

# PROYECTO:



## SUTESTANTES:

Adalys Gómez

Silvia Guigni

Joice Morillo

Nikauris Santos

Marisol De los Santos

## ASESOR

Manuel Diez



# Table of Contents

<b>CAPÍTULO 1. Resumen</b> .....	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO 2. Introducción</b> .....	<b>2</b>
2.1 Antecedentes: .....	2
2.2 Identidad De La Empresa .....	3
2.3 Misión.....	3
2.4 Visión.....	3
2.5 Valores.....	3
<b>CAPITULO 3. Validación Modelo de Negocio</b> .....	<b>4</b>
<b>CAPÍTULO 4. Análisis del Entorno</b> .....	<b>5</b>
4.2. Entorno Económico.....	6
4.3. Entorno Tecnológico .....	7
4.4. Entorno Cultural .....	7
4.5. Distribución Geográfica .....	7
4.6. Análisis Sectorial.....	7
4.7. Competencia.....	8
<b>CAPÍTULO 5. Fuerzas Competitivas De Porter</b> .....	<b>8</b>
<b>CAPÍTULO 6. Análisis FODA</b> .....	<b>9</b>
6.1. Fortalezas del Proyecto .....	9
6.2. Oportunidades del Proyecto .....	9
6.3. Debilidades del Proyecto .....	10
6.4 Amenazas del Proyecto .....	10
<b>CAPÍTULO 7. Modelo De Negocio</b> .....	<b>10</b>
7.1 Modelo de Negocio (Esquema).....	11
<b>CAPÍTULO 8. Plan Marketing</b> .....	<b>12</b>
8.1 Propuesta De Valor.....	12
8.2 Público Objetivo .....	12
8.3 Nuestra estrategia de marketing podría generar interés igualmente a: .....	13
.9 Diseño Y Creación De Campaña Publicitaria .....	14
8.4. Redes Sociales .....	14
<b>CAPITULO 9. Plan Persona.</b> .....	<b>14</b>
9.1 Plan Persona .....	14
9.2 Socios .....	15
9.3 Selección Del Personal .....	15
9.4 Competencias .....	16

9.5 Sueldos De Empleado .....	17
9.6. Organigrama .....	17
<b>CAPÍTULO 10. Plan De Operaciones .....</b>	<b>18</b>
10.2 Procesos Estratégicos .....	18
10.3 Procesos Operativos .....	18
10.4 Procesos De Apoyo .....	19
<b>CAPITULO 11. Precios del producto.....</b>	<b>19</b>
11.1. Creación Y Diseño De La Aplicación: .....	19
11.1.2 Diseño De Interfaz De Usuario .....	20
11.1.2 Base De Datos .....	20
11.1.3 Centro De:.....	20
11.2 Canales De Distribución .....	21
11.3 Socios Estratégicos.....	21
11.4. Precio Del Producto.....	22
11.5. Precios De Artículos Inmobiliarios .....	22
<b>CAPITULO 12. Objetivos Estratégicos .....</b>	<b>22</b>
12.1 Objetivos Estratégicos .....	22
12.2. A Corto Plazo (Años 1-2) .....	22
12.3. A Mediano Plazo (Años 3-5).....	23
12.4. A Largo plazo (más de 5 años).....	23
12.5. Objetivos De Ventas: .....	23
<b>CAPITULO 13. Plan Jurídico Y Legal .....</b>	<b>24</b>
13.1 Plan Jurídico Y Legal.....	24
13.2. Solicitud Del Código De Identificación Fiscal (CIF):.....	24
13.3. Inscripción En El Registro Mercantil:.....	24
13.4 Declaración Censal De Alta De Actividad: .....	25
13.5 Marca Y Patentes:.....	25
13.6. Cronograma Del Plan Jurídico Y Legal .....	26
<b>CAPÍTULO 14. Plan Financiero. ....</b>	<b>26</b>
14.1. Plan de inversión .....	26
14.2. Plan De Financiación.....	27
14.3 Cuenta De Resultados, Plan De Tesorería Y Balance De Situación Previsional. ....	27
14.4 Análisis Económico-Financiero.....	27
14.5. Análisis de las inversiones. ....	28
<b>CAPÍTULO 15. Resumen Ejecutivo .....</b>	<b>28</b>

15.1 ¿Qué es VACMIND? .....	28
15.2 Misión.....	29
15.3 Visión .....	29
15.4 Valores:.....	29
15.5 Propuesta De Valor Que Aporta VACMIND.....	29
15.6. Analisis De La Competencia .....	29
15.7. ¿Cómo Se Vende? .....	29
15.8. ¿Quienes Trabajan? .....	30
15.8.1. Plan De Personas .....	30
15.8.2. Socios.....	30
15.9. ¿Qué Inversión Precisa Y Rentabilidad? .....	31
15.10. Cronograma año 2019.....	32
16. One page.....	33
17. Bibliografía.....	34
Capítulo 18. Anexos .....	36

## CAPÍTULO 1. Resumen

La primera fase de VACMIND es la creación de una aplicación que funcione como la mano derecha de los usuarios al recordar sus esquemas de vacunas a tiempo, citas de próximas vacunas, las colocadas con anterioridad, dar al usuario la facilidad de conocer el centro de vacuna más cercano de modo que esté en el día preciso, justo a tiempo y con su esquema en completo orden.

Nuestro proyecto surge ante el brote de difteria presentado en nuestro país, en el cual se utiliza de manera obsoleta tarjetas de vacuna en cartón, las cuales los usuarios tienden a perder, por lo que no recuerdan cuales vacunas se han colocado y cuales necesitan, esta situación provocó, que, ante el miedo de la sociedad de padecer una enfermedad prácticamente desconocida, se dirigieran en masas a los centros de salud más cercanos a colocarse una vacuna que muchos ya estaban inmunizados.

En la actualidad no existe un registro digital que facilite el proceso de inmunización de los usuarios y que ellos independientemente el tiempo puedan manejar la información.

Nuestra aplicación llegara a los clientes potenciales a través de las siguientes vías: Publicidad, Redes Sociales, Página web, Tenemos como misión, registrar de manera rápida, oportuna y segura las vacunas de la población en general

Cumpliendo con nuestros valores institucionales: Innovación, eficiencia, seguridad, responsabilidad, compromiso y ética.

La finalidad es lograr ser una institución reconocida tanto nacional como internacionalmente, proyectando un negocio donde se puedan obtener los objetivos generales establecidos los cuales son: Ser parte de la calidad óptima de salud en relación a vacunarse a tiempo, lograr una mayor participación en la sociedad, capacitar a la población de la importancia de las vacunas, llegar a ser un calendario completo, no solo de vacuna sino incluir citas importantes y medicamentos, crear una red de vacuna entre los centros de vacunación y el usuario y promocionar el bienestar de salud.

## CAPÍTULO 2. Introducción

### 2.1 Antecedentes:

La inmunización es una de las acciones de salud preventiva más importante en la vida de niños y niñas, ya que ofrece protección contra las enfermedades más peligrosas de la infancia. Lograr la inmunización a través de la administración de vacunas a niños y niñas es una prioridad, pues si no han sido vacunados tienen muchas probabilidades de contraer enfermedades, que, como el sarampión, la tos ferina u otras, llegan a ser mortales en algunas situaciones y los que sobreviven a ellas quedan debilitados.

El Programa Ampliado de Inmunizaciones (PAI) de la Secretaría de Estado de Salud Pública y Asistencia Social (SESPAS) fue establecido en 1974 y se ha ido expandiendo, llegando a contar al día de hoy, con 980 puestos fijos de vacunación distribuidos en todos los municipios del país.

Los esfuerzos desplegados por el PAI han conducido a la meta del 80% de cobertura, alcanzada en 1995, para todas las vacunas. Así mismo, la República Dominicana logró en 1994, la certificación de país libre de Polio junto a otros países latinoamericanos y del Caribe.

Los Logros a través del programa de inmunizaciones han sido bastante pero aun la tarjeta de vacuna, no está digital y los centros de vacunas siguen teniendo como almacenamientos de base, libros que se escriben a mano al momento de la colocación de la vacuna, produciendo en el año 2017 e inicios del 2018 los siguientes titulares:

“Santo Domingo, RD. - La muerte de un menor de edad enfermo de difteria ha activado las alarmas epidemiológicas en República Dominicana, donde ya se aplican vacunas para combatir la infección”

“SANTO DOMINGO, República Dominicana. - Decenas de familias acudieron este jueves al Centro de Vacunación de la calle Galván, en las inmediaciones del Palacio Nacional, para inmunizarse contra la difteria. Sin embargo, algunos se quejaron de que no hay suficientes vacunas, lo que aumenta su preocupación. Largas filas de personas de todas las edades, esperaban desde tempranas horas de este jueves para vacunarse”.

Ahora, tras la muerte de un niño de cuatro años, todo el mundo quiere vacunarse porque salvo los niños de muy corta edad casi nadie está protegido, algo que no es de extrañar porque en el país los adultos no tenemos la costumbre de vacunarnos de nada.

Si usted le pregunta a cualquier persona por su cartilla de vacunación podrá comprobar que nunca ha tenido una en su vida adulta.

La medicina preventiva es algo que no conocemos: solo vamos al médico cuando estamos mal, es decir, a la hora de que hay algo que “reparar”. Por ello, incluso, gastamos más en medicina: en muchos casos las patologías son detectadas tarde, lo que hace los procesos sean más complicados de lo que deberían ser.

El ejemplo de la difteria debería servirnos para analizar el sistema de salud, lo que incluye la desidia de la población cuando se habla de vacunas, y ver de qué manera podemos ir hacia esa medicina preventiva que evitará que cosas como esta pueda volver a suceder. ¿Cómo es posible que aquí nadie sepa cuándo fue la última vez que se vacunó? Eso, en los países de verdad, no sucede.

En la Republica Dominicana, nuestro país, es muy importante el bienestar de nuestros familiares, es de gran peso tener una excelente calidad de vida y salud, pero por mucho tiempo se han utilizado métodos que dificultan que estas metas sean posibles, como es el caso de un sistema de inmunización que por una parte es eficiente en proporcionar las vacunas necesarias para la población, pero por otra, deficiente en el registro de las mismas. Por ello nos pre

Se utiliza un registro en libros tediosos en todos los centros cuya información no va a una plataforma específica, sino que se queda archivada en ese centro, y lo que valida la colocación de cualquier vacuna es una tarjeta de cartón que fácilmente perdemos.

Nuestra aplicación es la única en el país que le ofrece a cada usuario un registro que recordará a tiempo su próxima cita, conocerá el punto más cercano, al alcance de todos, y evitará la colocación de vacunas innecesarias.

## 2.2 Identidad De La Empresa



## 2.3 Misión

Ser la primera y mejor opción en programación para registrar de manera rápida, oportuna y segura las vacunas de la población en general.

## 2.4 Visión

Ser la mejor aplicación que registre de forma rápida, eficaz y oportuna las vacunas de la población en general. Creando en si una red única de vacunación entre centros públicos y privados.

## 2.5 Valores

- Innovación
- Eficiencia

- Seguridad
- Responsabilidad
- Compromiso
- Ética

### **CAPITULO 3. Validación Modelo de Negocio**

En nuestra búsqueda de datos y validación se realizaron dos fases:

En una primera fase se acudió a la realización de una encuesta vía WhatsApp (aplicación de mensajería para teléfonos inteligentes, que envía y recibe mensajes mediante Internet) y redes sociales como Facebook, Instagram a fin de comprobar la factibilidad y funcionalidad de realizar una aplicación para móviles sobre un calendario de vacuna del esquema de inmunización, del Programa Amplio de Inmunización (PAI) perteneciente al Ministerio de Salud Pública.

La misma se realizó con 272 participantes que llenaron la encuesta hasta su finalización.

Fue realizada a través de un enlace de página de internet, “encuesta.com”, que facilitaron los datos obtenidos, a las respuestas de las diferentes interrogantes.

En donde se reporta que De los 271 que participaron en la encuesta, 139 refirieron no tener hijos, representando el 51.10%, mientras que 132 personas refirieron haber tenido hijos representado el 51.10% del total de la muestra y El 92.88 % de los encuestados le gustaría tener un registro digital, comprobándose que nuestro producto supliría una necesidad de nuestros clientes

En la segunda fase, se analizan los resultados de las entrevistas, donde se recogen las declaraciones realizadas por los gerentes de centros privados, extraídas de las transcripciones de las entrevistas.

Para el desarrollo de este informe se realizó un total de 10 entrevistas en diferentes centros de salud Privado de Santo Domingo, a personas consideradas informantes cualificados por su conocimiento y vinculación a la administración de dichos centros.

Las entrevistas se han desarrollado dentro de un marco y un contexto social dados, de forma que se ha precisado la presencia de un entrevistador (sujeto que realiza la entrevista) y de un entrevistado (informante que aporta la información requerida por el entrevistador). Los entrevistados afirmaron que la tecnología en la salud es beneficiosa en todos sus sentidos y más si la tenemos al alcance de todos.



## **CAPÍTULO 4. Análisis del Entorno**

Las vacunas son medicamentos biológicos que aplicados a personas sanas provocan la generación de defensas (anticuerpos) que actúan protegiéndole ante futuros contactos con los agentes infecciosos contra los que nos vacunamos, evitando la infección o la enfermedad.

En la República Dominicana contamos con un Programa Amplio de Vacunación, que protege contra enfermedades prevenibles tales como la difteria, coqueluche, tétanos, poliomielitis, tuberculosis y sarampión entre otras. Este programa se encuentra distribuido en las 8 áreas en las cuales el sistema de salud divide el país dando cobertura a cada ciudadano, cuenta con un programa de vigilancia epidemiológica con el objetivo de estudiar frecuencia y distribución de enfermedades y factores relacionados con la salud.

La población de República Dominicana es responsable con la idea de administrar las vacunas por eso se ha controlado las principales enfermedades prevenibles, pero existe una limitante en la población y es que se les olvida la fecha en que debe de administrarse las vacunas, trayendo retraso en la administración de la misma.

Además de que las vacunas aplicadas son registradas en cartones de registro los cuales son extraviados por los usuarios en muy alta frecuencia acarreado como consecuencia el olvido de las vacunas aplicadas y de la próxima cita, ocasionando resultados no favorables para la población y en programa de inmunización.

Por dichas razones hemos considerado a bien realizar una aplicación que permita registrar las vacunas ya puesta y dar un recordatorio días antes de la próxima cita de vacunación, consideramos que el programa de inmunización con el que cuenta el país puede ser de más beneficio si no perdemos nuestras citas de vacunación ya que evitaríamos las enfermedades ya mencionadas.

El presidente del Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones (Indotel), José del Castillo Saviñón, reveló que 89 dominicanos de cada 100 tiene un teléfono celular, equivalente a 9.3 millones de personas, la mayoría conectados a Internet, pues esto nos indica que esta aplicación la puede tener la mayoría de la población y puede contribuir con el desarrollo en cuanto a la salud se refiere.

Realizamos una encuesta vía redes sociales y uno de los resultados obtenidos fue que más del 50% se le olvido su próxima vacunación, por estos y otros resultados obtenidos en la encuesta es que necesitamos VACMIND.

### **4.1. Entorno Político-Jurídico**

La política de inmunización en República Dominicana sigue los lineamientos de los compromisos asumidos como país en la 64.<sup>a</sup> Asamblea Mundial de la Salud, tomando en consideración los objetivos generales del Decenio de las Vacunas (2011-2020).

Los lineamientos, normas y procedimientos técnicos del PAI, toman como referente las leyes, resoluciones y los convenios suscritos que regulan la práctica de la atención a la salud, en lo concerniente a la promoción para la prevención de enfermedades y de manera particular las inmunizaciones. El marco normativo del sistema de inmunización está regulado por las siguientes disposiciones legales:

- a) Ley General de Salud, No. 42-01 y los respectivos reglamentos.
- b) Ley de Seguridad Social. №. 87-01 del 9 de mayo de 2001.
- c) Reglamento sobre el Seguro Familiar de Salud y el Plan Básico de Salud, aprobado por el Consejo Nacional de Seguridad Social mediante Resolución No. 48-13 del 10 de octubre del 2002
- d) Reglamento para la Habilitación de Establecimientos y Servicios de Salud, (Decreto 1138-03)
- e) Ley No. 1-12, que Establece la Estrategia Nacional de Desarrollo 2030
- f) Reglamento del Sistema Nacional de Vigilancia Epidemiológica (Decreto 309-07)
- g) Reglamento Sanitario Internacional (2005). Segunda Edición.
- h) Convención sobre los Derechos de la Niñez
- i) Código Nacional de Protección al Menor
- j) Ley General de Medio Ambiente y Recursos Naturales, № 64-00 del 18 de agosto de 2000.
- k) Reglamento de Manejo de Desechos Infecciosos en Centros de Salud y Afines (Decreto 126-09)

En cuanto a las telecomunicaciones tenemos la Ley 153-98 que nos dice en unos de su considerando: Que es deber del Estado fomentar el desarrollo de las telecomunicaciones para contribuir a la expansión socioeconómica de la Nación;

Que es de interés del Estado garantizar los servicios de telecomunicaciones en condiciones asequibles en todo el país y para todos los grupos sociales, conforme a los principios del servicio universal auspiciados por los organismos internacionales de que forma parte la República Dominicana.

Por último, según el director de las telecomunicaciones en el país entrará este año en vigencia de la “República Digital” que “provocará un efecto positivo en la economía, la educación, la salud, el desarrollo de la niñez y la juventud y dará capacidad de hacer negocios de los usuarios”.

#### **4.2. Entorno Económico**

Para este año 2018 al Ministerio de Salud Pública le fue asignado RD\$78,381,417,644 (US\$ 1,580,270,517) equivalente al 2.0% del Producto Interno Bruto (PIB) de la nación. Bien sabemos que es un porcentaje muy bajo para poder dar una cobertura de salud a toda la población, por lo que con nuestra aplicación podemos prevenir enfermedades, evitar desperdicios de vacunas y por lo tanto el ministerio de salud puede utilizar esos recursos para la prevención de salud que genera menos gastos que tratar las enfermedades, además con cada 10% del incremento del internet en un país, aumenta un 3% el PIB lo que favorecería a la economía del país en general.



hemos visto tantas inversiones y buenos resultados podemos potencializar los mismo cubriendo el 100 por ciento de la población no solo un día sino que ha ese esquema de vacunación se le dé seguimiento y que cada ciudadano se concientice con respecto a las vacunas y que tenga control de sus vacunas, estos objetivos lo podemos lograr con nuestra aplicación.

Cabe destacar que en el año 2016 se registraron en la provincia de Santo Domingo 13,417 nacimientos, con un total de 139 mil nacimientos registrados a nivel nacional.

#### 4.7. Competencia

Actualmente la República Dominicana no cuenta con una aplicación que ofrezca este tipo de servicios. Por lo que VACMIN, llega a posicionarse como una aplicación pionera en este servicio, su formato está diseñada para la fácil comprensión del usuario, indicándole cuales vacunas y refuerzos tiene colocado, cuando le toca la próxima cita y una sesión informativa.

### CAPÍTULO 5. Fuerzas Competitivas De Porter

El micro entorno o entono específico rodea al sector al que pertenece la empresa y afecta de manera concreta a la misma. Para analizar el micro entorno nos centraremos en las cinco fuerzas competitivas de Porter:

- **Rivalidad Interna:** En la actualidad no hay ninguna empresa dominicana dedicada a este negocio, por lo que somos los pioneros en este ámbito.
- **Competidores potenciales:** En los últimos años, la demanda mundial de los sistemas de salud se ha ido incrementando debido en gran parte, a los cambios demográficos y los rápidos avances tecnológicos. Ya que el mercado sanitario es muy amplio, siempre habrá competidores rivalizando en el mismo mercado; quizás no lo estén realizando con el mismo servicio que el nuestro, pero indirectamente sí están presentes. En este renglón podemos evidenciar que nuestro modelo de negocio puede ser amenazado por nuevas competencias ya que no existen muchas barreras de entradas para iniciar con un negocio similar a este, y al ser los pioneros dejamos abierta la oportunidad de que surjan competidores.
- **Amenaza de productos sustitutivos:** El sector de la salud muestra múltiples productos y servicios sustitutivos al alcance de los clientes, que podría cubrir total o parcialmente las necesidades de los usuarios. En el caso de la aplicación de VACMIND no está establecido un modelo de prestación de servicio que sirva como punto de partida de cualquier modelo de negocio; es decir, las empresas pueden decidir su cartera de servicio dependiendo del segmento de clientes a los que se quieran dedicar sobretodo dirigido a la sociedad dominicana.
- **Poder de negociación de los clientes:** El poder de negociación de los clientes individuales es alto, pues no poseen alternativas a la mano para cubrir sus necesidades, y con una tasa

de natalidad tan grande como en nuestro país lo más beneficiario serían los padres, con más de un niño con menos de 5 años.

- **Poder de negociación de los proveedores:** En cuanto a los insumos (material gastable) y servicios (luz, internet, agua, mantenimiento de plataforma) el poder de negociación también es bajo, ya que los mismos son de carácter genérico, por tanto, pueden ser fácilmente sustituibles y sin altos costos de cambio.

## **CAPÍTULO 6. Análisis FODA**

### **6.1. Fortalezas del Proyecto**

- **Eficiencia Organizativa:** Somos un equipo capaz de trabajar organizadamente para cumplir un objetivo en común.
- **Conocimiento del PAI:** Como personal de la salud tenemos conocimiento acerca del programa amplio de vacunación de nuestro país ya que hemos laborados en áreas de vacunas, además conocimiento obtenidos en nuestras universidades acerca de las vacunas.
- **Pioneros:** Unas de las mayores fortalezas que tiene VACMIND, es que es la única aplicación actualmente que ofrece este tipo de servicios, para la población general en República Dominicana.

### **6.2. Oportunidades del Proyecto**

- **Desarrollos de tecnología en nuestro país:** con esta nueva tecnología podemos contribuir con la República digital que es uno de los objetivos del gobierno en este año 2018.
- **Únicos en nuestro país en ofrecer este sistema:** adquiriendo esta oportunidad para insertarnos en el mercado y mantenernos invictos años tras años.
- **Perdidas de los registros de vacunas:** El recordatorio para la próxima cita de vacunación en nuestro país es manuscrito en un cartón el cual generalmente se pierde, si usamos esta aplicación ya no olvidaremos nuestras próximas citas y estarán registrada de manera segura y confiable.

### 6.3. Debilidades del Proyecto

- Poca experiencia comercial: A pesar de que es una nueva tecnología y un nuevo mercado, contamos con profesionales competentes y esperamos una rápida adaptación.
- Escasez de recursos económicos para el desarrollo inicial del proyecto: Contamos con poco capital propio para dicho proyecto, por tal motivo las aportaciones de los inversionistas serán fundamentales para el lanzamiento del producto.

### 6.4 Amenazas del Proyecto

- Deficiencia en los conocimientos de uso de APPS: Aunque si hemos utilizado aplicaciones, no tenemos los conocimientos necesarios para crear una por lo que será necesario la contrata de un personal capacitado para este fin.
- Resistencia al cambio: Es normal que exista resistencia al cambio, pero la aplicación es de fácil manejo y por lo beneficios que se obtendrán podremos vencer esta barrera.

## CAPÍTULO 7. Modelo De Negocio

VACMIND, es una aplicación dedicada registrar las vacunas ya aplicadas a cada persona desde su nacimiento, es decir para la población en general, el programa está habilitado para conocimientos básicos de la vacuna y de la enfermedad que se está previene., además Registrar los reforzamientos para las vacunas que lo ameriten, una alarma recordatoria de su próxima cita de vacuna y tendrá una sección medica informativa.

Una de las características principales que proyectan a VACMIND es la introducción y permanencia en el mercado virgen, que carece de un sistema para el registro de vacuna y recordatorio a tiempo de las vacunas que los usuarios de la salud se le administró, por lo que esta es una herramienta versátil que tendrá una excelente utilidad.

Es creada para dar respuesta a una necesidad tangible y real, pero que sea de una manera sencilla, flexibles y que se adapte a las condiciones y necesidades de cada uno de nuestros clientes.

La propuesta de valor de VACMIND, está encaminada a dar solución a la deficiencia en citas para vacunas y registros de vacunas el cual se hará a través de una aplicación y el usuario de la salud tendrá acceso a su información de vacunación, ofreciendo una alternativa factible y económica, para fomentar la eficiencia del sector salud.

Nuestros ingresos estarán determinados por toda la población inteligente que quiera beneficiarse de esta aplicación y mantenerse libre de enfermedades prevenibles. Posteriormente pretendemos poner anuncios de seguros médicos, realizar un software que permita el registro de todas las vacunas a nivel nacional en centros públicos y privados el cual estará en conexión con la aplicación.

Lograremos penetrar en nuestra población a través de publicidades en páginas relacionadas en ámbitos de la salud, charlas informativas e ilustrativas al personal de la salud, preferiblemente

pediatras y médicos internistas. Nos mantendremos en el tiempo con intercambios publicitarios y con lanzamientos de noticias de último minuto en relación a la salud.

<p><b>7. Socios claves</b>  A. Ingeniero informático especializado en el desarrollo de aplicaciones.   B. Publicista:</p>	<p><b>8. actividad clave</b>  A. Realizar promoción de nuestra aplicación a través de las redes sociales, charlas en las diferentes instituciones de salud.</p>	<p><b>1. Propuesta de valor</b>  A. Crear una aplicación que permita a los usuarios de la salud registrar las vacunas aplicadas, dar un aviso oportuno para que puedas ir a tu próxima cita de vacunación y mantenerte informado y actualizado con respecto a las vacunas sus usos y contraindicaciones.</p>	<p><b>4. relación con los clientes</b>  A. Cada cliente que use la aplicación estará en contacto con nosotros por medio correo electrónico donde podrá poner sus sugerencias y cada cierto tiempo se le enviara encuestas para evaluar nuestro desempeño.</p>	<p><b>2. Segmento (s) de clientes</b>   La población en general:   Madres, adultos, jóvenes, adultos mayores, <u>envejecientes</u>, embarazadas.</p>
<p><b>9. Estructura de costo</b>   A. Salario de empleado  B. Marketing  C. Impuesto a la ley</p>	<p><b>6. recursos claves</b>   A. Ingeniero en informática  B. Aplicación interactiva, fácil y segura.</p>	<p><b>5. Fuente de ingreso</b>   A. La aplicación tendrá un costo para descargarse.  B. Publicidad</p>	<p><b>3. Canales de distribución</b>   A. Relación directa  B. Medios de comunicación (<u>whatsapp</u>, <u>facebook</u>, <u>instagram</u> etc.)</p>	

### 7.1 Modelo de Negocio (Esquema)



## CAPÍTULO 8. Plan Marketing

### 8.1 Propuesta De Valor

Instaurar una aplicación que proporcione la facilidad de registrar las vacunas aplicadas por parte de los usuarios de la salud, obtener información sobre centro de vacuna más conveniente, recordar a tiempo la fecha de la próxima vacuna y ser la respuesta de muchas dudas para nuestros usuarios.

Las claves de estas propuestas de valor son:

- Ser parte de la calidad óptima de salud en relación a vacunarse a tiempo
- Lograr una mayor participación en la sociedad
- Capacitar a la población de la importancia de las vacunas
- Llegar a ser un calendario completo, no solo de vacuna sino incluir citas importantes y medicamentos
- Crear una red de vacuna entre los centros de vacunación y el usuario
- Promocionar el bienestar de salud.

### 8.2 Público Objetivo



El público objetivo al que se dirige VACMIND es a la población en general, más específicamente a:

- **Madres:** Contribuye a que el trabajo de cada madre sea más eficiente; y que el estrés de trabajo diario no sea un obstáculo para cumplir un esquema de vacuna que proporcionara la seguridad en el bienestar de los hijos.
- **Adultos jóvenes:** En esta etapa de la vida se requiere un poco de independización, siendo más responsable, aportando a nuestra persona. La app le ayudara a estar más focalizado con la prevención de salud.
- **Embarazadas:** El embarazo es una etapa importante de cada mujer, una fase maravillosa y de sumo cuidado, pues ahora son dos personas, la aplicación es oportuna y beneficiara para llevar a cabo el esquema de vacuna en el embarazo.
- **Envejecientes:** Donde nuestra memoria ya no es la misma, Vacmind es una solución, de manera sencilla aportara lo que se necesita para recordar a tiempo la prevención de nuestra salud.

### **8.3 Nuestra estrategia de marketing podría generar interés igualmente a:**

- Centros de vacuna UNIVANU
- Centro de vacunación KIDS LAB CENTER
- Centro de vacunación privado Dosis de vida
- Laboratorio Referencia
- Laboratorio Amadita
- Laboratorio Patria Rivas

### **Desarrollo de plan de marketing primer año:**

Contrataremos un especialista que diseñe una campaña publicitaria por 1 año, que cubrirá una campaña de lanzamiento de 3 meses y luego una de mantenimiento. La campaña de lanzamiento estará dirigida por la empresa contratada, y el mantenimiento estará a cargo de un empleado especializado de nuestra empresa. Luego de vencido el contrato estaremos evaluando el mercado nuevamente para ver si es necesario su renovación.

El mismo está basando en la Utilización de:

- **Plataforma web**

- Creación de página WEB informativa sobre nuestros productos y temas de salud en general. Redes sociales como: facebook, youtube y twitter, entre otras

#### **.9 Diseño Y Creación De Campaña Publicitaria**

### **8.4. Redes Sociales**

Estrategia de Contenido mensual para redes sociales con un costo de \$504 dólares mensuales, por 3 meses, que incluyen:

- Manejo de redes sociales (mismo contenido Instagram, facebook y twitter)
- Soporte técnico en horario Laboral (lunes a viernes 9:00 am a 6:00 pm)
- 12 post por semana
- 6 adaptaciones del contenido para las stories y Video desde mobile apps.
- Reporte mensual (básico/cuantitativo)
- 1 photoshoot (cobertura fotográfica) Mensual para generar contenido
- 4 video profesionales de 30 segundos para el feed
- 8 diseño y estética de artes y promociones de marca mensuales
- El mantenimiento de la plataforma de marketing estará a cargo del agente de marketing con un presupuesto mensual de 100 dólares

## **CAPITULO 9. Plan Persona.**

### **9.1 Plan Persona**

VACMIND será una aplicación telefónica creada por un personal altamente capacitado, con competencias actualizadas en el mercado actual, donde velaremos para que funcione y crezca en un ambiente propicio donde el compañerismo, trabajo en equipo y respeto sean las características que definan nuestro departamento de RRHH, garantizando que VACMIND evolucione a la más importante aplicación telefónica en su clase.

Los RRHH de VACMIND deben de disponer de una estructura organizativa clara y definida que nos permita mostrar nuestra organización en condiciones deliberadas o emergentes de cambio, transformación, incertidumbre y riesgo. VACMIND cuenta con Los RRHH primordiales para el éxito nuestro proyecto de negocios, quienes serán los responsables de ofertar al mercado un producto de alta calidad, pero para obtener el éxito, nuestro RRHH tienen que ser de gran calidad, con deseos de superación personal y profesional, ya que nos posicionaremos en un mercado libre, altamente competitivo.

## 9.2 Socios

VACMIND es una aplicación telefónica que por dicha naturaleza cuenta con RRHH necesarios para su buen funcionamiento, los cuales, con los socios y fundadores de la aplicación telefónica, los cuales constituyen el centro principal en la toma de decisiones a través de un consejo administrativo.

La Junta General de socios estará formada por las seis socias fundadoras de la aplicación:

- Adalys Del Carmen Gómez Lantigua (Médico Uróloga y gestor sanitario).
- Silvia Victoria Guigni Mota (Médico general y gestor sanitario).
- JoiceMadeline Morillo Rodríguez (Médico ortopeda y gestor sanitario).
- Nikauris Santos Núñez (Médico Internista y gestor sanitario).
- Marisol de los Santos Nova (Médico General, auditora y gestor sanitario).

Cada uno de los socios fundadores aportara una cantidad de 4,000 USD para conformar el capital inicial de VACMIND y las acciones serán distribuidas de manera equitativa por parte de los mismos (20 % para cada socio).

La función principal de la junta directiva de Socios será la de generar estrategia que fomente el desarrollo del proyecto fijando políticas de administración que estarán siempre en consonancia con los objetivos de los inversionistas. El puesto ocupado, por cada uno de los socios tendrá una duración mínima de un año, aunque puede llegar a ser indefinido si así lo deciden los demás miembros del consejo directivo.

## 9.3 Selección Del Personal

Para reclutar nuestro personal buscaremos que cuenten con las siguientes características:

- Conocimientos actualizados sobre el campo establecido, con cultura de innovación y mejora continua.
- Experiencia laboral, con competencias competitivas en el campo laboral.
- Compromiso y entrega al proyecto de negocio buscando siempre un crecimiento integral y ascendente.
- Confiabilidad e integridad al trabajo y al equipo de trabajo, que permita permanecer un ambiente armónico y confiable.

Los criterios de selección que deberemos aplicar para nuestros candidatos serán:

- Competencias digitales competitivas, Experiencia laboral.
- Capacidad de trabajo en equipo.
- Compromiso con el proyecto.

#### 9.4 Competencias

Los empleados seleccionados deben contar con las siguientes características:

- Conocimientos básicos de programación: el personal encargado de la creación y diseño de la aplicación deberán demostrar conocimientos básicos de programación web tales como:
- Photoshop. Saber diseñar una web conocer sus características de diseño para luego plasmarlas en el código, está siendo una tarea muy valorada en lo desarrolladores web.
- HTML. Lenguaje básico de estructura de la web, conocer los tags y la configuración de los mismos es una tarea indispensable para compatibilizar con la programación.
- Hojas de estilo CSS. De la mano del HTML, las hojas de estilo son ideales para personalizar formatos HTML.
- JavaScript. Lenguaje de programación para añadir interactividad a la programación web. Un lenguaje ideal para efectos y añadir calidad a las nuevas funcionalidades web.
- WordPress. Imprescindible sistema de gestión de contenidos líder en la generación de proyectos web y blogs. Conocer sus plugins y particularidades es un plus.
- Jquery. Biblioteca de JavaScript ideal para dar movilidad e interacción a las webs.
- Testing. Testear los propios errores y bugs es otra labor que añade valor a un buen desarrollador web.
- FTP. Manejar y trabajar con servidores FTP con el fin de poder subir los proyectos a la web.
- SQL. Lenguaje de programación para el manejo de base de datos y desarrollo de consultas, imprescindible para saber conectar las bases de datos a nuestros proyectos y consultar búsquedas.
- Conocimiento marketing: Personal capacitado para analizar y comprender las fuerzas del mercado que influyen en las actividades comerciales y de negocio con habilidades para diseñar y desplegar planes integrales de marketing, que pueda concebir y desarrollar estrategias de negocio que impliquen un uso intensivo de las TIC en general y de Internet y los sistemas de comercio electrónico en particular y que tenga la capacidad para planificar iniciativas de venta orientadas al cliente y liderar equipos de ventas.
- Capacidad de trabajo en equipo: Deben tener la capacidad de toma de decisiones, trabajo coordinado con el equipo.

- Capacidad de comunicación: Deben ser capaces de tener unas fuertes habilidades de comunicación, utilizando el lenguaje verbal como herramienta de expresión y comprensión en contexto comunicativo.

## 9.5 Sueldos De Empleado

Programador y encargado de informática con un contrato de un año que será renovado según sus servicios su sueldo será de US\$302.41 mensuales para asistencia de mantenimiento semanales.

Encargado de gestión humana y marketing con un contrato de un año, US\$ 302.41 mensuales para la continuidad y asesoramiento de la publicidad de la aplicación con asistencia de 3 veces a la semana.

Encargado de contabilidad y Encargado de facturación contrato de un año US\$302.41 con asistencia de dos veces por semana

Gerente general de la compañía ganará US\$504.03 mensual con asistencia diaria su sueldo será contabilizado por las horas de trabajo realizadas.

Esta cantidad de dinero para los sueldos de los empleados fueron tomado de la resolución 05/2017 del código del trabajo dominicano que entro en vigencia el 1 de mayo el salario mínimo del sector privado no sectorizado será: Para las empresas grandes de US\$ 292.48 al mes, para las medianas de US\$ 201.08 al mes, para las pequeñas de US\$ 178.20 al mes.

## 9.6. Organigrama



## CAPÍTULO 10. Plan De Operaciones

### 10.1. Plan De Operaciones

El objetivo de VACMIND es ser parte de la calidad óptima de salud en relación a vacunarse a tiempo, *contribuyendo al desarrollo tecnológico poniéndonos en el lugar de nuestros clientes, para ofrecer un mejor servicio.*

Brindando una atención personalizada a través de la aplicación, ofreciendo diferentes alternativas de organización, para facilitar en cuanto a su salud, su vida diaria.

Los procesos pueden agrupar en tres secciones:

- Procesos Estratégicos
- Procesos Operativos
- Procesos de Apoyo

### 10.2 Procesos Estratégicos

Planificación Estratégica: Desarrollar e implementar planes para alcanzar los objetivos de la organización, definiendo la situación futura a la que se desea llevar a la empresa. Tales como:

- **Desarrollo de Mercado:** Recopilación de los departamentos de la empresa, revisión de la estrategia de Desarrollo de Mercado y establecimiento de los nuevos objetivos y su impacto financiero.
- **Relaciones Institucionales:** Garantizar la transmisión óptima de información, mensajes e imagen corporativa, tanto interna como externa (protocolo, medios de comunicación, relaciones públicas, etc.) y para el uso adecuado de medios y herramientas, graficas o documentales, de soporte a dichos procesos

### 10.3 Procesos Operativos

Los Procesos operativos se dividen en:

- **Desarrollo de Productos y Tecnología:** Desarrollo e integración de los productos y tecnologías internos y externas; definición y mejora continua de los productos y servicios.
- **Gestión de Proveedores y Distribuidores:** Análisis y evaluación continua de los proveedores y distribuidores para asegurar un servicio óptimo a nuestros usuarios minimizando los costes.

## 10.4 Procesos De Apoyo

Destacaremos tres procesos importantes en esta sección:

- **Administración:** todas las actividades que sirven de soporte a la actividad principal de la organización
- **Tesorería y Finanzas:** Estrategia, planificación, soporte, pagos y control de los gastos de empresa, creando valor, significado y transparencia en todas las decisiones con impacto financiero.
- **Personas:** Gestionar la captación, desempeño, desarrollo y compensación del equipo.

## CAPITULO 11. Precios del producto

### 11.1. Creación Y Diseño De La Aplicación:

- El diseño y programación de la app Para el desarrollo del proyecto siendo los requerimientos pautados hasta ahora. Marcamos una base de 440 horas. Teniendo en consideración que manejamos una carga de entre 30 a 40 horas semanales. Esto sin contar tiempos sobre recursos externos. El costo promediado por hora sería de USD\$ 22.70, con un coste inicial total de USD\$ 10,000.
- El tiempo de desarrollo que se perfila para este proyecto es de mínimo tres (3) meses, siendo lo más preferible unos cuatro (4) meses para el mismo, al menos.
- El mantenimiento de la plataforma estará a cargo de un programador contratado por la empresa.
- **Mantenimiento y licencias:** Licencia desarrollador de Android 25 dólares pago único  
Licencia app Store 100 dólares anuales.
- Servidor para almacenamiento de datos US\$799.

### 11.1.2 Diseño De Interfaz De Usuario

**Diseño de interfaz de usuario (interfaz de usuario) VACMIND:**

<b>ELEMENTOS DE LA INTERFAZ</b>	<b>COMPONENTES</b>
<i>Controles de entrada</i>	Casillas de verificación Botones de opción Listas desplegables Cuadros de lista Botones Alterna Campos de texto Campo de fecha
<i>Componentes de navegación</i>	Control deslizante Campo de búsqueda Paginación Etiquetas, iconos (10)
<i>Componentes informativos</i>	Información sobre herramientas Iconos Barra de progreso Notificaciones Cuadros de mensajes
<i>Contenedores</i>	Galera de la imagen Exhibición de la información Acordeón
<i>Diseño de pantallas</i>	Calendarios Contactos

### 11.1.2 Base De Datos

Nuestra base de datos contará con el registro de todos los esquemas de vacuna del MISPAS con los nombres de todos los centros de vacunación públicos y privados.

### 11.1.3 Centro De:

- Espacio físico

Contaremos con un espacio físico habilitado en la casa de nuestra socia Marisol de los Santos Nova, de 25 metros cuadrados ubicada en el Barrio Buenos aires, Maimón, Monseñor Nouel con un coste de mantenimiento mensual de 20 dólares mensuales.

- Mobiliarios.

Incluye escritorios y las sillas (las cuales deben ser confortables y seguras para mejorar la calidad del trabajo de nuestros empleados) con un costo de 450 dólares.

- Ordenadores.

Equipos con capacidad para instalar los programas necesarios. 2 computadoras de oficina y una especial para el programador, además de impresora multifunción y un servidor propio para un total de 2634 dólares.



- Los teléfonos.

Los cuáles nos ayudaran con recibir las informaciones de las empresas que desean pertenecer a nuestra aplicación con un costo de 20.16 dólares

### **Actualización y mejoras**

Luego de que el cliente pertenezca a nuestra aplicación estaremos trabajando acorde con los tiempos, con el fin de hacerle mejoras continuas al sistema. También tendremos adaptaciones superiores a las básicas que tendrán un coste superior, solo si el cliente la requiere.

### **11.2 Canales De Distribución**

El cliente obtendrá la aplicación de manera directa, podrán descargar la aplicación por Google Play para celulares Android y Apple store para celulares Iphone, la cual tendrá una adaptación con un valor mínimo de US 1.00. Un servicio Premium con un costo de US 5.00. Para los clientes que acceden a servicios o productos “premium” el usuario o alguna empresa podrán estar en contacto con nosotros a través de nuestro correo electrónico [vacmindrecord@outlook.com](mailto:vacmindrecord@outlook.com) a través de nuestra página web [www.vacamind.com.do](http://www.vacamind.com.do) Para estar más cerca a nuestros clientes estaremos abiertos a sugerencias y a su valiosa opinión.

**Plan Básico:** Calendario de vacunación (ficha de vacunación) del MISPAS que incluye las notificaciones de las próximas vacunas, informaciones de salud y la ubicación en tiempo real de su centro de vacunación más cercano. Desde que se registre estará guardado en nuestra base de almacenamiento con el costo de US 1.00.

**Plan Premium:** Calendario de vacunación (ficha de vacunación) del MISPAS, con el acceso a más de una ficha y la capacidad de administrarlo dos personas de diferentes dispositivos (cuenta compartidas) que incluye las notificaciones de las próximas vacunas para cada calendario, informaciones de salud con detalles y la ubicación en tiempo real de su centro de vacunación más cercano además de la eliminación de anuncios en la aplicación. Al precio de 5 dólares.

### **11.3 Socios Estratégicos**

Para el desarrollo del negocio hemos definidos socios estratégicos en dos áreas:

#### **Operativa del negocio:**

Estos actuaran en el desarrollo y funcionamiento del negocio

- Programadores
- Ingeniero en informática

#### 11.4. Precio Del Producto

- La descarga de la aplicación por Google Play y Apple store tendrá un valor de US\$ 1.00, versión básica y una versión Premium con un coste de US\$ 5.00 tendremos estimado que a los 3 meses del inicio de la app tendremos estimado un total de 5000 suscripciones de plan básico y unas 1065 de plan Premium. Con un crecimiento ascendente de las ventas durante el primer año con un aumento de las ventas de un 50% en el segundo año.
- Anuncios en la página web (laboratorios médicos, clínicas...empresas no relacionadas con vacunación, pero si con el servicio de la salud) tendrá un valor de 50 dólares mensuales, teniendo estimado contar con 15 Anuncios al comienzo de la aplicación, que representa un ingreso mensual de 750 dólares.

#### 11.5. Precios De Artículos Inmobiliarios

- Mantenimiento espacio físico 20 dólares mensuales
- Mobiliario 3 escritorios, 3 sillas y un archivo 450 dólares
- Equipos informáticos: 2 computadoras de oficina y una especial para el programador, además de impresora multifunción 1835 dólares.

### CAPITULO 12. Objetivos Estratégicos

#### 12.1 Objetivos Estratégicos

Como objetivo principal pretendemos que nuestra empresa sea percibida como una compañía que es:

- **Honesto.**

Por el tipo de servicio que se brinda y por nuestro personal altamente capacitado garantizamos buenos resultados en la adquisición de este producto, por lo cual va a resultar a nuestros clientes fiable.

- **Responsabilidad.**

Ofreciendo un producto confiable y seguro para todos nuestros usuarios.

- **Especialidad.**

Por dirigirse a un sector determinado dando respuestas a una necesidad específica.

#### 12.2. A Corto Plazo (Años 1-2)

- Posicionar a VACMIND en el mercado, como una empresa confiable y con garantía en sus servicios.
- Posicionar a VACMIND como una solución sencilla, asequible y eficaz en organizar, recordar e informar a nuestros usuarios
- Posicionar a VACMIND como la primera aplicación dominicana en ofrecer este servicio.

### **12.3. A Mediano Plazo (Años 3-5)**

- Lograr que a través de VACMIND, se mejore la calidad y la eficiencia en los programas de vacuna.
- Ampliar esta app a todo el territorio nacional.
- Establecer una relación entre los centros públicos y privados y dirigir a nuestro usuario al centro de vacunación más cercano.
- Que el 60 % de los centros públicos y privados en República Dominicana conozcan de nuestros servicios.
- Convertir la aplicación a una página web para utilizarla tanto en el celular como en ordenadores.

### **12.4. A Largo plazo (más de 5 años)**

- Convertir la aplicación en un software de record único de vacunación, implementando una red de apoyo entre el sector público y privado a nivel nacional.
- Desarrollar proyectos de innovación tecnológica y desarrollo de nuevas empresas.
- Adoptar al Ministerio de Salud Pública como socio principal.

### **12.5. Objetivos De Ventas:**

#### **A corto plazo (2018-2020)**

Conseguir la afiliación a la red del 10 por ciento de los centros de vacunación privados.

#### **Objetivos En Rentabilidad:**

#### **A corto plazo (2019-2022)**

- Obtener un margen bruto de ganancia de 50 % sobre la renta.
- Obtener un ratio de liquidez entre 1 y 2.
- Obtener un valor en el test ácido de 1.5

## **CAPITULO 13. Plan Jurídico Y Legal**

### **13.1 Plan Jurídico Y Legal**

En la República Dominicana según la Ley General No. 479-08 de las Sociedades Comerciales y Empresas Individuales de Responsabilidad Limitada, el capital mínimo autorizada Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL): US\$ 2010.66

- Los socios no tienen ningún tipo de responsabilidad personal sobre las deudas de la empresa, el único responsable será la propia empresa que hará frente a sus deudas con el capital que la conforma.
- Adquiere personalidad jurídica una vez está inscrita en el Registro Mercantil.
- Tener una administración mancomunada donde los administradores deben actuar conjuntamente para realizar cualquier acto.
- No hay número mínimo ni máximo de socios.

**Los trámites que deben seguirse se detallan a continuación:**

- Certificación negativa del nombre: Certificado obligatorio expedido por el Registro Mercantil que acredita que no hay otra sociedad con el mismo nombre de la que se quiere crear.
- Depositar el capital social en una entidad bancaria: Se realiza en una entidad bancaria y no tiene coste. El banco o caja emite un certificado acreditando la apertura de una cuenta corriente a nombre de la sociedad y las aportaciones hechas por cada uno de los socios.
- Escritura pública de constitución: Los socios fundadores proceden a la firma de la escritura de Constitución de la Sociedad. Se debe realizar obligatoriamente ante notario. Se necesitan los documentos de identidad de los socios, la certificación negativa del nombre, los estatutos sociales y la acreditación de desembolso de capital. El coste de la escritura pública depende en función del capital social, de las copias que se quieran y del número de folios de la escritura.

### **13.2. Solicitud Del Código De Identificación Fiscal (CIF):**

ES un número que se utiliza como código de identificación de los contribuyentes en sus actividades fiscales y como control de la Administración para dar seguimiento al cumplimiento de los deberes y derechos de éstos, el cual se puede hacer de manera virtual o presencial.

### **13.3. Inscripción En El Registro Mercantil:**

El Registro Mercantil es administrado por las Cámaras de Comercio y Producción facultadas por la ley a nivel nacional y bajo la supervisión de la Secretaría de Estado de Industria y Comercio para matricular e inscribir todos los documentos de la compañías para que sean conocidos por cualquier persona interesada a partir de dicha inscripción, certificar la información de las compañías depositadas en el Registro Mercantil, archivar y proteger los documentos legales de las

compañías y/o personas físicas, certificar los Libros de Registro de Operaciones de los comerciantes conforme al Artículo 14, literal f) de la Ley No. 50-87, sobre Cámaras de Comercio y Producción.

#### **13.4 Declaración Censal De Alta De Actividad:**

Para ejercer una actividad empresarial es obligatorio hacer la inscripción en el censo de la Agencia Tributaria. La documentación necesaria es el modelo 036 y se puede descargar de forma gratuita.

#### **13.5 Marca Y Patentes:**

En el caso de VACMIND será necesario proteger el nombre comercial.

La ONAPI es la institución encargada de velar por la propiedad intelectual de una marca, producto o servicio en el país. Los pasos para hacer un registro dependen del tipo de marca que tengas.

Si tu marca es denominativa, es decir, que está compuesta por una o más palabras, combinación de letras y números, como, por ejemplo: LG Electrónica, debes presentar:

Una carta dirigida a la ONAPI que contenga los siguientes datos sobre ti o sobre un representante, si lo tienes:

- Nombre y apellidos completos.
- Domicilio permanente.
- Número de teléfono, celular, fax y correo electrónico.
- Denominación de la marca.
- Debes enumerar los productos o servicios que deseas proteger con la marca solicitada e indicar las clases internacionales a las que pertenecen, en virtud de la clasificación de Niza, que es una clasificación internacional de productos y servicios que se aplica para el registro de marcas.
- Si aplica, es necesario incluir también las firmas del solicitante y surepresentante.

Además, debes anexar copias de las cédulas de identidad o del RNC si tu empresa lo posee o del pasaporte, si eres extranjero. Si es necesario, también un poder de representación.

El costo del servicio, al momento, es de US\$ 82.78 y para la publicación debes pagar US\$ 19.52. Debes esperar 15 días laborables para obtener la respuesta a tu solicitud.

### 13.6. Cronograma Del Plan Jurídico Y Legal

#### CRONOGRAMA DEL PLAN JURÍDICO Y LEGAL

ACTIVIDADES	06-08-18	10-08-18	13-08-18	20-08-18	24-08-18	27-08-18
Certificación negativa del nombre						
Depositar el capital social en una entidad bancaria						
Escritura pública de constitución						
Solicitud del Código de Identificación Fiscal						
Inscripción en el Registro Mercantil						
Declaración censal de alta de actividad						

## CAPÍTULO 14. Plan Financiero.

### 14.1. Plan de inversión

La financiación de la empresa está compuesta por el aporte monetario de accionistas que representa un 81.8% de la inversión total del proyecto, donde cada accionista desembolsara la suma de 4,500 dólares para la puesta en marcha del proyecto, además de una financiación o deuda que equivale al 18.2% restante.

#### Inmovilizado o activo fijo.

Activo no corriente	US\$
Aplicaciones informáticas	\$2,000.0
Otro inmovilizado intangible	\$105.0
Gastos de I+D	\$10,000.00
Mobiliario	\$450.00
Instalaciones/ acondicionamiento	\$200.00
Equipos informáticos	\$2,614.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$15,559.0</b>

#### **Circulante o activo corriente.**

Corresponde a una tesorería inicial disponible de \$11,941.00 US que servirá para pago de nómina y mantenimiento de la empresa en los meses siguientes al inicio del proyecto.

#### **14.2. Plan De Financiación**

Solicitaremos un préstamo comercial a una institución bancaria de Republica Dominicana de US\$5,000.00 con una tasa de interés fijo de 12.5 a 5 años con 12 cuotas anuales de US\$ 112.5.

#### **14.3 Cuenta De Resultados, Plan De Tesorería Y Balance De Situación Previsional.**

Para el primer año de ejercicio se prevén unas ventas totales de US\$21,646.5, con unos costes fijos anuales de US\$32,227.9 y una tesorería inicial de US\$11,941.0. En el plan de tesorería se calculan para el primer año unas entradas totales de US\$25,327.1 y unas salidas totales de US\$29,503.6, aunque las salidas son mayores que las entradas, se espera en el segundo año de ejercicio un incremento de ventas del 50% en comparación del año anterior.

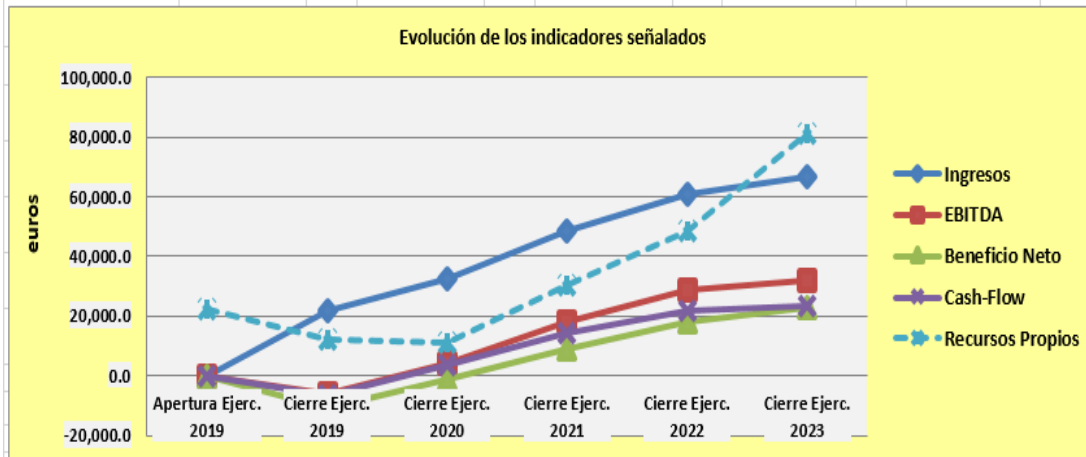
El balance de situación muestra que para el fin del ejercicio en 2023 muestra un activo no corriente de 1.09% y un activo corriente de 98.91%, con un patrimonio neto de 84.69% y unos recursos ajenos de 15.31%

#### **14.4 Análisis Económico-Financiero.**

El ratio de rentabilidad financiera ROE (Return on equity) muestra en los primeros dos años de ejercicio no serán significativos pero que para el final del ejercicio en 2023 será de un 28.10%. Mientras que el ratio de rentabilidad económica ROI (Return of investment) será de 32.69% en 2023. El EBITDA sobre ventas en el año 2023 será de 47.83%.

Los siguientes objetivos económicos-financieros reflejan las ventas, márgenes, beneficios y cash-flow en dólares.

<b>Año (o ejercicio económico)</b>	<b>Cierre ejerc. 2019 (1er año)</b>	<b>Cierre ejerc. 2020 (2do año)</b>	<b>Cierre ejerc. 2021 (3er año)</b>	<b>Cierre ejerc. 2022 (4to año)</b>	<b>Cierre ejerc. 2023 (5to año)</b>
<b>Ventas previstas (ingresos)</b>	21,646.5	32,469.8	48,704.6	60,880.8	66,938.9
<b>Crecimiento de Ventas</b>		50%	50%	25%	10%
<b>Margen bruto s/ ventas</b>	21,646.5	32,469.8	48,704.6	60,880.8	66,968.9
<b>EBITDA</b>	-5,855.4	3,936.1	17,836.2	28,621.5	32,033.7
<b>EBIT (o BAI)</b>	-9,999.4	-556.0	12,995.9	25,194.2	31,314.8
<b>Beneficio neto s/ ventas</b>	-10,581.4	-1,036.3	9,220.4	18,220.4	22,796.2
<b>Cash-flow económico</b>	-6,437.4	3,455.8	14,060.7	21,647.7	23,515.1



#### 14.5. Análisis de las inversiones.

En los años de ejercicio 2020 y 2021 se harán inversiones en mobiliario y equipos informáticos para acomodar personal nuevo contratado, con un aporte de tesorería de US\$ 1,148.00 en cada año. Mientras que en los años de ejercicio 2022 y 2023 los socios harán aportación para desarrollo I+D de US\$500.00 cada año, esta inversión será para desarrollar una nueva versión de la aplicación móvil que sea más útil y eficiente.

La rentabilidad del proyecto, dada por el VAN y el TIR muestran los siguientes resultados: Un VAN positivo de 17,888.46 y un TIR de 33.18%, haciendo el proyecto rentable con un plazo de recuperación de la inversión de 2.7 años.

## CAPÍTULO 15. Resumen Ejecutivo

### 15.1 ¿Qué es VACMIND?

VACMIND Es una aplicación para celulares al alcance de todos, que proporciona el esquema de vacuna de manera digital tanto para niños y adultos, siendo la solución a la problemática de pérdida importante de estos esquemas de vacuna, debido a uso obsoletos de tarjetas físicas que las personas pierden en nuestro país. Siendo los mismo usuarios parte de la solución.





## 15.2 Misión

Registrar de manera rápida, oportuna y segura las vacunas de la población en general.

## 15.3 Visión

Ser la mejor aplicación que registre de forma rápida, eficaz y oportuna las vacunas de la población en general.

## 15.4 Valores:

- Innovación
- Eficiencia
- Seguridad
- Responsabilidad
- Compromiso
- Ética



## 15.5 Propuesta De Valor Que Aporta VACMIND

### Ofrece:

A los usuarios de la salud registrar las vacunas aplicadas, dar un aviso oportuno para que puedas ir a tu próxima cita de vacunación y mantenerte informado y actualizado con respecto a las vacunas sus usos y contraindicaciones desde sus celulares.

- **Objetivos:** *Ser parte de la calidad óptima de salud en relación a vacunarse a tiempo*
- *Crear una red de vacuna entre los centros de vacunación y el usuario*
- *Promocionar el bienestar de salud*
- Posicionar a VACMIND en el mercado, como una empresa confiable y con garantía en sus servicios.
- Posicionar a VACMIND como la primera aplicación dominicana en ofrecer este servicio.
- Convertir la aplicación en un software de record único de vacunación, implementando una red de apoyo entre el sector público y privado a nivel nacional.

## 15.6. Analisis De La Competencia

No encontramos otra empresa en nuestro país que ofrezca este tipo de servicios.  
Público general, principalmente padres de familias.

## 15.7. ¿Cómo Se Vende?

### Canales de distribución:

De manera directa vía internet podrán descargar la aplicación por Google Play para celulares Android y Apple store para celulares Iphone, por el costo de US\$ 0.99, que es nuestro plan básico pero nuestros clientes podrán optar por nuestro plan o servicio Premium con un costo de US 5.00 el cual proporciona más beneficios a nuestro cliente incluyendo cuentas compartidas y más de un esquema de vacunación. Para comunicarse con nosotros: [vacmindrecord@outlook](mailto:vacmindrecord@outlook). o a través de nuestra página web [www.vacamind.com.do](http://www.vacamind.com.do).

Nuestra estrategia de promoción estará enfocada en proyectar VACMIND como una solución viable a la problemática que tienen nuestros clientes, que se caracteriza por la seguridad que le brindaremos. Para ello se optimizará el marketing online, potencializándose en redes sociales.

## 15.8. ¿Quiénes Trabajan?

### 15.8.1. Plan De Personas

### 15.8.2. Socios

Los socios y fundadores de la empresa constituirán el núcleo principal de decisión en forma de Consejo de Administración, en el que destaca la presencia de un CEO encargado del correcto funcionamiento de la junta y de la organización.

#### Visión de RRHH en los siguientes 5 años.

Puesto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gerente general	1	1	1	1	1
Programador y encargado de informática	1	1	2	2	3
Encargado de gestión humana y marketing	1	1	1	2	2
Encargado de contabilidad y Encargado de facturación	1	1	1	1	1
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>

#### Coste mensual de RRHH visión en 5 años (en dólares)

Puesto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gerente general	502.66	529.2	582.12	611.15	672.30
Programador y encargado de informática	302.41	317.1	697.6	366.23	402.84
Encargado de gestión humana y marketing	302.41	317.1	348.80	366.23	402.84
Encargado de contabilidad y Encargado de facturación	302.41	317.1	348.80	366.23	402.84
<b>Total</b>	<b>1146.07</b>	<b>1146.07</b>	<b>1306.93</b>	<b>1709.84</b>	<b>1880.82</b>

## 15.9. ¿Qué Inversión Precisa Y Rentabilidad?

### 15.9.1 Importe de inversión

Cada uno de los socios fundadores aportara una cantidad de 4,000 USD para conformar el capital inicial de Vacmind y las acciones serán distribuidas de manera equitativa por parte de los mismos (20 % para cada socio).

### 15.9.2. Financiación del proyecto

Solicitaremos un préstamo comercial a una institución bancaria de Republica Dominicana de US\$5,000.00 con una tasa de interés fijo de 12.5 a 5 años con 12 cuotas anuales de US\$ 112.5.

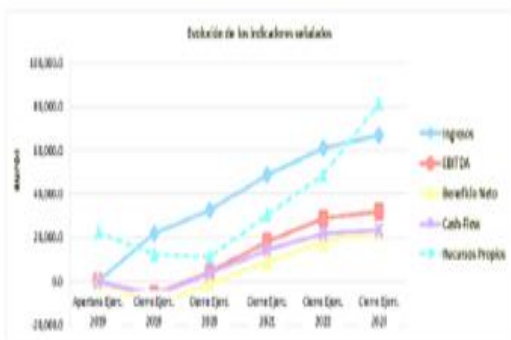
Año (o ejercicio económico)	Cierre ejerc. 2019 (1er año)	Cierre ejerc. 2020 (2do año)	Cierre ejerc. 2021 (3er año)	Cierre ejerc. 2022 (4to año)	Cierre ejerc. 2023 (5to año)
Ventas previstas (ingresos)	21,646.5	32,469.8	48,704.6	60,880.8	66,938.9
Crecimiento de Ventas		50%	50%	25%	10%
Margen bruto s/ ventas	21,646.5	32,469.8	48,704.6	60,880.8	66,968.9
EBITDA	-5,855.4	3,936.1	17,836.2	28,621.5	32,033.7
EBIT (o BAI)	-9,999.4	-556.0	12,995.9	25,194.2	31,314.8
Beneficio neto s/ ventas	-10,581.4	-1,036.3	9,220.4	18,220.4	22,796.2
Cash-flow económico	-6,437.4	3,455.8	14,060.7	21,647.7	23,515.1

### 15.10. Cronograma año 2019

<i>Actividades</i>	<i>En ero</i>	<i>Febr ero</i>	<i>ma rzo</i>	<i>abril</i>	<i>mayo</i>	<i>jun io</i>	<i>julio</i>	<i>ago sto</i>	<i>sept</i>	<i>oct</i>	<i>nov</i>	<i>dic</i>
<i>Trámites legales</i>												
<i>Elaboración página web y apps</i>												
<i>Contratación de personal</i>												
<i>Compra de equipos e inmobiliario e inventario</i>												
<i>Publicidad</i>												
<i>Apertura (lanzamiento del producto)</i>												

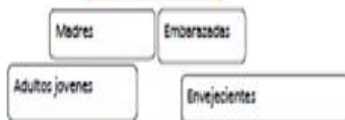
En conclusión, invertir VACMIND, es una inversión segura y confiable, una empresa que proporciona una herramienta para mejorar de las condiciones de nuestros clientes.

CAPÍTULO 16. One Page



Al alcance de todos

Principales provincias:  
Santo Domingo,  
Santiago, La Vega



PLAN DE MARKETING DE

VENTAS

Año (o ejercicio económico)	Cierre ejero. 2019 (1er año)	Cierre ejero. 2020 (2do año)	Cierre ejero. 2021 (3er año)	Cierre ejero. 2022 (4to año)	Cierre ejero. 2023 (5to año)
Ventas previstas	21,646.5	32,469.8	48,704.6	60,080.8	66,958.9
Crecimiento de		50%	50%	25%	10%
Margen bruto s/	21,646.5	32,469.8	48,704.6	60,080.8	66,968.9
EBITDA	-5,855.4	3,936.1	17,836.2	28,621.5	32,033.7
EBIT (o BAI)	-9,999.4	-556.0	12,995.9	25,194.2	31,314.8
Beneficio neto s/	-10,581.4	-1,036.3	9,220.4	18,220.4	22,796.2
Cash-flow económico	-6,437.4	3,455.8	14,060.7	21,647.7	23,515.1

Valor actual Neto (VAN) 17,888.46

Tasa Interna de Rentabilidad (TIR) 33.18%

Pazo de recuperación de la inversión de 3.27 años.



Problema. Ausencia de Sistema digital para documentar las vacunas, uso de tarjetas físicas que tienden a extraviarse.

Solucion: creación digital del esquema de vacuna tanto para niños como de adultos.

Visión:

Misión: Registrar de manera rápida, oportuna y segura las vacunas de la población en general

Ser la mejor aplicación que registre de forma rápida, eficaz y oportunas las vacunas de la población en general.

Fuerza de VACMIND



DATOS FINANCIEROS

Activo no corriente	US\$
Aplicaciones informáticas	\$2,00
Otro inmovilizado intangible	0.0
Gastos de I+D	\$105.
Mobiliario	\$450.
Instalaciones/ acondicionamiento	\$200.00
Equipos informáticos	\$2.61
TOTAL	\$15.3
	59.0

## CAPÍTULO 17. Bibliografía

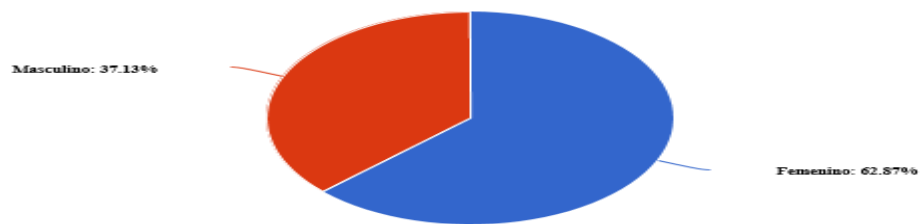
1. <https://www.one.gob.do/demograficas/estadisticas-vitales>
2. <https://www.diariolibre.com/noticias/salud/republica-dominicana-tiene-una-brecha-de-15-en-vacunas-EA9561789>
3. <https://www.one.gob.do/>
4. <http://www.sespas.gov.do/sec-pai>
5. <http://www.msp.gob.do/PAI/dlist/MATERIALES/VACUNAS%20DEL%20PAI.pdf>
6. Ley 87-01 7. Ley 47-01
8. <https://www.arsenasa.gob.do/>
9. <https://www.cdc.gov/spanish/especialescdc/vacunasadultos/index.html>
10. <http://www.msp.gob.do/>
11. <http://dgha.gob.do/>
12. <http://www.bancomundial.org/>
13. <https://www.visitarepublicadominicana.org/vacunas-para-republica-dominicana>
14. <http://www.sespas.gov.do/RD-registra-importantes-avances-en-control-de-enfermedades-prevenibles-con-vacunas>
15. <http://www.opd.org.do/index.php/analisis-politicas-publicas/591-salud-y-seguridadsocial-analisis-politicas-publicas/1891-2014-ano-de-crisis-para-el-sector-salud>
16. <http://www.formalizate.gob.do/>
17. [www.onapi.gov.do](http://www.onapi.gov.do)
18. <http://www.dgji.gov.do/Paginas/inicio.aspx>
19. [http://www.msp.gob.do/oai/Documentos/informes/INFO\\_GastoPublicoEnSalud2013\\_20140729.pdf](http://www.msp.gob.do/oai/Documentos/informes/INFO_GastoPublicoEnSalud2013_20140729.pdf)
20. <https://www.one.gob.do/>

## ANEXOS

## Capítulo 18. Anexos

### Resultados De Las Encuestas:

#### 1 Sexo



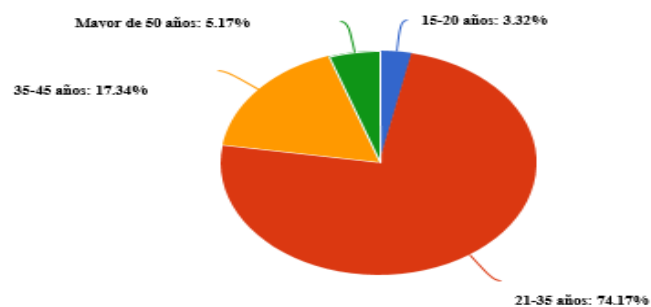
Respuesta	Porcentaje	Cantidad	Estadísticas
Femenino	62.87%	171	Total de participantes 272
Masculino	37.13%	101	Suma 0.00
Total de respuestas			Promedio 0.00
			Desviación Estándar 0.00
			Mínimo 0.00
			Máximo 0.00

#### Sexo.

En la encuesta realizada participaron un total de 272 de los cuales 171 fueron femeninas representando el 62.87%, mientras que 101 fueron del sexo masculino representando el 37.13% de la muestra encuestada.



## 2 Edad

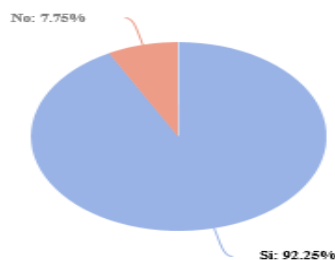


Respuesta	Porcentaje	Cantidad	Estadísticas
15-20 años	3.32%	9	Total de participantes 271
21-35 años	74.17%	201	Suma 0.00
35-45 años	17.34%	47	Promedio 0.00
Mayor de 50 años	5.17%	14	Desviación estándar 0.00
<b>Total de respuestas</b>			<b>271</b>
			Mínimo 0.00
			Máximo 0.00

### Edad.

De los 271 participante en la encuesta, 201 comprendían las edades de entre 21-35 años, representando el 74.17%, 47 comprendían las edades de entre 35-45 años representado el 17.34%, mientras que 14 eran mayor de 50 años representado solo el 5.17%, y 9 personas comprendían las edades de entre 15-20 representado tan solo el 3.32%.

### 3 ¿Usted esta vacunado?



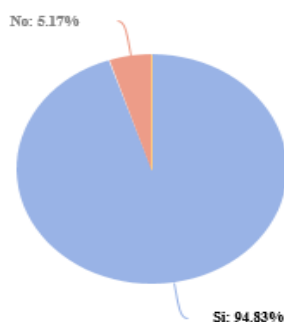
Respuesta	Porcentaje	Cantidad
Si	92.25%	250
No	7.75%	21
Total de respuestas		271

Estadísticas	
Total de participantes	271
Suma	0.00
Promedio	0.00
Desviación Estándar	0.00
Mínimo	0.00
Máximo	0.00

#### Usted está vacunado.

De las 271 participantes en la encuesta realizada un total de 250 expresaron estar vacunados representado el 92.25% mientras que 21 personas refirieron no están vacunados representado el 7.75% del total de la muestra.

### 4 ¿Sabe la importancia de las vacunas?



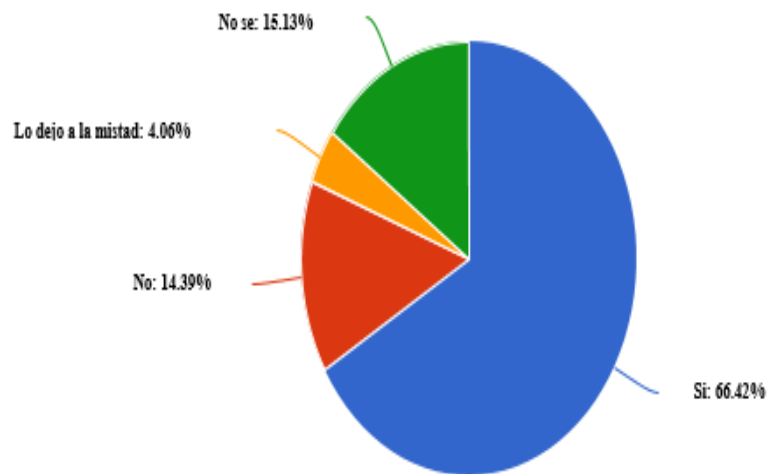
Respuesta	Porcentaje	Cantidad
Si	94.83%	257
No	5.17%	14
No me interesa	0.00%	0
Total de respuestas		271

Estadísticas	
Total de participantes	271
Suma	0.00
Promedio	0.00
Desviación estándar	0.00
Mínimo	0.00
Máximo	0.00

#### ¿Sabe la importancia de las vacunas?

En la encuesta realizada 257 personas refirieron conocer la importancia de las vacunas mientras que 14 personas expresaron no saber la importancia de las vacunas representando el 5.17% del total de la encuesta.

## 5 ¿Ha terminado un esquema de vacuna?

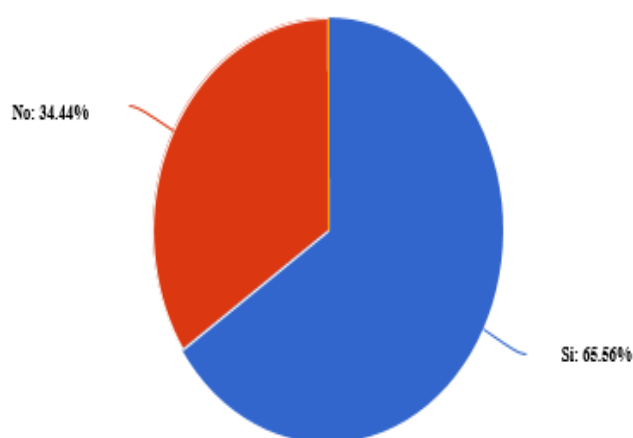


Respuesta	Porcentaje	Cantidad	Estadísticas
Si	66.42%	180	Total de participantes 271
No	14.39%	39	
Lo dejo a la mitad	4.06%	11	Suma 0.00
No sé	15.13%	41	Promedio 0.00
		<b>Total de respuestas</b>	Desviación estándar 0.00
		<b>271</b>	Mínimo 0.00
			Máximo 0.00

### ¿Ha terminado un esquema de vacuna?

De los 271 que participaron en la encuesta, 180 refirieron haber terminado el esquema de vacuna siendo este el 66.42%, 41 personas expresaron no saber si ha terminado algún esquema de vacuna representado el 15.13% de la encuestas, mientras que 39 personas refirieron no haber terminado el esquema de vacuna representando el 14.39% y por ultimo 11 personas expresaron haberlo dejado a la mitad siendo este tan solo el 4.06% del total de la muestra.

## 6 ¿Recuerda cuál fue su última vacuna?

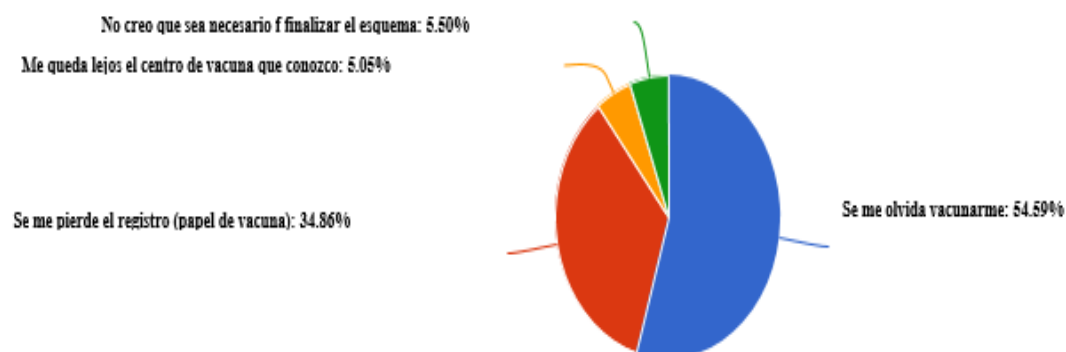


Respuesta	Porcentaje	Cantidad	Estadísticas
Si	65.56%	177	Total de participantes 270
No	34.44%	93	Suma 0.00
No me interesa	0.00%	0	Promedio 0.00
		<b>Total de respuestas</b>	Desviación estándar 0.00
		270	Mínimo 0.00
			Máximo 0.00

## ¿Cuándo fue su última vacuna?

En la encuesta realizada 177 personas refirieron acordarse de la fecha de la aplicación de su última vacuna representado el 65.56%, mientras que 93 de los encuestados dijo no saber la fecha de su última vacuna representando el 34.44% de la muestra encuetada.

## 7 ¿Cuál es su principal problema para completar su esquema de vacuna?

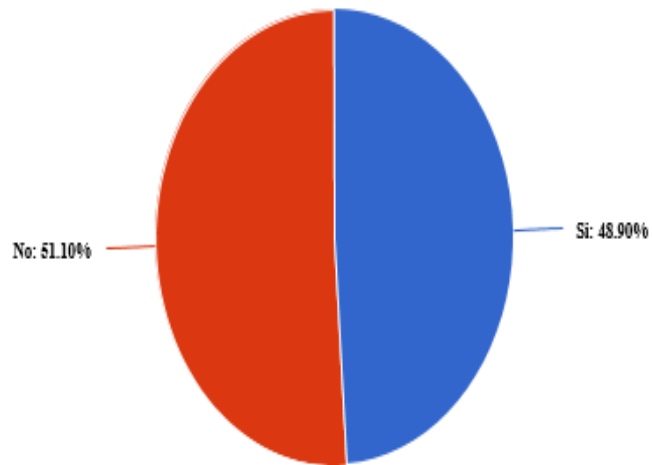


Respuesta	Porcentaje	Cantidad	Estadísticas
Se me olvida vacunarme	54.59%	119	Total de Participantes 218
Se me pierde el registro (papel de vacuna)	34.86%	76	Suma 0.00
Me queda lejos el centro de vacuna que conozco	5.05%	11	Promedio 0.00
No creo que sea necesario finalizar el esquema	5.50%	12	Desviación estándar 0.00
Total de respuestas		218	Mínimo 0.00 Máximo 0.00

### Principal problema al completar el esquema de vacunación.

De los 271 que participaron en la encuesta solo 218 personas respondieron esta variable, de estos 119 refirieron que no habían completado el esquema de vacunación porque se les olvidaba representado el 54.59%, 76 personas expresaron que se les perdía el registro de vacunación representado el 34.86% de la encuesta, mientras que 12 personas opinaron no creer necesario finalizar el esquema de vacunas representando el 5.50% y por último 11 personas expresaron que el centro de vacunas le queda lejos por eso no terminan su esquema de vacunación.

## ¿Usted tiene hijos?

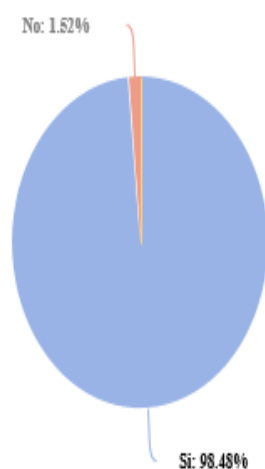


Respuesta	Porcentaje	Cantidad	Estadísticas
Si	48.90%	133	Total de participantes 272
No	51.10%	139	
Total de respuestas			272
			Suma 0.00
			Promedio 0.00
			Desviación Estándar 0.00
			Mínimo 0.00
			Máximo 0.00

### ¿Usted tiene hijos?

De los 271 que participaron en la encuesta, 139 refirieron no haber vacunado a sus hijos, representando el 51.10%, mientras que 132 personas refirieron si tenido hijos representado el 51.10% del total de la muestra.

## 9 ¿Usted vacuna a sus hijos?

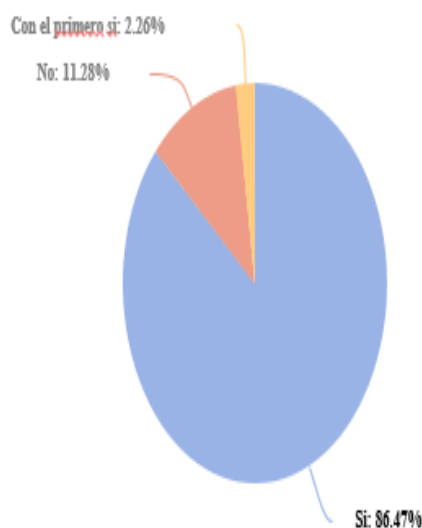


Respuesta	Porcentaje	Cantidad	Estadísticas
Si	98.48%	130	Total de participantes 132
No	1.52%	2	
No es importante	0.00%	0	
		<b>Total de respuestas</b>	<b>132</b>
			Suma 0.00
			Promedio 0.00
			Desviación estándar 0.00
			Mínimo 0.00
			Máximo 0.00

### ¿Vacuna a sus Hijos?

El 98.48% de los encuestados afirma que vacuna a sus hijos, afirmando la importancia que tienen las vacunas para la sociedad.

## 10 ¿Se le resulta fácil completar el esquema de vacuna de sus hijos?



Respuesta	Porcentaje	Cantidad	Estadísticas
Si	86.47%	115	Total de participantes 133
No	11.28%	15	Suma 0.00
Con el primero si	2.26%	3	Promedio 0.00
Total de respuestas		133	Desviación estándar 0.00
			Mínimo 0.00
			Máximo 0.00

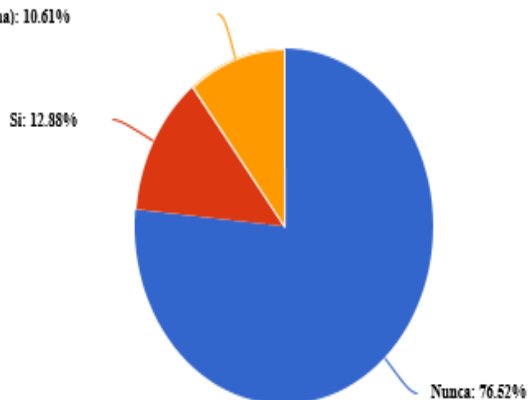
¿Se le resulta fácil completar el esquema de vacuna de sus hijos?

El 86.47% de los encuestados no tienen problema alguno para completar el esquema de vacuna, pero 11.28% de los encuestados no se le encontraron fácil y el 2.26% afirmaron que con el primer niño no fue tan sencillo. Hay Padres que con el ajetreo del día a día no se le resulta sencillo y se le complica si tienen más hijos.



## 11 ¿En alguna ocasión ha tenido problema con el registro de vacuna de sus hijos?

Se me perdió el registro (papel de vacuna): 10.61%



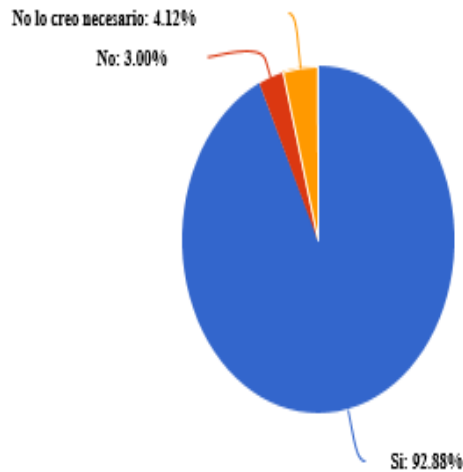
Respuesta	Porcentaje	Cantidad	Estadísticas
Nunca	76.52%	101	Total de participantes 132
Si	12.88%	17	
Se me perdió el registro (papel de vacuna)	10.61%	14	
Total de respuestas			132
			Suma 0.00
			Promedio 0.00
			Desviación Estándar 0.00

### ¿Ha tenido problema con el registro de vacuna de su hijo?

El 76.52 % afirma que nunca tuvo problema con el registro de vacuna de sus hijos, hay un 12.88 % afirma que si tuvieron problema con el registro de vacuna y el 10.61% afirma que se le extravió. Observándose que existe una necesidad y que podemos suplirla.

|

## 12 ¿Te gustaría tener un registro digital?



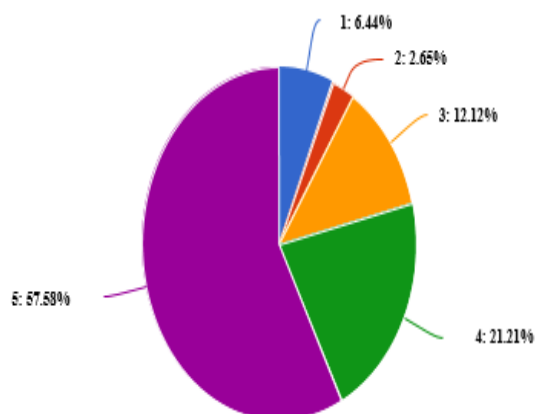
Respuesta	Porcentaje	Cantidad	Estadísticas
Si	92.88%	248	Total de participantes 267  Suma 0.00  Promedio 0.00  Desviación estándar 0.00
No	3.00%	8	
No lo creo necesario	4.12%	11	
		<b>Total de respuestas</b>	<b>267</b>

### ¿Te gustaría tener un registro digital?

El 92.88 % de los encuestados le gustaría tener un registro digital, comprobándose que nuestro producto supliría una necesidad de nuestros clientes

13 En una escala del 1 al 5, donde 5 es "muy interesante" y 1 es "nada interesante"

Le parece interesante vacmind

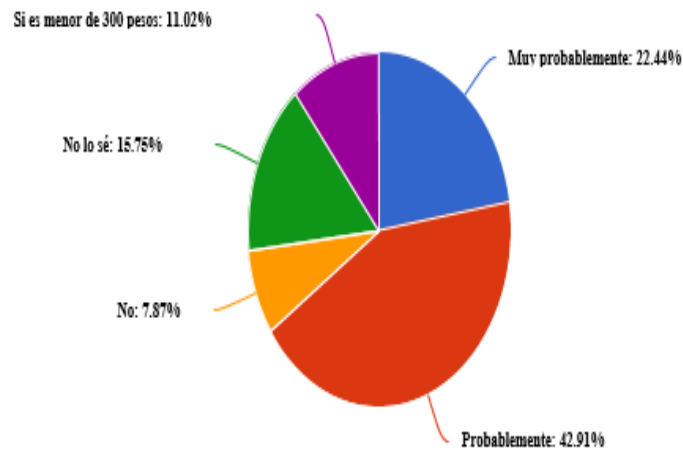


Respuesta	Porcentaje	Cantidad	Estadísticas								
1	6.44%	17	<table border="1"> <tr> <td>Total de participantes</td> <td>264</td> </tr> <tr> <td>Suma</td> <td>1111.00</td> </tr> <tr> <td>Promedio</td> <td>4.21</td> </tr> <tr> <td>Desviación estándar</td> <td>1.16</td> </tr> </table>	Total de participantes	264	Suma	1111.00	Promedio	4.21	Desviación estándar	1.16
Total de participantes	264										
Suma	1111.00										
Promedio	4.21										
Desviación estándar	1.16										
2	2.65%	7									
3	12.12%	32									
4	21.21%	56									
5	57.58%	152									
Total de respuestas			264								

¿La idea del Vacmind le parece interesante?

Es una pregunta en escala que evalúa la tentativas de las persona encuestadas, afirmándonos. Nuestro producto, VACMIND les parece interesante a las personas encuestadas demostrándose con un 57.58%

## 14 ¿Compraría este producto a un precio de 300 pesos?

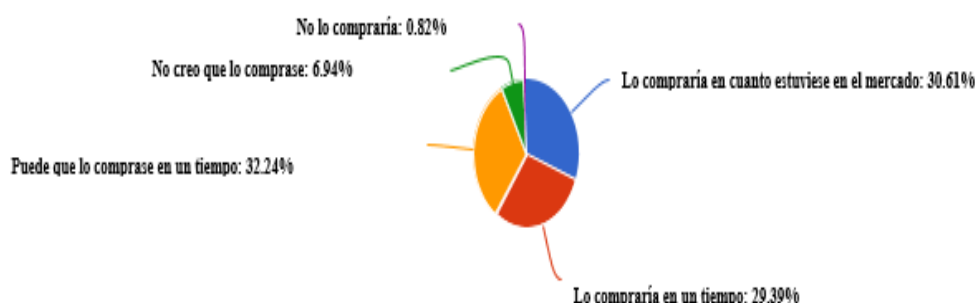


Respuesta	Porcentaje	Cantidad	Estadísticas
Muy probablemente	22.44%	57	Total de participantes 254  Suma 0.00  Promedio 0.00  Desviación estándar 0.00
Probablemente	42.91%	109	
No	7.87%	20	
No lo sé	15.75%	40	
Si es menor de 300 pesos	11.02%	28	

### ¿Compraría este producto a un precio de 300 pesos?

El precio propuesto de la aplicación es propicio para los usuarios confirmándose con el 42.91% de los encuestados

## 15 Partiendo de la base que el precio de este producto le pareciera aceptable... ¿Qué probabilidad hay de que lo comprase?



Respuesta	Porcentaje	Cantidad	Estadísticas
Lo compraría en cuanto estuviese en el mercado	30.61%	75	Total de Participantes 245
Lo compraría en un tiempo	29.39%	72	Suma 0.00
Puede que lo comprase en un Tiempo	32.24%	79	Promedio 0.00
No creo que lo comprase	6.94%	17	Desviación Estándar 0.00
No lo compraría	0.82%	2	

Partiendo de la base que el precio de este producto le pareciera aceptable... ¿Qué probabilidad hay de que lo comprase?

Aunque 32.24% personas encuestadas dudan de si lo comprarían o no, se ve interesada en el producto y eso lo confirma el 30.61% de los encuestados que afirman su compran y solo el 0.82% de las personas encuestadas afirma que no lo compraría.

**Entrevistas**

**PREGUNTAS**

**RESPUESTAS**

<p><i>¿Este Centro tiene Unidad o centro de vacunación?</i></p>	<p>1-Si 2-SI 3-SI 4-NO, se refiere a una UNAP u hospital 5-NO 6-SI 7-NO -NO COMO TAL, hay pediatra que ponen sus vacunas, con un permiso de salud publica 9-NO 10-si</p>
<p><i>¿Cuál es el mayor inconveniente que han tenido con el registro de vacuna?</i></p>	<p>1-hasta el momento ninguno 2-se pierde el registro a los padres 3-pérdida de tiempo cuando al padre se le olvida el registro o se le pierde -cuando se refiere a un centro público y se pierde la tarjeta no se encuentra en el libro y se pierde también la organización 5-NO TIENEN 6-Solo pérdida de tiempo por su registro 7-no por el momento -Al ser ellos que registran no tenemos inconvenientes 9-ninguno - cuando se vacuna en otro lugar y no trae la tarjeta el padre, se pierde tiempo creando otra nueva</p>
<p><i>¿Han Pensado alguna forma de solucionar esos inconvenientes?</i></p>	<p>1-hasta el momento nuestro sistema funciona 2-no, realmente el problema existe pero no se ha pensado en una solución como tal Contratar personal para que recuerde a los pacientes sobre sus citas. 4- No hemos llegado a una conclusión exacta. 5- no 6- sí, hemos intentado mejorar los registros pero ha resultado fallido. 7-no</p>

¿Sería factible tener un registro digital?

hemos intentado orientar a los padres y cada persona de la importancia de las vacunas y de mantener al día cada una.

9. realmente no.

10. Sí. Registrando todos los pacientes nuevos, pero no ha dado resultado.

-sería de mucha utilidad, y se puede apreciar en los centro que lo tienen.

No solo factible, ayudaría mucho, los tiempos cambian y la medicina avanza en todo sus sentido

3- es un paso al desarrollo, es avance

4-sí, Ahorraría tiempo

5-por supuesto que si

6-SI, y más si se pudiera a nivel publico

7-Si, es posible

Por consideraciones económicas en estos momentos no se puede, pero sería posible

9-claro que si

10-sí, sería factible.

¿Cuál es el beneficio de vacunar en un centro privado?

1-ahorro de tiempo , mejor servicio

2-Agilizar los procesos

3- más rapidez, mejor confort

4-organización, mejor control

5-seguridad, sería más rápido.

6-descongestion de los hospitales, agilización en el proceso

7-Mejor servicio, información precisa

8-Tiempo, servicio y mejor organización

-El paciente paga por los servicios y entre esos mejor información.

10- Calidad en todas sus funciones.