruciales para la retención de clientes, garantizando que los usuarios vean resultados positivos y continúen utilizando los servicios a largo plazo.

Estrategia y Plan de Introducción de Mercado

En esta sección, se definirán los objetivos y la estrategia de mercadeo, así como las estrategias de producto y servicio, distribución, precio y el modelo de ingreso, las estrategias de comunicación y promoción y el presupuesto de la mezcla de mercadeo.

1. Objetivos de Mercadeo

- Conseguir 50 nuevos clientes en el primer año mediante una oferta introductoria y promociones especiales dirigidas a generar interés y atraer a los primeros usuarios.
- Incrementar el conocimiento y la visibilidad de la marca Vital Wolf en el mercado, alcanzando un reconocimiento del 20% en el segmento objetivo a través de campañas de marketing digital y eventos de lanzamiento.
- Desarrollar una comunidad activa de al menos 500 seguidores en redes sociales y 250 suscriptores en boletines informativos, promoviendo la interacción y el compromiso con la marca.
- Alcanzar una proyección de ventas de 4.795 unidades en el primer año, con una participación de mercado del 5%.

2. Estrategia de Mercadeo

Considerando los objetivos y los resultados del estudio piloto mencionado en el apartado anterior, se establecen las siguientes estrategias de mercadeo.

Tabla 6 - Estrategias de Mercadeo

Tipo	Descripción	Estrategia	Aplicación
<i>Diferenciación</i>	<i>Enfocarse en ofrecer un servicio único y de alta calidad que se distinga de la competencia</i>	<i>Desarrollar planes de ejercicio y nutrición altamente personalizados, basados en las necesidades individuales de cada cliente</i>	<i>Implementar planes de ejercicios y nutrición específicos para la prevención y tratamiento de ECNT</i>
<i>Enfoque</i>	<i>Concentrarse en un segmento específico del mercado y atender sus necesidades específicas</i>	<i>Dirigir los esfuerzos hacia personas de 25-44 años y que tengan un interés particular en mantener un estilo de vida saludable</i>	<i>Crear campañas de marketing específicas para profesionales empleados y personas independientes, destacando cómo los servicios de Vital Wolf pueden integrarse fácilmente en sus rutinas diarias</i>

<i>Innovación</i>	<i>Introducir nuevos servicios o mejorar significativamente los existentes</i>	<i>Implementar programas innovadores que integren actividad física y nutrición con otras áreas de bienestar, como el manejo del estrés</i>	<i>Implementar un programa integral de bienestar que incluya no solo asesoría en nutrición y ejercicio, sino también sesiones de manejo del estrés</i>
<i>Alianzas y Cooperaciones</i>	<i>Formar asociaciones con otras empresas o entidades para mejorar la oferta de servicios</i>	<i>Colaborar con centros de salud para ofrecer un paquete de servicios más completo</i>	<i>Firmar acuerdos con centro de salud, para realizar eventos conjuntos que promuevan la salud y el bienestar</i>

Fuente: Elaboración Propia

3. Estrategias de Producto y Servicio

Considerando las estrategias de mercadeo se establecen las siguientes estrategias de producto y servicios.

Tabla 7 - Estrategias de Producto y Servicio

Tipo	Descripción	Estrategia	Aplicación
<i>Planes Personalizados</i>	<i>Ofrecer planes de ejercicio y nutrición personalizados que aborden las necesidades específicas de cada cliente, destacando la personalización como un valor diferenciador</i>	<i>Realizar evaluaciones iniciales detalladas y diseñar planes adaptados a las necesidades individuales, con revisiones y ajustes regulares</i>	<i>Implementar evaluaciones iniciales con el objetivo de diseñar un plan de ejercicio y nutrición personalizado para la prevención y tratamiento de ECNT para cada cliente</i>
<i>Uso de Tecnología</i>	<i>Implementar aplicaciones móviles y plataformas en línea para el seguimiento y monitoreo continuo de los progresos de los clientes</i>	<i>Contratar o desarrollar una aplicación móvil y una plataforma en línea que permita a los clientes acceder a sus planes, monitorear su progreso</i>	<i>Emplear plataformas que faciliten el monitoreo y seguimiento del progreso de los clientes, con el propósito de implementar un sistema de retroalimentación adecuado y personalizado</i>
<i>Educación y Talleres</i>	<i>Organizar talleres educativos sobre hábitos saludables y técnicas de ejercicio</i>	<i>Planificar y ejecutar talleres sobre diversos temas relacionados con la salud y el bienestar, con la participación de expertos y la provisión de materiales educativos.</i>	<i>Ofrecer diversos talleres que aborden temas como nutrición saludable, técnicas de ejercicio, manejo del estrés y prevención de enfermedades crónicas</i>

Fuente: Elaboración Propia

4. Estrategias de Distribución

Con el fin de dar cumplimiento a los objetivos de mercadeo, se establecen las siguientes estrategias de distribución.

Tabla 8 - Estrategias de Distribución

Tipo	Descripción	Estrategia	Aplicación
<i>Distribución Directa</i>	<i>Entregar servicios directamente a los clientes sin intermediarios, asegurando un control total sobre la calidad del servicio y la relación con el cliente</i>	<i>Utilizar plataformas digitales propias y la atención presencial para ofrecer los servicios de asesoría en actividad física y nutrición directamente a los clientes</i>	<i>Desarrollar una plataforma en línea que permita a los clientes registrarse, recibir asesorías personalizadas, y monitorear su progreso, complementada con canales de comunicación directos como aplicaciones móviles, correos electrónicos y videollamadas para asegurar una interacción constante que garantice la adherencia y satisfacción del cliente</i>
	<i>Ofrecer los servicios en horarios flexibles para satisfacer las necesidades de los clientes</i>	<i>Implementar un sistema de horarios extendidos y personalizados para permitir a los clientes acceder a los servicios en los momentos más convenientes para ellos</i>	<i>Realizar encuestas y análisis para entender los horarios preferidos por los clientes y desarrollar un sistema de reserva en línea que permita a los clientes agendar sesiones en horarios que se adapten a su rutina, todo ello promovido a través de campañas de marketing</i>
<i>Distribución Selectiva</i>	<i>Seleccionar cuidadosamente puntos de distribución que se alineen con la propuesta de valor de Vital Wolf, como centros de salud, para ofrecer los servicios de manera más accesible</i>	<i>Establecer alianzas estratégicas con centros de salud y bienestar que compartan la misión de promover un estilo de vida saludable</i>	<i>Identificar y seleccionar centros de salud alineados con los valores de Vital Wolf, con el fin de firmar acuerdos de colaboración y ofrecer los servicios de asesoría a sus clientes, proporcionar capacitación y soporte continuo para asegurar la calidad del servicio, y desarrollar campañas promocionales conjuntas para atraer nuevos clientes y aumentar la visibilidad de la marca</i>
<i>Distribución Intensiva</i>	<i>Ampliar la disponibilidad de los servicios de Vital Wolf a través de múltiples canales y plataformas para alcanzar a un público más amplio y facilitar el acceso a los servicios</i>	<i>Utilizar una combinación de plataformas en línea, presencial y alianzas con otras entidades para maximizar la presencia de Vital Wolf en el mercado</i>	<i>Extender la presencia en plataformas en línea y redes sociales, e implementar campañas de marketing intensivas en diversos canales para aumentar el conocimiento de la marca y atraer a un mayor número de clientes potenciales</i>

Fuente: Elaboración Propia

5. Estrategias de precio y el modelo de ingreso

Considerando los servicios de Vital Wolf, los objetivos de mercadeo y los resultados del estudio piloto, se establecen las siguientes estrategias de precio y el modelo de ingreso.

Tabla 9 - Estrategias de precio

Tipo	Descripción	Estrategia	Aplicación
<i>Precio de Penetración o Introductorio</i>	<i>Establecer precios bajos al lanzar los servicios para atraer rápidamente a nuevos clientes y ganar cuota de mercado</i>	<i>Ofrecer precios iniciales bajos para los servicios de asesoría en nutrición y actividad física, incentivando a los clientes a probar los servicios</i>	<i>Ofrecer descuentos significativos en los primeros meses de contratación, destacando la alta calidad y personalización de los servicios a pesar de los precios bajos; además, es fundamental monitorear la respuesta del mercado y ajustar los precios gradualmente una vez alcanzada una base sólida de clientes</i>
<i>Precio Competitivo</i>	<i>Establecer precios similares o ligeramente inferiores a los de la competencia para atraer clientes sensibles al precio</i>	<i>Analizar los precios de los competidores directos y ajustar las tarifas de los servicios de Vital Wolf en consecuencia</i>	<i>Fijar precios competitivos que aseguren que los servicios sean percibidos como una opción de alta calidad y buen valor, apoyados por campañas que destaquen las ventajas de elegir Vital Wolf frente a la competencia, incluyendo testimonios y casos de éxito</i>

Fuente: Elaboración Propia

El modelo de ingresos de Vital Wolf se basará en estrategias de precio de penetración y competitivo para atraer y retener a clientes. Inicialmente, se ofrecerán planes de suscripción (Plan Valera, Plan Básico y Plan Integral), los cuales están diseñados para atender a distintos segmentos del mercado, proporcionando precios accesibles que faciliten la entrada de nuevos clientes. Así mismo, cada plan ofrece una combinación de servicios personalizados en nutrición y actividad física, permitiendo a los clientes elegir el plan que mejor se adapte a sus necesidades y presupuesto.

A medida que se consolide la base de clientes, las estrategias de precio competitivo asegurarán que los servicios de Vital Wolf se mantengan atractivos frente a la competencia, permitiendo realizar retención de los clientes y fomentar la fidelización.

Finalmente, es importante mencionar que, los planes de suscripción y los servicios que estos incluyen, cuentan con precios competitivos en el mercado. A continuación, se hace una comparación de precios con dos gimnasios que prestan el servicio de entrenamiento personalizado. La variable de comparación es el número de sesiones al mes que ofrecen las otras marcas.

Tabla 10 - Precios de Mercado

Marca	Vital Wolf	Bodytech	Fitness24seven
Plan Valera			
Precio	\$ 200.000	\$ 260.000	\$ 280.000
Servicio	10 sesiones de asesoría - Programa de Entrenamiento Personalizado y Seguimiento de Progreso (9 sesiones entrenamiento) - Evaluación Nutricional (1 al mes)	2 sesiones de entrenamiento personalizado a la semana online/videollamada. Los entrenamientos online son de 45min c/u. con un entrenador BODYTECH	8 sesiones al mes (2 sesiones por semana) - Valoración Física - Plan de Entrenamiento - Acompañamiento Individual
Plan Básico			
Precio	\$ 300.000	\$ 380.000	\$ 390.000
Servicio	15 sesiones de asesoría - Programa de Entrenamiento Personalizado (13 asesorías al mes) - Evaluación Nutricional (1 al mes) - Seguimiento de Progreso (1 al mes)	3 sesiones de entrenamiento personalizado a la semana online/videollamada. Los entrenamientos online son de 45min c/u. con un entrenador BODYTECH	12 sesiones al mes (3 sesiones por semana) - Valoración Física - Plan de Entrenamiento - Acompañamiento Individual
Bienestar Integral			
Precio	\$ 380.000	-	\$ 560.000
Servicio	25 sesiones de asesoría - Programa de Entrenamiento Personalizado Avanzado (20 asesorías al mes) - Evaluación Nutricional Continuo (2 al mes) - Seguimiento de Progreso (2 al mes) - Material Educativo (1 al mes)	N/A	20 sesiones al mes (5 sesiones por semana) - Valoración Física - Plan de Entrenamiento - Acompañamiento Individual

Fuente: Cálculos propios con base en información de Bodytech (Bodytech, 2024) y Fitness24seven

(Fitness24seven, 2024)

6. Estrategias de Comunicación y Promoción

A continuación, se establecen las siguientes estrategias de comunicación y promoción con el fin de maximizar la visibilidad de los servicios de Vital Wolf.

Tabla 11 - Estrategias de Comunicación

Tipo	Descripción	Estrategia	Aplicación
Marketing Digital	Utilizar redes sociales y publicidad en línea para llegar a la audiencia objetivo, aprovechando que la mayoría de los	Crear y gestionar cuentas en Instagram, Facebook y TikTok, además de utilizar publicidad pagada en estas plataformas para	Publicar regularmente contenido educativo y motivacional sobre actividad física y nutrición, destacando la propuesta de valor de Vital Wolf, fomentando la interacción con seguidores por

	<i>encuestados utilizan estas plataformas para informarse sobre servicios de salud y bienestar</i>	<i>aumentar la visibilidad y el alcance</i>	<i>medio de encuestas y/o concursos, que finalmente, permitan implementar campañas publicitarias pagadas dirigidas a segmentos específicos del mercado</i>
<i>Eventos de Lanzamiento</i>	<i>Organizar eventos de lanzamiento y promociones iniciales para generar ruido y atraer a los primeros clientes, creando una base de usuarios inicial fuerte</i>	<i>Planificar y ejecutar eventos presenciales y virtuales que presenten los servicios de Vital Wolf, incluyendo promociones especiales y demostraciones en vivo</i>	<i>Realizar demostraciones de los servicios de asesoría en actividad física y nutrición, ofreciendo descuentos exclusivos y paquetes promocionales para los asistentes a los eventos</i>
<i>Programas de Referidos</i>	<i>Implementar programas de referidos para incentivar a los clientes actuales a recomendar los servicios a amigos y familiares, ampliando la base de clientes de manera orgánica.</i>	<i>Crear un sistema de referidos fácil de usar donde los clientes actuales reciban beneficios por cada nuevo cliente que refieran a Vital Wolf</i>	<i>Establecer las reglas y recompensas del programa de referidos, asegurando que sean atractivas y fáciles de entender y comunicarlas a través de los correos electrónicos, redes sociales y durante las sesiones</i>
<i>Publicidad de Contenidos</i>	<i>Utilizar contenido educativo y atractivo para promocionar los servicios de Vital Wolf y aumentar el reconocimiento de la marca</i>	<i>Crear y distribuir contenido relevante a través de blogs, videos, infografías y artículos que aborden temas de interés para la audiencia objetivo</i>	<i>Desarrollar contenido informativo y valioso sobre salud, nutrición y ejercicio, adaptado a las plataformas preferidas por la audiencia, implementando estrategias de SEO y SEM para aumentar la visibilidad del contenido publicado</i>

Fuente: Elaboración Propia

7. Presupuesto de Mercadeo

Tabla 12 – Presupuesto Anual de Mercadeo

Estrategia	Observación	Valor
	<i>Gestión de cuentas (Instagram, Facebook y TikTok)</i>	<i>\$ 0</i>
<i>1. Marketing Digital</i>	<i>Estrategias de SEO y SEM</i>	<i>\$ 4.000.000</i>
	<i>Producción de contenido (videos, imágenes, infografías)</i>	<i>\$ 5.000.000</i>
	Subtotal 1	\$9.000.000
<i>2. Eventos de Lanzamiento (2 eventos en el año)</i>	<i>Planificación y ejecución de eventos presenciales y virtuales</i>	<i>\$ 15.000.000</i>
	<i>Descuentos y paquetes promocionales</i>	<i>\$ 5.000.000</i>
	<i>Demostraciones en vivo y materiales de marketing</i>	<i>\$ 5.000.000</i>
	Subtotal 2	\$ 25.000.000
<i>3. Programas de Referidos</i>	<i>Incentivos y recompensas para referidos</i>	<i>\$ 10.000.000</i>
	Subtotal 3	\$ 10.000.000
<i>4. Publicidad de Contenidos</i>	<i>Creación y producción de contenido educativo (blogs, videos, artículos)</i>	<i>\$ 5.000.000</i>
	Subtotal 4	\$ 5.000.000

5. Estrategias de Distribución (Plataforma en línea y aplicaciones móviles)	Desarrollo y mantenimiento de plataforma y aplicaciones móviles	\$ 15.000.000
	Canales de comunicación directos (email, videollamadas)	\$ 4.000.000
	Subtotal 5	\$ 19.000.000
	Total	\$ 68.000.000

Fuente: Elaboración Propia

Aspectos Técnicos

En esta sección, se definirán los objetivos de la prestación de servicios, la ficha técnica del servicio, la descripción del proceso, equipos e infraestructura, personal requerido para la prestación del servicio y el presupuesto del servicio y de infraestructura.

1. Objetivos de la prestación de servicios

- Aumentar el porcentaje de personas que realizan actividad física regular de manera significativa en un periodo de 12 meses, por medio de la Implementación de sesiones grupales y talleres para motivar la participación
- Mejorar los hábitos alimenticios de los usuarios mediante planes de alimentación individualizados, educación continua sobre nutrición y alimentación saludable.
- Mejorar la adherencia a los programas de salud mediante el uso de tecnología para el monitoreo y seguimiento continuo
- Ampliar el alcance del servicio a más usuarios y adaptar los servicios a sus horarios y ubicaciones, por medio de la flexibilización de horarios de atención y expansión de la cobertura geográfica del servicio.

2. Ficha técnica del servicio

De acuerdo a los planes y servicios mencionados en el apartado uno, se desarrolla la siguiente ficha técnica del servicio que prestará Vital Wolf.

Tabla 13 - Ficha Técnica del Servicio

Nombre	Características	Términos y Condiciones
<i>Valera</i>	<ul style="list-style-type: none"> •Precio: \$200.000 por mes •Valera: 10 Sesiones de asesoría (9 sesiones entrenamiento y 1 nutricional) - Programa de Entrenamiento Personalizado y Seguimiento de Progreso - Evaluación Nutricional 	<p>Una sesión de Cortesía. No admite congelaciones</p>
<i>Bienestar Básico</i>	<ul style="list-style-type: none"> •Precio: \$300.000 por mes •Cantidad de clases: 15 Sesiones de asesoría •Beneficios adicionales incluidos - Programa de Entrenamiento Personalizado (13 asesorías al mes): sesiones de entrenamiento individual diseñadas para mejorar la resistencia, fuerza y flexibilidad, adaptadas a las necesidades de cada persona - Evaluación Nutricional (1 al mes): plan de seguimiento nutricional que se ajusta según se alcanzan los objetivos, con un enfoque en la educación alimentaria. 	<p>Congelación del plan de 3 días. Una sesión de cortesía Vigencia de un mes</p>

<i>Bienestar Integral</i>	<i>- Seguimiento de Progreso (1 al mes): Evaluaciones regulares para medir el progreso en términos de peso, composición corporal y condición física.</i>	
	<i>•Precio: \$380.000 por mes</i>	
	<i>•Cantidad de clases: 25 Sesiones de asesoría</i>	
	<i>•Beneficios adicionales incluidos</i>	
	<i>- Programa de Entrenamiento Personalizado Avanzado (20 asesorías al mes): Sesiones de entrenamiento más intensivas y diversificadas que abordan fuerza, resistencia y equilibrio.</i>	<i>Congelación del plan de 5 días.</i>
<i>- Evaluación Nutricional Continuo (2 al mes): Un plan de seguimiento nutricional que se ajusta a medida que se alcanzan los objetivos, con el enfoque en la educación alimentaria.</i>	<i>Una sesión de cortesía para el cliente y un acompañante</i>	
<i>- Seguimiento de Progreso (2 al mes): Evaluaciones regulares para medir el progreso en términos de peso, composición corporal y condición física.</i>	<i>Vigencia de un mes</i>	
<i>- Material Educativo (1 al mes): Recursos educativos como guías de ejercicios, consejos de nutrición y guías de salud y bienestar.</i>		
<i>Fuente: Elaboración Propia</i>		

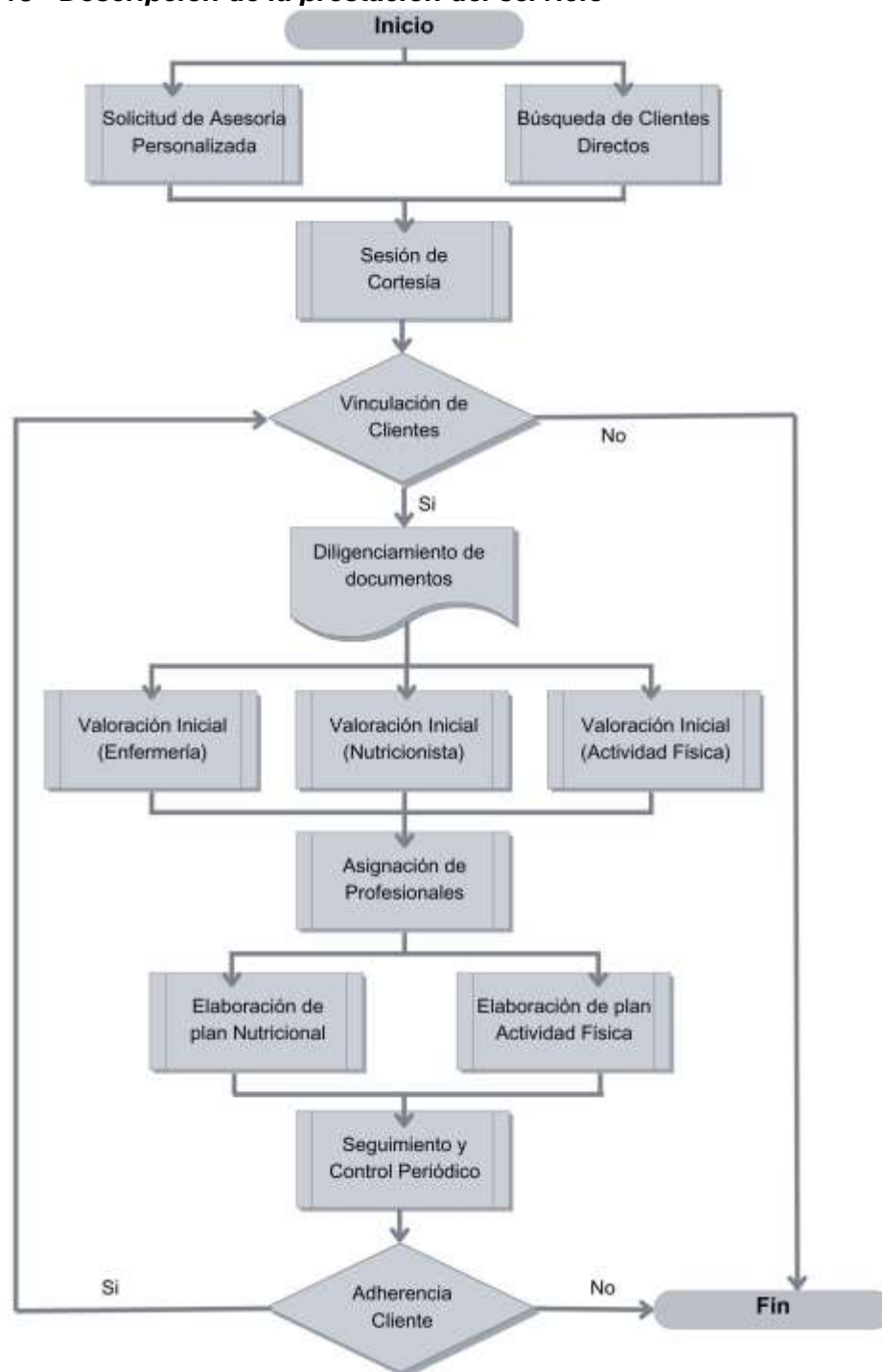
3. Descripción del proceso

Como se evidencia en la gráfica 13, se puede establecer que el inicio del proceso de las asesorías se da por la búsqueda de clientes, ya sea de manera directa o por medio de la solicitud de asesorías de las personas referidas de personas cercanas a los colaboradores o clientes ya vinculados.

Seguido de esto, se obsequiará una sesión de actividad y/o ejercicio físico de cortesía con el fin dar a conocer los servicios que ofrece Vital Wolf. El cliente decide si se vincula con alguno de los planes o si por el contrario termina el proceso. Una vez el cliente se vincula, se realizará el diligenciamiento de documentos y formularios de vinculación, así como la cancelación del plan y agendamiento de las diferentes valoraciones iniciales.

Estas valoraciones (enfermería, nutrición y actividad física), permitirán tener un diagnóstico inicial tanto a nivel físico y mental, como los hábitos que tiene el cliente. Se asignarán entrenadores y nutricionistas según la disponibilidad en las horas de las asesorías. Dichos profesionales, elaborarán los planes de entrenamiento y nutricional personalizado e individualizado, y generar un registro para llevar el control y seguimiento de cada cliente. Así mismo, se generarán algunos test de medición y control, para llevar de manera periódica el seguimiento del cliente. Pasado el mes de vigencia del plan que haya adquirido el cliente, se realizará una evaluación de satisfacción y confirmar la continuidad o no de la cliente.

Gráfica 13 - Descripción de la prestación del servicio



Fuente: Elaboración Propia

4. Equipos e infraestructura

Considerando los servicios que prestará Vital Wolf, se establecen los siguientes requerimientos en equipos e infraestructura.

Tabla 14 - Equipos e infraestructura

Requerimiento	Característica	Observaciones
1. Instalaciones Físicas	Espacios de Entrenamiento	- Espacio con equipos de cardio (cintas de correr, bicicletas estáticas, elípticas) - Área de pesas libres y máquinas de musculación
	Consultorios	- Consultorios privados para sesiones de asesoría nutricional y consultas médicas
	Recepción y Administración	- Área de recepción y espera para clientes - Oficinas administrativas para el personal
2. Equipos de Entrenamiento	Cardio	- Cintas de correr - Bicicletas estáticas - Elípticas
	Fuerza	- Pesas libres (mancuernas, barras) - Máquinas de musculación (prensas de piernas, bancos de press) - Kettlebells
	Funcional	- Balones medicinales - Cuerdas para saltar
	Flexibilidad	- Colchonetas de yoga - Bloques y correas de yoga - Básculas de bioimpedancia
3. Equipos de Monitoreo y Evaluación	Evaluación Física	- Calipers para medición de pliegues cutáneos - Cintas métricas - Tensiómetro y estetoscopios
	Evaluación Nutricional	- Software para seguimiento dietético y análisis de nutrientes
4. Tecnología y Software	Software de Gestión	- Software de gestión de clientes (CRM) para agendamiento y seguimiento de sesiones
	Plataformas de Seguimiento	- Aplicaciones móviles para seguimiento de actividad física y nutrición
	Equipos de Comunicación	- Computadoras y Tablets para el personal - Equipos de videoconferencia para asesorías virtuales

Fuente: Elaboración Propia

5. Personal

Considerando los servicios que prestará Vital Wolf, se definen los siguientes profesionales requeridos para el funcionamiento.

Tabla 15 - Profesionales

Área	Profesional
1. Operativa	Entrenadores
	Nutricionistas
	Enfermera
2. Administrativa	Administrador
	Contador
3. Asistencial	Servicios Generales

Fuente: Elaboración Propia

6. Presupuesto de infraestructura y personal

Teniendo en cuenta los equipos e infraestructura y el personal que se requiere para la implementación de Vital Wolf, se establece el siguiente presupuesto

Tabla 16 - Presupuesto Anual de infraestructura y personal

Tipo	Requerimiento	Observaciones	Valor Unitario	Unidad	Valor Total	
Equipos	Equipos de Entrenamiento	<i>Cintas de correr</i>	\$ 3.500.000	3	\$ 10.500.000	
		<i>Bicicletas estáticas</i>	\$ 2.500.000	3	\$ 7.500.000	
		<i>Elípticas</i>	\$ 3.000.000	3	\$ 9.000.000	
		<i>Kit de Pesas</i>	\$ 1.000.000	5	\$ 5.000.000	
		<i>Máquinas de musculación</i>	\$ 8.000.000	2	\$ 16.000.000	
		<i>Kettlebells</i>	\$ 150.000	10	\$ 1.500.000	
		<i>Balones medicinales</i>	\$ 120.000	10	\$ 1.200.000	
		<i>Cuerdas para saltar</i>	\$ 30.000	10	\$ 300.000	
		<i>Colchonetas de yoga</i>	\$ 100.000	10	\$ 1.000.000	
		<i>Bloques y correas de yoga</i>	\$ 50.000	10	\$ 500.000	
	Subtotal 1					\$ 52.500.000
	Equipos de Monitoreo y Evaluación	<i>- Básculas de bioimpedancia</i>	\$ 500.000	1	\$ 500.000	
		<i>- Calipers (pliegues cutáneos)</i>	\$ 150.000	2	\$ 300.000	
		<i>- Cintas métricas</i>	\$ 30.000	4	\$ 120.000	
		<i>- Tensiómetro y estetoscopios</i>	\$ 300.000	2	\$ 600.000	
<i>- Software seguimiento dietético</i>		\$ 200.000	1	\$ 200.000		
Subtotal 2					\$ 1.720.000	
Tecnología y Software	<i>- Software para agendamiento y seguimiento de sesiones</i>	\$ 400.000	1	\$ 400.000		
	<i>- Aplicaciones móviles para seguimiento de actividad física y nutrición</i>	\$ 80.000	1	\$ 80.000		
	<i>- Licencias para computadores</i>	\$ 250.000	3	\$ 750.000		
	<i>- Software Contable</i>	\$ 500.000	1	\$ 500.000		
	<i>- Computadoras</i>	\$ 2.700.000	3	\$ 8.100.000		
	<i>Tablets</i>	\$ 1.000.000	3	\$ 3.000.000		
	Subtotal 3					\$ 12.830.000
Total Equipos					\$ 67.050.000	

<i>Personal</i>	<i>Operativa</i>	<i>Entrenadores (Directo)</i>	\$ 3.746.383	5	\$ 18.731.917
		<i>Nutricionista (Directo)</i>	\$ 3.746.383	1	\$ 3.746.383
		<i>Nutricionistas (Contratista)</i>	\$ 1.800.000	1	\$ 1.800.000
		<i>Enfermera</i>	\$ 2.397.685	1	\$ 2.397.685
		<i>Total Personal (12 meses)</i>			\$ 320.111.824
		<i>Local</i>	\$ 2.500.000	12	\$ 30.000.000
<i>Infraestructura</i>	<i>Adecuación Inicial (Arreglos Locativos)</i>		\$ 15.000.000	1	\$ 15.000.000
		<i>Total Infraestructura</i>			\$ 45.000.000
		<i>Total Equipos, Infraestructura y personal</i>			\$ 432.161.824

Fuente: Elaboración Propia

Aspectos Organizacionales y Legales

En esta sección, se definirán los aspectos organizacionales y legales para la conformación e implementación de Vital Wolf.

1. Análisis estratégico

Misión: Vital Wolf se dedica a prevenir y mejorar la calidad de vida de las personas con ECNT en Bogotá, Colombia, ofreciendo asesorías personalizadas en actividad física y nutrición. Nos comprometemos a proporcionar soluciones prácticas y efectivas que promuevan hábitos saludables, ayudando a nuestros clientes a alcanzar un bienestar integral y sostenible.

Visión: En el 2027, Vital Wolf será la empresa líder en la localidad de Kennedy, Bogotá, Colombia en la mejora de la calidad de vida de las personas con ECNT y en la prevención de dichas enfermedades, mediante la implementación de programas integrales de actividad física y nutrición especializadas.

2. Estructura organizacional

Considerando los servicios que Vital Wolf ofrecerá, se establece la siguiente estructura organizacional, guiada por el CEO de la empresa. Así mismo, se definen tres áreas principales para el funcionamiento eficiente de la empresa.

- CEO
 - Área Operativa
 - Entrenadores
 - Nutricionistas
 - Enfermera
 - Administrativa
 - Administrador
 - Contador
 - Asistencial
 - Servicios Generales

3. Perfiles y funciones

Teniendo en cuenta la estructura organizacional mencionada anteriormente, se establecen los siguientes perfiles y funciones para la operación efectiva de la empresa.

Tabla 17 - Perfiles y funciones

Cargo	Perfil	Funciones
Entrenador Deportivo	<p>Educación: Entrenador Deportivo, Licenciatura en Educación Física o áreas afines</p> <p>Certificaciones: Primeros auxilios</p> <p>Experiencia: Mínimo 2 años de experiencia como entrenador personal o en roles similares</p> <p>Habilidades: Conocimiento en entrenamiento físico, habilidades de motivación, comunicación efectiva y capacidad para trabajar con personas con condiciones crónicas</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Diseñar y supervisar programas de entrenamiento personalizados para clientes con ECNT. - Realizar evaluaciones físicas iniciales y de seguimiento. - Proporcionar instrucción y corrección en técnicas de ejercicio. - Motivar y apoyar a los clientes en la consecución de sus objetivos de salud. - Mantener registros precisos del progreso de los clientes.
Nutricionista	<p>Educación: Nutrición y Dietética</p> <p>Certificaciones: Registro profesional vigente y certificaciones en áreas específicas de nutrición (deseable)</p> <p>Experiencia: Mínimo 2 años de experiencia en asesoría nutricional, preferiblemente con personas con ECNT.</p> <p>Habilidades: Conocimiento en planificación de dietas, habilidades de comunicación, empatía y capacidad para educar a los clientes sobre hábitos alimenticios saludables</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Evaluar el estado nutricional de los clientes. - Diseñar planes de alimentación personalizados basados en las necesidades y objetivos de los clientes. - Realizar seguimiento y ajustes a los planes alimenticios según sea necesario. - Educar a los clientes sobre la importancia de una nutrición adecuada. - Colaborar con otros profesionales de la salud para proporcionar un enfoque integral.
Enfermera	<p>Educación: Enfermería</p> <p>Certificaciones: Registro profesional vigente y certificaciones en cuidados crónicos o áreas relacionadas.</p> <p>Experiencia: Mínimo 1 año de experiencia en atención a pacientes con enfermedades crónicas.</p> <p>Habilidades: Conocimiento clínico, habilidades de comunicación, empatía y capacidad para trabajar en equipo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Monitorear la salud de los clientes con ECNT. - Realizar evaluaciones y controles regulares de salud. - Proporcionar educación y apoyo en el manejo de enfermedades crónicas. - Colaborar con otros profesionales de la salud para asegurar un cuidado integral. - Mantener registros detallados de la salud de los clientes
Administrador	<p>Educación: Administración de Empresas o áreas afines.</p> <p>Experiencia: Mínimo 1 año de experiencia en roles administrativos</p> <p>Habilidades: Habilidades organizativas, liderazgo, manejo de personal, capacidad para tomar decisiones y conocimiento en gestión financiera.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Supervisar las operaciones diarias de la empresa. - Gestionar el personal y coordinar las actividades administrativas. - Elaborar y controlar el presupuesto de la empresa. - Implementar políticas y procedimientos internos. - Asegurar el cumplimiento de las normativas legales y reglamentaria
Contador	<p>Educación: Contabilidad Público</p> <p>Certificaciones: Tarjeta Profesional</p> <p>Experiencia: Mínimo 1 año</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Mantener registros contables al día. - Preparar estados financieros

	<p>Habilidades: Conocimiento en contabilidad, habilidades analíticas, atención al detalle y capacidad para manejar software contable</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Gestionar las cuentas por pagar y por cobrar - Realizar análisis financieros y preparar informes para la toma de decisiones. <ul style="list-style-type: none"> - Asegurar el cumplimiento de las regulaciones fiscales y contables
Servicios Generales	<p>Educación: Educación secundaria completa.</p> <p>Experiencia: Mínimo 1 año de experiencia en roles similares.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Mantener la limpieza y el orden en las instalaciones. - Gestionar el inventario de suministros de limpieza - Apoyar en la logística de eventos y actividades de la empresa.

Fuente: Elaboración Propia

4. Organigrama

A partir de la estructura organizacional establecida en el numeral dos de este apartado, se define el organigrama.

Gráfica 14 - Organigrama Vital Wolf



Fuente: Elaboración Propia

5. Factores clave de la gestión del talento humano

Los siguientes factores le permitirán a Vital Wolf gestionar su talento humano de manera efectiva, asegurando que los empleados estén motivados, desarrollados y alineados con los objetivos de la organización, lo que contribuirá significativamente al éxito de la empresa.

Reclutamiento y Selección: Se diseñarán los descriptores de cargo, especificando perfiles, funciones e indicadores de desempeño, con el fin de atraer y seleccionar a los mejores

talentos que se alineen a la misión y visión de Vital Wolf y que tengan habilidades y la experiencia necesaria para cada rol. El proceso de selección es riguroso e incluye entrevistas y pruebas técnicas, con el fin de garantizar que tengan las habilidades técnicas requeridas, sino que también se alineen con nuestros valores y cultura organizacional.

Capacitación y Desarrollo: Se promoverán espacios para que los colaboradores tengan un crecimiento profesional, identificando necesidades de capacitación a través de evaluaciones de desempeño y Feedback constantes y constructivos.

Motivación y Compensación: Se buscará mantener a los colaboradores motivados y comprometidos, por medio de paquetes de compensación competitivos que incluyen salario emocional por el cumplimiento de las metas.

Bienestar y Salud Laboral: Se promoverá el bienestar físico y mental de los colaboradores, ya que es esencial para su calidad de vida y desempeño laboral. Se proporcionará un entorno de trabajo seguro y saludable, donde se fomente el equilibrio laboral y personal.

Retención de Talento: Se buscará mantener la rotación de personal reducida para la estabilidad de la empresa y el seguimiento efectivo de los clientes. Se creará un ambiente de trabajo atractivo y satisfactorio, ofreciendo oportunidades de desarrollo y crecimiento profesional.

6. Esquema de gobierno corporativo

Se establece el siguiente esquema de gobierno corporativo que asegure que Vital Wolf opere de manera transparente, ética y eficiente (ver grafica 15).

De esta manera, y por tratarse de una empresa familiar, es importante definir el rol de cada uno de los órganos que intervienen en Vital Wolf (IBGC, 2020).

Gobierno Familiar

- Asamblea de Familiar: Todos los miembros de la familia que son propietarios de la empresa

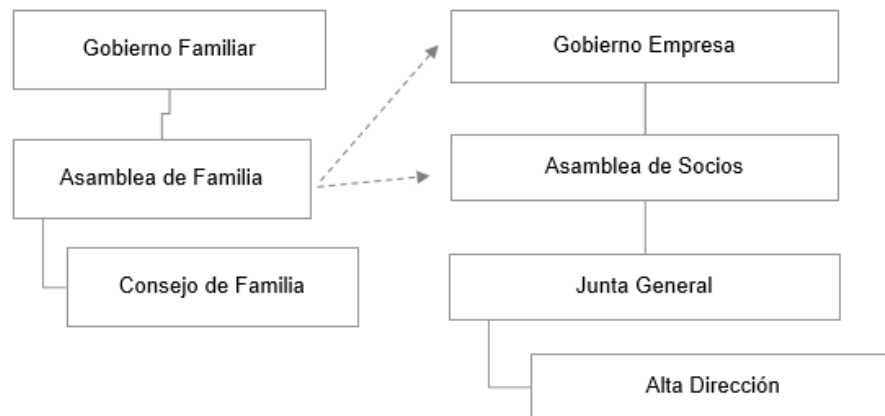
- Funciones:
 - Establecer los valores y principios familiares que guiarán la empresa.
 - Tomar decisiones estratégicas clave relacionadas con la familia y la empresa.
 - Elegir a los miembros del Consejo de Familia
- Consejo de Familia: Representantes de la familia elegidos por la asamblea de familia
 - Funciones:
 - Representar los intereses de la familia en la empresa.
 - Facilitar la comunicación entre la familia y la empresa.
 - Apoyar en la resolución de conflictos familiares relacionados con la empresa.
 - Definir políticas y directrices para la sucesión y la participación familiar en la empresa

Gobierno Empresarial

- Asamblea de Socios: Todos los accionistas de la empresa, puede haber miembros de la familia
 - Funciones:
 - Aprobar las decisiones estratégicas y los cambios importantes en la empresa.
 - Elegir a los miembros de la Junta General
- Junta General: Representantes elegidos por la asamblea, puede haber miembros de la familia
 - Funciones:
 - Supervisar las actividades de la Alta Dirección.
 - Aprobar los informes financieros y los planes estratégicos.
 - Tomar decisiones sobre la distribución de beneficios y otras cuestiones clave
- Alta Dirección: Conformada por el CEO y los principales ejecutivos de la empresa
 - Funciones:
 - Ejecutar las estrategias y políticas aprobadas por la Junta General.
 - Gestionar las operaciones diarias de la empresa.

- Reportar a la Junta General sobre el desempeño y las actividades de la empresa

Gráfica 15 - Gobierno Corporativo Vital Wolf



Fuente: Elaboración Propia

Así mismo, tanto miembros del gobierno familiar como empresarial, establecerán políticas y procedimientos, para el óptimo y adecuado funcionamiento de Vital Wolf (IFC, 2011):

- **Código de Ética:** Establecer principios y valores éticos que guían la conducta de todos los colaboradores. Esto implica definir un conjunto claro de normas y comportamientos aceptables, asegurando que todas las acciones y decisiones estén alineadas con estos valores fundamentales. Además, el código incluye mecanismos específicos para la denuncia y resolución de conflictos éticos, proporcionando a los colaboradores las herramientas necesarias para abordar y resolver dilemas morales de manera efectiva y justa.
- **Política de Transparencia:** Asegurar la divulgación precisa y oportuna de información financiera y operativa. Esta política promueve la claridad y la apertura en todas las operaciones y decisiones de la empresa, garantizando que los accionistas, empleados y otros interesados tengan acceso a información veraz y completa.
- **Política de Diversidad e Inclusión:** fomentar un ambiente de trabajo inclusivo y diverso. Esta política asegura que todos los colaboradores tengan igualdad de oportunidades, independientemente de su origen, género, orientación sexual, religión u otras características personales.
- **Política de Gestión de Riesgos:** Identificar, evaluar y gestionar los riesgos operativos, financieros y estratégicos que podrían afectar a la empresa. Esto incluye

la implementación de planes de contingencia y respuesta a crisis para mitigar posibles impactos negativos

7. Aspectos legales

Para Vital Wolf, es fundamental cumplir con diversas regulaciones legales para asegurar que la empresa opere dentro del marco normativo, garantizando la calidad y seguridad de los servicios ofrecidos a sus clientes y promoviendo así la confianza y credibilidad en la empresa.

Tabla 18 - Normatividad y Regulaciones

Actividad	Normatividad	Observación
Salud y Seguridad	Resolución 1111 de 2017	Establece los estándares mínimos del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST). Vital Wolf debe implementar un SG-SST para proteger la seguridad y salud de sus empleados y clientes.
	Resolución 666 de 2020	Establece protocolos generales de bioseguridad que las empresas deben seguir para mitigar el riesgo de contagio
	Decreto 1072 de 2015	Compila y regula todas las normas relacionadas con la seguridad y salud en el trabajo en Colombia
Responsabilidad Profesional	Ley 1164 de 2007	Regula el ejercicio de las profesiones de la salud en Colombia. En este sentido, los profesionales de la salud y nutricionistas en Vital Wolf deben estar registrados y cumplir con los requisitos (obtención de licencias y la adhesión a los códigos de ética profesional)
	Resolución 2674 de 2013	Establece los requisitos para la certificación de los profesionales en nutrición y dietética
Licencia de Negocios	Registro Mercantil	La empresa debe registrarse en la Cámara de Comercio de Bogotá para obtener el certificado de existencia y representación legal
	Licencia de Funcionamiento	- Certificado de uso de suelo: emitido por la Secretaría Distrital de Planeación, para verificar que la actividad económica de Vital Wolf está permitida en el barrio Castilla.
		- Planos del establecimiento: incluyendo la distribución interna y las medidas de seguridad (extintores, salidas de emergencia, etc.).
		- Concepto sanitario favorable: emitido por la Secretaría Distrital de Salud, para certificar que el establecimiento cumple con las normas sanitarias.
Impuestos	- Póliza de responsabilidad civil extracontractual: se requiere una póliza que cubra posibles daños a terceros.	
	- Certificado de seguridad: emitido por el Cuerpo de Bomberos, para asegurar que el establecimiento cumple con las normativas de prevención de incendios	
		Vital Wolf debe inscribirse en RUT y cumplir con las obligaciones tributarias establecidas por la DIAN

Específicas para el Sector de Actividad Física	Ley 181 de 1995 (Ley del Deporte)	<i>Regula la promoción, el desarrollo y la práctica del deporte en Colombia. Vital Wolf debe asegurarse de que sus servicios de actividad física estén alineados con las disposiciones de esta ley</i>
	Resolución 000843 de 2018	<i>Establece los requisitos técnicos y de seguridad para la operación de gimnasios y centros de acondicionamiento físico en Colombia</i>

Fuente: Elaboración Propia

8. Estructura jurídica y tipo de sociedad

La constitución de Vital Wolf SAS como una Sociedad por Acciones Simplificada proporciona una estructura jurídica adecuada para su operación, ofreciendo flexibilidad administrativa, responsabilidad limitada y facilidad para atraer inversiones. Permitiendo a la empresa adaptarse a las necesidades del mercado y cumplir con las regulaciones legales de manera eficiente.

- Responsabilidad Limitada: Los accionistas tienen responsabilidad limitada al monto de sus aportes, protegiendo así su patrimonio personal.
- Flexibilidad en la Administración: La estructura administrativa es flexible y puede adaptarse a las necesidades de la empresa. No es obligatorio tener una junta directiva, lo cual simplifica la gestión.
- Facilidad para la Emisión de Acciones: Permite la emisión de diferentes tipos de acciones, lo cual facilita la atracción de inversionistas y la estructuración del capital.
- Requisitos Simples: La constitución de una SAS es más sencilla y menos costosa comparada con otros tipos de sociedades, y no requiere un capital mínimo inicial.
 - Elaboración de los Estatutos que regulan el funcionamiento de la SAS
 - Registrarse en la Cámara de Comercio de Bogotá
 - Inscribirse en la DIAN para obtener RUT y Número de Identificación Tributaria (NIT)
 - Abrir una cuenta bancaria a nombre de la empresa y depositar el capital suscrito
 - Obtener Licencias y permisos de funcionamiento que apliquen para Vital Wolf

9. Presupuesto de personal administrativo

Teniendo en cuenta que para el funcionamiento óptimo de la empresa se requiere personal administrativo, a continuación, se relaciona el personal y la asignación salarial correspondiente.

Tabla 19 - Presupuesto Anual de Personal Administrativo

Tipo	Requerimiento	Observaciones	Valor Unitario	Unidad	Valor Total
<i>Personal</i>	<i>Administrativa</i>	<i>Administrador (Directo)</i>	\$ 2.997.107	1	\$ 2.997.107
		<i>Contador (Contratista)</i>	\$ 1.600.000	1	\$ 1.600.000
	<i>Asistencial</i>	<i>Servicios Generales (Directo)</i>	\$ 1.948.119	1	\$ 1.948.119
Total Personal (12 meses)					\$ 78.542.712

Fuente: Elaboración Propia

Aspectos Financieros

En esta sección, se definirán los aspectos financieros para implementar Vital Wolf (ver anexo G).

1. Objetivos financieros

- Generar ingresos anuales promedio de \$1.000.000.000, por medio de la implementación de estrategias de mercadeo para atraer a 4.795 clientes.
- Mantener un margen de ganancia bruta del 60%, mediante una estructura de precios adecuada y reducción de costos.
- Captar el 5% del mercado potencial en la UPZ Castilla, por medio de campañas de marketing local, eventos comunitarios y promociones atractivas.

2. Supuestos económicos para la simulación

Para realizar la simulación se consideraron los siguientes aspectos económicos:

- IPC 2024: 9.28%, incremento constante de 50 puntos básicos (DANE, 2024)
- Tasa Impuesto de renta: 35% (Actualícese, 2023)
- Crecimiento porcentual ventas: Para el primer año 1%, para los siguientes años un incremento constante de 25 puntos básicos.
- Se determina que, para el primer año, la participación del mercado de Vital Wolf será del 5% de la demanda potencial.

3. Proyección de ventas

Considerando el potencial del mercado determinado en la *Tabla 5 - Potencial de Mercado*, el valor de los planes mencionados en la *Tabla 13 - Ficha Técnica del Servicio*, el IPC para el 2024, su incremento proyectado y el crecimiento en ventas mencionados en el numeral anterior, se realiza la proyección de ventas para los siguientes 5 años:

Tabla 20 - Proyección de Ventas

Plan	2024	2025	2026	2027	2028
<i>Valera</i>	\$ 674.316	\$ 744.261	\$ 827.263	\$ 925.991	\$ 1.043.764
<i>Bienestar Básico</i>	\$ 314.681	\$ 347.322	\$ 386.056	\$ 432.129	\$ 487.090
<i>Bienestar Integral</i>	\$ 142.356	\$ 157.122	\$ 174.644	\$ 195.487	\$ 220.350
Total	\$ 1.131.352	\$ 1.248.705	\$ 1.387.964	\$ 1.553.606	\$ 1.751.204

Nota: Cifras expresadas en miles de pesos - Fuente: Elaboración Propia

4. Proyección de gastos de mercadeo

Considerando el presupuesto de mercaderero determinado en la *Tabla 12 – Presupuesto Anual de Mercadeo* y el IPC para el 2024 y su incremento proyectado, mencionados en el numeral 2 de esta sección, se realiza la proyección de mercadeo para los siguientes 5 años:

Tabla 21 - Proyección de Gastos de Mercadeo

	2024	2025	2026	2027	2028
<i>Marketing</i>	\$ 68.000	\$ 74.310	\$ 81.578	\$ 89.964	\$ 99.662
Total	\$ 68.000	\$ 74.310	\$ 81.578	\$ 89.964	\$ 99.662

Nota: Cifras expresadas en miles de pesos - Fuente: Elaboración Propia

5. Proyección de costos de servicio

Considerando el presupuesto del personal determinado en la *Tabla 16 - Presupuesto Anual de infraestructura y personal* y el IPC para el 2024 y su incremento proyectado, se realiza la proyección de costos de servicios para los siguientes 5 años:

Tabla 22 - Proyección de Costos de Servicio

	2024	2025	2026	2027	2028
<i>Personal Operativo</i>	\$ 320.112	\$ 349.818	\$ 384.030	\$ 423.509	\$ 469.163
Total	\$ 320.112	\$ 349.818	\$ 384.030	\$ 423.509	\$ 469.163

Nota: Cifras expresadas en miles de pesos - Fuente: Elaboración Propia

6. Proyección de gastos administrativos

Para realizar la proyección de los gastos administrativos, se debe tener presente los gastos fijos para el primer año de funcionamiento:

Tabla 23 - Gastos Fijos Anuales

Rubro	Valor Anual
<i>Arriendo</i>	\$ 30.000
<i>Servicios Públicos</i>	\$ 4.800
<i>Internet</i>	\$ 1.800
<i>Papelería</i>	\$ 1.440
<i>Servicios de Aseo</i>	\$ 1.440
<i>Pólizas de Seguro</i>	\$ 2.000
Total general	\$ 41.480

Nota: Cifras expresadas en miles de pesos - Fuente: Elaboración Propia

Teniendo en cuenta la tabla anterior y Considerando el presupuesto del personal determinado en la *Tabla 19 - Presupuesto Anual de Personal Administrativo* y el IPC para el

2024 y su incremento proyectado, se realiza la proyección de gastos administrativos para los siguientes 5 años:

Tabla 24 - Proyección de Gastos Administrativos

Plan	2024	2025	2026	2027	2028
<i>Personal Administrativo</i>	\$ 78.543	\$ 85.831	\$ 94.226	\$ 103.912	\$ 115.114
<i>Gastos Fijos</i>	\$ 41.480	\$ 45.329	\$ 49.763	\$ 54.878	\$ 60.794
Total	\$ 120.023	\$ 131.161	\$ 143.988	\$ 158.790	\$ 175.908

Nota: Cifras expresadas en miles de pesos - Fuente: Elaboración Propia

7. Presupuesto de inversión

Teniendo en cuenta el presupuesto calculado en la *Tabla 16 - Presupuesto Anual de infraestructura y personal*, se identifican los rubros para determinar el presupuesto o la inversión inicial que se requiere para comenzar el funcionamiento de Vital Wolf.

Tabla 25 - Presupuesto de Inversión Inicial

Rubro	Observaciones	Valor
Equipos de Entrenamiento	<i>Cintas de correr</i>	\$ 10.500
	<i>Bicicletas estáticas</i>	\$ 7.500
	<i>Elípticas</i>	\$ 9.000
	<i>Kit de Pesas</i>	\$ 5.000
	<i>Máquinas de musculación</i>	\$ 16.000
	<i>Kettlebells</i>	\$ 1.500
	<i>Balones medicinales</i>	\$ 1.200
	<i>Cuerdas para saltar</i>	\$ 300
	<i>Colchonetas de yoga</i>	\$ 1.000
	<i>Bloques y correas de yoga</i>	\$ 500
	Subtotal 1	\$ 52.500
Equipos de Monitoreo y Evaluación	- <i>Básculas de bioimpedancia</i>	\$ 500
	- <i>Calipers (pliegues cutáneos)</i>	\$ 300
	- <i>Cintas métricas</i>	\$ 120
	- <i>Tensiómetro y estetoscopios</i>	\$ 600
	- <i>Software seguimiento dietético</i>	\$ 200
	Subtotal 2	\$ 1.720
Tecnología y Software	- <i>Software para agendamiento y seguimiento de sesiones</i>	\$ 400
	- <i>Aplicaciones móviles para seguimiento de actividad física y nutrición</i>	\$ 80
	- <i>Licencias para computadores</i>	\$ 750
	- <i>Software Contable</i>	\$ 500
	- <i>Computadoras</i>	\$ 8.100
	<i>Tablets</i>	\$ 3.000

	Subtotal 3	\$ 12.830
Local	<i>Adecuación Inicial (Arreglos Locativos)</i>	\$ 15.000
	Subtotal 4	\$ 15.000
	Total Inversión	\$ 82.050

Nota: Cifras expresadas en miles de pesos - Fuente: Elaboración Propia

8. Estados de Situación Financiera

Con base en las proyecciones realizadas en los numerales anteriores de esta sección, se proyecta a cinco años los Estados de Situación Financiera con un escenario probable².

Tabla 26 – Estado Situación Financiera Proyección 5 Años

Activos						
Cuenta	Año 0	2024	2025	2026	2027	2028
<i>Caja/Bancos</i>	\$ 378.991	\$ 428.074	\$ 410.988	\$ 382.678	\$ 338.974	\$ 446.985
<i>Fijo No Depreciable</i>	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<i>Fijo Depreciable</i>	\$ 82.050	\$ 82.050	\$ 82.050	\$ 82.050	\$ 82.050	\$ 82.050
<i>Depreciación Acumulada</i>	\$ 0	\$ 10.988	\$ 21.976	\$ 32.964	\$ 43.952	\$ 54.940
<i>Activo Fijo Neto</i>	\$ 82.050	\$ 71.062	\$ 60.074	\$ 49.086	\$ 38.098	\$ 27.110
Total Activo	\$ 461.041	\$ 499.136	\$ 471.062	\$ 431.764	\$ 377.072	\$ 474.095
Pasivos						
<i>Impuestos x Pagar</i>	\$ 0	\$ 33.154	\$ 49.521	\$ 70.379	\$ 96.975	\$ 130.933
<i>Total Pasivo Corriente</i>	\$ 0	\$ 33.154	\$ 49.521	\$ 70.379	\$ 96.975	\$ 130.933
<i>Obligaciones Financieras</i>	\$ 361.041	\$ 304.410	\$ 229.575	\$ 130.682	\$ 0	\$ 0
Total Pasivo	\$ 361.041	\$ 337.564	\$ 279.095	\$ 201.061	\$ 96.975	\$ 130.933
Patrimonio						
<i>Capital Social</i>	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000
<i>Utilidades Del Ejercicio</i>	\$ 0	\$ 61.572	\$ 91.967	\$ 130.703	\$ 180.097	\$ 243.162
Total Patrimonio	\$ 100.000	\$ 161.572	\$ 191.967	\$ 230.703	\$ 280.097	\$ 343.162

Nota: Cifras expresadas en miles de pesos - Fuente: Elaboración Propia

Durante el periodo proyectado de 2024 a 2028, se espera que Vital Wolf tendrá una sólida trayectoria de crecimiento financiero, caracterizada por un aumento constante en la liquidez y una gestión efectiva de sus obligaciones. Se proyecta que sus activos corrientes incrementen de \$378 millones en el Año 0 a \$446 millones en 2028.

² Cumplimiento de los supuestos establecidos en el numeral 2 de esta sección

En términos de endeudamiento, las obligaciones financieras disminuirán de \$361 millones en el Año 0 a \$130 millones en 2026, y se eliminarán por completo en 2027 y 2028. Esta reducción significativa en la deuda mejora la estructura de capital y muestra una menor dependencia de financiamiento externo, lo que indica una gestión financiera prudente. Sin embargo, se proyecta un incremento en los pasivos corrientes, principalmente debido a los impuestos por pagar, lo que refleja una mayor carga fiscal a futuro.

Se evidencia una tendencia positiva, con utilidades del ejercicio creciendo de \$ 61 millones en 2024 a \$243 millones en 2028. Este aumento constante en las utilidades indica una gestión eficiente y un modelo de negocio sólido, esencial para atraer inversores y financiar el crecimiento futuro. El patrimonio neto de la empresa se incrementará de \$100 millones en el Año 0 a \$343 millones en 2028, reflejando base sólida de capital.

Teniendo en cuenta las anteriores proyecciones para Estado de Situación Financiera, se espera que Vital Wolf tenga en una trayectoria de crecimiento sostenible, con una sólida posición financiera que permitirá afrontar futuros desafíos y oportunidades.

9. Estado de resultados

Con base en las proyecciones realizadas en los numerales anteriores de esta sección, se proyecta a cinco años los Estados de Resultados para el escenario probable.

Durante el periodo proyectado de 2024 a 2028, las ventas de Vital Wolf muestran un crecimiento constante, aumentando de \$1.131 millones en 2024 a \$1.751 millones en 2028. Indicio positivo de la demanda creciente de los productos y servicios de la empresa. Así mismo, el costo de ventas sigue una tendencia ascendente, pero a un ritmo controlado, lo que permite que la utilidad bruta aumente desde el año 2024 al 2028. Sugiriendo una eficiente gestión de costos y una mejora en la rentabilidad bruta.

Los gastos administrativos y de ventas, junto con los gastos fijos del periodo, también aumentan, reflejando una expansión en las operaciones de la empresa. Sin embargo, dichos

incrementos se encuentran alineados con el crecimiento en ventas, permitiendo que la utilidad operativa aumente de \$210 millones en 2024 a \$374 millones en 2028.

La utilidad antes de impuestos muestra una tendencia positiva, incrementándose de \$94 millones en 2024 a \$374 millones en 2028. Este crecimiento se traduce en una mayor carga fiscal, con impuestos que aumentan progresivamente desde el 2024 hasta el 2028. No obstante, a pesar de la mayor carga impositiva, la utilidad neta de Vital Wolf crece significativamente de \$33 millones en 2024 a \$130 millones en 2028, permitiendo evidenciar una gestión eficiente y un modelo de negocio rentable.

Tabla 27 - Estado de Resultados Proyección 5 Años

Cuenta	2024	2025	2026	2027	2028
Ventas	\$ 1.131.352	\$ 1.248.705	\$ 1.387.964	\$ 1.553.606	\$ 1.751.204
Costo Ventas	\$ 401.443	\$ 443.084	\$ 492.497	\$ 551.273	\$ 621.388
Utilidad Bruta	\$ 729.910	\$ 805.622	\$ 895.467	\$ 1.002.333	\$ 1.129.817
Gastos Admirativos y Ventas	\$ 398.655	\$ 435.650	\$ 478.256	\$ 527.421	\$ 584.277
Gastos Fijos	\$ 41.480	\$ 45.329	\$ 49.763	\$ 54.878	\$ 60.794
Otros Gastos	\$ 68.000	\$ 74.310	\$ 81.578	\$ 89.964	\$ 99.662
Depreciación	\$ 10.988	\$ 10.988	\$ 10.988	\$ 10.988	\$ 10.988
Utilidad Operativa	\$ 210.787	\$ 239.344	\$ 274.882	\$ 319.082	\$ 374.095
Gastos Financieros	\$ 116.061	\$ 97.857	\$ 73.800	\$ 42.010	\$ 0
Utilidad Antes De Impuestos	\$ 94.726	\$ 141.488	\$ 201.082	\$ 277.072	\$ 374.095
Impuestos	\$ 33.154	\$ 49.521	\$ 70.379	\$ 96.975	\$ 130.933
Utilidad Neta	\$ 61.572	\$ 91.967	\$ 130.703	\$ 180.097	\$ 243.162

Nota: Cifras expresadas en miles de pesos - Fuente: Elaboración Propia

10. Flujo de caja

Teniendo en cuenta las proyecciones realizadas en los numerales anteriores de esta sección, se estiman el flujo de caja del proyecto y flujo de caja libre, para los siguientes cinco años.

El flujo de caja del proyecto de Vital Wolf muestra una tendencia positiva en los activos corrientes, sugiriendo una mejora continua en la liquidez y la capacidad operativa de la empresa. A pesar del aumento en los pasivos corrientes, el capital operativo neto permanece positivo y en crecimiento, reflejando una gestión efectiva del capital de trabajo. El total del

capital operativo aumenta de \$378 millones en 2024 a \$316 millones en 2028, sugiriendo una expansión en la capacidad operativa de la empresa.

Tabla 28 - Flujo de Caja del Proyecto

Rubro	Año 0	2024	2025	2026	2027	2028
Activos Corrientes	\$ 378.991	\$ 428.074	\$ 410.988	\$ 382.678	\$ 338.974	\$ 446.985
Pasivos Corrientes	\$ 0	\$ 33.154	\$ 49.521	\$ 70.379	\$ 96.975	\$ 130.933
KTNO	\$ 378.991	\$ 394.920	\$ 361.467	\$ 312.300	\$ 241.999	\$ 316.052
Activo Fijo Neto	\$ 82.050	\$ 71.062	\$ 60.074	\$ 49.086	\$ 38.098	\$ 27.110
Depreciación Acumulada	\$ 0	\$ 10.988	\$ 21.976	\$ 32.964	\$ 43.952	\$ 54.940
Activo Fijo Bruto	\$ 82.050	\$ 82.050	\$ 82.050	\$ 82.050	\$ 82.050	\$ 82.050
Total Capital Operativo Neto	\$ 461.041	\$ 465.982	\$ 421.541	\$ 361.386	\$ 280.097	\$ 343.162

Nota: Cifras expresadas en miles de pesos - Fuente: Elaboración Propia

El flujo de caja libre proyecta un aumento significativo en el EBIT, de \$210 millones en 2024 a \$374 millones en 2028, con un aumento paralelo en impuestos. El NOPLAT también muestra una tendencia ascendente, incrementándose de \$137 millones en 2024 a \$243 millones en 2028, indicando una gestión eficiente de las operaciones después de impuestos. La inversión neta varía a lo largo de los años, lo que provoca fluctuaciones en el flujo de caja libre. Estas fluctuaciones reflejan la necesidad de reinversiones estratégicas en ciertos periodos, que permitirá una mayor generación de flujo de caja libre y una sólida capacidad de financiar el crecimiento futuro de la empresa.

Tabla 29 - Flujo de Caja Libre

Cuenta	2024	2025	2026	2027	2028
EBIT	\$ 210.787	\$ 239.344	\$ 274.882	\$ 319.082	\$ 374.095
Impuestos	\$ 73.775	\$ 83.770	\$ 96.209	\$ 111.679	\$ 130.933
NOPLAT	\$ 137.012	\$ 155.574	\$ 178.673	\$ 207.403	\$ 243.162
Inversión Neta	-\$ 4.941	\$ 44.440	\$ 60.156	\$ 81.289	-\$ 63.065
Flujo de Caja Libre del período	\$ 132.071	\$ 200.014	\$ 238.829	\$ 288.692	\$ 180.097

Nota: Cifras expresadas en miles de pesos - Fuente: Elaboración Propia

11. Indicadores financieros

Considerando el escenario probable y la proyección de los Estados Financieros. Se pueden determinar los siguientes indicadores para los años en estudio.

Tabla 30 - Indicadores financieros

Indicadores	2024	2025	2026	2027	2028
<i>Margen Bruto</i>	64,52%	64,52%	64,52%	64,52%	64,52%
<i>Margen Operacional</i>	18,63%	19,17%	19,80%	20,54%	21,36%
<i>Margen Neto</i>	5,44%	7,36%	9,42%	11,59%	13,89%
<i>Ebitda</i>	\$ 267.418	\$ 314.180	\$ 373.774	\$ 449.765	\$ 374.095
<i>Margen Ebitda</i>	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<i>ROE</i>	38,11%	47,91%	56,65%	64,30%	70,86%
<i>ROA</i>	12,34%	19,52%	30,27%	47,76%	51,29%
<i>Endeudamiento Total</i>	67,63%	59,25%	46,57%	25,72%	27,62%
<i>Concentración de CP</i>	0,10	0,18	0,35	1,00	1,00
<i>Concentración de LP</i>	0,90	0,82	0,65	0,00	0,00
<i>Apalancamiento Total</i>	2,09	1,45	0,87	0,35	0,38
<i>Deuda/Ebitda</i>	1138,33	730,71	349,63	0,00	0,00

Nota: Cifras expresadas en miles de pesos - Fuente: Elaboración Propia

Los indicadores de rentabilidad muestran una tendencia positiva para Vital Wolf. El margen bruto se mantiene constante en 64,52% durante los cinco años, presentando una estabilidad en la relación entre el costo de ventas y los ingresos. El margen operativo y el margen neto también muestran un aumento gradual, pasando de 18,63% y 5,44% en 2024 a 21,36% y 13,89% en 2028, respectivamente. Esto sugiere una mejora en la eficiencia operativa y una mayor capacidad para generar beneficios netos a partir de las ventas. El EBITDA también aumenta significativamente, apoyando la posición de rentabilidad de la empresa.

Así mismo, los indicadores de rendimiento, reflejan la efectividad de la empresa en el uso de su capital y activos para generar ganancias. El ROE se mantiene alto, lo que indica una excelente capacidad de generación de valor para los accionistas. El ROA, aunque disminuye ligeramente a lo largo de los años, sigue siendo robusto, sugiriendo una continua eficiencia en la utilización de los activos.

El endeudamiento total disminuye significativamente, de 67,63 % en 2024 a 27,62% en 2028, lo que refleja una estrategia exitosa de reducción de deuda. La concentración de pasivos

a corto y largo plazo también se reduce, con una eliminación completa de pasivos a largo plazo para 2027 y 2028, lo que indica una gestión prudente del riesgo financiero. La razón deuda/EBITDA mejora drásticamente, sugiriendo que la empresa no depende de la deuda para financiar sus operaciones.

12. Fuentes de financiación

Considerando la magnitud de la inversión necesaria para implementar Vital Wolf, se han proyectado las necesidades financieras para cubrir tanto la inversión inicial como los costos operativos, nóminas, marketing y gastos fijos durante un periodo de cinco meses. Pasado estos meses, se espera que la empresa sea autosuficiente y pueda mantener la operación.

De esta manera, se analiza las tasas de crédito para personas naturales con emprendimientos y microcréditos para empresas en etapa inicial de operación. Para determinar la tasa, se toma el promedio de cuatro bancos que ofrecen este tipo de créditos y cuyas tasas resultan atractivas para la empresa (ver anexo G).

Teniendo en cuenta lo anterior, se establece una fuente de financiación mixta, combinando capital propio y un préstamo bancario para cubrir dichas necesidades.

Tabla 31 - Fuentes de Financiación

Inversión Inicial		\$ 82.050
Capital de Trabajo Inicial		
Rubro	Meses	Valor
Costos Operativos	5	\$ 167.268
Nóminas	5	\$ 166.106
Marketing	5	\$ 28.333
Gastos Fijos	5	\$ 17.283
Total Capital de Trabajo		\$ 378.991
Total Inversión		\$ 461.040
Fuente de Financiación		
Aporte de Emprendedores	22%	\$ 100.000
Préstamo a Solicitar	78%	\$ 361.040

Nota: Cifras expresadas en miles de pesos - Fuente: Elaboración Propia

13. Evaluación financiera

Con base en lo mencionado en los numerales anteriores de esta sección y los cálculos realizados el simulador financiero para Vital Wolf (ver anexo G), se realiza la evaluación financiera, donde se observa un crecimiento sólido y sostenido en los próximos cinco años, fundamentado en un plan detallado y estructurado. Se espera que los ingresos anuales alcancen los \$1.000 millones, atraídos por una estrategia de mercadeo que apunta a captar el 5% del mercado en la UPZ Castilla. La empresa planea mantener un margen de ganancia bruta del 60% mediante una estructura de precios adecuada y la reducción de costos, asegurando una operación eficiente y rentable.

Las proyecciones de ventas y gastos muestran un aumento constante de los ingresos, pasando de \$1.131 millones en 2024 a \$1.751 millones en 2028. Los costos de ventas y los gastos operativos también incrementan, pero a un ritmo controlado, permitiendo que la utilidad operativa aumente significativamente de \$210 millones en 2024 a \$374 millones en 2028. Reflejando una gestión eficaz de los recursos y una expansión estratégica en las operaciones.

Finalmente, la proyección del flujo de caja muestra una tendencia positiva, indicando una mejora continua en la liquidez y la capacidad operativa. A pesar de un incremento en los pasivos corrientes, la gestión del capital operativo se mantiene eficiente. La reducción progresiva de las obligaciones financieras y un aumento significativo en las utilidades netas destacan la solidez y viabilidad del proyecto, asegurando un futuro financiero robusto para Vital Wolf.

Enfoque hacia la Sostenibilidad

En este apartado se presenta el enfoque hacia la sostenibilidad, el cual resulta ser un pilar fundamental en el desarrollo y ejecución de Vital Wolf, por su visión y enfoque holístico, no solo se busca mejorar la salud y el bienestar de los clientes, sino también contribuir de manera positiva a la comunidad y entorno en donde se desarrolla, garantizando de esta manera una operación responsable y sostenible con el tiempo.

Teniendo en cuenta lo anterior, en el presente apartado se desarrollarán cuatro dimensiones que sustentan la sostenibilidad que sustentan la operación y crecimiento de la empresa.

1. Dimensión Social

El enfoque social de Vital Wolf se fundamenta en la creación de un impacto positivo en la salud y bienestar de la comunidad mediante la prevención y tratamiento de ECNT. La importancia de la actividad física y la nutrición adecuada para la mejora de la salud pública está ampliamente documentada. Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), la inactividad física es uno de los principales factores de riesgo de mortalidad mundial y está relacionada con el desarrollo de diversas ECNT, como enfermedades cardiovasculares, diabetes y cáncer (World Health Organization, 2010). Por lo tanto, los programas de Vital Wolf están diseñados para abordar estos riesgos mediante asesorías personalizadas que fomenten hábitos de vida saludables.

Además, la empresa se compromete a involucrar activamente a la comunidad local a través de eventos educativos y programas de apoyo. Estudios han demostrado que las intervenciones comunitarias que combinan la actividad física y la educación nutricional pueden tener un impacto significativo en la reducción de los factores de riesgo asociados con las ECNT (Swinburn et al., 2004). Vital Wolf no solo proporciona servicios a sus clientes directos, sino que también busca influir positivamente en sus familias y redes sociales, creando un efecto multiplicador en la promoción de estilos de vida saludables.

Así mismo, el apoyo emocional y seguimiento continuo ofrecido por Vital Wolf resulta un factor esencial, ya que la adherencia a programas de salud puede ser un desafío, especialmente para aquellos con condiciones crónicas. Un estudio publicado en el *Journal of Health Psychology* destaca que el apoyo social y el seguimiento continuo son determinantes clave para el éxito a largo plazo de los cambios en el estilo de vida (Courneya & Friedenreich, 1999). Por lo que, Vital Wolf al integrar estas prácticas en sus servicios, asegura que los clientes reciban no solo asesoría técnica, sino también el soporte necesario para mantener la motivación y la adherencia a sus planes de salud.

2. Dimensión Ambiental

La dimensión ambiental de Vital Wolf se enfoca en la implementación de prácticas sostenibles que minimicen el impacto ecológico de sus operaciones. Una de las estrategias clave es la promoción de una alimentación saludable y sostenible, incentivando el consumo de alimentos locales y orgánicos. Según la FAO, la agricultura orgánica no solo es beneficiosa para la salud humana, sino que también contribuye a la conservación de la biodiversidad y la reducción de la contaminación por pesticidas y fertilizantes sintéticos (Food and Agriculture Organization, 2019). Al fomentar el consumo de productos locales y orgánicos, Vital Wolf no solo mejora la salud de sus clientes, sino que también apoya a los agricultores locales y reduce la huella de carbono asociada al transporte de alimentos.

3. Dimensión Económica

Esta dimensión se fundamenta en un modelo de negocio sostenible y financieramente viable, que proyecta un crecimiento constante en ingresos y utilidades operativas. La empresa ha desarrollado una estructura de precios competitivos y accesibles, permitiendo atraer a una amplia base de clientes. Según Porter (1985), una ventaja competitiva sostenible se puede lograr mediante la diferenciación y la eficiencia operativa. Vital Wolf aplica estas estrategias al ofrecer servicios personalizados y de alta calidad que se distinguen de la competencia, al

tiempo que optimiza sus costos operativos para mantener márgenes de ganancia atractivos (Porter, 1985). La proyección de un margen de ganancia bruta del 60% respalda la viabilidad financiera de la empresa, asegurando su capacidad para reinvertir en mejoras y expansión.

Un informe de la Global Wellness Institute (2018) destaca que la economía del bienestar es una de las industrias de más rápido crecimiento a nivel mundial, con una tasa de crecimiento anual del 6.4% desde 2015. En ese sentido, Vital Wolf se beneficia del creciente mercado de servicios de salud y bienestar, un sector en expansión debido al aumento de la conciencia sobre la importancia de la prevención de enfermedades y el mantenimiento de un estilo de vida saludable (Global Wellness Institute, 2018).

4. Dimensión de Gobernanza

En términos de gobernanza, la estructura organizacional de Vital Wolf incluye un enfoque claro en la gestión del talento humano y un esquema de gobierno corporativo que asegura la transparencia y la responsabilidad en la toma de decisiones. Se implementarán políticas y procedimientos claros para la operación diaria, con el fin de asegurar el cumplimiento normativo y la eficiencia en la gestión administrativa. En adición, se proyecta establecer alianzas estratégicas con entidades de salud y bienestar, para fortalecer así, la posición de la empresa en el mercado y asegurar una gestión ética y responsable de sus recursos.

Conclusiones

En este apartado se presentan a manera de conclusiones los análisis y evaluaciones exhaustivos realizados durante el desarrollo del proyecto de creación de Vital Wolf. A través de un enfoque multidimensional que abarca estudios de mercado, análisis técnicos, administrativos y legales, proyecciones financieras y un análisis integral de sostenibilidad, se han obtenido resultados que fundamentan la viabilidad y el potencial de éxito de la empresa. Estas conclusiones sintetizan los hallazgos clave y ofrecen una visión consolidada de cómo Vital Wolf puede establecerse y prosperar en el competitivo mercado de la salud y el bienestar, asegurando una operación eficiente, responsable y rentable.

De esta manera, el proyecto de creación de Vital Wolf ha sido evaluado exhaustivamente desde múltiples perspectivas, confirmando su viabilidad y sostenibilidad como empresa dedicada a la asesoría en actividad física y nutrición para prevenir y tratar Enfermedades Crónicas No Transmisibles (ECNT).

- El estudio de mercado realizado confirmó la viabilidad de establecer Vital Wolf al identificar una demanda significativa de servicios de asesoría en actividad física y nutrición en la UPZ Castilla de Bogotá. La encuesta reveló que un alto porcentaje de la población está interesado en recibir asesorías personalizadas, y la proyección de ventas mostró un mercado potencial considerable. Lo que indica que hay una oportunidad sustancial para captar clientes y establecer una base sólida de usuarios, asegurando así la viabilidad del negocio.
- En el análisis técnico se pudo demostrar la factibilidad de ofrecer servicios de asesoría en actividad física y nutrición mediante la implementación de infraestructura adecuada, equipos especializados y personal capacitado. La descripción detallada de los procesos y la ficha técnica de los servicios validaron que Vital Wolf puede ofrecer programas personalizados y de alta calidad, ajustados a las necesidades de los clientes. Permitiendo que la empresa pueda operar de manera eficiente y efectiva, y proporcionar así servicios que cumplen con las expectativas y necesidades del mercado objetivo.

- La evaluación de los aspectos administrativos y legales confirmó que Vital Wolf puede operar dentro del marco regulatorio colombiano, cumpliendo con todas las normativas necesarias para la prestación de servicios de salud. La estructura organizacional propuesta y las políticas de gestión del talento humano aseguran una operación eficiente y conforme a la ley. Esto incluye la obtención de licencias y permisos pertinentes, la implementación de un sistema de gobierno corporativo transparente y la adopción de prácticas administrativas sólidas, garantizando la viabilidad y legalidad de la empresa.
- El estudio financiero proyectó un crecimiento constante en ingresos y utilidades operativas, con márgenes de ganancia bruta y neta atractivos que aseguran la sostenibilidad y rentabilidad de Vital Wolf a largo plazo. Los indicadores financieros, como el EBITDA y la TIR, resaltan la capacidad de la empresa para generar valor y mantener una posición financiera sólida. Estas proyecciones financieras, junto con una gestión efectiva de costos y precios competitivos, respaldan la viabilidad económica del proyecto, ofreciendo una oportunidad atractiva para inversionistas.
- El análisis de sostenibilidad integral demostró que Vital Wolf está comprometida con prácticas responsables en las dimensiones social, ambiental y económica. La empresa promueve la salud y el bienestar en la comunidad, adopta prácticas sostenibles que minimizan su impacto ambiental y mantiene una viabilidad financiera robusta. Este enfoque holístico asegura que Vital Wolf no solo ofrezca servicios valiosos para sus clientes, sino que también contribuya positivamente al entorno y a la sociedad en general, estableciendo así una operación responsable y sostenible a largo plazo.

Con base en lo anterior, se puede concluir que, Vital Wolf está bien posicionada para convertirse en un referente en la prevención y manejo de ECNT, ofreciendo servicios que mejoran la calidad de vida de sus clientes y operando de manera responsable y sostenible en todos los aspectos. La combinación de una demanda creciente, una oferta de servicios de alta calidad, una gestión administrativa sólida, una viabilidad financiera robusta y un compromiso con la sostenibilidad, asegura el éxito a largo plazo de Vital Wolf.

Referencias

- Academia Nacional de Medicina. (2023). *Estadística Vitales. Causas de muerte más frecuentes en Colombia en 2023*. <https://anmdecolombia.org.co/estadistica-vitales-causas-de-muerte-mas-frecuentes-en-colombia-en-2023/>
- Actualícese. (2023). *Tarifa general del impuesto de renta 2024 para personas jurídicas*. Actualícese. <https://actualicese.com/tarifa-general-del-impuesto-de-renta-2024-para-personas-juridicas/>
- Asesoría Económica & Marketing. (2009). *Calculadora de Muestras*. AEM. https://www.corporacionaem.com/tools/calc_muestras.php
- Banco Mundial. (2023). *Colombia: panorama general*. Banco Mundial. <https://www.bancomundial.org/es/country/colombia/overview#:~:text=El%20PIB%20creci%C3%B3%20s%C3%B3lidamente%20a,alto%20d%C3%A9ficit%20de%20cuenta%20corriente>
- Barbara Illowsky, S. D. (2022). Una proporción de la población. In *Introducción a la estadística* (OpenStax). <https://openstax.org/books/introducci%C3%B3n-estad%C3%ADstica/pages/8-3-una-proporcion-de-la-poblacion>
- Becerra, B. X. (2021). *Desigualdad de Colombia es la más alta de todos los países de la Oede, dice el Banco Mundial*. La República. <https://www.larepublica.co/globoeconomia/desigualdad-de-colombia-es-la-mas-alta-de-todos-los-paises-de-la-ocde-dice-el-banco-mundial-3253469#:~:text=El%20Banco%20Mundial%20dio%20a,Am%C3%A9rica%20Latina%20y%20el%20Caribe.>
- Bodytech. (2024). *Personal Trainer Online*. BODYTECH. <https://bodytech.com.co/servicios/pto>
- CCB. (2024). *Empresas creadas*. Cámara de Comercio. <https://www.ccb.org.co/informacion-especializada/observatorio/dinamica-empresarial/empresas-creadas>

Confecámaras. (2024). *Informe Dinámica de creación de empresas 2023*. Confecámaras.

<https://confecamaras.org.co/images/Informe-Dinamica-de-creacion-de-empresas-2023.pdf>

CONPES DC 06, Instituto Distrital de Gestión de Riesgos y Cambio Climático (2019).

<https://www.idiger.gov.co/documents/20182/1355708/Pol%C3%ADtica+P%C3%ABblica+Distrital+de+espacio+p%C3%ABlico+2019-2038.pdf/eee4b0d8-99ef-488b-b269-2654fef53a07>

Courneya, K. S., & Friedenreich, C. M. (1999). Physical exercise and quality of life following cancer diagnosis: a literature review. *Ann Behav Med*, 21(2), 171–179.

DADEP. (2019). *Política Distrital de Espacio Público*. Defensoría Del Espacio Público.

<https://observatorio.dadep.gov.co/sites/default/files/documentos/2018/politicaEP-DADEP.pdf>

DANE. (2021). *Proyecciones de población desagregadas por localidades 2018-2035 y UPZ*

2018-2024. DANE. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-poblacion/proyecciones-de-poblacion-bogota>

DANE. (2023). *Boletín Técnico: Índice de Precios al Consumidor (IPC)*. DANE.

<https://www.dane.gov.co/files/operaciones/IPC/bol-IPC-ago2023.pdf>

DANE. (2024). *IPC*. DANE. <https://www.dane.gov.co/files/operaciones/IPC/cp-IPC-dic2023.pdf>

Decreto 1504/1998, Instituto para la Economía Social (1998).

https://www.ipes.gov.co/images/informes/normatividad/2018/DECRETO_1504_DE_1998.pdf

Dimensión Vida Saludable y Condiciones No Transmisibles, Ministerio de Salud y Protección Social 2 (2013).

<https://www.minsalud.gov.co/plandecenal/Documents/dimensiones/dimensionvidasaludable-condicionesno-transmisibles.pdf>

Fitness24seven. (2024). *Entrenador Personalizado*. Fitness24seven.

<https://co.fitness24seven.com/planes-y-servicios/pt-entrenador-personalizado/>

- Food and Agriculture Organization. (2019). *Organic Agriculture and the Sustainable Development Goals*. FAO.
https://archive.ifoam.bio/sites/default/files/nm19_329_report_sdg_lr.pdf
- Gallardo Solarte, K., F.P., F., & R., R. (2016). Costos de la enfermedad crónica no transmisible: la realidad colombiana. *Ciencias de La Salud*, 14, 103–114.
<https://doi.org/10.12804/revsalud14.01.2016.09>
- Global Wellness Institute. (2018). *Global Wellness Economy Monitor*.
https://globalwellnessinstitute.org/wp-content/uploads/2023/11/GWI-WE-Monitor-2023_FINAL.pdf
- IBGC. (2020). *Gobierno de la Familia Empresaria - Conceptos Básicos, Desafíos y Recomendaciones*. Instituto Brasileño de Gobierno Corporativo.
<https://www.icgc.com.co/wp-content/uploads/2021/06/Gobierno-de-la-Familia-Empresaria.pdf>
- ICBF. (2018). *Guías Alimentarias Basadas en Alimentos para la Población Colombiana Mayor de 2 Años*. Instituto Colombiano de Bienestar Familiar.
https://www.icbf.gov.co/system/files/guias_alimentarias_basadas_en_alimentos_para_la_poblacion_colombiana_mayor_de_2_anos_0.pdf
- IFC. (2011). *Manual IFC de Gobierno de Empresas Familiares*. Corporación Financiera Internacional - Grupo Del Banco Mundial. <https://www.icgc.com.co/wp-content/uploads/2018/01/Manual-IFC-de-Gobierno-de-Empresas-Familiares.pdf>
- INVIMA. (2020). *ABC de la publicidad en Alimentos y Bebidas*. Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos.
<https://www.invima.gov.co/documents/20143/366851/ABC+de+la+publicidad+en+Alimentos+y+Bebidas.pdf/9bc370a0-8bf5-b887-47f2-a2bd4be5557e?t=1626995507932>
- Iregui Bohórquez, A. M., Pinilla Alarcón, D. E., Melo Becerra, L. A., & Ramírez Giraldo, M. T. (2023). Evolución y carga financiera de las Enfermedades Crónicas no Transmisibles en

Colombia: 2010-2021. *Borradores de La Economía*, 1234.

https://repositorio.banrep.gov.co/bitstream/handle/20.500.12134/10625/be_1234.pdf?sequence=7&isAllowed=y

Ley 2261/2021, Ministerio de Educación Nacional (2021).

https://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-400474_recurso_32.pdf

Ley 2277/2022, Función Pública (2022).

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=199883>

MinSalud. (2011). *Intervenciones Poblacionales en Factores de Riesgo de Enfermedades Crónicas No Transmisibles*. Ministerio de Salud y Protección Social.

<https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/VS/PP/ENT/intervenciones-poblacionales-factores-riesgo-enfermedades-no-transmisibles.PDF>

MinSalud. (2015). *Prevención de enfermedades no transmisibles*. Ministerio de Salud y Protección Social.

<https://www.minsalud.gov.co/salud/publica/PENT/Paginas/Enfermedades-no-transmisibles.aspx>

OPS. (2022). *Perfil de País - Colombia*. Organización Panamericana de La Salud.

<https://hia.paho.org/es/paises-2022/perfil-colombia>

Plan Decenal de Salud Pública, PDSP, 2012 - 2021, Ministerio de Salud y Protección Social 88

(2013). <https://www.minvivienda.gov.co/sites/default/files/documentos/plan-decenal-de-salud.pdf>

Porter, M. E. (1985). *The Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance* (NY: Free Press, Ed.).

<https://resource.1st.ir/PortallImageDb/ScientificContent/182225f9-188a-4f24-ad2a-05b1d8944668/Competitive%20Advantage.pdf>

Resolución 2492/2022, Ministerio de Salud y Protección Social (2022).

https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/Resoluci%C3%B3n%20No.%202492de%202022.pdf

SIC. (2021). *Estudio sobre el mercado de Gimnasios y Centros de Acondicionamiento en Colombia (2018 - 2021) (versión pública)*. Superintendencia de Industria y Comercio.

[https://www.sic.gov.co/sites/default/files/files/2021/Estudio%20Gimnasios%20\(versi%C3%B3n%20p%C3%BAblica\).pdf](https://www.sic.gov.co/sites/default/files/files/2021/Estudio%20Gimnasios%20(versi%C3%B3n%20p%C3%BAblica).pdf)

Swinburn, B. A., Caterson, I., Seidell, J. C., & James, W. P. T. (2004). Diet, nutrition and the prevention of excess weight gain and obesity. *Public Health Nutr*, 7(1A), 123–146.

<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/14972057/>

Thompson, W. R. (2023). Worldwide Survey of Fitness Trends for 2023. *ACSM's Health & Fitness Journal*, 27(1). [https://journals.lww.com/acsm-](https://journals.lww.com/acsm-healthfitness/fulltext/2023/01000/worldwide_survey_of_fitness_trends_for_2023.6.aspx)

[healthfitness/fulltext/2023/01000/worldwide_survey_of_fitness_trends_for_2023.6.aspx](https://journals.lww.com/acsm-healthfitness/fulltext/2023/01000/worldwide_survey_of_fitness_trends_for_2023.6.aspx)

World Health Organization. (2010). *Global Recommendations on Physical Activity for Health* (WHO, Ed.). <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK305057/>

Anexo A. Tamaño de la Población

Proyecciones de Población de Bogotá por UPZ y Edad Periodo 2024 - Hombres y Mujeres

Localidad	UPZ	15-19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60-64	65-69	Total
Antonio Nariño	Ciudad Jardín	1.601	2.070	2.649	2.483	2.069	1.925	1.512	1.437	1.556	1.411	1.133	19.846
Antonio Nariño	Restrepo	3.417	4.238	5.269	5.060	4.492	4.010	3.309	3.135	3.450	3.159	2.556	42.095
Barrios Unidos	Los Andes	1.587	2.383	3.118	3.045	2.758	2.487	2.155	1.924	1.973	1.912	1.676	25.018
Barrios Unidos	Doce De Octubre	3.726	4.884	6.937	7.414	6.909	6.236	5.476	4.674	4.481	4.275	3.366	58.378
Barrios Unidos	Los Alcázares	2.093	3.012	4.764	4.611	4.121	3.344	2.870	2.577	2.606	2.587	2.192	34.777
Barrios Unidos	Parque Salitre	60	70	123	159	151	154	83	79	88	80	72	1.119
Bosa	Apogeo	2.107	2.697	3.303	3.079	2.753	2.495	2.123	2.234	2.355	2.203	1.946	27.295
Bosa	Bosa Occidental	14.355	17.715	21.189	19.596	15.742	13.358	11.673	11.296	10.975	8.735	5.366	150.000
Bosa	Bosa Central	16.349	19.385	23.434	20.977	17.953	16.534	14.572	13.965	13.100	11.105	8.630	176.004
Bosa	El Porvenir	11.573	12.680	13.801	12.907	12.000	11.395	10.116	8.655	7.545	5.319	3.309	109.300
Bosa	Tintal Sur	9.391	9.754	11.039	10.448	9.816	9.486	8.261	6.995	5.540	3.991	2.305	87.026
Chapinero	El Refugio	1.484	1.822	2.554	2.766	3.492	3.835	3.596	2.936	2.916	2.909	2.585	30.895
Chapinero	San Isidro - Patios	1.142	1.234	1.670	1.543	1.592	1.369	1.319	997	808	738	538	12.950
Chapinero	Pardo Rubio	2.220	3.874	6.044	6.791	6.215	4.943	3.849	3.045	2.535	2.295	1.812	43.623
Chapinero	Chico Lago	1.125	1.737	3.091	4.061	4.345	3.574	2.811	2.238	2.286	2.388	2.129	29.785
Chapinero	Chapinero	945	2.095	3.807	4.152	3.286	2.367	1.644	1.206	1.264	1.224	1.003	22.993
Ciudad Bolívar	El Mochuelo	5	1	2	1	4	4	2	2	1	2	1	25
Ciudad Bolívar	Monte Blanco	559	534	604	598	477	438	353	312	250	227	183	4.535
Ciudad Bolívar	Arborizadora	5.412	6.362	8.276	8.467	7.949	6.531	5.297	5.048	4.681	3.998	3.107	65.128
Ciudad Bolívar	San Francisco	5.088	6.020	6.707	6.057	5.547	5.393	4.608	3.752	3.336	2.992	2.668	52.168
Ciudad Bolívar	Lucero	12.810	13.883	15.244	13.701	12.057	11.236	8.998	7.775	7.058	6.172	5.271	114.205
Ciudad Bolívar	El Tesoro	4.409	4.895	5.108	4.633	4.169	3.699	3.146	2.639	2.303	1.891	1.476	38.368
Ciudad Bolívar	Ismael Perdomo	12.516	14.507	16.552	15.211	12.917	11.920	10.278	9.436	8.690	6.865	4.851	123.743
Ciudad Bolívar	Jerusalén	7.894	8.985	10.227	9.230	8.024	7.005	5.487	4.879	4.745	4.467	3.249	74.192
Engativá	Las Ferias	5.691	7.379	9.260	9.343	8.256	7.555	6.544	6.326	6.711	6.145	4.648	77.858
Engativá	Minuto De Dios	6.365	8.102	10.149	9.903	8.859	8.244	6.876	6.188	6.637	6.534	5.943	83.800
Engativá	Boyacá Real	7.519	9.621	12.272	12.216	10.675	9.600	8.405	7.998	7.953	6.874	5.290	98.423
Engativá	Santa Cecilia	3.476	4.463	6.026	6.174	5.731	5.282	4.418	3.937	4.401	4.238	3.953	52.099

Engativá	Bolivia	4.740	5.800	7.305	7.180	6.533	6.312	5.845	6.203	7.160	6.430	4.479	67.987
Engativá	Garcés Navas	9.743	12.275	16.080	17.042	15.315	13.508	11.246	9.934	10.436	9.814	7.458	132.851
Engativá	Engativá	10.065	12.873	15.633	14.868	12.207	10.684	9.104	7.757	7.578	6.334	4.352	111.455
Engativá	Jardín Botánico	447	322	254	279	337	246	150	116	114	114	73	2.452
Engativá	Álamos	763	956	1.221	1.120	959	1.037	951	891	814	610	423	9.745
Fontibón	Fontibón	8.298	10.740	13.832	12.938	11.020	9.705	8.898	8.466	8.324	7.788	6.168	106.177
Fontibón	Fontibón San Pablo	2.272	3.062	4.103	3.480	2.735	2.326	2.075	1.925	1.778	1.621	1.147	26.524
Fontibón	Zona Franca	4.756	5.453	6.505	6.128	5.627	5.897	5.341	4.219	3.522	2.740	1.784	51.972
Fontibón	Ciudad Salitre Occidental	2.601	3.495	4.188	4.005	3.602	3.283	3.068	3.418	3.767	3.552	2.658	37.637
Fontibón	Granjas De Techo	2.844	3.184	4.481	5.491	5.580	5.457	4.262	3.527	3.138	2.653	2.002	42.619
Fontibón	Modelía	2.282	2.940	3.585	3.582	3.468	3.393	3.106	3.214	3.569	3.255	2.694	35.088
Fontibón	Capellanía	1.018	1.446	1.736	1.587	1.559	1.502	1.427	1.298	1.288	1.029	774	14.664
Fontibón	Aeropuerto El Dorado	197	124	138	86	55	66	39	31	24	22	15	797
Kennedy	Américas	4.575	5.528	6.762	6.831	6.029	6.119	5.618	5.377	5.064	4.718	3.922	60.543
Kennedy	Carvajal	5.577	6.921	8.536	7.745	6.509	6.210	6.039	5.734	5.395	4.712	3.807	67.185
Kennedy	Castilla	8.533	10.368	13.277	13.986	13.250	11.555	9.959	8.978	9.021	7.782	5.677	112.386
Kennedy	Kennedy Central	5.468	6.571	8.020	7.695	6.705	6.308	5.702	6.025	6.547	6.210	5.006	70.257
Kennedy	Timiza	8.905	10.566	12.753	12.121	10.481	10.155	9.438	9.116	8.925	7.730	6.346	106.536
Kennedy	Tintal Norte	2.082	2.218	2.755	3.294	3.446	2.996	2.207	1.703	1.468	1.230	856	24.255
Kennedy	Calandaima	10.301	11.113	12.895	12.879	12.170	12.653	10.900	8.643	6.776	5.125	3.528	106.983
Kennedy	Corabastos	4.315	5.368	6.541	5.632	4.128	3.530	3.394	3.086	2.958	2.129	1.408	42.489
Kennedy	Gran Britalia	4.198	5.183	6.390	5.591	4.851	4.343	3.967	3.597	3.410	2.917	2.369	46.816
Kennedy	Patio Bonito	10.255	12.998	15.609	13.387	10.338	9.454	8.770	7.314	6.598	5.458	4.164	104.345
Kennedy	Las Margaritas	2.936	2.814	2.703	2.540	2.744	3.186	2.814	2.017	1.623	1.174	806	25.357
Kennedy	Bavaria	2.132	2.671	3.246	3.716	4.207	3.833	3.109	2.764	2.701	2.422	1.757	32.558
La Candelaria	La Candelaria	1.769	2.139	1.742	1.566	1.426	1.204	1.042	1.175	1.151	994	824	15.032
Los Mártires	Santa Isabel	2.201	3.333	4.929	4.888	3.847	3.244	2.565	2.531	2.635	2.148	1.567	33.888
Los Mártires	La Sabana	2.336	3.449	4.567	4.234	3.546	2.683	2.160	2.054	1.925	1.709	1.338	30.001
Puente Aranda	Ciudad Montes	5.871	7.042	9.091	9.052	8.050	7.750	6.926	6.644	7.106	6.539	4.894	78.965
Puente Aranda	Muzu	3.364	4.100	5.560	5.441	4.703	4.194	3.792	3.838	4.114	3.704	2.889	45.699
Puente Aranda	San Rafael	4.074	5.016	6.793	6.978	5.930	5.220	4.824	4.478	4.907	4.738	3.402	56.360
Puente Aranda	Zona Industrial	518	581	617	685	588	507	380	318	319	288	254	5.055

<i>Puente Aranda</i>	<i>Puente Aranda</i>	774	1.585	2.196	1.838	1.393	1.062	695	522	523	441	274	11.303
<i>Rafael Uribe Uribe</i>	<i>San José</i>	3.040	3.550	4.275	4.035	3.729	3.594	3.379	3.084	3.133	2.621	2.119	36.559
<i>Rafael Uribe Uribe</i>	<i>Quiroga</i>	5.726	6.837	8.344	7.996	6.852	6.404	5.673	5.595	5.880	5.521	4.388	69.216
<i>Rafael Uribe Uribe</i>	<i>Marco Fidel Suarez</i>	3.328	3.798	4.403	4.195	3.425	3.242	2.767	2.709	2.574	2.151	1.632	34.224
<i>Rafael Uribe Uribe</i>	<i>Marruecos</i>	8.348	10.322	12.091	11.955	10.278	9.597	8.082	6.861	6.457	5.350	3.993	93.334
<i>Rafael Uribe Uribe</i>	<i>Diana Turbay</i>	5.568	6.043	6.990	6.823	5.861	5.088	4.244	3.555	3.631	3.635	2.977	54.415
<i>San Cristóbal</i>	<i>San Blas</i>	7.586	8.552	9.909	9.317	7.948	7.192	6.236	5.743	5.929	5.089	3.655	77.156
<i>San Cristóbal</i>	<i>Sosiego</i>	2.756	3.364	4.100	4.067	3.583	3.323	2.689	2.646	2.851	2.585	1.917	33.881
<i>San Cristóbal</i>	<i>20 de Julio</i>	5.275	6.445	7.774	7.139	5.907	5.228	4.702	4.896	5.140	4.461	3.293	60.260
<i>San Cristóbal</i>	<i>La Gloria</i>	7.165	7.892	8.947	8.158	7.149	6.607	5.719	5.292	5.156	4.268	3.520	69.873
<i>San Cristóbal</i>	<i>Los Libertadores</i>	5.945	6.555	7.532	6.812	5.806	5.257	4.472	4.171	4.167	3.592	2.631	56.940
<i>Santa Fe</i>	<i>Sagrado Corazón</i>	409	781	1.319	1.616	1.409	1.039	670	569	550	516	429	9.307
<i>Santa Fe</i>	<i>La Macarena</i>	827	992	1.268	1.250	1.133	890	680	667	693	640	537	9.577
<i>Santa Fe</i>	<i>Las Nieves</i>	993	1.638	2.137	1.962	1.568	1.369	967	836	900	789	626	13.785
<i>Santa Fe</i>	<i>Las Cruces</i>	1.277	1.862	2.169	1.846	1.562	1.468	1.213	1.010	984	872	685	14.948
<i>Santa Fe</i>	<i>Lourdes</i>	2.914	3.674	4.404	4.183	3.466	3.038	2.536	2.206	1.990	1.724	1.374	31.509
<i>Suba</i>	<i>La Academia</i>	438	309	217	223	419	642	612	428	306	201	100	3.895
<i>Suba</i>	<i>Guaymaral</i>	252	179	123	82	120	213	308	293	275	154	95	2.094
<i>Suba</i>	<i>San José De Bavaria</i>	2.943	3.996	4.893	4.399	3.687	3.642	3.513	3.539	3.747	3.862	3.097	41.318
<i>Suba</i>	<i>Britalia</i>	5.156	6.431	9.107	10.151	9.440	8.305	6.808	6.011	6.017	5.540	4.646	77.612
<i>Suba</i>	<i>El Prado</i>	5.232	7.000	9.280	9.449	8.493	8.077	7.442	7.162	7.592	7.169	6.133	83.029
<i>Suba</i>	<i>La Alhambra</i>	1.425	2.116	3.365	4.465	3.827	3.062	2.529	2.688	3.369	3.429	2.986	33.261
<i>Suba</i>	<i>Casa Blanca Suba</i>	3.767	4.121	4.604	4.560	5.037	5.695	5.203	4.627	4.366	3.953	2.938	48.871
<i>Suba</i>	<i>Niza</i>	4.227	5.136	5.858	5.509	5.590	6.252	6.331	6.305	6.871	6.524	5.286	63.889
<i>Suba</i>	<i>La Floresta</i>	2.090	2.635	3.105	3.811	4.088	4.031	3.487	3.199	3.270	3.049	2.744	35.509
<i>Suba</i>	<i>Suba</i>	12.040	14.276	17.297	17.494	16.495	15.083	13.868	12.415	11.563	10.023	7.193	147.747
<i>Suba</i>	<i>El Rincón</i>	19.207	24.673	30.759	28.895	23.718	20.968	18.434	16.675	16.490	14.790	11.453	226.062
<i>Suba</i>	<i>Tibabuyes</i>	22.268	27.899	33.101	29.466	24.326	22.296	20.781	17.756	16.054	12.885	8.601	235.433
<i>Teusaquillo</i>	<i>Galerías</i>	1.400	2.424	4.452	4.725	3.968	3.232	2.427	1.943	2.013	2.207	1.801	30.592
<i>Teusaquillo</i>	<i>Teusaquillo</i>	993	1.812	3.224	3.747	3.120	2.439	1.667	1.442	1.603	1.698	1.386	23.131

Teusaquillo	Parque Simón Bolívar - Can	161	217	301	402	292	242	204	209	210	239	157	2.634
Teusaquillo	La Esmeralda	1.663	2.259	3.099	3.468	3.425	3.305	2.913	2.555	2.714	2.819	2.505	30.725
Teusaquillo	Quinta Paredes	1.107	1.880	2.806	2.964	2.760	2.479	1.921	1.644	1.866	1.902	1.574	22.903
Teusaquillo	Ciudad Salitre Oriental	1.172	1.445	1.798	2.074	2.264	2.574	2.542	1.927	1.766	1.466	1.178	20.206
Tunjuelito	Venecia	8.768	10.918	13.941	13.243	11.247	9.946	8.297	7.848	7.973	7.303	5.539	105.023
Tunjuelito	Tunjuelito	2.724	3.259	3.811	3.719	3.212	2.772	2.328	2.177	2.213	1.964	1.529	29.708
Usaquén	Paseo De Los Libertadores	193	219	275	252	209	187	195	163	153	121	84	2.051
Usaquén	Verbenal	8.599	10.753	13.227	12.596	11.840	10.872	9.609	7.268	6.194	5.380	4.100	100.438
Usaquén	La Uribe	2.185	2.319	2.846	3.224	3.465	3.483	3.108	2.521	2.098	1.901	1.507	28.657
Usaquén	San Cristóbal Norte	4.614	5.880	7.077	6.475	5.714	5.533	5.210	4.327	3.599	3.264	2.615	54.308
Usaquén	Toberín	3.498	4.272	5.358	5.087	4.969	5.104	4.897	4.369	3.893	3.885	3.105	48.437
Usaquén	Los Cedros	5.076	7.282	11.480	12.727	11.627	10.351	8.972	8.344	8.947	9.786	8.778	103.370
Usaquén	Usaquén	2.469	2.792	3.303	3.422	3.649	3.592	3.172	2.814	2.746	2.639	2.276	32.874
Usaquén	Country Club	1.212	1.416	1.602	1.310	1.529	1.934	1.961	1.934	2.077	2.055	1.854	18.884
Usaquén	Santa Barbara	2.411	3.549	5.567	6.653	6.673	6.140	5.016	4.709	5.109	5.197	4.774	55.798
Usme	La Flora	1.634	1.725	1.959	1.692	1.437	1.239	1.071	937	906	813	657	14.070
Usme	Danubio	4.317	5.174	5.834	5.770	5.139	4.496	3.306	2.987	2.530	2.010	1.435	42.998
Usme	Gran Yomasa	9.747	11.154	12.793	11.457	10.193	9.340	7.930	7.272	6.696	6.336	5.327	98.245
Usme	Comuneros	7.573	8.697	9.895	8.901	7.628	6.807	5.661	5.331	5.327	4.773	3.578	74.171
Usme	Alfonso López	4.102	4.910	5.476	4.478	3.746	3.335	3.015	3.012	2.832	2.240	1.679	38.825
Usme	Parque Entrenubes	122	97	91	102	84	82	70	48	30	35	27	788
Usme	Ciudad Usme	2.443	2.504	2.591	2.233	2.090	2.173	1.804	1.582	1.380	1.028	851	20.679

Fuente: Cálculos propios con base en información del DANE (Proyecciones de Población de Bogotá Por UPZ, Sexo y Edad) (DANE, 2021)

Anexo B. Marco PESTEL

N°	Factores POLÍTICOS	Descripción del Factor	Comportamiento	Impacto	Conclusión Final
1	Políticas de Salud Pública	Las políticas relacionadas con la salud pública pueden tener un gran impacto en la demanda y el acceso a servicios de asesoramiento en salud para personas que sufran alguna ECNT.	<p>Elaboración y ajuste periódico de:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Plan Decenal de Salud Pública 2. Estrategia Nacional de Promoción de la Salud 3. Guías Alimentarias para la Población Colombiana 4. Programas de Actividad Física 5. Políticas para la Prevención y Control de la Obesidad <p>Los cuales han presentado cambios y ajustes favorables conforme pasan los periodos de gobierno, ya que se entiende como un problema de salud publica</p>	Positivo: Genera un compromiso del gobierno en combatir las ECNT, permitiendo crear los espacios de asesorías nutricionales y de actividad física en dicha población	Oportunidad: Permite que las empresas dedicadas a esta actividad crezcan y se posicionen en el mercado nacional
2	Regulaciones en Nutrición y Actividad Física	Existencia de regulaciones específicas relacionadas con la promoción de la nutrición y la actividad física para la población objetivo.	<p>Elaboración y ajuste periódico de:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Etiquetado y Publicidad de Alimentos 2. Ley de Alimentación Escolar 3. Programas de Educación Nutricional 4. Políticas de Espacios Públicos Activos 5. Normas para la Promoción de la Actividad Física 6. Ley de Impuestos a Bebidas Azucaradas <p>Los cuales han presentado cambios y ajustes favorables conforme pasan los periodos de gobierno, ya que se entiende como un problema de salud publica</p>	Positivo: Genera un compromiso del gobierno en combatir las ECNT, permitiendo crear los espacios de asesorías nutricionales y de actividad física en dicha población	Oportunidad: Permite que las empresas dedicadas a esta actividad crezcan y se posicionen en el mercado nacional
3	Financiamiento Público o Subsidios	El gobierno podría ofrecer subsidios o financiamiento para iniciativas relacionadas con la promoción de salud, nutrición y actividad física	<p>Empresas del sector público pueden ofrecer financiamiento y/o subsidios, para la creación y mantenimiento de empresas dedicadas a la asesoría deportiva y nutricional:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Cámaras de Comercio y Entidades de Apoyo Empresarial 2. Instituciones de Investigación y Universidades 3. Programas de Desarrollo Empresarial y Apoyo a Emprendedores 	Negativo: Actualmente no existen mecanismos de financiación diferenciada para empresas que desarrollen la misma actividad económica	Amenaza: Al no contar con mecanismos de financiación diferenciados, puede ocasionar que la iniciativa quiebre por no contar con el apoyo de financiación

4	Colaboración con el Sector Público	La empresa podría considerar colaboraciones con entidades del estado o programas de salud pública para ampliar su alcance y contribuir así, con los objetivos de salud pública del municipio, departamento o país	Empresas dedicadas a la asesoría en nutrición y actividad física, realizan colaboración en: 1. Programas de Prevención de Enfermedades 2. Educación y Capacitación 3. Participación en Políticas Públicas 4. Colaboración en Programas Específicos 5. Investigación y Datos	Positivo: Ya que puede generar una ampliación del portafolio de servicios de las empresas dedicadas a esta actividad económica	Oportunidad: Permite que las empresas dedicadas a esta actividad crezcan y puedan desarrollar otras actividades que fomenten la promoción y prevención de la ECNT.
5	Impuestos y Tarifas	Cambios en las políticas fiscales y monetarias del país, y demás tarifas pueden afectar la estructura de costos que tenga establecida la empresa y por ende la capacidad para ofrecer servicios asequibles a la población objetivo	Se establecen los mismos Impuestos y tarifas que para empresas de otros sectores. 1. § Impuesto sobre la Renta 2. Impuesto sobre las Ventas (IVA) 3. Retención en la Fuente 4. Impuesto de Industria y Comercio (ICA) 5. Contribuciones a la Seguridad Social	Negativo: Actualmente no existen beneficios tributarios para las empresas que desarrollen la actividad de asesoría nutricional y de actividad física	Amenaza: Al no contar con beneficios tributarios diferenciados, puede ocasionar que la iniciativa tenga que pagar elevados impuestos y tasas

N°	Factores ECONÓMICOS	Descripción del Factor	Comportamiento	Impacto	Conclusión Final
1	Crecimiento Económico	El crecimiento económico del país puede influir en la capacidad de pago de la población para acceder a servicios de asesoría en nutrición y actividad física. De esta manera, un crecimiento económico más sólido podría aumentar la demanda de estos servicios	La economía colombiana ha dependido históricamente de los precios internacionales de las materias primas, como el petróleo, sin embargo, se ha esforzado por diversificar sus actividades para reducir esa dependencia. A pesar del crecimiento presentado después de la pandemia COVID-19, el país presenta desafíos socioeconómicos, incluyendo la desigualdad de ingresos y la pobreza. Además, la resolución del conflicto armado interno es crucial para la estabilidad económica.	Negativo: Ya que puede generar que las personas no estén dispuestas a acceder y pagar por los servicios de asesoría nutricional y de actividad física	Amenaza: Al presentar un crecimiento bajo e incluso una recesión económica, puede ocasionar que las empresas que presten servicios de asesorías en nutrición no tengan clientes

<p>2</p>	<p>Desigualdad Económica (Ingresos)</p>	<p>La desigualdad en la distribución de ingresos y recursos puede afectar el acceso a servicios de asesorías en nutrición y actividad física. Por lo que la empresa debe considerar cómo adaptar y ajustar los precios de los servicios y buscar estrategias para atender a población con diferentes ingresos</p>	<p>El gobierno colombiano ha implementado políticas para abordar desafíos como la pobreza y la desigualdad, así como para promover la inversión y el desarrollo económico. Sin embargo, se siguen presentando brechas en los ingresos de los colombianos</p>	<p>Negativo: Ya que puede generar que las personas no estén dispuestas a acceder y pagar por los servicios de asesoría nutricional y de actividad física</p>	<p>Amenaza: Al presentar un crecimiento bajo e incluso una recesión económica, puede ocasionar que las empresas que presten servicios de asesorías en nutrición no tengan clientes</p>
<p>3</p>	<p>Tendencias de Gasto en Salud</p>	<p>Las tendencias en el gasto en salud por parte del gobierno y los ciudadanos pueden afectar la demanda de servicios de asesoramiento en nutrición y actividad física</p>	<p>Se ha observado una tendencia de crecimiento en los gastos en salud asociados a las Enfermedades Crónicas No Transmisibles (ECNT). Estas enfermedades, que incluyen diabetes, enfermedades cardiovasculares, hipertensión y obesidad, requieren atención médica continua y a menudo generan costos significativos para el sistema de salud y para las personas afectadas</p>	<p>Negativo: Ya que por el elevado gasto en el tratamiento puede generar que las personas no estén dispuestas a acceder y pagar por los servicios de asesoría nutricional y de actividad física</p>	<p>Amenaza: Al presentar una tendencia de crecimiento en los gastos en salud por parte del gobierno y ciudadanos, puede ocasionar que las empresas que presten servicios de asesorías en nutrición no tengan clientes.</p>
<p>4</p>	<p>Inflación</p>	<p>Las tasas de inflación pueden afectar los precios de los servicios y los costos operativos de la empresa. La inflación alta puede disminuir el poder adquisitivo de la población y aumentar los costos de operación</p>	<p>Se ha observado una tendencia de crecimiento de la inflación, determinada por factores como los precios del petróleo, los movimientos en los tipos de cambio y los choques económicos globales. De esta manera, el Banco de la República de Colombia ha tenido como objetivo principal mantener la estabilidad de precios y controlar la inflación. Por medio de política monetaria, como la tasa de interés de referencia.</p>	<p>Negativo: Ya que por la creciente inflación en país puede generar que las personas no estén dispuestas a acceder y pagar por los servicios de asesoría nutricional y de actividad física</p>	<p>Amenaza: Al presentar una tendencia de crecimiento en la inflación, puede ocasionar que las empresas que presten servicios de asesorías en nutrición no tengan clientes.</p>

5	Competencia de Precios	<p>La competencia en el mercado de servicios de salud y en especial en asesorías de nutrición y actividad física puede llevar a ofrecer precios competitivos y asequibles para la población objetivo</p>	<p>La competencia de precios en empresas que brindan asesorías en nutrición y actividad física en Colombia suele ser moderada y está influenciada por factores como la demanda, la variedad de servicios, la calidad y las estrategias de marketing. Las empresas en este sector a menudo buscan destacarse a través de la calidad y la diferenciación en lugar de competir únicamente en precio.</p>	<p>Positivo: Ya que se pueden establecer precios diferenciales para los servicios que preste la empresa.</p>	<p>Oportunidad: Permite que las empresas dedicadas a esta actividad crezcan por la diferenciación en precios y servicios.</p>
6	Acceso a Financiamiento	<p>La capacidad de la empresa para obtener financiamiento, ya sea a través de préstamos bancarios o inversionistas, puede depender de las condiciones económicas generales y la percepción de riesgo económico</p>	<p>Empresas del sector público y privado pueden ofrecer financiamiento y/o subsidios, para la creación y mantenimiento de empresas dedicadas a la asesoría deportiva y nutricional:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Cámaras de Comercio y Entidades de Apoyo Empresarial 2. Instituciones de Investigación y Universidades 3. Programas de Desarrollo Empresarial y Apoyo a Emprendedores 4. Bancos de segundo piso 	<p>Negativo: Actualmente no existen mecanismos de financiación diferenciada para empresas que desarrollen la misma actividad económica que la presente iniciativa</p>	<p>Amenaza: Al no contar con mecanismos de financiación diferenciados, puede ocasionar que la iniciativa quiebre por no contar con el apoyo de financiación</p>
7	Costos Laborales	<p>Los cambios en los costos laborales (salarios, seguridad social y demás beneficios)</p>	<p>Se han presentado distintas reformas y propuestas de reformas laborales y pensionales. Las cuales pueden afectar los costos operativos de la empresa</p>	<p>Negativo: Las reformas podrían afectar los costos operativos de las Pequeñas y medianas empresas.</p>	<p>Amenaza: Al aprobarse y ponerse en prácticas las reformas laborales y pensionales, pueden afectar el funcionamiento normal de las PYMES</p>
N°	Factores SOCIALES	Descripción del Factor	Comportamiento	Impacto	Conclusión Final

1	Conciencia de la salud	<p>La conciencia en la población sobre la importancia de llevar un estilo de vida saludable y prevenir enfermedades crónicas puede aumentar la demanda de estos servicios</p>	<p>Las personas que presentan ECNT se han vuelto más conscientes de la importancia de llevar un estilo de vida saludable para gestionar sus enfermedades, la demanda de servicios de asesoría nutricional y actividad física tiende a aumentar. Las empresas en este sector pueden beneficiarse de un mercado en crecimiento a medida que más personas buscan orientación y apoyo para mejorar su salud.</p>	<p>Positivo: Ya que las personas tendrían una mayor disposición a invertir en servicios de asesoría nutricional y actividad física como parte de un enfoque integral de gestión de la salud.</p>	<p>Oportunidad: Permite que las empresas dedicadas a esta actividad crezcan y fortalezcan sus servicios.</p>
2	Cambios Demográficos	<p>Los cambios en la estructura demográfica, como el envejecimiento de la población, pueden influir en la demanda de servicios de salud y asesoría relacionados con enfermedades crónicas. Una población más longeva puede requerir servicios especializados</p>	<p>Colombia ha experimentado un aumento gradual en la expectativa de vida en las últimas décadas. Este aumento se debe en gran medida a las mejoras en la atención médica, la reducción de la mortalidad infantil y el acceso a servicios de salud más amplios en el país. Por lo que, el envejecimiento de la población es un factor importante, ya que muchas ECNT, como la diabetes y las enfermedades cardiovasculares, son más comunes en personas mayores.</p>	<p>Positivo: Ya que las personas que sufren ECNT, son mayores, lo que podría llevar a un aumento en la demanda de servicios de asesoría nutricional y actividad física dirigidos a adultos mayores.</p>	<p>Oportunidad: Permite que las empresas dedicadas a esta actividad crezcan y fortalezcan sus servicios, por medio de enfoques más específicos y consideraciones especiales.</p>
3	Educación en Salud	<p>El nivel de educación de la población puede influir en su capacidad para comprender y seguir las recomendaciones de salud.</p>	<p>Colombia ha venido experimentando una creciente necesidad de conocimiento en relación con las enfermedades que padece, con el fin de evitar la aparición y/o complicaciones.</p>	<p>Positivo: Ya que las personas que sufren ECNT, se han venido interesado por la prevención y promoción de dichas enfermedades por medio de la nutrición y actividad física.</p>	<p>Oportunidad: La empresa puede adaptar un servicio con enfoque educativo según el nivel de educación de sus clientes, y generar un mayor portafolio</p>

<p>4</p> <p>Estigma de las Enfermedades Crónicas</p>	<p>Los tabús asociado a ciertas enfermedades crónicas pueden influir en la disposición de las personas a buscar ayuda y/o asesoramiento.</p>	<p>En Colombia se ha presentado un proceso gradual y complejo para abordar los temas relacionados con las ECNT, por lo que se ha visto influenciado por algunos factores, como los cambios en la percepción social, la educación y la sensibilización sobre estas enfermedades. De esta manera, ha habido un aumento en la conciencia pública sobre las ECNT y su impacto en la salud de las personas</p>	<p>Positivo: Ya que genera una disminución de algunos estigmas, y las personas puedan hablar de manera más clara y directa sobre las complicaciones o demas temas asociados a sus enfermedades</p>	<p>Oportunidad: La empresa podría ofrecer un entorno de apoyo con sus profesionales y aumentar la red de apoyo.</p>
<p>N°</p> <p>Factores TECNOLÓGICOS</p>	<p>Descripción del Factor</p>	<p>Comportamiento</p>	<p>Impacto</p>	<p>Conclusión Final</p>
<p>1</p> <p>Avances en Tecnología de la Salud</p>	<p>El desarrollo de tecnologías de la salud, como dispositivos de seguimiento de la salud, aplicaciones móviles para el seguimiento de la actividad física y sistemas de telemedicina, puede influir en la forma en que se brindan los servicios de asesoramiento.</p>	<p>Se ha evidenciado la creciente tendencia en el uso de dispositivos tecnológicos para uso de la salud. No solo para la medición de la frecuencia cardíaca, si no para otros parámetros que permitan al nutricionista y entrenador, realizar un plan y/o asesoría más acorde a la necesidad de las personas</p>	<p>Positivo: Ya que la empresa puede implementar el uso de tecnologías asociadas a la salud para reducir los tiempos de asesorías.</p>	<p>Oportunidad: La empresa puede considerar la integración de estas tecnologías para mejorar la eficiencia y la calidad de los servicios</p>
<p>2</p> <p>Recopilación y Análisis de datos e información</p>	<p>La recopilación y análisis de datos e información de salud pueden ayudar a personalizar los programas de asesoramiento y hacer un seguimiento más efectivo del progreso de los clientes</p>	<p>Se observado una creciente demanda por el análisis de datos nutricionales y de actividad física, que permitan generar planes de entramiento más acordes a lo requerido por las personas que sufren ECNT. Este factor está asociado con el avance en tecnología en salud.</p>	<p>Positivo: Ya que la empresa puede implementar el uso de tecnologías asociadas a la salud para medir indicadores asociados a nutrición y actividad física</p>	<p>Oportunidad: La empresa puede realizar el análisis de los datos obtenidos y determinar un plan más realista al contexto de cada cliente.</p>

3	Competencia en Línea	La competencia en línea en el sector de la salud y el bienestar puede influir en la estrategia de marketing y en la diferenciación de la empresa	Se ha observado que a causa de la pandemia vivida en el 2019 y el avance en la tecnología, las personas acceden más a servicios de asesoría nutricional y deportiva virtual.	Negativo: Ya que puede generar que las personas no estén dispuestas a acceder y pagar por los servicios de asesoría nutricional y de actividad física	Amenaza: Al presentar una demanda alta a servicios virtuales, puede ocasionar que las empresas que presten servicios de asesorías en nutrición no tengan clientes
N°	Factores AMBIENTALES	Descripción del Factor	Comportamiento	Impacto	Conclusión Final
1	Sostenibilidad Ambiental	La empresa puede optar por adoptar prácticas sostenibles en sus operaciones, como la gestión de residuos, el uso eficiente de recursos naturales y la reducción de su huella de carbono.	En términos generales, todas las empresas de distintos sectores, han integrado prácticas y políticas ambientales responsables en las operaciones y servicios.	Positivo: Ya que las empresas pueden buscar mecanismos que lleven a la que empresa sea sostenible ambientalmente y genere un valor agregado al medio ambiente donde desarrolla su actividad.	Oportunidad: Puede ser una ventaja competitiva y atraer a clientes conscientes del medio ambiente.
2	Abastecimiento de Alimentos Saludables	La disponibilidad de alimentos saludables y sostenibles en el mercado local puede influir en la efectividad de los programas nutricionales que ofrece la empresa.	Las asesorías nutricionales han promovido una alimentación saludable y sostenible, como el consumo de alimentos locales y orgánicos, y que puede ser beneficioso para la salud de los clientes y el medio ambiente.	Positivo: Ya que las empresas pueden realizar asesorías acordes al contexto que se encuentre el cliente y así generar un uso de los alimentos saludables	Oportunidad: Puede promover el consumo de alimentos producidos de manera sostenible, como estrategia para las asesorías en nutrición.

3	Impacto Ambiental de la Actividad Física	La empresa puede considerar el impacto ambiental de las actividades físicas que promueve, como la elección de lugares y métodos que minimicen el impacto ambiental negativo	En Colombia se ha fomentado la ejecución de actividades al aire libre y deportes que promuevan la conexión con la naturaleza y la conciencia ambiental, lo que a su vez puede inspirar a los clientes a cuidar el medio ambiente.	Positivo: Ya que las empresas pueden realizar asesorías acordes al contexto que se encuentre el cliente y así generar un uso de los espacios al aire libre más responsables	Oportunidad: Puede promover el uso de espacios al aire libre, como estrategia para las asesorías en actividad física.
N°	Factores LEGALES	Descripción del Factor	Comportamiento	Impacto	Conclusión Final
1	Normativas de salud y seguridad	Las regulaciones de salud y seguridad pueden influir en la forma en que se brindan los servicios, incluyendo la higiene y la seguridad de las instalaciones y el personal.	Elaboración y ajuste periódico de: 1. Programas de Educación Nutricional 2. Políticas de Espacios Públicos Activos 3. Normas para la Promoción de la Actividad Física Los cuales han presentado cambios y ajustes favorables conforme pasan los periodos de gobierno, ya que se entiende como un problema de salud publica	Positivo: Genera un compromiso del gobierno en combatir las ECNT, permitiendo crear los espacios de asesorías nutricionales y de actividad física en dicha población	Oportunidad: Permite que las empresas dedicadas a esta actividad crezcan y se posicionen en el mercado nacional
2	Normativas de Responsabilidad Profesional	Si la empresa emplea profesionales de la salud, nutricionistas y entrenadores deportivos, debe cumplir con las normativas y regulaciones que rigen su práctica profesional. Esto incluye la obtención de licencias y la adhesión a códigos de ética profesionales	En Colombia se ha venido fortaleciendo la normatividad para las personas que realizan planes de actividad física, como lo establecido en la constitución de 1991 en su artículo 52 y Ley 181 de enero 18 de 1995.	Positivo: Genera un compromiso del gobierno en regular las actividades de actividad física y el personal que realice las asesorías, generando un trabajo profesional y con los estándares que requieran.	Oportunidad: Permite que las empresas dedicadas a esta actividad crezcan, se posicionen en el mercado nacional y las personas reconozcan la importancia de los profesionales en entrenamiento deportivo

<p>3 Regulaciones de Etiquetado de Alimentos</p>	<p><i>Si la empresa vende alimentos o suplementos nutricionales, debe cumplir con las regulaciones de etiquetado de alimentos, que incluyen la lista de ingredientes, información nutricional y reclamos de salud</i></p>	<p><i>Elaboración y ajuste periódico de:</i> 1. Etiquetado y Publicidad de Alimentos 2. Ley de Impuestos a Bebidas Azucaradas <i>Los cuales han presentado cambios y ajustes favorables conforme pasan los periodos de gobierno, ya que se entiende como un problema de salud publica</i></p>	<p>Positivo: <i>Genera un compromiso del gobierno en combatir las ECNT, permitiendo crear los espacios de asesorías nutricionales y de actividad física en dicha población</i></p>	<p>Oportunidad: <i>Permite que las empresas dedicadas a esta actividad crezcan y se posicionen en el mercado nacional</i></p>
<p>4 Normativas de Licencia de Negocios</p>	<p><i>Las empresas deben obtener las licencias comerciales requeridas y cumplir con los requisitos locales y nacionales para operar legalmente en Colombia</i></p>	<p><i>La cámara de comercio de Bogotá y en general de todas las ciudades han venido implementando capacitaciones para la formulación, creación, registro y puesta en marcha de la idea de negocio y/o empresa. Con el fin de evitar que las empresas quiebren durante su etapa inicial.</i></p>	<p>Positivo: <i>Genera un compromiso del gobierno en regular las actividades de actividad física y las asesorías de nutrición, ya que las empresas deben velar por obtener las licencias de funcionamiento</i></p>	<p>Oportunidad: <i>Permite que las empresas dedicadas a esta actividad crezcan, se posicionen en el mercado nacional y las personas reconozcan la importancia de la legalidad de la empresa que contratan.</i></p>

Fuente: Elaboración Propia

Anexo C. Fuerzas PORTER

Actor: NUEVOS ENTRANTES O Competidores	Responda de acuerdo al análisis: SI o NO	OPORTUNIDAD O AMENAZA	CONCLUSIÓN FINAL
Fuerza: AMENAZA de entrada de Nuevos Competidores. El análisis se hace a la industria			
<i>¿Existen regulaciones gubernamentales o requisitos legales que los nuevos competidores deben cumplir para ingresar al mercado de servicios de salud y nutrición?</i>	SI	Amenaza	<i>Al existir regulaciones las empresas que ofrecen servicios similares, se pudieran no legalizar y prestar los servicios de asesorías con precios más bajo que los de mercado</i>
<i>¿La obtención de licencias, certificaciones o aprobaciones es costosa o requiere mucho tiempo, lo que podría disuadir a nuevos entrantes?</i>	SI	Amenaza	<i>Al generarse licencias y certificados costosas y/o que requieren de mucho tiempo, por traerse de servicios de salud, las empresas que ofrecen servicios similares, se pudieran no legalizar y prestar los servicios de asesoras con precios más bajo que los de mercado.</i>
<i>¿Las empresas existentes en el mercado ya han alcanzado economías de escala en la prestación de servicios de asesoramiento en actividad física y nutrición?</i>	SI	Amenaza	<i>Pese a que la competencia puntual de asesorías en nutrición y actividad física en población con ECNT, es baja. La existencia de empresas de gran tamaño que prestan servicios similares, pero a distinta población como los gimnasios, pudiera generar, que estos ofrezcan los servicios más especializados.</i>
<i>¿Las empresas ya establecidas en el mercado tienen una marca fuerte y una base de clientes leales?</i>	SI	Amenaza	<i>Pese a que la competencia puntual de asesorías en nutrición y actividad física en población con ECNT, es baja. La existencia de empresas de gran tamaño y reconocidas en el sector, que prestan servicios similares, pero a distinta población como los gimnasios, pudiera generar, que estos ofrezcan los servicios más especializados.</i>
<i>¿Los competidores existentes tienen relaciones sólidas con médicos, hospitales u otros profesionales de la salud que les facilitan el acceso a pacientes con enfermedades crónicas?</i>	NO	Oportunidad	<i>Se puede generar una base de posibles clientes y a su vez crear comunidad que tengan o padezca este tipo de enfermedades, por medio de la voz a voz.</i>

Actor: PROVEEDORES Fuerza: PODER DE NEGOCIACIÓN de los Proveedores	Responda de acuerdo al análisis: SI o NO	OPORTUNIDAD O AMENAZA	CONCLUSIÓN FINAL
<i>¿La empresa depende de proveedores específicos para obtener recursos críticos, como expertos en salud y nutrición, equipos especializados o software?</i>	SI	Amenaza	<i>Por tratarse de servicios especializados a personas con ECNT, el conocimiento y la atención de dicha población la debe realizar personas capacitado y especializado para tal fin.</i>
<i>¿Existen múltiples proveedores en el mercado que pueden suministrar los recursos y servicios necesarios para la prestación de servicios de asesoramiento en actividad física y nutrición?</i>	NO	Oportunidad	<i>La empresa puede crear mecanismo de educación a los profesionales que se vinculen y no tengan toda la experiencia en el manejo de personas con ECNT.</i>
<i>¿Cambiar de proveedor de recursos o servicios críticos implica costos significativos, como el reentrenamiento de personal o la adaptación de procesos?</i>	SI	Amenaza	<i>Las personas capacitadas por la empresa se pueden ir, creando competencia con servicios iguales o similares</i>
<i>¿La oferta de expertos en salud y nutrición o equipos especializados es limitada en el mercado?</i>	SI	Amenaza	<i>Por tratarse de servicios especializados a personas con ECNT, el conocimiento y la atención de dicha población la debe realizar personas capacitado y especializado para tal fin.</i>
<i>¿La demanda de estos recursos por parte de múltiples empresas puede aumentar los precios o limitar la disponibilidad?</i>	NO	Oportunidad	<i>La empresa puede crear mecanismo de educación a los profesionales que se vinculen y no tengan toda la experiencia en el manejo de personas con ECNT. Reduciendo el precio o límite de los recursos.</i>
Actor: COMPRADOR Fuerza: PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS COMPRADORES	Responda de acuerdo al análisis: SI o NO	OPORTUNIDAD O AMENAZA	CONCLUSIÓN FINAL
<i>¿Los pacientes con enfermedades crónicas se ven altamente impactados por el precio al buscar servicios de asesoramiento en actividad física y nutrición?</i>	SI	Amenaza	<i>Las personas con ECNT se ven a menudo afectados por los precios de servicios de asesoramiento en actividad física y nutrición, ya que estos servicios pueden ser costosos y no siempre están cubiertos por los seguros de salud.</i>

<p>¿Los pacientes con enfermedades crónicas tienen la capacidad financiera para pagar por servicios de asesoramiento en actividad física y nutrición?</p>	<p>NO</p>	<p>Oportunidad</p>	<p>Muchos pacientes con EC pueden tener dificultades para pagar por servicios de asesoramiento en actividad física y nutrición debido a sus limitaciones financieras, lo que puede significar una oportunidad al ofrecer paquete de servicios a menor costo</p>
<p>¿La cobertura de seguros o programas de asistencia puede influir en la capacidad de compra de los pacientes?</p>	<p>SI</p>	<p>Amenaza</p>	<p>La cobertura de seguros de salud o programas de asistencia financiera puede influir en la capacidad de compra de los pacientes, ya que pueden ayudar a cubrir los costos de los servicios de asesoramiento en actividad física y nutrición, haciendo que sean más accesibles.</p>
<p>¿Los pacientes tienen acceso a alternativas viables, como programas de tratamiento médico convencional o enfoques no especializados para el manejo de enfermedades crónicas?</p>	<p>SI</p>	<p>Amenaza</p>	<p>Los pacientes generalmente tienen acceso a alternativas viables, como programas de tratamiento médico convencional y enfoques no especializados para el manejo de enfermedades crónicas. Estos enfoques pueden ser considerados antes de optar por servicios de asesoramiento en actividad física y nutrición</p>
<p>¿Existen grupos de pacientes o asociaciones que tienen influencia en las decisiones de los pacientes en cuanto a la elección de proveedores de servicios de asesoramiento en actividad física y nutrición?</p>	<p>SI</p>	<p>Amenaza</p>	<p>En Colombia, existen asociaciones de pacientes y grupos de apoyo que pueden influir en las decisiones de los pacientes en la elección de proveedores de servicios de asesoramiento en actividad física y nutrición al proporcionar recomendaciones y orientación.</p>
<p>¿La recomendación de profesionales de la salud u opiniones de otros pacientes influyen en las decisiones de los clientes?</p>	<p>SI</p>	<p>Amenaza</p>	<p>Las recomendaciones de profesionales de la salud y las opiniones de otros pacientes suelen influir en las decisiones de los clientes al buscar servicios de asesoramiento en actividad física y nutrición, ya que estas fuentes pueden proporcionar credibilidad y orientación en la elección de proveedores</p>
<p>Actor: COMPETIDORES Fuerza: RIVALIDAD/ALIANZA entre Competidores</p>	<p>Respuesta de acuerdo al análisis: SI o NO</p>	<p>OPORTUNIDAD O AMENAZA</p>	<p>CONCLUSIÓN FINAL</p>

<p><i>¿Los competidores ofrecen servicios similares o se han diferenciado en términos de calidad, enfoque, personalización o innovación en la entrega de servicios?</i></p>	<p>NO</p>	<p>Oportunidad</p>	<p><i>Pese a que los competidores (gimnasios) suelen diferenciarse en términos de calidad, enfoque, personalización e innovación para atraer a los clientes. Estos competidores aun no prestan el servicio personalizado a las personas que sufren ECNT</i></p>
<p><i>¿La diferenciación de servicios permite a algunos competidores cobrar precios más altos o retener una base de clientes leales?</i></p>	<p>NO</p>	<p>Oportunidad</p>	<p><i>Pese a que los competidores (gimnasios) suelen diferenciarse en términos de calidad, enfoque, personalización e innovación para atraer a los clientes. Estos competidores aun no prestan el servicio personalizado a las personas que sufren ECNT, por lo que aún no generan una retención de clientes.</i></p>
<p><i>¿Los competidores tienen la capacidad de adaptarse rápidamente a cambios en la demanda del mercado, como cambios en las preferencias de los pacientes o nuevas tendencias en salud y bienestar?</i></p>	<p>SI</p>	<p>Amenaza</p>	<p><i>Los competidores en este mercado en Colombia suelen tener la capacidad de adaptarse rápidamente a cambios en la demanda del mercado, ya que es esencial seguir las tendencias y las preferencias cambiantes de los clientes para mantenerse competitivos.</i></p>
<p><i>¿La flexibilidad operativa y la capacidad de ajustar la oferta de servicios pueden ser una fuente de ventaja competitiva?</i></p>	<p>SI</p>	<p>Amenaza</p>	<p><i>La flexibilidad operativa y la capacidad de ajustar la oferta de servicios pueden ser una fuente significativa de ventaja competitiva en este mercado en Colombia, ya que permiten a las empresas responder rápidamente a las necesidades cambiantes de los clientes.</i></p>
<p><i>¿Algunos competidores dominan un segmento específico del mercado, como pacientes con ciertas enfermedades crónicas?</i></p>	<p>NO</p>	<p>Oportunidad</p>	<p><i>Pese a que los competidores (gimnasios) suelen dominar segmentos de la población para atraer a los clientes. Estos competidores aun no prestan el servicio personalizado a las personas que sufren ECNT, por lo que aún no generan una retención de clientes o exclusividad</i></p>
<p><i>¿La concentración de competidores puede influir en la intensidad de la rivalidad?</i></p>	<p>SI</p>	<p>Amenaza</p>	<p><i>La concentración de competidores en el mercado puede influir en la intensidad de la rivalidad. En un mercado con muchos competidores, la competencia puede ser más intensa, especialmente si los servicios son similares.</i></p>
<p>Actor: PRODUCTOS/SERVICIOS SUSTITUTOS Fuerza: AMENAZA de Productos o Servicios Sustitutos</p>	<p>Respuesta de acuerdo al análisis: SI o NO</p>	<p>OPORTUNIDAD O AMENAZA</p>	<p>CONCLUSIÓN FINAL</p>

<p><i>¿Existen tratamientos médicos convencionales o terapias alternativas que los pacientes con enfermedades crónicas pueden considerar como una alternativa a los servicios de asesoramiento en actividad física y nutrición?</i></p>	<p>SI</p>	<p>Amenaza</p>	<p><i>En Colombia, las personas con ECNT tienen la opción de considerar tratamientos médicos convencionales, terapias alternativas o complementarias, además de los servicios de asesoramiento en actividad física y nutrición que ofrece el seguro. Lo anterior, varía según la condición médica y las preferencias del paciente.</i></p>
<p><i>¿Los pacientes con enfermedades crónicas pueden optar por no buscar servicios especializados en actividad física y nutrición, y en su lugar, recurrir a consejos generales o programas de bienestar genéricos?</i></p>	<p>SI</p>	<p>Amenaza</p>	<p><i>Las personas con ECNT en Colombia pueden optar por no buscar servicios especializados y recurrir a consejos generales o programas de bienestar genéricos si así lo desean, como los ofrecidos por los seguros. Dicha elección dependerá de sus necesidades y recursos</i></p>
<p><i>¿Existen avances tecnológicos que puedan ofrecer soluciones alternativas, como aplicaciones móviles de seguimiento de la salud o dispositivos de monitoreo de actividad física y nutrición?</i></p>	<p>SI</p>	<p>Amenaza</p>	<p><i>En Colombia, existen avances tecnológicos como aplicaciones móviles que monitorean y controlan parámetros de la salud, de actividad física e incluso de nutrición, por lo que las personas con ECNT pueden encontrar soluciones alternativas para el manejo de sus enfermedades, lo que puede ser una opción a considerar por los pacientes.</i></p>
<p><i>¿Cambios en la mentalidad de los pacientes pueden influir en su disposición a considerar alternativas a los servicios tradicionales de asesoramiento?</i></p>	<p>SI</p>	<p>Oportunidad</p>	<p><i>Los cambios en la mentalidad de los pacientes en Colombia, en especial las personas que sufren alguna ECNT, pueden influir en su disposición a considerar alternativas a los servicios tradicionales de asesoramiento en actividad física y nutrición; y acceder a servicios personalizados como los ofrecidos por la empresa</i></p>
<p><i>¿Los servicios de asesoramiento en actividad física y nutrición son vistos como costosos o inaccesibles por parte de algunos pacientes con enfermedades crónicas?</i></p>	<p>SI</p>	<p>Amenaza</p>	<p><i>Para algunas personas que sufren de ECNT en Colombia, los servicios de asesoramiento en actividad física y nutrición especializados pueden ser percibidos como costosos o inaccesibles, lo que podría llevarlos a buscar alternativas más asequibles, en termino de costos y generalidades en las asesorías.</i></p>

Fuente: Elaboración Propia

Anexo D. Encuesta Vital Wolf – Asesoría en Actividad Física y Nutrición

Encuesta Vital Wolf – Asesoría en Actividad Física y Nutrición

En Vital Wolf, estamos comprometidos con mejorar la calidad de vida de las personas a través de asesorías personalizadas en actividad física y nutrición. Entendemos que muchas personas enfrentan barreras para incorporar la actividad física en su rutina diaria, y queremos conocer más sobre estas dificultades para poder ofrecer soluciones efectivas y adecuadas a sus necesidades.

Nuestros servicios están orientados a **Programa de Entrenamiento Personalizado** (Sesiones de entrenamiento diseñadas para mejorar la resistencia, la fuerza y la flexibilidad, adaptadas a las necesidades individuales), **Evaluación Nutricional Continuo** (Seguimiento nutricional ajustado al cumplimiento de objetivos, con enfoque en educación alimentaria), **Seguimiento de Progreso** (Evaluaciones regulares para medir el progreso en términos de peso, composición corporal y condición física) y **Material Educativo** (Recursos educativos como guías de ejercicios, consejos de nutrición y guías de salud y bienestar).

Agradecemos su tiempo y colaboración al responder esta breve encuesta. Sus respuestas nos ayudarán a comprender mejor las razones por las que algunas personas no realizan actividad física regularmente y cómo podemos apoyarlas mejor en su camino hacia una vida más saludable.

Por favor, complete las siguientes preguntas:

* Obligatoria

1. Correo Electrónico *

2. Nombre y Apellido *

3. ¿Cuál es su rango de edad? *

- Menos de 18 años
- 18-24 años
- 25-34 años
- 35-44 años
- 45-54 años
- 55-64 años
- 65 años o más

4. ¿Cuál es su nivel de ingresos mensuales? *

- Menos de 1 salario mínimo
- 1-2 salarios mínimos
- 3-4 salarios mínimos
- 5-6 salarios mínimos
- Más de 6 salarios mínimos

5. ¿Cuál es su ocupación actual? *

- Estudiante
- Empleado/a
- Independiente
- Desempleado/a
- Pensionado/a
- Ama de casa

6. ¿Padece usted de alguna Enfermedad Crónica No Transmisible (ECNT)? *

- Sí
- No

7. ¿Cuál de las siguientes padece? *

- Diabetes
- Hipertensión Arterial
- Enfermedades de Corazón
- Artrosis
- Otros

8. ¿Qué otra enfermedad padece? *

9. ¿Realiza usted alguna actividad física de manera regular? *

- Sí
- No

10. ¿Considera importante recibir asesoría personalizada en actividad física y nutrición? *

- Sí
- No

11. ¿Qué tipo de asesoría considera más útil para usted? *

- Asesoría presencial
- Asesoría virtual
- Ambas

12. ¿Qué aspectos de la asesoría le resultan más relevantes? *

- Planes de ejercicio físico
- Planes de alimentación
- Monitoreo y seguimiento continuo
- Educación y talleres sobre hábitos saludables

13. ¿Con qué frecuencia realiza actualmente actividad física? *

- Todos los días
- Varias veces a la semana
- Una vez a la semana
- Esporádicamente

14. ¿Con qué frecuencia le gustaría recibir asesoría en actividad física? *

- 1 día en la semana
- 2 días en la semana
- 3 días en la semana
- Más de 3 días en la semana

15. ¿Con qué frecuencia le gustaría recibir asesoría en nutrición? *

- Semanalmente
- Quincenalmente
- Mensualmente
- Bimensualmente

16. ¿Ha utilizado anteriormente algún servicio de asesoría en actividad física y/o nutrición? *

- Sí
- No

17. ¿Cómo evaluaría ese servicio en términos de calidad? *

- Excelente
- Buena
- Regular
- Mala
- Muy mala

18. ¿Qué le gustó o no le gustó de esos servicios? *

19. ¿Qué características considera importantes en un servicio de asesoría en actividad física y nutrición? *

- Personalización
- Flexibilidad horaria
- Accesibilidad geográfica
- Uso de tecnología para seguimiento

20. ¿Qué herramientas le gustaría que se incluyeran en el servicio? *

- Aplicaciones móviles
- Seguimiento mediante correos electrónicos
- Videollamadas
- Materiales impresos

21. ¿Dónde suele informarse sobre servicios de salud y bienestar? *

- Redes sociales
- Internet (blogs, sitios web)
- Publicidad en medios tradicionales (TV, radio, prensa)
- Recomendaciones de amigos o familiares

22. ¿Qué red social utiliza con más frecuencia? *

- Facebook
- Instagram
- X (Anteriormente Twitter)
- LinkedIn
- TikTok

23. ¿Le interesaría participar en programas especiales o promociones? *

- Sí
- No

24. ¿Qué tipo de promociones le resultarían más atractivas? *

- Descuentos por paquete de sesiones
- Sesiones gratuitas de prueba
- Descuentos por referidos
- Otra. Cuál?

25. ¿Considera que la falta de tiempo es una de las razones principales por las que no realiza actividad física? *

- Sí
- No

26. ¿Qué tan motivado se siente para realizar actividad física? *

- Muy motivado
- Moderadamente motivado
- Poco motivado
- Nada motivado

27. ¿Existen problemas de salud que le impidan realizar actividad física? *

- Sí. Cuál?
- No

28. ¿Qué problemas de salud le impiden realizar actividad física? *

29. ¿Cree que la falta de conocimiento sobre qué ejercicios realizar influye en su decisión de no hacer actividad física? *

Sí

No

30. ¿La falta de acceso a instalaciones deportivas o recursos (gimnasios, parques, equipo) es un impedimento para usted? *

Sí

No

31. ¿Prefiere realizar otras actividades de ocio en lugar de actividad física? *

Sí

No

32. ¿Hay algún otro motivo que le impida realizar actividad física que no se haya mencionado? *

33. Considerando las preguntas anteriores, ¿le interesaría un servicio como el que estamos proponiendo? *

Sí

No

34. ¿Estaría dispuesto a pagar por una asesoría integral en actividad física y nutrición? *

Sí

No

35. ¿Cuál de las siguientes opciones de precio le parecería más razonable para una asesoría (actividad física y nutrición) mensual? *

- Menos de \$250.000
- Entre \$250.000 y \$350.000
- Entre \$350.000 y \$500.000
- Más de \$500.000

36. ¿Cuál de los siguientes factores influyó más en su decisión de no pagar por una asesoría integral en actividad física y nutrición? *

- Prefiero buscar información gratuita en internet
- No confío en la efectividad de las asesorías integrales
- No tengo tiempo suficiente para seguir una asesoría
- Ya tengo acceso a recursos similares

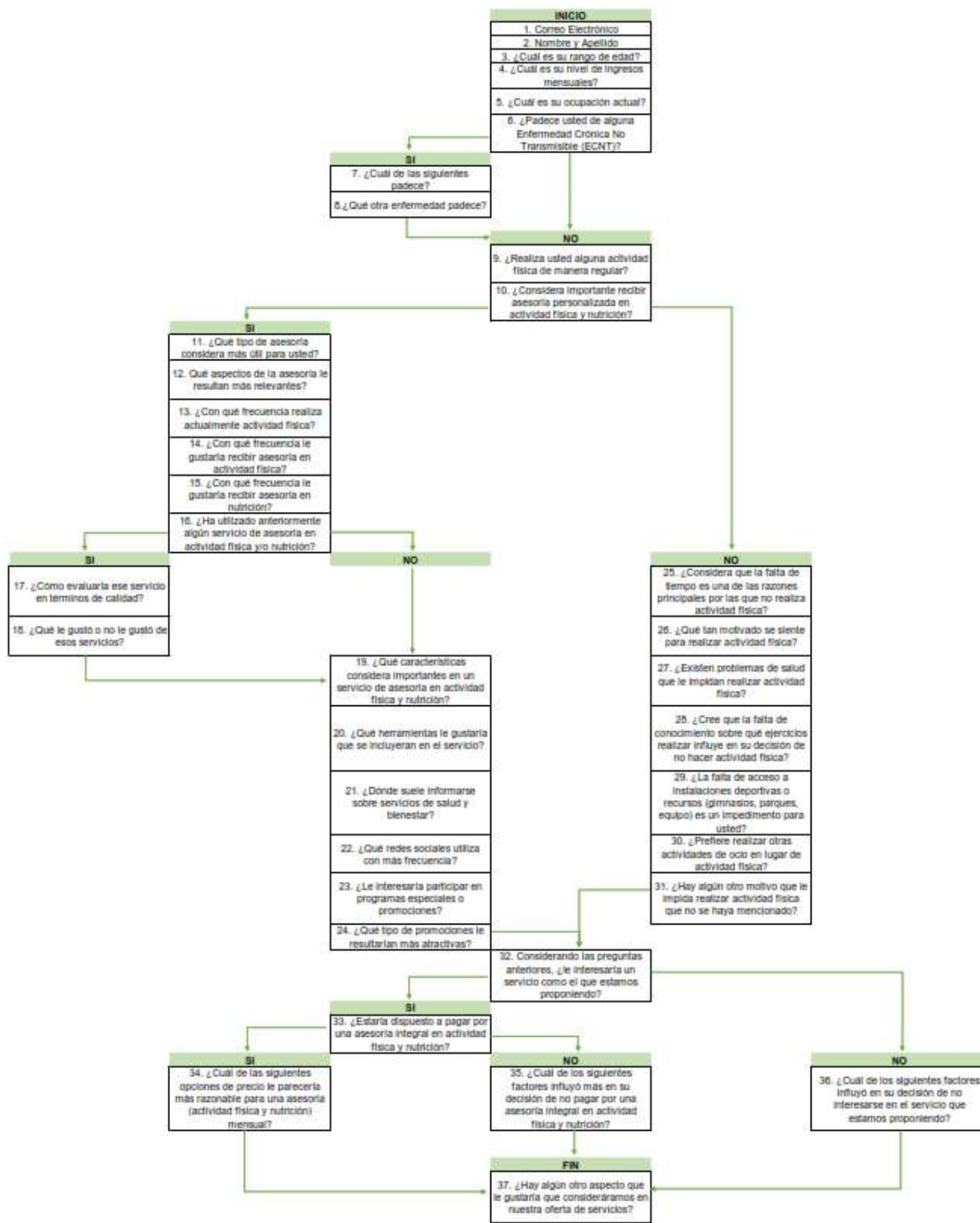
37. ¿Cuál de los siguientes factores influyó en su decisión de no interesarse en el servicio que estamos proponiendo? *

- Prefiero buscar información gratuita en internet
- No confío en la efectividad de las asesorías integrales
- No tengo tiempo suficiente para seguir una asesoría
- Ya tengo acceso a recursos similares

38. ¿Hay algún otro aspecto que le gustaría que consideráramos en nuestra oferta de servicios? *

Este contenido no está creado ni respaldado por Microsoft. Los datos que envíe se enviarán al propietario del formulario.

Anexo E. Esquema de Encuesta



Fuente: Elaboración Propia