



MASTER EXECUTIVE GESTIÓN HOSPITALARIA

Proyecto de Empresa Servicios de Consultas Médicas a Domicilio



Sustentantes:

Belis Díaz
Elvia Almánzar
Haronid Vargas
Helen Encarnación
Osvaldo Moreno
Rosselis Trott

Asesor:

Carlos Zarco

Santo Domingo, Distrito Nacional
República Dominicana

ÍNDICE

1. PERFIL ORGANIZACIONAL DE DOMIDOCR.
 - 1.1 Descripción de la Organización.
 - 1.2 Misión
 - 1.3 Visión
 - 1.4 Valores.
2. VALIDACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO
3. ANÁLISIS DEL ENTORNO
 - 3.1 Entorno Político-Jurídico
 - 3.2 Entorno Cultural
 - 3.3 Entorno Económico
 - 3.4 Entorno Socio-Demográfico
 - 3.5 Entorno Tecnológico
 - 3.6 Entorno Medio Ambiental
4. ANÁLISIS DEL SECTOR
 - 4.1 Mercado objetivo (segmento de clientes).
 - 4.2 Desafíos Estratégicos-tendencias del mercado.
5. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA
 - 5.1 Competidores actuales
 - 5.2 Competidores potenciales
 - 5.3 Sustitutos
 - 5.4 Clientes
 - 5.5 Proveedores
6. ANÁLISIS INTERNO-DAFO
7. PLAN DE LA EMPRESA
 - 7.1 Definición del problema
 - 7.2 Solución planteada
 - 7.3 Problema/Oportunidad
 - 7.4 Grupos de interés y socios claves
 - 7.5 Definición de servicios /productos
 - 7.6 Actividades claves
 - 7.7 Ventajas competitivas
 - 7.8 Financiación
 - 7.9 Mapa de empatía
8. Plan de Marketing
 - 8.1 Público objetivo
 - 8.2 Planificación estratégica
 - 8.3 Producto/Servicio
 - 8.3.1 Consulta médica domiciliaria
 - 8.3.2 Plataforma web
 - 8.3.3 Toma de muestra domiciliaria
 - 8.3.4 Screening/Prueba de tamizaje
 - 8.3.5 Terapia de rehabilitación física
 - 8.3.5.1 Terapia física
 - 8.3.5.2 Cuidados paliativos para enfermedades crónicas o terminales
 - 8.4 Precio
 - 8.5 Distribución
 - 8.6 Comunicación
 - 8.6.1 Publicidad
 - 8.6.2 Ceremonia de apertura

- 8.7 Desarrollo de logotipo
- 8.8 Cronograma de acciones de marketing
- 8.9 Presupuesto marketing
- 9. Plan Operaciones
 - 9.1 Operaciones y procesos
 - 9.2 Servicios externos y recursos físicos
- 10. Equipo y plan de recursos humanos
 - 10.1 Socio
 - 10.2 Organigrama
 - 10.3 Previsiones de plantilla
 - 10.4 Descripción de puestos de trabajos
 - 10.5 Política Retributiva
- 11. Plan financiero
 - 11.1 Plan de Inversión
 - Activo fijos o inmovilizados
 - 11.2 Inmovilizado ficticio o gastos de imputación plurianual
 - 11.3 Inmovilizado inmaterial
 - 11.4 Inmovilizado material
 - 11.5 Inmovilizado financiero
 - Activo circulante
 - Existencias o stocks
 - Realizable (deudores)
 - Disponible (Tesorería)
 - 11.6 Plan de financiación
 - 11.7 Financiación propia o interna
 - 11.8 Financiación ajena o externa
 - 11.9 Cuenta de resultados
 - 11.10 Análisis económico financiero
 - 11.11 Análisis de las inversiones
 - 11.12 Flujo de efectivo
- 1.3 Rentabilidad
- 12. Gestión del Tiempo
- 13. Resumen ejecutivo
- 14. One Page
- 15. Referencias bibliográficas

1. PERFIL ORGANIZACIONAL DE DOMIDOCR.D.

1.1 DomiDocRD

El acelerado ritmo de vida en la población trae como consecuencia el deterioro de la salud física y mental, que se expresa en alteraciones orgánicas y cambios en el estado de humor, las relaciones interpersonales y la productividad laboral. Aunado a esto tenemos el hecho de las dificultades que supone este estilo de vida para disponer del tiempo suficiente que requiere la atención en consultas médicas en un centro de salud, esto trae como consecuencia retraso en el diagnóstico de enfermedades que pueden ser prevenibles o tratadas de forma temprana.

Nuestra empresa está basada en crear un espacio con las herramientas necesarias para brindarle a la población, servicios de consultas médicas a domicilio, desde una plataforma web de fácil acceso que les permita evitar los desplazamientos, las largas esperas innecesarias, solicitud de permisos laborales, gestionando de esta manera su tiempo y la atención médica personalizada, ajustada a sus horarios y necesidades.

1.2 Misión

Satisfacer de manera eficaz y eficiente las necesidades del cuidado de la salud integral, acompañando al paciente y su familia en la comodidad de su domicilio.

1.3 Visión:

Crear y sostener un sistema integral de salud privada, siendo reconocida como una empresa de servicios médicos confiable e identificados por el profesionalismo, la innovación y la satisfacción de nuestros pacientes.

1.4 Valores:

- Confidencialidad
- Confianza
- Responsabilidad
- Trato humano
- Profesionalismo

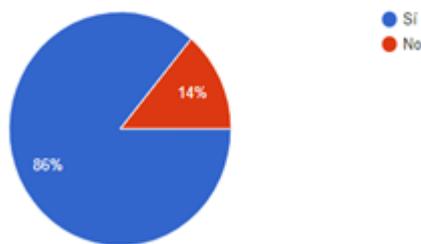
2. VALIDACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

Conclusión de validación vía encuesta web, de personas del territorio tomado como muestra:

1. El 41.9% dedica de 5 a 8 horas de trabajo y de 8-10 horas de trabajo diario, un 16.3% de los encuestados dedica más de 12 horas.
2. El 83.7% de los entrevistados respondió de manera positiva a recibir una consulta médica en la comodidad de su hogar
3. Confirmamos con los usuarios de la muestra que más de un 90.7% tiene acceso a computador e internet.
4. El 16.3% de los entrevistados tiene bajo su responsabilidad el cuidado de envejecientes.
5. Un 23.3% de los entrevistados necesita chequeos regularmente, por lo que el 76.7% sería una población viable para ofertarle chequeos médicos anuales.
6. El 46.9% de entrevistados manifiesta que necesita de 4-5 horas para una consulta y un 25% dice que lo obtiene de 2-3 horas.
7. 59.4 % se ha ausentado a una cita médica por falta de tiempo, mientras que un 28.1% se ha ausentado por la falta de flexibilidad en los permisos de sus respectivos trabajos, frente a menos de un 10% que se ausentó por falta de dinero.

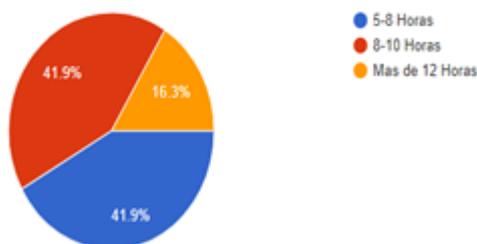
¿Se encuentra laborando actualmente?

43 respuestas



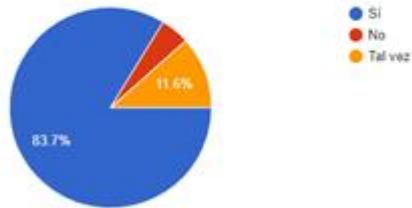
¿Cuántas horas al día le dedica a su trabajo?

43 respuestas



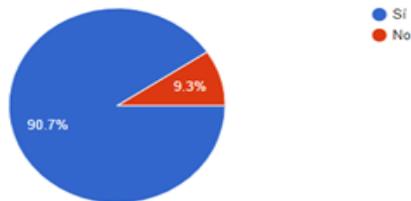
¿ Estaría dispuesto a recibir una consulta médica en la comodidad de su hogar?

43 respuestas



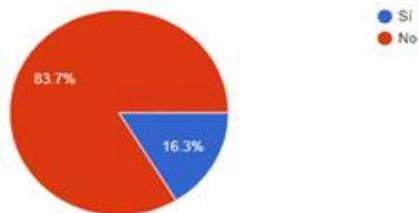
¿ Posee computador con acceso a internet?

43 respuestas



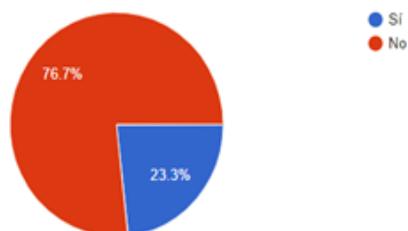
¿ Tiene a su cuidado adultos mayores (ancianos o envejecientes) con dificultad de movimiento?

43 respuestas



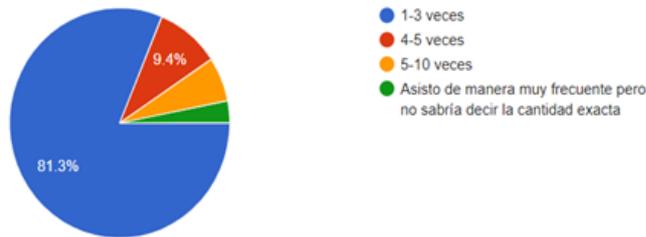
¿ Sufre de alguna enfermedad que requiera chequeos médicos frecuentes?

43 respuestas



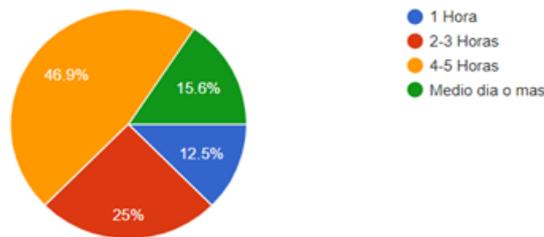
¿Cuántas veces al año asiste a una consulta médica?

32 respuestas



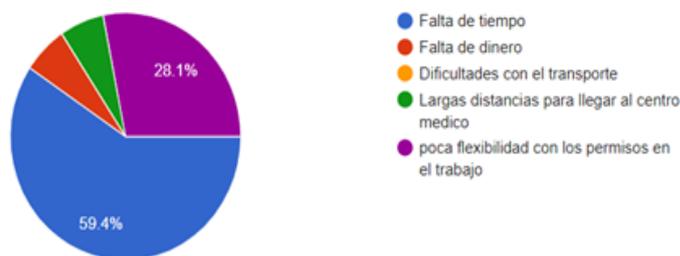
¿De cuanto tiempo debe disponer para asistir a una cita médica?

32 respuestas



La mayoría de la población, se ha ausentado a una cita médica. En su caso, ¿Qué situación le ha impedido visitar a su médico?

32 respuestas



2.1 Modelo de negocio

Lo innovador de este centro sería implementar medios digitales como página web y más adelante la creación de la aplicación para smartphones, para solicitar citas y visitas médicas a domicilio, reportes médicos, seguimientos clínicos, asociarse con clínicas especializadas y/o especialistas para que puedan continuar el seguimiento en los casos necesarios y asociación con laboratorios clínicos a domicilio para evitar traslados de los usuarios.

3. ANÁLISIS DEL ENTORNO

3.1 Entorno político-jurídico

La República Dominicana posee un sistema de gobierno parlamentario presidencialista. Se trata de una democracia representativa dividida en tres poderes constituyentes: el ejecutivo, el legislativo y el judicial.

El poder ejecutivo lo conforma el presidente de la República, que actúa como jefe de Estado y Gobierno, y el vicepresidente, elegidos por el pueblo para gobernar por un período de 4 años.

El poder legislativo se desarrolla en el Congreso Nacional, formado por el Senado, compuesto por 32 senadores representantes de las 31 provincias dominicanas más el Distrito Nacional; y la Cámara de Diputados. Todos elegidos también por votación popular para desempeñar sus funciones en un período de 4 años.

El poder judicial lo dicta la Suprema Corte de Justicia y es quien escoge a los jueces del resto de provincias.

La Ley General de Salud, en su Art. 100 establece que le corresponde al Ministerio de Salud Pública (MSP), la habilitación de las instituciones o establecimientos de salud, y trazar los lineamientos normativos generales para la acreditación, sobre la base de los cuales se dará cumplimiento a las funciones atribuidas en este Artículo.

El sector de la salud se ha estado reorganizando en el marco de la separación de funciones definida por la Ley 123-15, que contempla la desconcentración administrativa y funcional de los Servicios Regionales de Salud (SRS) del MSP, al igual que el Instituto Dominicano de Seguridad Social, creando así el Servicio Nacional de Salud (SNS). El Decreto 379/14 estableció que el MSP tiene las funciones de rectoría.

El SNS dispone de 1450 Centros de Primer Nivel de Atención (CPN), que constituyen la sede institucional y uno de los ámbitos de trabajo de una o varias UNAP. Además, cuentan con 1774 Unidades de Atención Primaria (UNAP) distribuidas en toda la geografía nacional y con 189 Centros Especializados de Atención a la Salud (CEAS), entre los cuales se encuentran 13 hospitales regionales, 35 hospitales provinciales, 122 hospitales municipales y 19 hospitales de referencia nacional. Estos nosocomios cuentan con la capacidad necesaria para prestar las atenciones indicadas en el Plan Básico de Salud (PBS) de forma costo-efectiva, a través de los convenios de gestión firmados por el Seguro Nacional de Salud (SENASA).

3.2 Entorno cultural

La cultura dominicana es una mezcla con influencias de la cultura española y africana. De donde vemos características folclóricas en la música, instrumentos, arte, literatura que han influido en el desarrollo de su económico, social y político.

La música y los bailes es uno de sus rasgos fundamentales, basada en el merengue. En cuanto a la gastronomía, su plato principal es “La Bandera” compuesto de arroz, habichuela, carne, ensaladas y plátanos fritos. También el sancocho que es como un cocido español, el pescado con coco, el chivo de Azua, yaniqueques, bollos típicos, y la predominancia de los víveres en las comidas dominicanas.

La asistencia de la población a las consultas médicas tiende a realizarse una vez la persona presenta síntomas o alguna enfermedad constituida. No existe una cultura de prevención de la salud, aún el Gobierno Dominicano cuente con programas de prevención y promoción de la salud.

3.3 Entorno económico

De acuerdo al documento “Panorama Económico y Social de la Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños, 2014”, publicado por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) en enero de este año, el gasto social de los gobiernos de América Latina ha experimentado aumentos considerables: en los años noventa, el gasto social en la región representaba un 13.8% del Producto Interno Bruto (PIB), mientras que en los años 2006-2007, alcanzó un 16.7%, y en 2012-2013, se logró una inversión social promedio del 19.1% del PIB, destinando alrededor de 685 mil millones de dólares a las inversiones sociales en la región.

En el caso de República Dominicana, esto fue posible, gracias al crecimiento del PIB, que, de acuerdo al documento de la CEPAL, fue de un 6%, situándonos junto a Panamá como las dos economías de mayor desarrollo en la región.

En cuanto a la variación en el nivel de precios, tanto para 2018 y 2019 se pronostican niveles inflacionarios en torno al 4%. A partir de 2020, se asume una evolución del crecimiento de los precios al consumidor igual al valor central del rango meta de inflación establecido por las autoridades.

En resumen, la economía de República Dominicana ha mostrado ser:

- 1ro. De rápido crecimiento;
- 2do. De rápida adaptación a las tendencias del mercado;
- 3ro. Muy abierta y, por consiguiente, expuesta a impactos de las crisis de la economía mundial; pero también, con capacidad para aprovechar las ventajas que se abren en ese ámbito;
- 4to. Con riesgos de impactos de desastres naturales (ciclones), pero avanzamos en la dirección de una mejor gestión de esos riesgos;
- 5to. Se levanta rápido de las caídas y retoma su senda de crecimiento potencial (en torno a 6%);
- 6to. De manera sostenida, es una economía que ha venido de menos a más, logrando que el país haya dejado atrás, condiciones muy penosas en su nivel medio de desarrollo (seis décadas atrás, éramos la economía más pobre de la región, incluso, más pobre que Haití, según algunas fuentes internacionales); en los actuales momentos se hace necesario una reorientación del modelo económico.

3.4 Entorno socio demográfico

El estrato geográfico más habitado es la Ciudad de Santo Domingo, con el 33.5% de la población total, seguido del Resto urbano con el 28.5% de población. Con respecto a la estructura de la población por grupos quinquenales de edad. Por otro lado, la población de 15 a 64 años de edades constituye el 66.9% de la población; mientras que la de 65 años y más el 8.1%.

De acuerdo a los resultados de la encuesta, alrededor de 67 de cada 100 personas entre los 5 y 29 años de edad (67.0%) están asistiendo a una escuela, colegio o universidad. Con respecto a la zona de residencia, la urbana presenta una proporción de personas de 5 a 29 años de edad que asiste a la escuela, colegio o universidad de alrededor de tres puntos porcentuales por encima de la zona rural (67.8% y 63.5%, respectivamente). En cuanto a la información por estrato geográfico, El Resto urbano (68.6%) representa la mayor prevalencia de asistencia escolar entre las personas de 15 a 29 años, seguida de la ciudad de Santo Domingo, 67.8%

República Dominicana tiene una esperanza de vida de 75.67 años, una tasa de natalidad de 18,6 nacimientos/1.000 habitantes y una tasa de mortalidad de 6,13 muertes por cada mil habitantes.

3.5 Entorno tecnológico

Conforme a los resultados de esta investigación, el 12.8% de la población de 5 años y más de edad manifestó tener al menos un tipo de computadora. Mientras que aproximadamente el 70% de la población de referencia (69.3%) tenía al menos un teléfono celular en el año 2017.

Por región de residencia, los residentes de la Región Metropolitana son los que en mayor medida tienden más a poseer algún tipo de computadora (16.3%). Por otro lado, la Región Cibao Norte es la que presenta la mayor proporción de personas que posee teléfono (72.2%).

Una tendencia similar se presenta en el grupo socioeconómico familiar, pues a medida que se analizan niveles socioeconómicos más altos, mayor la proporción de personas que poseen estos dispositivos.

Se percibe que, a nivel de zona de residencia y estrato geográfico, el uso de esos dispositivos o del servicio de Internet se acrecienta conforme aumenta el grado de urbanización o aglomeración de la población. A su vez, los datos indican que los residentes de la Región Metropolitana utilizan más las computadoras (48.2%).

El principal uso dado al Internet fue para actividades de redes sociales, lo que fue manifestado por el 67.8% de los usuarios en el año 2011. El segundo uso más frecuente manifestado fue para actividades de educación o aprendizaje, con un 66.4% y el tercer uso declarado con más frecuencia fue para chats o mensajería instantánea (63.8%).

3.6 Entorno medio ambiental

Según el Ministerio de Economía dominicano que el año pasado el país solo utilizó un 16.7% de energía renovable en el sector eléctrico, mientras el consumo de los derivados del petróleo alcanzó un 70%.

En términos del grupo socioeconómico familiar, se observa que 67.0% de los hogares del grupo Muy bajo elimina sus desechos sólidos mediante la recogida del ayuntamiento; en ese mismo grupo se aprecia que 20.1% de los hogares quema sus desechos sólidos, mientras que del grupo Alto 93.4% de los hogares elimina sus desechos sólidos mediante la recogida de los ayuntamientos. En general, se observa que 16.9% de los hogares separa los desechos orgánicos; 14% separa los de vidrio y 6.3% los de plástico, siendo estos tres los desechos que más se clasifican en el país.

En términos de zona de residencia, la proporción de hogares de la zona urbana que separa los desechos orgánicos es 15.1%, frente 24.2% en la zona rural. También es mayor la proporción de hogares en la zona rural que separa vidrios (17.8%) que en la zona urbana (13.1%).

Con el objetivo de trabajar en el diseño de políticas para el manejo de los residuos sólidos a nivel particular en cada uno de los municipios, el Ministerio de Medio Ambiente con apoyo de la Cooperación Japonesa (JICA), está implementando el proyecto que se llama Fortalecimiento de la Capacidad Institucional en Materia de Residuos Sólidos.

En atención a estos desafíos el Estado Dominicano se dotó de la ley 57-07, La misma constituye el marco regulador de todas las formas de generación energética que tengan un carácter renovable, completo o mixto y que representen un beneficio a la nación en forma de reducción de contaminación y ahorro de divisas.

4. ANÁLISIS DEL SECTOR - VALORACIÓN DEL MERCADO

Durante nuestro análisis pudimos concluir que las personas no disponen de tiempo para esperar 3-5 horas un médico y en su mayoría también por la falta de flexibilidad en los permisos de sus trabajos.

TAM - Total Addressable Market (Mercado total o direccionable)

El área seleccionada para nuestro proyecto de negocio es una ciudad en constante crecimiento con una población de ingresos estable, entre los estatus sociales medio/alto. La cantidad de personas en el área del proyecto es de 965,040 de los cuales 801,621 tiene edad para trabajar, en ese mismo orden, 372,228 es la población económicamente activa, siendo esta cifra nuestro universo total.

SAM - Serviceable Available Market (Mercado que podemos servir)

El mercado de las consultas médicas a domicilio es todavía en un territorio poco explorado en nuestra nación, por lo tanto, no se encuentra disponibles estudios previos de manera confiable y actualizados. Por tal medida, nuestra empresa ha realizado una inferencia con los datos suministrados por el Servicio Regional Metropolitano con las cantidades de consultas.

Para el año 2018 se realizaron un total de 2,288,826 consultas en el sector público, considerando al sector privado esta cifra puede alcanzar los 2,500,000. Con esta cifra podemos inferir que el 4% son consultas a domicilio para un total de 75,000 consultas al año, que sería siendo en resumidas cuentas nuestro SAM.

SOM - Serviceable Obtainable Market (Mercado que podemos conseguir)

Con los datos recopilados por el TAM y SAM nuestro proyecto de negocio con su trayectoria marcada, servicios disponibles, área de cobertura, plan de marketing y nuestro plan estratégico, se podrá captar para el primer año el 2% del mercado, para un total de 1,500 consultas. Para el segundo año, en plena etapa de fidelización, la cifra aumentará en un 3.5%, para un total de 2,625 consultas.



TAM	• 372,228 Personas
SAM	• 75,000 consultas al año
SOM	• 1,500 Consultas

4.1 Mercado objetivo (segmento de clientes)

- Población clase media-alta con restricciones de tiempo para espera en centros de salud.
- Población envejeciente con dificultades para dirigirse a los centros de salud.
- Pacientes post quirúrgicos o con secuelas de patologías neurológicas que requieran algún tipo de terapia.

4.2 Desafíos Estratégicos-tendencias del mercado

- Fallos en servicios de electricidad, electrónicos e internet que afecten nuestro APP y funciones de nuestras instalaciones.
- Cambios legislativos y normativos que no permitan una consulta en el domicilio.
- Subida de precios en materias primas y de servicios comparado con los competidores del mercado.
- Inflación.

5. ANALISIS DE LA COMPETENCIA

5.1. Competidores actuales

Empresas	Característica del producto	Precio	Distribución	Publicidad
	<p>Asistencia de consultas telefónicas 24 horas /7 días de la semana. Servicio domiciliario prestado desde 8:00 am hasta 9:00 pm.</p>	No están definidos en la página web.	Santo Domingo	Online, Prensa.
	<p>Consultas médicas Cobertura dental Transporte ambulancia Asistencia telefónica Atención domiciliar de emergencia laboratorio</p>	<p>Verde: 375 (7.4 US) al mes Roja: 500 (9.5 US) al mes Azul: 675 (12.8 US) al mes</p>	Santo Domingo	Online
	<p>Consultas médicas a domicilio Terapias Laboratorio Medicación Enfermería</p>	No están definidos en la página web.	Santo Domingo	Online

	<p>Consultas médicas especializadas. Tamizaje para prevención de enfermedades crónicas no transmisibles. Terapia de rehabilitación física. Cuidados paliativos para enfermedades crónicas o terminales.</p>	<p>Consulta médica: 50-70 US\$ Rehabilitación: 60-75 US\$ Tamizaje: 20 US\$ Pago por servicio.</p>	<p>Santo Domingo</p>	<p>Online, Prensa, Prensa especializada, publicidad directa.</p>
---	--	---	----------------------	--

5.2 Competidores potenciales

En República Dominicana contamos con empresas dedicadas a las evaluaciones médicas o a través de salud ocupacional con vigilancias médicas anual o bianual y evaluación en el proceso de reclutamiento de la empresa (pruebas de preempleo), algunas se dedican en menor parte a las consultas médicas privadas o centro de estudios diagnósticos, pero no lo realizan de manera domiciliaria.

5.3 Sustitutos

Nuestros sustitutos serían:

1. Clínicas y hospitales que ofrezcan estos servicios de consulta domiciliarias.
2. Médicos independientes.

5.4 Clientes (compradores)

TIPO DE CLIENTE	CARACTERÍSTICAS
Población adulta	Clase media alta, con riesgo de enfermedades crónicas, poco tiempo para esperar en consulta regular
Población envejeciente	Clase media alta, requieren cuidados paliativos o con imposibilidad de movimientos

5.5 Proveedores

- Empresas de tecnología
- Empresa de materiales de soporte médico.
- Laboratorio clínico.
- Empresa de transporte (Uber, Cabify, Apolo taxi, ProMed)

6. Análisis Interno-DAFO

	DEBILIDADES	FORTALEZAS
ORIGEN INTERNO	<ul style="list-style-type: none"> -No contar con la infraestructura para los servicios médicos. -Falta de experiencia en este nuevo modelo. 	<ul style="list-style-type: none"> -Servicios de registro clínico en línea a través de una página web. -Atención médica (fisiatría, geriatría y medicina general) a domicilio con una entrega de reporte clínico digital que detalle la condición de salud del individuo y recomendaciones de referimiento médicos. -Facilidades a aquellos pacientes que no cuentan con 4 a 5 horas para realizar una cita médica y acudir a un centro de salud. -Servicios de laboratorio clínico a domicilio.
	AMENAZAS	OPORTUNIDADES
ORIGEN EXTERNO	<ul style="list-style-type: none"> - Inflación -Subida de precios en materias primas y de servicios comparado con los competidores del mercado -Cambios legislativos y normativos que no permitan una consulta en el domicilio -Fallos en servicios de electricidad, electrónicos, e internet que afecten nuestro APP y funciones de nuestra empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> -Ingresar en un nuevo nicho en el mercado dominicano. -Atender necesidad clave de un sector de clientes. -Asociarnos a competidores para enriquecer sus servicios. -El paciente tendrá el acceso a su historial médico.

7. PLAN DE LA EMPRESA

7.1 Definición del problema

El acelerado ritmo de vida en la población provoca una falta de tiempo que dificulta las visitas de los usuarios al médico para realizar las consultas. Esto ocasiona como consecuencia retraso en el diagnóstico de enfermedades que pueden ser prevenibles o tratadas de forma temprana y por consecuencia una complicación o enmascaramiento de la patología base.

7.2 Solución planteada

Debido a esta problemática, identificamos que con la creación de DomidocRD proporcionaremos visitas médicas domiciliarias donde se realizaría una evaluación médica completa con posibilidad de realización de analíticas, EKG, estabilización, cuidados paliativos y terapia física que será manejado de forma digital a través de una página Web donde el paciente tendrá acceso a su reporte, factores de riesgo, recomendaciones, seguimiento de citas y referimientos a subespecialistas o clínicas de ser necesario.

7.3 Problema-Oportunidad

La falta de tiempo supone un problema de salud para algunos dominicanos, que no le permiten flexibilidad en el día a día, y por las largas listas de espera, el tráfico caótico y la falta de parqueos en centros médicos ya genera un estrés que lo limita de buscar servicios médicos, estas visitas a domicilio proveerán al paciente de la libertad de tomar sus citas médicas en horario y lugar que le sea más factible dentro de nuestra red de alcance, con una atención médica integral de laboratorios clínicos, EKG, terapias físicas, cuidados paliativos y transportación a los diversos centros médicos de referimientos afiliados a nosotros.

7.4 Grupos de interés y socios claves

- Centros médicos privados a quienes podríamos referir los pacientes que ameriten un nivel más complejo de atención como los internamientos.
- Médicos especialistas, colegiados y certificados.
- Empresas de transporte especializados o no en salud (Uber, Cabify, Apolo taxi, Promed, etc.).
- Laboratorios clínicos y centros de estudios diagnósticos.
- De nuestros socios claves obtendremos la base de datos de sus clientes, acceso a su página web y actualización de nuestra base de datos.
- Otro socio clave sería nuestro proveedor de servicios de mantenimiento de servidores y de la plataforma.

7.5 Definición de servicios /productos

- Atención médica integral y especializada a domicilio con profesionales de la salud cualificados.
- Entrega de reporte clínico que detalle la condición de salud del individuo y recomendaciones de referimientos médicos para aquellos casos que lo amerite.
- Gestión de toma de muestra a domicilio para la realización de analíticas en general.
- Cuidados paliativos y estabilización.
- Terapia física a domicilio especialmente para pacientes con patologías osteo-musculares o con secuelas de enfermedades neurológicas.

7.6 Actividades claves

- Consultas médicas especializadas.
- Tamizaje para prevención de enfermedades crónicas no transmisibles.
- Terapia de rehabilitación física.
- Cuidados paliativos para enfermedades crónicas o terminales.

Para llevar a cabo estas actividades claves debemos crear una plataforma web organizada, cómoda y que garantice confidencialidad de datos, donde los clientes puedan expresar sus necesidades obteniendo una respuesta y en lo posible, una solución oportuna.

Es fundamental estar constantemente atentos a cualquier tipo de queja, sugerencia o incongruencia que encontremos acerca de nuestra aplicación, para actualizarla y mejorarla en virtud de las necesidades de nuestros usuarios, oportunidad que tendremos una vez iniciado nuestros servicios.

7.7 Ventajas competitivas

Con la plataforma web el usuario tendrá a su disposición el acceso a su información personal, evaluaciones clínicas realizada con nosotros, con sus conclusiones médicas y tratamientos médicos prescritos, además podrá realizar su cita médica para la fecha y horario de su mayor conveniencia dentro de la zona de alcance. Esto supondrá una ventaja por encima de las demás empresas que brindan servicios similares.

7.8 Financiación

- El usuario tendrá todo el acceso al catálogo de servicios disponibles en línea, tales como: Historial clínico, evolutivo de analíticas, pruebas pendientes, recomendaciones, referimiento, tratamiento médico, catálogo de personal médico, información general de la empresa, etc.
- Pago directo recibido de los clientes de acuerdo al servicio o paquete seleccionado. Los pagos se harán a través de PayPal, transferencias bancarias o tarjetas de crédito.

Además, se realizarán:

- Medios publicitarios: la página web es un excelente medio publicitario para que laboratorios y médicos especialistas promocionen sus servicios. El cobro del mismo será por margen porcentual de los clicks de cada anuncio.
- Convenios: laboratorios clínicos, medios de transporte, especialistas y clínicas, por cada paciente que utilice sus servicios a través de nuestra empresa se nos otorgará una comisión.

7.9 Mapa de empatía

El mapa de empatía tiene por objetivo describir el cliente, a través de la misma, te puedes “poner en los zapatos” de tu cliente para, así, poder ajustar tu producto o tu servicio a sus intereses reales. Para conocer mejor a nuestro segmento de clientes, hemos tomado a dos entrevistados al azar.



→ **Andrés** es un gestor hospitalario que trabaja en el sector público, aunque nació en el interior del país, ha vivido toda su vida adulta y profesional en la ciudad capital. su vida es muy agitada debido a todos los procesos burocráticos que lleva a cabo, por tal motivo se siente agotado y ha sentido una merma en su salud, como conoce el sector público de la salud, no le convence la atención de la misma por la larga espera y déficit de insumos. Está al día con las noticias del ambiente político del país, el cual lo estresa junto con su trabajo, por tal motivo, escucha música típica que lo relaja bastante. Se ve a sí mismo como un buen gestor de la salud y le encanta la vestimenta formal. Teme por una recaída de su salud, debido al estrés, pero no cuenta con el tiempo suficiente para acudir a un centro médico. Desea en un futuro ocupar un alto cargo directivo, pero sin descuidar a su familia y salud.



→ **Dianny** es una joven promotora de proyectos que también es ama de casa y madre de niños pequeños. Actualmente se encuentra realizando una maestría de gerencia, le gusta la televisión local y viaja con frecuencia, pues ayuda a su familia en una empresa de agencia de viajes. Se visualiza a sí misma como una persona trabajadora, optimista y buena madre; le gusta hablar de viajes y temas relacionados con la maternidad, le encanta la vestimenta informal pues se siente más cómoda. Le molesta rotundamente el perder clases por la falta de tiempo, de igual forma, siente que no tiene suficiente tiempo para su familia. La familia y su vida profesional son necesidades que no puede cumplir a cabalidad, por tal razón a dejado en segundo plano sus chequeos médicos de rutina.

Como nos presenta nuestro estudio del mapa de empatía, el tiempo con el que disponen nuestros clientes está muy saturado, con la terrible necesidad de posponer o inclusive cancelar sus citas médicas, produciendo así complicaciones agudas y crónicas que pudieron ser prevenidas.

8. PLAN DE MARKETING

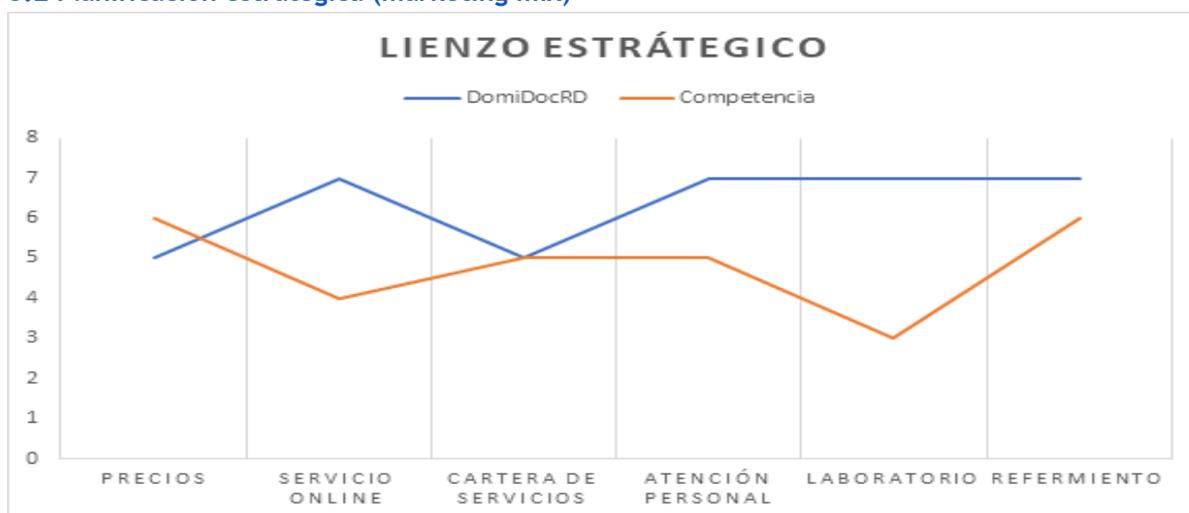
8.1 Público objetivo

DomiDocrd en su modelo de negocio plantea un servicio de consultas médicas a domicilio y otros servicios de screening (laboratorios clínicos, EKG, estudios diagnósticos), consulta especializada, terapia física y cuidados paliativos, mediante la solicitud realizada previamente por el usuario a través de la plataforma web. Estos servicios estarán dirigidos a nuestra población objetivo, la cual está segmentada de la siguiente manera:

- Población clase media- alta y alta.
- Población envejeciente.
- Pacientes que requieran de un cuidado paliativo.
- pacientes con necesidad de terapia física.

Según los resultados en nuestra validación de mercado, la cual nos favorece con los resultados obtenidos en las encuestas las cuales arrojan que el 59.4% de la población se ha ausentado a citas médicas por falta de tiempo, De los cuales el 28.1% indican que esta carencia se daba por la poca flexibilidad en los permisos y por las responsabilidades sujetas a su posición, cargo en sus respectivos trabajos o deberes familiares.

8.2 Planificación estratégica (marketing mix)



8.3 Producto/ servicio

DomiDocrd contará con un personal capacitado, apto para brindar servicios médicos a domicilio que cubran las necesidades del paciente, respetando siempre su integridad y espacio, ofreceremos una gama amplia de servicios, dentro de los cuales como principal se destacan:

8.3.1 Consulta médica domiciliaria:

Esta consistirá, en una consulta médica desde la comodidad de su casa, mediante médicos generales y especializados altamente capacitados y calificados, los cuales harán la evaluación médica con su respectivo reporte de historia clínica y resultados de analíticas en la plataforma. Y darán al usuario las orientaciones de los pasos a seguir después de la consulta por ejemplo en el caso de que este necesite un referimiento o acudir a un centro médico.

8.3.2 Plataforma web:

Este es un servicio que funcionará mediante la suscripción del usuario, una vez creada su cuenta, pretende que el usuario tenga acceso a su historial médico, tratamientos prescritos, reporte de los resultados de laboratorios e imágenes, así como también podrá realizar sus citas médicas y expresar sus necesidades, inquietudes o dudas de alguna condición médica o del servicio.

8.3.3 Toma de muestra a domicilio:

Este servicio será utilizado en caso de que el usuario solicite alguna prueba de laboratorio, se le realizará desde la comodidad de su hogar mediante la disponibilidad de un laboratorio asociado con nosotros o con cita vía la plataforma en caso de que pueda trasladarse.

8.3.4 Screening / pruebas de tamizaje:

Para detectar y prevenir a tiempo enfermedades, desconocidas por el usuario. (test de O` Sullivan, toma de presión arterial, EKG, etc)

8.3.5 Terapias de rehabilitación física:

Son terapias con el fin de mejorar la condición del paciente, las impartirá un terapeuta certificado.

8.3.5.1 Terapias Físicas:

ofrece un tratamiento terapéutico no farmacológico para el diagnóstico, prevención y tratamiento de múltiples condiciones o enfermedades crónicas y agudas mediante los medios físicos como son el ejercicio manual, electroterapia, magnetoterapia, ultrasonoterapia, calor, Frío, agua, etc. Útiles para pacientes con dificultad de movilidad, en el tratamiento de enfermedades degenerativas del aparato de sostén y locomotor y para lesiones ocurridas por accidentes y cirugías. Son de gran ayuda para pacientes que han sufrido accidentes cerebrovasculares, para el manejo de las secuelas neurológicas.

8.3.5.2 Cuidados paliativos para enfermedades crónicas o terminales:

La cual consistirá en el seguimiento de las enfermedades terminales y crónicas. Con los cuidados para el alivio de los síntomas, dolor y estrés dando calidad de vida al usuario y su familia.

Se incluye lo siguiente:

- Seguimiento en toma y administración de medicamentos para controlar los síntomas.
- Apoyo emocional.
- Orientación para la toma de decisiones médicas.
- Seguimiento y control con que todas sus necesidades estén siendo atendidas.

8.4 Precio

Establecer los términos y condiciones de pago de nuestros servicios con nuestros usuarios es de importancia para nuestra empresa, porque nos caracterizamos en mantener la transparencia en nuestros acuerdos relacionados con los intereses económicos y la calidad del servicio. Contribuyendo así a establecer la confianza requerida entre nosotros y el usuario.

En nuestra política de precio se establecerá lo siguiente:

Nuestro precio inicial será evaluado con los de los competidores para establecer, un precio asequible y razonable que nos permita penetrar y darnos a conocer en el mercado de una manera más rápida.

Existirán descuentos de 10% dependiendo el paquete, la cantidad y los servicios solicitados.

Productos	Precio Unitario
Consultas	\$ 50.00
Consultas más screening	\$ 65.00
Consultas de rehabilitación	\$ 75.00
Cuidados paliativos	\$ 25.00
Screening	\$ 20.00
Publicidad Web (por visitas)	\$ 16.67

Estaremos aliados con laboratorios clínicos de los cuales recibiremos 15% de los servicios solicitados. Al igual que con los medios de transporte del que recibiremos 10% y de los centros y clínicas 15%.

8.5 Distribución

Pretendemos que nuestros productos y servicios lleguen a nuestros usuarios mediante plataforma web y redes sociales.

El servicio será solicitado por el usuario a través de la plataforma web, donde luego de su suscripción tendrá acceso a su información e historial médico, así como también solicitará el servicio requerido expresando sus necesidades, sintomatología presentadas, resultados clínicos y evolución.

También somos una empresa que distribuye sus servicios por medio de traslados de personal médico hacia la ubicación actual del paciente. Se requerirá de servicios de transporte para traslados del personal médico, el cual se obtendrá mediante acuerdos y asociaciones.

8.6 Comunicación

Para lograr enviar el mensaje de nuestro producto, se idearon varios canales de comunicación teniendo en cuenta el perfil del segmento de clientes que hemos priorizado. Los canales seleccionados serán descritos en breve:

8.6.1 Publicidad

Para llegar a nuestro target de clientes tenemos que trabajar con dos modalidades diferentes, la publicidad tradicional (offline), y la publicidad online. Con nuestra encuesta, confirmamos que más de un 90.7% tiene acceso a computador e internet, por tal motivo, la publicidad online es una fuerte herramienta de diseminación de la información, apoyado desde la publicidad directa de la página web, hasta la publicidad difundida en las diferentes redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, Snapchat). Con el uso de las redes sociales se podrán responder comentarios que nos proporcionaría más información de nuestra clientela y ofrecer contenidos relevantes en diversos formatos multimedia.

Otro soporte fundamental en la publicidad directa por medio de los promotores, equipo encargado de difundir de manera directa el catálogo de servicios de DomiDocRD, mediante la entrega de la información oportuna en forma de publicidad escrita y verbal. De igual forma, este equipo se encargará

de presentar el producto en eventos de salud a nivel nacional, con la finalidad de expandir el rango de distribución de la información.

8.6.2 Ceremonia de apertura

Mediante un brindis de apertura del proyecto, se busca reunir en un solo lugar a potenciales actores de medio que pueden producir un efecto de sinergismo, mediante alianzas, externalización de servicios y apertura de un nuevo segmento de clientela. En ese momento se planea convocar a periodistas especializados y no especializados en las noticias de índole salud, para así con el uso de sus medios publicitarios (revistas, periódicos, blogs, redes) difundan aún más los beneficios de nuestro proyecto.

8.7 Desarrollo del logotipo



Debido al ajetreado estilo de vida moderno, un segmento de la población no tiene la asistencia médica requerida, por falta de tiempo para asistir a las consultas y sus respectivos seguimientos. Esa es la razón, por la cual, nuestro logotipo refleja la solución a esa problemática, mediante consultas en la comodidad de su hogar. Simple en su visualización, pero eficaz, el logotipo transmite por sí solo da la razón de ser de nuestro proyecto.

El nombre del proyecto es un acrónimo formado por Domi, para referirnos de forma corta al domicilio donde nuestros clientes van a recibir cómodamente el servicio. Doc, aunque tiene una connotación que se entiende que es para doctores en medicina, en realidad refleja al equipo de profesionales en la salud que van a suministrar de manera oportuna y eficaz el servicio a domicilio. Por último, las siglas RD, que denotan su nacimiento y distribución de servicios en nuestro país natal, República Dominicana.

8.8 Cronograma de acciones de marketing

Para un resultado más eficaz de la campaña de marketing, se propone el siguiente cronograma de actividades para despegar de manera organizada el abanico de los diferentes canales de marketing a utilizar para nuestros clientes finales.

Cronograma de acciones

Actividades	Etapa inicial 1-4 meses				Fidelización. Años 1, 2,3,4				Crecimiento y desarrollo. Años 5, 6, 7, 8			
	1	2	3	4	e-f-m	a-m-j	j-a-s	o-n-d	e-f-m	a-m-j	j-a-s	o-n-d
Publicidad Online												
Publicidad Offline												
Ceremonia de apertura												
Eventos y relaciones												
Benchmarking												

8.9 Presupuesto marketing

Del capital financiero que cuenta nuestra empresa, se ha destinado la suma de US\$ 10,000.00 para la promoción de nuestros servicios, repartidos de la siguiente manera:

- Promoción online: US\$2,000.00
- Promoción offline: US\$500.00
- Ceremonia de apertura: US\$5,000.00
- Eventos y relaciones de negocios: US\$1,000.00
- Benchmarking: US\$1,500.00

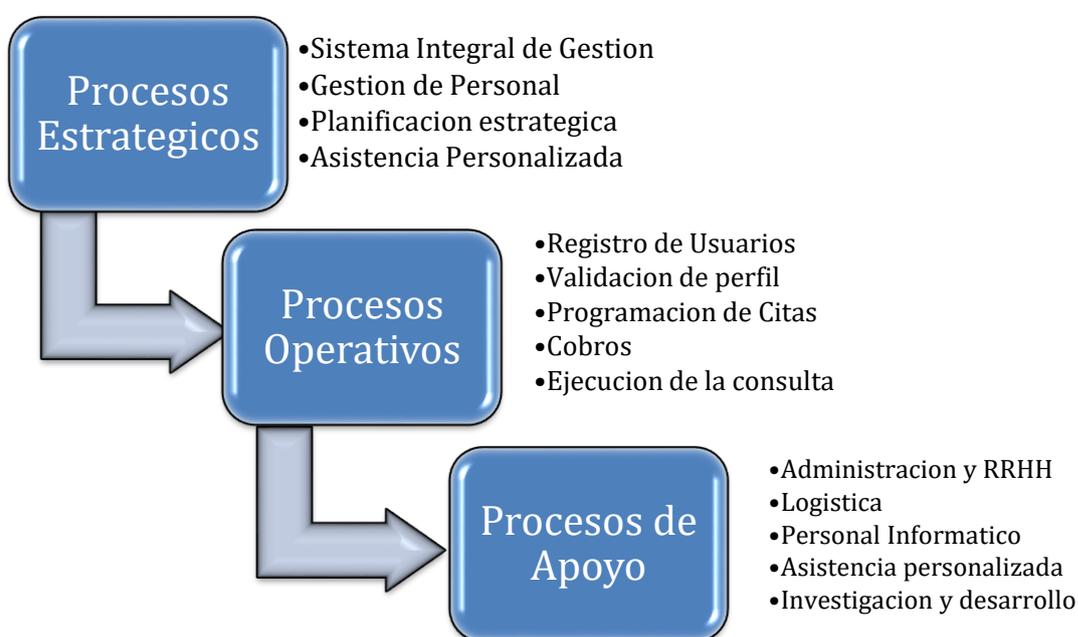
9. PLAN DE OPERACIONES

DomiDocRD está orientado a promulgar el desarrollo de una una estructura operativa que sea moderna y flexible que le permita adecuarse a los cambios en el mercado y a la demanda de sus clientes adaptándose a los horarios y necesidades.

Nuestro servicio está soportado principalmente en una plataforma tecnológica donde se gestionan la programación de citas, registro del usuario y sus dependientes, validación, cobro y luego se realizará la consulta médica en la comodidad de su hogar o en el lugar elegido por nuestro cliente. La plataforma será gestionada por médicos que estarán apoyados por medios eficientes para la ejecución oportuna de las operaciones.

8.1 Operaciones y procesos

Los procesos estratégicos de DomiDocRD están orientados a la gestión estratégica y al marketing. Esto conlleva a la elaboración de una plataforma web y posterior a su aceptación éxito, la implementación de una aplicación para móvil, para brindar un servicio más cómodo y vanguardista a todas las personas con acceso a internet.



Descripción de procesos	
Proceso	Descripción
Registro de usuario (perfil)	<p>A través de la internet mediante nuestra página web, los usuarios se registraron con sus:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Datos personales (nombre completo, edad, sexo, ocupación, etc). • Breve historia clínica (alergias, antecedentes patológicos

	<p>personales y familiares, prescripción medicamentosa actual, etc.)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Motivo por lo cual hace la cita/padecimiento actual. ● Podrá ingresar todos sus dependientes en el momento que desee.
Validación de perfil	Mediante cédula de identidad y electoral, NSS, dirección, telefono, correo electrónico, tarjeta de crédito o Paypal; y pago de registro único de la plataforma.
Programación de citas	<p>La persona después de la validación y pago de registro único podrá escoger el día y la hora que más le convenga. La cita es de 45 hasta 60 minutos por persona. Quien solicita la cita debe estar preparado a recibir el personal 10 minutos antes de la hora pautada. De lunes a domingos: 3 horarios:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 6:00 am - 9:00 am ● 1:00 pm - 3:00 pm ● 6:00 pm - 8:00 pm <p>Especificar dirección de casa u oficina donde desea recibir la atención y especificar la persona del núcleo que recibirá la atención. Esto es para cita de primer vez, ya de continuidad será a coordinación de quien le asista y el cliente.</p>
Cobro	Se efectuará según el servicio solicitado o el paquete escogido por el usuario. -Cuando los pacientes solicitan análíticas, ser realizara cita con el laboratorio clínico para que asista en la brevedad y de esta forma completar el screening.
Ejecución de la consulta médica	<p>El personal definido según cada caso estará en el lugar de la cita 10 minutos antes de la hora pautada. Los que solicitan screening lo tendrán listo en la plataforma, disponible para imprimir y valorar por los asistentes. Los que solicitaron EKG, se les realizara en el momento.</p> <p>Teniendo todo a mano el personal asistencial procederá con la evaluación, historia clínica y revisión del paciente completa.</p> <p>Se les informará el resultado final de su evaluación, referimiento o continuidad en caso de ser necesario.</p>

8.2 Recursos externos y físicos

El local donde tendremos nuestros mobiliarios y equipos será alquilado con aproximadamente 250 M2 con un costo de unos US\$7,454.17. Estos recursos físicos y externos fueron cuantificados según las necesidades de nuestra empresa.

Detallamos los costos de operaciones:

Equipos	Costo	Año 1	
		Cantidad	Total
Ordenadores	\$ 500.00	5	\$ 2,500.00
Impresora	\$ 150.00	2	\$ 300.00
Lámparas	\$ 40.00	5	\$ 200.00
Trituradora de papel	\$ 100.00	1	\$ 100.00
Zafacones	\$ 20.00	5	\$ 100.00
Escritorios	\$ 137.50	5	\$ 687.50
Sillas	\$ 47.33	5	\$ 236.67
Estante/ Archivero	\$ 90.00	2	\$ 180.00
UPS	\$ 40.00	5	\$ 200.00
Nevera 24"	\$ 450.00	1	\$ 450.00
Microondas	\$ 100.00	1	\$ 100.00
Costo Desarrollo Web	\$ 1,600.00	1	\$ 1,600.00
Costo Mantenimiento Web y App	\$ 400.00	1	\$ 400.00
Constitución de la Compañía	\$ 400.00	1	\$ 400.00

10. EQUIPO Y PLAN DE RECURSOS HUMANOS

DomidocRD inicialmente no necesitará de una gran cantidad de recursos humanos para su funcionamiento, en virtud de que ha sido concebido como oferta de servicios de manera virtual. Nuestro capital humano primordial y eje central de la empresa, lo constituyen los médicos que llevarán a cabo las consultas domiciliarias con una infraestructura compuesta en sus inicios por expertos en tecnologías de la informática, community manager o gestor de comunidad de internet.

La dirección de la empresa, planificación y gestión de la calidad serán actividades llevadas a cabo por los socios fundadores. La gestión de finanzas, contabilidad y asesoría en asuntos legales será subcontratada con personal externo. Se generarán los perfiles de puesto para las funciones claves de la empresa, tanto para aquellas que serán desempeñadas por los socios fundadores, como aquellas con asesoría externa.

10.1 Socios

DomidocRD contará con 6 socios capitalistas que fueron los creadores de la idea. La financiación se realizará a través de líneas de crédito y préstamos bancarios.

Socios	Tipos	Aportaciones
Helen Encarnación	Inversionistas	\$1500.00
Osvaldo Moreno	Inversionistas	\$1500.00
Haronid Vargas	Inversionistas	\$1500.00
Elvia Almánzar	Inversionistas	\$1500.00
Rosselis Trott	Inversionistas	\$1500.00
Belis Díaz	Inversionistas	\$1500.00

Nuestros socios claves:

- Laboratorios Clínicos
- Ministerio de Salud Pública (MSP)
- Centros médicos/ Clínicas privadas
- Asilos de ancianos
- Compañías de transporte

Requisitos legales:

La identidad que asumió legalmente la empresa teniendo en cuenta, a su titularidad y la responsabilidad de los propietarios en términos legales, es lo que definirá la forma jurídica de la misma, valorando para ello los instrumentos y alternativas que nos proporciona la disciplina del Derecho.

En base a la Ley General de Sociedades Comerciales y Empresas Individuales de Responsabilidad Limitada No. 479-08, modificada por la Ley 31-11, se reconocen y se regulan distintos tipos de sociedades, siendo una Sociedad Anónima Simplificada (SAS), dotada de una libertad contractual y constituida por cinco (5) socios, con un capital social de USD\$ 100,000.00. La administración de la misma residirá en un Consejo de Administración.

10.2 Organigrama



10.3 Previsiones de plantilla

Gasto Recursos Humanos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Directora Ejecutiva o Gerente general	1	1	1	1	1
Encargado de mercadeo	1	1	1	1	1
Encargado de recursos humanos	1	1	1	1	1
Soporte Técnico	1	2	2	3	3
Secretaria	1	2	3	3	3
Total	5	7	8	9	9

10.4 Descripción de puestos de trabajo

Director Ejecutivo

<p>Funciones:</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Velar por el cumplimiento de los objetivos estratégicos. ● Administración de gastos. ● Manejo y control de presupuestos. ● Proyecciones y monitoreo financiero ● Representar institucionalmente al Centro, gestionando activamente acciones con públicos y privados. ● Liderar la elaboración del Plan Anual de Gestión del Centro y someterlo a consideración de los inversionistas. ● Gestionar la eficacia, eficiencia, monitoreo y transparencia del centro.
<p>Estudios:</p>	<p>Licenciatura en administración de empresas, mercadeo o Doctor en medicina con especialización en administración de centros de salud o gerencia en salud.</p>
<p>Experiencia:</p>	<p>Mínima de dos años (02) en:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Experiencia en la Gestión de centros de salud.
<p>Conocimientos:</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Capacidad de redacción de informes técnicos. - Capacidad para organizar personal a cargo. - Dominio del idioma Inglés a nivel: intermedio - Conocimiento de Microsoft Office
<p>Competencias Requeridas:</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Habilidad de Negociación. - Sólida Formación en Valores - Capacidad para trabajar en equipo.

<p>Funciones:</p>	<ul style="list-style-type: none"> · Confeccionar escrituras públicas, para la sociedad o para los activos de la sociedad dueña de la empresa · Atender y resolver consultas o requerimientos de información de funcionarios de la empresa. · Revisar que las liquidaciones se efectúen de acuerdo a lo estipulado por la legislación laboral. · Redactar los contratos de trabajo con el personal, alquiler de propiedad de la empresa y acuerdos de confidencialidad. · Velar porque los requerimientos fiscales sean siempre cumplidos.
<p>Estudios:</p>	<p>Licenciatura en Derecho</p>
<p>Experiencia:</p>	<p>Mínima de <i>dos años (02)</i></p>
<p>Conocimientos:</p>	<p>Indispensable el dominio de los códigos de comercio, trabajo, tributario, y el urbano, así como también debe de conocer de litigios administrativos.</p>
<p>Competencias Requeridas:</p>	<p>Debe de contar con una mentalidad analítica para respaldar las decisiones legales, así como una actitud investigativa y conocer la jurisprudencia anteriormente mencionada.</p>

Coordinador de Equipo Medico

<p>Funciones:</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Garantizar que la información y comunicación interna del establecimiento sea permanente y oportuna lo mismo que adecuada para los usuarios. ● Supervisar la calidad y calidez de la prestación de los servicios de salud brindados a la población. ● Velar por el registro adecuado de la información en las diferentes unidades del establecimiento de salud. <p>Garantizar que el cuerpo médico de la empresa cumpla con los requisitos académicos y legales para la prestación de servicios.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Coordinar la formación continua de los médicos de la empresa. ● Supervisar los reportes de servicios a domicilio llevados a cabo por los médicos generales y especialistas. ● Negociaciones con socios claves y nuevas empresas que se interesen en nuestros servicios.
-------------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> • Coordinar estrategias enfocadas en la vision y mision institucional.
Estudios:	Doctor en medicina con maestría en gerencia hospitalaria.
Experiencia:	Mínima de <i>dos años (02)</i>
Conocimientos:	<ul style="list-style-type: none"> • Paquete de microsoft office. • Conocimientos de manejo de personal. • Gestión de centros de salud públicos y privados. • Redacción de informes técnicos.

Administrador Web / soporte técnico

Funciones:	<p>Optimizar la arquitectura de la página, portales y sitios web. Liderar la administración dinámica y óptima y la actualización de los sitios. Investigar y sugerir nuevas formas de emprendimiento y de alcance al público. Trabajar en proyectos web en coordinación con todo el equipo. Colaborar en el manejo de las redes sociales y el Engagement rate. Prever cualquier fallo del sistema o plataforma para su pronta corrección, sin que se afecten los servicios a brindar.</p>
Estudios:	Ingeniería Informática
Experiencia:	Mínima de <i>tres años (03)</i>

Conocimientos:	El webmaster debe contar con una experiencia sólida en seguridad de aplicaciones web, optimización de motores de búsqueda y un entendimiento básico del marco legal para cumplir con las normas vigentes. Debe tener capacidades interpersonales, conocimiento de estructuras corporativas
Competencias Requeridas:	Conocimientos técnicos y visión estratégica con algo de creatividad. Por esta razón, el webmaster debe poseer un perfil técnico y, al menos, un buen conocimiento de estándares web. <ul style="list-style-type: none"> · HTML · Javascript · CSS · XML

10.5 Política retributiva

PUESTO	SALARIO BRUTO ANUAL	VARIABLE BRUTO ANUAL
Directora Ejecutiva o Gerente general	US\$ 2,000.00	US\$ 2,600.00
Encargado de mercadeo	US\$ 1,266.67	US\$ 1,616.67
Encargado de Recursos Humanos	US\$1,666.67	US\$ 2,166.67
Soporte técnico	US\$1,012	US\$ 1,100.00
Secretaria	US\$ 833	US\$ 1,083.33

11. PLAN FINANCIERO

Después de haber desarrollado nuestro negocio, modo operativo, inversores y estructura de DomiDocRD estaremos desarrollando un periodo de revisión de 5 años para verificar la viabilidad y rentabilidad del negocio.

Previsión de ingresos

En nuestro proyecto de negocios, para un correcto desenvolvimiento y desarrollo del mismo, lo hemos planeado en un lapso de 5 años, teniendo como referencia principalmente por ahora, el centro urbano de la ciudad de Santo Domingo y Distrito Nacional. Teniendo en cuenta la prestación de servicios a vender y el mercado objetivo, además de incluir factores macroeconómicos como el 5% de inflación y el 18% de Impuesto sobre transferencias de bienes industrializados y servicios (ITBIS); se ha realizado la siguiente previsión de ingresos por servicios.

Volumen de Ventas (Unidad)					
Productos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Consultas	\$62,007.50	\$78,115.00	\$82,025.00	\$100,470.00	\$105,485.00
Consultas más screening	\$24,807.25	\$31,271.50	\$32,818.50	\$40,166.75	\$42,211.00
Consultas de rehabilitación	\$16,511.25	\$20,846.25	\$21,866.25	\$26,775.00	\$28,113.75
Cuidados paliativos	\$16,532.50	\$20,825.00	\$21,866.25	\$26,796.25	\$28,135.00
Screening	\$39,683.95	\$49,987.50	\$52,486.87	\$64,303.64	\$67,517.12
Publicidad Web (por visitas)	\$50.00	\$1,076.67	\$1,119.17	\$1,374.17	\$1,445.00
Total	\$160,392.45	\$202,121.91	\$212,182.04	\$259,885.81	\$272,906.87

11.1 Plan de inversión

- **Inmovilizado o activo fijo**

El conjunto de bienes y derechos adquiridos de DomiDocRD que van a permanecer de manera duradera. Subdividido para más exactitud del dato en tipos de inmovilizaciones: ficticio, inmaterial y material. Estos son estudiados en manera anual, en un lapso propuesto de 5 años.

11.2 Inmovilizado ficticio o gastos de imputación plurianual

Gastos de la empresa para iniciar las operaciones.

Tiempo: años/ Material	1	2	3	4	5
Consultoría de trámites legales	\$100.00	-	-	-	-
Habilitación de servicios	\$100.00	-	-	-	-
Consultoría diseño de marca	\$110.00	-	-	-	-
Consultoría de transporte	\$90.00	-	-	-	-
Total	\$400.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Fuente propia.

11.3 Inmovilizado inmaterial

Patrimonio intangible de la empresa.

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Patrimonio intangible de la empresa	\$13,500.00	\$14,175.00	\$14,883.75	\$15,627.94	\$16,409.33

Fuente propia.

11.4 Inmovilizado material

En República Dominicana tenemos en vigencia la ley 11-92 que regula el código tributario donde estipula que los bienes materiales tienen 3 categorías de depreciación. Detallamos con su proyección a 5 años:

Costo de Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipos	\$5,054.00	\$1,570.00	\$784.80	\$784.80	\$3,650.00
Material de oficinas y otros suministros	\$4,320.00	\$4,320.00	\$4,320.00	\$4,320.00	\$4,320.00
Total	\$9,374.00	\$5,890.00	\$5,104.80	\$5,104.80	\$7,970.00

Fuente propia.

11.5 Inmovilizado financiero

En las inversiones financieras permanentes para la constitución y función del proyecto de negocio de DomiDocRD, tenemos lo siguiente:

Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Depósito de Alquiler Inicial	\$1,200.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Local-Renta fija	\$600.00	\$654.00	\$712.86	\$777.02	\$846.95
Electricidad	\$70.00	\$76.30	\$83.17	\$90.65	\$98.81
Telefonía e Internet	\$120.00	\$130.80	\$142.57	\$155.40	\$169.39
Limpieza	\$150.00	\$163.50	\$178.22	\$194.25	\$211.74
Servicios exteriores	\$4,100.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,300.00	\$1,000.00
Marketing	\$7,250.00	\$750.00	\$750.00	\$750.00	\$500.00
Total	\$13,490.00	\$2,774.60	\$2,866.82	\$3,267.32	\$2,826.89

Fuente propia.

11.6 Plan de financiación

DomiDocRD estará tomando una financiación inicial de sus socios inversores y lo que nos permitirá cubrir los gastos de apertura de nuestra empresa para ofrecer los servicios ya estipulados. Hemos previsto cubrir todas las necesidades mediante el capital aportado por los socios y financiación externa.

11.7 Financiación propia o interna

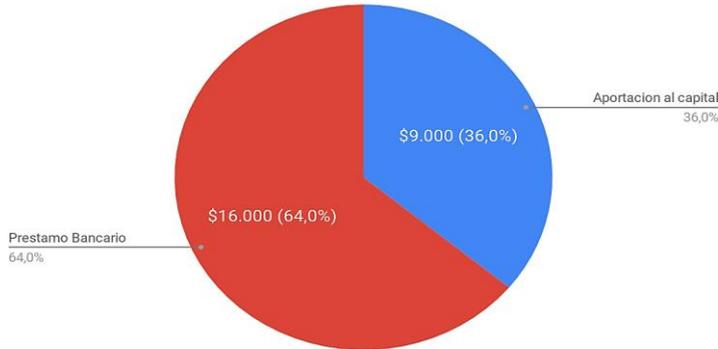
El capital social será aportado entre todos los socios de la compañía. Dicho capital cubrirá el 36% de las necesidades totales de fondos.

11.8 Financiación ajena o externa

El resto de la financiación necesaria se prevé de forma externa con un préstamo bancario a una tasa de un 18% de interés con una duración de 3 años. Dadas las perspectivas y los márgenes previstos, dicha financiación se considera suficiente y perfectamente asumible por la compañía.

En la siguiente gráfica mostramos la financiación inicial del proyecto:

Financiación Inicial



Financiación						
Financiación Propia	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Aportaciones al Capital	\$9,000.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Financiación Ajena						
Préstamo	\$16,000.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total	\$25,000.00	\$ -				

Fuente propia.

11.9 Cuenta de resultados

CUENTA DE RESULTADOS FUNCIONAL PRESUPUESTADA					
DomiDocRD	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS	\$160,392.45	\$202,121.91	\$212,182.04	\$259,885.81	\$272,906.87
Consultas	62,007.50	78,115.00	82,025.00	100,470.00	105,485.00
Consultas más screening	24,807.25	31,271.50	32,818.50	40,166.75	42,211.00
Consultas de rehabilitación	16,511.25	20,846.25	21,866.25	26,775.00	28,113.75
Cuidados paliativos	16,532.50	20,825.00	21,866.25	26,796.25	28,135.00
Screening	39,683.95	49,987.50	52,486.87	64,303.64	67,517.12
Publicidad Web (por visitas)	850.00	1,076.67	1,119.17	1,374.17	1,445.00
GASTOS DIRECTOS	\$(44,254.00)	\$(37,765.00)	\$(38,759.55)	\$(40,928.29)	\$(45,455.66)
Depósito de Alquiler Inicial	\$(1,200.00)				
Renta fija	\$(7,200.00)	\$(7,560.00)	\$(7,938.00)	\$(8,334.90)	\$(8,751.65)
Gastos de servicios fijos	\$(4,080.00)	\$(4,284.00)	\$(4,498.20)	\$(4,723.11)	\$(4,959.27)
Equipos	\$(5,054.00)	\$(1,570.00)	\$(784.80)	\$(784.80)	\$(3,650.00)
Material de oficinas y otros suministros	\$(4,320.00)	\$(4,536.00)	\$(4,762.80)	\$(5,000.94)	\$(5,250.99)
Marketing	\$(8,500.00)	\$(5,640.00)	\$(5,892.00)	\$(6,456.60)	\$(6,434.43)

Patrimonio intangible de la empresa	\$ (13,500.00)	\$ (14,175.00)	\$ (14,883.75)	\$ (15,627.94)	\$ (16,409.33)
Constitución de la compañía	\$ (400.00)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
MARGEN DIRECTO	\$ 116,138.45	\$ 164,356.91	\$ 173,422.49	\$ 218,957.52	\$ 227,451.21
GASTOS DE PERSONAL	\$ (89,580.33)	\$ (120,328.17)	\$ (137,598.62)	\$ (160,558.62)	\$ (167,539.43)
SERVICIOS EXTERIORES	\$ (8,500.00)	\$ (5,640.00)	\$ (5,892.00)	\$ (6,456.60)	\$ (6,434.43)
Desarrollo software (app + web)	\$ (1,600.00)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Mantenimiento software	\$ (4,800.00)	\$ (5,040.00)	\$ (5,292.00)	\$ (5,556.60)	\$ (5,834.43)
Gastos de Imputación Plurianual	\$ (2,100.00)	\$ (600.00)	\$ (600.00)	\$ (900.00)	\$ (600.00)
EBITDA	\$ 18,058.12	\$ 38,388.74	\$ 29,931.87	\$ 51,942.30	\$ 53,477.36
AMORTIZACION INMOVILIZADOS	\$ (353.79)	\$ (463.67)	\$ (518.61)	\$ (573.55)	\$ (829.05)
EBIT	\$ 17,704.33	\$ 37,925.07	\$ 29,413.27	\$ 51,368.76	\$ 52,648.31
RESULTADOS FINANCIEROS	\$ (6,941.28)	\$ (6,941.28)	\$ (6,941.28)	\$ -	\$ -
RESULTADOS ORDINARIOS/ RESULTADOS ANTES DE IMPUESTOS	\$ 10,763.05	\$ 41,746.84	\$ 22,471.99	\$ 51,368.76	\$ 52,648.31
IMPUESTO SOBRE SOCIEDADES (18%)	\$ (1,937.35)	\$ (7,514.43)	\$ (4,044.96)	\$ (9,246.38)	\$ (9,476.70)
RESULTADO ACUMULADO	\$ 8,825.70	\$ 34,232.41	\$ 18,427.03	\$ 42,122.38	\$ 43,171.61
TOTAL GASTOS	\$ (149,629.40)	\$ (171,138.12)	\$ (189,710.05)	\$ (208,517.05)	\$ (220,258.56)
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Reservas	\$ -	\$ 25,674.31	\$ 39,494.58	\$ 71,086.37	\$ 103,465.08
Dividendos	\$ -	\$ 8,558.10	\$ 4,606.76	\$ 10,530.60	\$ 10,792.90

11.11 Análisis económico-financiero

Los ratios financieros nos presentan un escenario de la empresa desde la perspectiva de liquidez, solvencia y rentabilidad, aquí detallamos:

Liquidez	Formula	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1. Fondo de Maniobra	Activo Corriente - Pasivo Corriente	\$12,022.71	\$21,509.83	\$28,271.18	\$52,368.17	\$72,508.18
2. Liquidez Total	Activo Corriente / Pasivo Corriente	1.98	2.53	2.81	4.06	5.01
3. Prueba Ácida	Activo Corriente - Exist./Pasivo Corriente	1.98	2.53	2.81	4.06	5.01

4. Tesorería	Tesorería / Pasivo Corriente	0.91	1.35	1.69	2.81	3.77
Solvencia						
5. Endeudamiento	Fondos Ajenos / Fondos Propios	1.59	1.42	0.31	0.26	0.15
6. Cobertura de Intereses	BAIT / Gastos Financieros	0.05	0.07	0.07	-	-
7. Solvencia	Activo Realizable / Fondos Ajenos	1.63	3.73	4.12	8.13	9.60
Rentabilidad						
8. Rentabilidad económica (ROI)	BAIT/ Activo Neto = Margen * Rotación	38%	40%	33%	37%	30%
9. Rentabilidad financiera (ROE)	BN/Fondos Propios=[ROI+e*(ROI-Kd)]*(1-t)	50%	50%	28%	34%	28%
10. Crecimiento interno (ICI)	Beneficio Retenido / Fondos Propios	0%	37%	59%	58%	66%

Desde el primer año DomiDoc RD contara con liquidez suficiente para satisfacer sus obligaciones, presentando una solvencia de 1.63, lo que nos indica que los activos generan suficiente para responder con las deudas.

11.12 Flujo de efectivo

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Tesorería Inicial	\$ -	\$11,138.08	\$18,963.22	\$26,424.17	\$48,146.08
Cobros					
Cobros de ventas	\$147,209.51	\$185,509.15	\$194,742.42	\$238,525.33	\$250,476.17
Capital	\$9,000.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Préstamos	\$16,000.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Cobros y Tesorería Inicial	\$172,209.51	\$196,647.23	\$213,705.64	\$264,949.50	\$298,622.25
PAGOS					
Inmovilizado	\$(5,054.17)	\$(1,569.67)	\$(784.83)	\$(784.83)	\$(3,650.00)
Suministros	\$(4,320.00)	\$(4,536.00)	\$(4,762.80)	\$(5,000.94)	\$(5,250.99)
Gastos de personal	\$(89,580.33)	\$(120,328.17)	\$(137,598.62)	\$(160,558.62)	\$(167,539.43)
Marketing	\$(8,500.00)	\$(5,640.00)	\$(5,892.00)	\$(6,456.60)	\$(6,434.43)
Gastos financieros	\$(6,941.28)	\$(6,941.28)	\$(6,941.28)	\$ -	\$ -

Devoluciones de préstamos	\$4,413.64	\$5,277.02	\$6,309.34	\$ -	\$ -
Otros gastos	\$(49,151.95)	\$(27,873.38)	\$(28,959.56)	\$(24,225.46)	\$(27,296.89)
Pago Impuesto Beneficios	\$(1,937.35)	\$(7,514.43)	\$(4,044.96)	\$(9,246.38)	\$(9,476.70)
Pago dividendos	\$ -	\$(8,558.10)	\$(4,606.76)	\$(10,530.60)	\$(10,792.90)
Total Pagos	\$(161,071.43)	\$(177,684.01)	\$(187,281.46)	\$(216,803.42)	\$(230,441.33)
Saldo Tesorería	\$11,138.08	\$18,963.22	\$26,424.17	\$48,146.08	\$68,180.92

11.3 Rentabilidad

La inversión de crear DomiDocRd generara el retorno exigido por los accionistas con un VAN de \$95,601.8 y un TIR es de un 81% que está por encima a la tasa exigida arrojando una gran viabilidad para el proyecto.

VAN y TIR						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Beneficios antes de Impuesto		\$10,763.05	\$41,746.84	\$22,471.99	\$51,368.76	\$52,648.31
Impuestos		\$(1,937.35)	\$(7,514.43)	\$(4,044.96)	\$(9,246.38)	\$(9,476.70)
Amortización		\$353.79	\$109.88	\$54.94	\$54.94	\$255.50
Inversión	(25,000.00)					
FLUJO DE CAJA REAL	\$(25,000.00)	\$9,179.49	\$34,342.29	\$18,481.97	\$42,177.32	\$43,427.11
VAN	\$95,601.88					
TIR	81%					

12. Gestión de tiempo

Nombre de la tarea	Duración	Noviembre			
		1 al 9	10 al 16	17 al 23	24 al 30
Diseño y desarrollo de la página web	4 semanas	Programador			
Aplicaciones					
Adquisición de dominio página web	1 día	Encargado del proyecto			
Instalación de módulo de E-commerce	1 día	Programador			

Diseño del E-commerce	1 semana		Programador		
Codificación del E-commerce	1 semana			Programador	
Prueba de optimización	1 semana				Programador/ encargado de proyecto
Instalación optimizada	1 día				
Aplicaciones listas	1 día				

13. Resumen Ejecutivo

DomiDocRD está basado en crear un espacio con las herramientas necesarias para brindarle a la población, servicios de consultas médicas a domicilio, desde una plataforma web de fácil acceso que les permita evitar los desplazamientos, las largas esperas innecesarias, solicitud de permisos laborales, gestionando de esta manera su tiempo y la atención médica personalizada, ajustada a sus horarios y necesidades.

Equipo

Esta empresa estará conformada por 6 profesionales de la salud distribuidos para gestionar y dirigir las operaciones internas y operativas, un encargado de soporte técnico, asesor legal, contador, encargado de marketing y una secretaria dispuestos y enfocados en brindar un servicio de calidad a toda nuestra población cliente.

Motivación

El acelerado ritmo de vida en la población trae como consecuencia el deterioro de la salud física y mental, que se expresa en alteraciones orgánicas y cambios en el estado de humor, las relaciones interpersonales y la productividad laboral. Aunado a esto tenemos el hecho de las dificultades que supone este estilo de vida para disponer del tiempo suficiente que requiere la atención en consultas médicas en un centro de salud, esto trae como consecuencia retraso en el diagnóstico de enfermedades que pueden ser prevenibles o tratadas de forma temprana.

Confirmamos con los usuarios de la muestra que más de un 90.7% tiene acceso a computador e internet. Solo una minoría 16.3% de los entrevistados tiene bajo su responsabilidad el cuidado de envejecientes. Un 23.3% de los entrevistados necesita chequeos regularmente, por lo que un 76.7% es viable para chequeos anuales.

Clientes

- Población clase media-alta con restricciones de tiempo para espera en centros de salud.
- Población envejeciente con dificultades para dirigirse a los centros de salud.
- Pacientes post quirúrgicos o con secuelas de patologías neurológicas que requieran algún tipo de terapia.

Socios claves

- Centros médicos privados a quienes podríamos referir los pacientes que ameriten un nivel más complejo de atención como los internamientos.
- Médicos especialistas, colegiados y certificados.
- Empresas de transporte especializados o no en salud (Uber, Cabify, ProMed, etc.).
- Laboratorios clínicos y centros diagnósticos.

De nuestros socios clave obtendremos la base de datos de sus clientes, acceso a su página web, actualización de nuestra base de datos. Otro socio clave sería nuestro proveedor de servicios de mantenimiento de servidores y de la plataforma.

Mercado objetivo

- Población clase media- alta y alta.
- Población envejeciente.
- Pacientes que requieran de un cuidado paliativo.
- pacientes con necesidad de terapia física.

Propuesta de valor

En su modelo de negocio plantea un servicio de consultas médicas a domicilio, mediante la solicitud realizada previamente por el usuario a través de la plataforma web, vía telefónica o correo electrónico.

Servicios a ofrecer

- Atención médica integral y especializada a domicilio con profesionales de la salud cualificados.
- Entrega de reporte clínico que detalle la condición de salud del individuo y recomendaciones de referimientos médicos para aquellos casos que lo amerite.
- Gestión de toma de muestra a domicilio para la realización de analíticas en general.
- Terapia física, ocupacional y del habla a domicilio especialmente para pacientes con patologías osteo-musculares o con secuelas de enfermedades neurológicas.

Estrategia de marketing

Para lograr enviar el mensaje de nuestro producto, se idearon varios canales de comunicación teniendo en cuenta el perfil del segmento de clientes que hemos priorizado.

A través de un soporte fundamental en la publicidad directa por medio de los promotores, equipo encargado de difundir de manera directa el catálogo de servicios de DomiDocRD, mediante la entrega de la información oportuna en forma de publicidad escrita y verbal. De igual forma, este equipo se encargará de presentar el producto en eventos de salud a nivel nacional, con la finalidad de expandir el rango de distribución de la información y mediante un brindis de apertura del proyecto, se busca reunir en un solo lugar a potenciales actores de medio que pueden producir un efecto de sinergismo, mediante alianzas, externalización de servicios y apertura de un nuevo segmento de clientela.

Precios

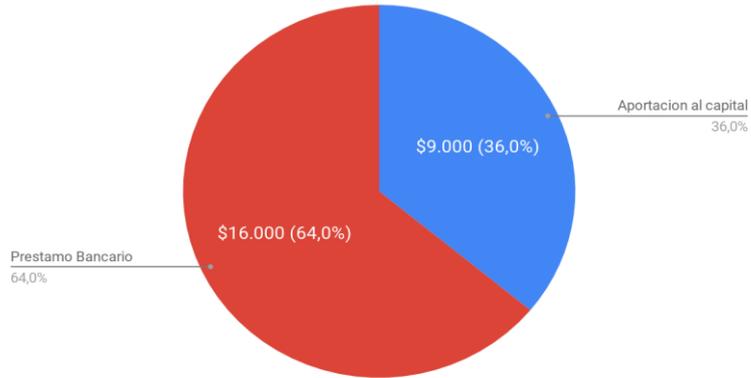
Productos	Precio Unitario
Consultas	\$ 50.00
Consultas más screening	\$ 65.00
Consultas de rehabilitación	\$ 75.00
Cuidados paliativos	\$ 25.00
Screening	\$ 20.00
Publicidad Web (por visitas)	\$ 16.67

Datos financieros

DomiDocRD estará tomando una financiación inicial de sus socios inversores y lo que nos permitirá cubrir los gastos de apertura de nuestra empresa para ofrecer los servicios ya estipulados. Hemos previsto cubrir todas las necesidades mediante el capital aportado por los socios y financiación externa.

En la siguiente gráfica mostramos la financiación inicial del proyecto:

Financiación Inicial



	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Tesorería Inicial	\$ -	\$11,138.08	\$18,963.22	\$26,424.17	\$48,146.08
Cobros					
Cobros de ventas	\$147,209.51	\$185,509.15	\$194,742.42	\$238,525.33	\$250,476.17
Capital	\$9,000.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Préstamos	\$16,000.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Cobros y Tesorería Inicial	\$172,209.51	\$196,647.23	\$213,705.64	\$264,949.50	\$298,622.25
PAGOS					
Inmovilizado	\$(5,054.17)	\$(1,569.67)	\$(784.83)	\$(784.83)	\$(3,650.00)
Suministros	\$(4,320.00)	\$(4,536.00)	\$(4,762.80)	\$(5,000.94)	\$(5,250.99)
Gastos de personal	\$(89,580.33)	\$(120,328.17)	\$(137,598.62)	\$(160,558.62)	\$(167,539.43)
Marketing	\$(8,500.00)	\$(5,640.00)	\$(5,892.00)	\$(6,456.60)	\$(6,434.43)
Gastos financieros	\$(6,941.28)	\$(6,941.28)	\$(6,941.28)	\$ -	\$ -

Devoluciones de préstamos	\$ 4,413.64	\$5,277.02	\$6,309.34	\$ -	\$ -	
Otros gastos	\$(49,151.95)	\$(27,873.38)	\$(28,959.56)	\$(24,225.46)	\$(27,296.89)	
Pago Impuesto Beneficios	\$(1,937.35)	\$(7,514.43)	\$(4,044.96)	\$(9,246.38)	\$(9,476.70)	
Pago dividendos	\$ -	\$(8,558.10)	\$(4,606.76)	\$(10,530.60)	\$(10,792.90)	
Total Pagos	\$(161,071.43)	\$(177,684.01)	\$(187,281.46)	\$(216,803.42)	\$(230,441.33)	
Saldo Tesoreria	\$11,138.08	\$18,963.22	\$26,424.17	\$48,146.08	\$68,180.92	
VAN y TIR						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Beneficios antes de Impuesto		\$10,763.05	\$41,746.84	\$22,471.99	\$51,368.76	\$52,648.31
Impuestos		\$(1,937.35)	\$(7,514.43)	\$(4,044.96)	\$(9,246.38)	\$(9,476.70)
Amortización		\$353.79	\$109.88	\$54.94	\$54.94	\$255.50
Inversión	(25,000.00)					
FLUJO DE CAJA REAL	\$(25,000.00)	\$9,179.49	\$34,342.29	\$18,481.97	\$42,177.32	\$43,427.11
VAN	\$95,601.88					
TIR	81%					

Considerando los gastos sobre las ventas en un periodo de 5 años tenemos una proyección de VAN y TIR por encima al exigido por los accionistas, dando una viabilidad aceptable para el proyecto.

Tenemos la convicción de que DomiDocRD será un proyecto exitoso basado en la innovación y aplicación de la tecnología en la atención sanitaria.

14. One Page

Nuestro modelo de negocio plantea un servicio de consultas médicas a domicilio, por medio de la solicitud realizada previamente por el usuario a través de la plataforma web, vía telefónica o correo electrónico.

MERCADO OBJETIVO



- Población clase media-alta.
- Población envejeciente.
- Pacientes que requieran de un seguimiento paliativo.



MISION
Ser eficaz y eficiente en las necesidades del cuidado de la salud integral, acompañando al paciente y su familia en la comodidad de su domicilio.

VISION
Crear y sostener un sistema integral de salud privada, siendo reconocida como una empresa de servicios médicos confiable e identificados por el profesionalismo, la innovación y la satisfacción.

PROPUESTA DE VALOR



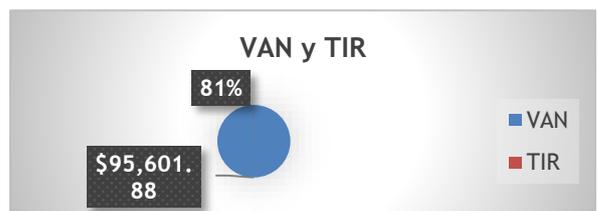
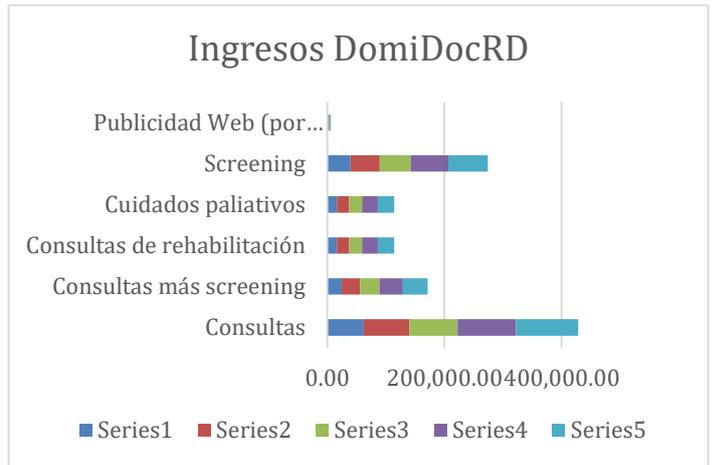
- Consulta Médica Domiciliaria
- Exámenes Médicos Domiciliarios
- Servicio de Ambulancia las 24h
- Programación de Consultas Médicas
- Atención Médica Humanizada

SOCIOS CLAVES

- Centros médicos privados.
- Médicos especialistas, colegiados.
- Empresas de transporte especializados o no en salud (Uber, Cabify, ProMed, etc.).
- Laboratorios clínicos y centros diagnósticos.

EQUIPO

Belis Diaz	Elvia Almánzar	Haronid Vargas	Helen Encarnación	Osvaldo Moreno	Rosselis Trott



15. Referencias bibliográficas

1. Nogueira Alcala, Humberto. (2017). The typologie of presidentials of latin America and semi-presidentials governements in Europe. *Estudios constitucionales*, 15(2), 15-82. Disponible en: <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-52002017000200015>
2. Hurtado Javier. *Sistemas de Gobierno y democracia. Cuadernos de divulgación de cultura democrática* 19. Disponible en: https://portalanterior.ine.mx/documentos/DECEYEC/gobiernos_y_democracia.htm
3. CEPAL participa en III Cumbre de la CELAC y presenta panorama económico y social de los países (2015). Disponible en: <https://www.cepal.org/es/comunicados/cepal-participa-en-iii-cumbre-de-la-celac-y-presenta-panorama-economico-y-social-de-los>
4. República Dominicana. Disponible en: <https://es.scribd.com/document/340125454/rep-dom>
5. Sistema de monitoreo de la administración pública. (2014). Disponible en: <https://www.sismap.gob.do>
6. Oficina Nacional de Estadística. *Tu Municipio en Cifras*, Santo Domingo de Guzmán. Disponible en: <https://www.one.gob.do/provinciales-y-municipales/tu-municipio-en-cifras>
7. Servicio Nacional de Salud. *Memoria institucional*. Mimpres.gob.do Disponible en: <http://memorias.minpre.gob.do/api/documents/1245/download>