

## **CREACIÓN DE EMPRESA DEDICADA A LA ASESORÍA PARA PACIENTES CON DIABETES**

**LILIANA PATRICIA BORNACHERA MANJARRES**

**JANETH SASOQUE BARBOSA**

**DIANA CAROLINA BUITRAGO RICO**

**OPCION DE GRADO II**

**ADRIANA TUSO**

**Docente**

**CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR CUN**

**BOGOTÁ**

**2018**

## Contenido

INTRODUCCION .....	4
<b>1. Planteamiento Del Problema.....</b>	<b>5</b>
<b>1.1 Descripción del Problema.....</b>	<b>5</b>
<b>1.2 Formulación del Problema.....</b>	<b>6</b>
<b>1.3 Sistematización del problema .....</b>	<b>6</b>
<b>2. Objetivos .....</b>	<b>7</b>
<i>2.1 Objetivo general.....</i>	<i>7</i>
<i>2.2 Objetivos específicos.....</i>	<i>7</i>
<b>3. Justificación .....</b>	<b>8</b>
<b>4. Marcos de Referencia .....</b>	<b>9</b>
<b>4.1 Marco Conceptual.....</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>5. Matriz estratégica .....</b>	<b>13</b>
<b>5.1 Matriz dofa .....</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>5.2 Propuesta de valor .....</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>5.1 Estrategia del mercado .....</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>5.3 Método De Recolección De La Información .....</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>

<b>5.4 Fuentes de información</b> .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
• <i>Primarias</i> .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
• <i>Secundarias</i> .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>6 Plan de marketing</b> .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>6.1. Estrategia del producto</b> .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
6.2 Tipos de producto .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>6.3 Marca</b> .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>6.4 empaque</b> .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>6.5 Servicio pos venta</b> .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>7. Mision</b> .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>7.1 Vision</b> .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>8. Canal de distribucion</b> .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>9. Publicidad</b> .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>10. Promocion de venta</b> .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>11. Estrategia de fijacion de precios</b> .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
12. Bibliografía .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>

## INTRODUCCION

El presente trabajo de tesis es para recibir el título de tecnólogo profesional en procesos administrativos en la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN. Este estudio trata de cómo realizar la asesoría a pacientes de diabetes en Bogotá, Clínicas, Hospitales y todo lo que esto encierra, ésta enfermedad, logrando así por medio de educadoras de diabetes, un cambio de mentalidad, de hábitos saludables para cada persona o ser humano.

En la actualidad más personas se interesan por su salud, por alimentarse bien, ir al médico periódicamente, pero no tienen la información, guiarse adecuada para lograrlo, así que emplean todas sus energías en vano pues no logran el 100% de su cometido.

El objetivo de crear esta empresa es lograr un impacto nacional no solo a nivel de clínicas, sino a cada persona, familia que esté interesada en cuidar su bienestar de salud, aún a personal en los empleados de empresas, sino uno social en el cual la gente le dé la verdadera importancia a su salud, su forma de alimentarse y lo que pueden aprender a través de esta empresa. Además de esto lograr que cada persona, paciente se concientice que debemos cada día estar capacitados, enterados de las consecuencias de esta enfermedad.

Cada uno de los capítulos ejecutados en este trabajo, está soportado por una serie de análisis e investigaciones, que lograron establecer objetivos y estrategias para poder hacer de esta empresa una de las mejores, y lograr incursionar en este mercado y posicionarnos no solo a nivel regional sino nacional.

## 1. Planteamiento Del Problema

De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud (OMS), la Diabetes Mellitus (DM) es el tercer problema de salud pública más importante en el mundo, por este motivo mi proyecto está diseñado para ayudar a concientizar a todas las personas que tienen diabetes, prevenir las complicaciones y mejorar la calidad de vida, La Diabetes Mellitus por su la naturaleza crónica, la severidad de las complicaciones y los medios que se requieren para su control se constituye en el momento en una enfermedad altamente costosa. Evidencia acumulada en años recientes demuestra que el diagnóstico temprano y el buen control de la diabetes reducen la progresión de complicaciones crónicas de la enfermedad Cada día se incrementa el diagnóstico, El pico de incidencia se presenta en la pubertad y adultez, dando lugar al cuadro típico de comienzo abrupto, muy sintomático, que puede llevar al niño, al adulto o al anciano al coma cetoacidótico en corto tiempo. Sin embargo, existe un número importante de casos que debuta más tarde y en forma gradual. Llegando a ser insulino dependientes solamente al cabo de meses o años. En cualquier caso, ocasiona un gran impacto personal y familiar, requiriendo un manejo constante e individual en el que la persona afectada y su familia son el pilar del tratamiento que tiene como fin lograr una estabilidad metabólica que retarde la aparición de complicaciones permitiendo de esta forma sostener una adecuada calidad de vida.

En los estratos bajos del país, es donde se ven las mayores complicaciones de esta enfermedad. Tomemos como ejemplo Oftalmopatías, Nefropatías, Dislipidemias, Pie diabético, Neuropatía diabética, Hipoglucemias, Infecciones, Enfermedades cardiovasculares, Accidentes vasculares, Alteraciones del crecimiento y desarrollo.

Por esta razón se establece una Guía de Atención Integral para la Diabetes Mellitus tipo 1 y tipo 2, que permita reforzar las necesidades de educación identificadas, dirigido a la población afiliada a régimen subsidiado y contributivo, que define los procedimientos y condiciones requeridos para garantizar la calidad y oportunidad del diagnóstico, tratamiento y seguimiento de los casos.

La diabetes es una enfermedad de difícil manejo, que requiere de una vigilancia constante y un conocimiento amplio de la enfermedad por parte del equipo en salud. Sin embargo, la mayor parte del cuidado y control debe provenir de paciente mismo. Por esta razón se considera especialmente importante que las personas que padecen diabetes conozcan su enfermedad, las metas del tratamiento y la manera en la que pueden contribuir a su propio cuidado.

## **.1 Descripción del Problema**

Creación de empresa dedicada a la asesoría para un control de la diabetes

### **1.2 Formulación del Problema**

- ¿Cómo realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de asesoría para el control de la diabetes en la ciudad de Bogotá?

### **1.3 Sistematización del problema**

- ¿Cómo ofrecer el servicio de asesoría para personas diabetes o no diabéticas para evitar las complicaciones crónicas a corto y largo plazo?
- Como llegar a las EPS, empresas y colegios para ofrecer los servicios ofrecidos por Diab
- ¿Cómo desarrollar el direccionamiento estratégico de la empresa, con el cual se pueda realizar un óptimo desempeño?

## 2. Objetivos

### 2.1 Objetivo general

Determinar la factibilidad para la creación de una empresa de acompañamiento al paciente diabético en forma independiente en la ciudad de Bogotá específicamente en los estratos bajos de la ciudad.

### 2.2 Objetivos específicos

- Determinar la viabilidad financiera de la empresa para saber en qué momento se alcanzara el punto de equilibrio (opción de grado 3).
- Desarrollar el direccionamiento estratégico de la empresa, con el cual se pueda realizar un óptimo desempeño. El Plan de Estudio se obtendrá con la oferta del servicio se hará voz a voz, inicialmente nuestros asesores llegarán a las empresas escogidas para ofrecer el servicio de asesoría de para paciente con diabetes y así mismo solicitaremos a nuestros clientes que nos recomienden sus referidos para ganar mayor proyección y credibilidad ante nuestra clientela, necesarias para generar estrategias de mercado que permitan a la compañía propuesta buscar competitividad, productividad y altas utilidades.
- Determinar las fortalezas de la competencia para poder desarrollar la empresa.

### 3. Justificación

Los Diabéticos en Colombia tienen un descontrol metabólico acelerado, por causa de la falta de información y capacitación llevando a disminuir la calidad de vida, debido a las entidades de salud, no brindan los recursos económicos para las estrategias de prevención. Creemos que los diabéticos en Colombia, tiene dificultades para entender y comprender las complicaciones que conlleva a futuro la enfermedad.

Los Diabéticos en Colombia necesitan aumentar las capacitaciones para comprender la importancia de la enfermedad además ellos adquieren la solución a través de los puntos de venta, Call Center, por medios de amigos o familiares que en algún momento han tenido de conocimiento sobre el tema.

Es por ello de que la idea de crear una compañía que se enfoque en esta área desde el principio es viable, pues muchas empresas querrán que todos sus empleados se vean y tengan una buena salud y si ya tiene la diabetes no sea un impedimento para la contratación. La compañía propuesta de DIAB dentro de un mercado que si bien ya existe necesita ser reforzado.

Con respecto a los axiomas de la Corporación Unificada de la Educación superior – CUN es una institución de carácter privado donde cada día tiene como objetivo de transformar el aprendizaje del estudiante con innovaciones tecnológicas enfocándolos a tener liderazgo, una formación integral llevándolos a ser empresarios; donde tienen la oportunidad de estudiar varias modalidades como presencial, virtual y a distancia obteniendo el título de TÉCNICO PROFESIONAL, TECNOLÓGO Y PROFESIONAL.

Teniendo en cuenta la formación que me han ofrecido en la CUN podemos decir que mediante la planeación estratégica, se hará un plan a seguir, organizar una agenda, detalles específicos de cómo crear una empresa, tener en cuenta proceso administrativo y de productividad, como generar un excelente servicio ya sea de un producto o servicio



### 3. Marcos de Referencia

Con un buen control de la diabetes, se evitarían muchas complicaciones que con lleva esta enfermedad donde hay

#### INCONFORMIDADES FRUSTRACIONES:

Creemos que la solución actual limita porque son muchos los paciente y muy pocos los espacios de ayuda brindados por las EPS y hospitales del estado.

#### MERCADO:

TAM: Calculamos que el tamaño del mercado es de 3.3 millones de Personas que tiene diabetes que equivale a 7,3% en Colombia

SAM: Calculamos que el mercado de Bogotá es aproximado de 2.2 Millones que equivalen a un 4.5% de los diabéticos.

TM: Los pacientes de los estratos 1,2 y 3 son aproximadamente un 1 millón que se refleja en 2,5 %. De los pacientes.

Esta sección debe contener la descripción de los siguientes cinco factores:

Describe su industria principal: inicialmente son los pacientes diabéticos con malos hábitos de alimentación así que la fuente es capacitación de los diferentes medios como lo son redes sociales diferentes medios de viabilidad.

Describe el tamaño de la industria.

La industria a nivel nacional es grande ya que la población diabética en Colombia, se a incrementado mucho básicamente por el desconocimiento que se tiene una enfermedad que se puede controlar a tiempo. aqui encontramos la asociación

Históricamente:

- es una industria que crece día a día ya que anteriormente había diabéticos, no diagnosticados ya cuando se representa una complicación crónica. Cuerpo de damas voluntarias de la Asociación Colombiana de Diabetes

La Asociación Colombiana de Diabetes cuenta con el Cuerpo de Damas Voluntarias fundado en 1.954. Este voluntariado cuenta con un magnifico espíritu de Servicio por lo tanto desempeñan una gran labor con la comunidad con Diabetes.

- El servicio de Voluntarias se rigen por los estatutos y reglamentos acordados en la Asamblea Nacional de Voluntarias Hospitalarias y aprobados por los delegados de la Asociación Colombiana de Diabetes.
- **Las labores que desempeñan las Damas Voluntarias son las siguientes:**
- **Recepción:** Durante los días de consulta de lunes a sábados.
- Auxiliares en el servicio médico en: Diabetología, Clínica del Pie, Oftalmología, Cardiología.
- Taller educativo: Enseñan los métodos generales de higiene al paciente con diabetes, práctica de curaciones, educación en aplicación de la Insulina, educación en la dieta alimentaria.
- Plan nutricional: se encargan de hacer la recolección para la donación semanal de mercados para la dieta de los

pacientes con diabetes de bajos recursos económicos.

- Plan padrinos: se encargan de hacer la recolección de dineros para proveer a los niños con diabetes de bajos recursos económicos.
- Colaboran en la organización de los programas de recreación de los niños y en la conformación del coro musical de los niños de la ACD. Asociación colombiana de diabetes

Actualmente:

Los Diabéticos del país estar muy afectados por la falta de información y capacitación y entidades del estado no brinda los recursos necesarios para prevenir la diabetes.

- ¿Cuál es el volumen total de mercadeo esperado?

Es muy difícil determinar un volumen, ya que esto se determina por datos estadístico en salud y día a día crece, igual deseo que este proyecto inicialmente ese en Bogotá

Actualmente:

Por diferentes estudios la diabetes ya es considerada una enfermedad pública, ya que el incremento ha estado avanzado en los últimos años. Las características de la población actual es el sedentarismo, los malos hábitos nutritivos, generada por una desorganizada alimentación, ya que la vida moderna de hoy en día, está afectando en el día a día, sin comer a horas y sin comer saludablemente ni hacer ejercicio, todo es más fácil para no generar ningún esfuerzo, esto son a los pacientes tipo 2

#### **4 Características del cliente.**

Consumidores – Es importante para usted que desarrolle un retrato mental y claro de su cliente ideal.

Describa sus posibles clientes usando los siguientes factores:

- **Edad**

La edad de mis posibles clientes son de 1 a 100 años no hay límites de todos son vulnerables a tenerla a tener información no solo de los pacientes sino de la familia como tal.

- **Sexo**

El incremento esta generalmente en las mujeres, ya que la mujer por el hecho de estar embarazada y mantener más altos niveles de estrés. Aunque en el hombre también se ha ido incrementando.

- **Nivel socioeconómico o de ingresos**

La población que se desea llevar son estratos 1,2 y 3 que son los más vulnerables del sector.

- **Nivel de educación**

Nivel educativo la gran mayoría son primaria y bachillerato

- **Localización geográfica**

Los barrios del sur de Bogotá,

- **Área de ocupación**

La gran mayoría son persona de la 3 edad, pensionada o desempleada, son personas que tiene varias enfermedades y debe estar mucho en citas médicas y controles, entonces la disponibilidad de tiempo es buena para ofrecer este tipo de servicio.

- **Utilización del tiempo libre**

Dar capacitación y charlas en tiempos contratados por ellos.

- **Hábitos para comprar**

Es necesario ofrecer un servicio económico, para esto es más viable conseguir grupos para mayor economía.

- **Objetivos y aspiraciones**

Creo que los diabéticos en Colombia adquieren la solución atravésó de puntos de venta, cal center o por medios de amigos o familiares en algún momento han tenido algo de conocimiento sobre el tema, creo que la solución actual es fomentar la educación frente al paciente.

Negocios - Si su negocio va a dar un servicio o producto a otros negocios, su descripción debe incluir:

Tipo de negocio es de servicio, por medios de capacitaciones o charlas educativas presenciales o virtuales como whatsapp, facebook, pagina web entre otras.

El negocio inicia pequeño, con poco personal pero con la expectativa grande de crecer y ser muy fuerte en el mercado.

## **B Competencia**

La descripción de su competencia debe resolver las siguientes preguntas:

La imagen proyectada para otros negocios si hay educadoras pero son capacitadas en la asociación colombiana de diabetes, y trabajan para esta entidad o en laboratorios así que no hay ninguna empresa dedicada a esta servicio.

## **C. Ubicación del negocio**

En el momento no hay un sitio en específico, inicialmente desde mi hogar, ya que serian a domicilio y por vía web.

Describa la localización de su negocio y cómo esa localización va a favorecer la venta de su producto o servicio. Su descripción deberá responder las

## **D. Determinación del Precio**

El precio por el servicio son charlas y capacitaciones en forma individual o grupal

1. Individual 30000 a domicilio 2 horas
2. Grupales 120000 domicilio 3 horas

La descripción de la estructura del precio de su producto o servicio deberá resolver las siguientes preguntas:

- ¿Cómo fija los precios de sus productos?
- ¿Cómo está ese precio en relación con el de la competencia?
- ¿Por qué los clientes van a pagar ese precio?
- ¿Cuál imagen se va a proyectar con ese precio?
- ¿Cuáles ventajas especiales recibirían los clientes con ese precio?

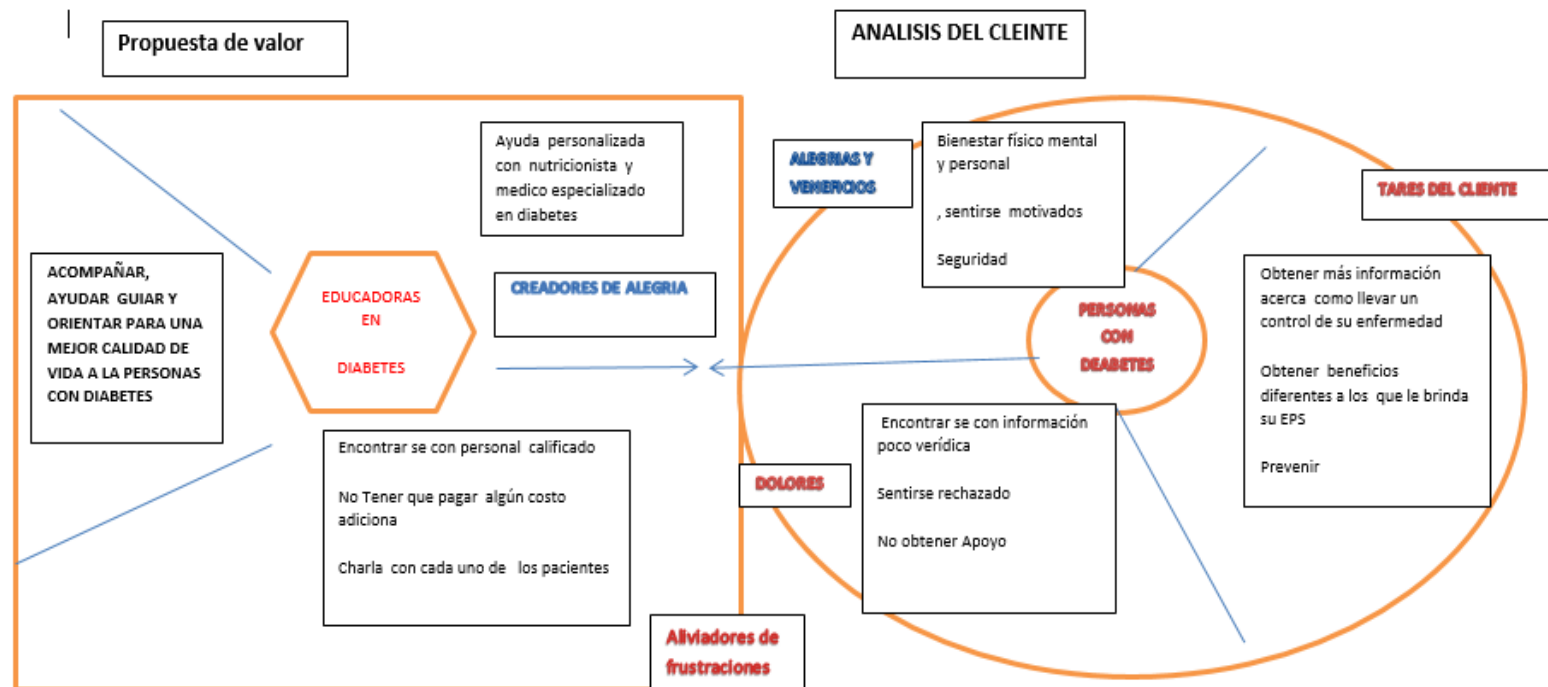
## Matriz Estratégica

### DOFA

<p><b>AMENAZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Diferentes empresas con el mismo servicio</li> <li>• Competencia con base de clientes establecida</li> <li>• No poder llegar a las empresas establecidas, clínicas, hospitales, fundaciones, etc...</li> </ul>	<p><b>DEBILIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nueva en el mercado</li> <li>• No ser reconocidos aun</li> <li>• No ser llamativos para los clientes potenciales</li> <li>• falta de credibilidad por ser nuevos en el mercado</li> </ul>
<p><b>FORTALEZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• servicio innovador</li> <li>• personal altamente capacitado</li> <li>• tener una nueva visión para las educadoras de diabetes.</li> <li>• Tener una buena base de clientes potenciales</li> </ul>	<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lograr un posicionamiento a nivel regional y nacional.</li> <li>• Lograr un cambio no solo corporativo sino a nivel personal de cada paciente.</li> <li>• Poder ser una empresa generadora de empleo</li> <li>• Posibilidad que seamos apoyados por otras clínicas, fundaciones etc...</li> </ul>



## Propuesta de valor



Elaborado por: Janeth sastoque

## **ANALISIS**

La propuesta de valor que generamos a partir del modelo del lienzo es mejorar la calidad de vida de los pacientes con diabetes.

### **MISION**

Somos una empresa que brinda asesorías a la población diabética de la ciudad de Bogotá generando acompañamiento personalizado que permita a los pacientes tener una vida plena tanto física y mental.

### **VISION**

Ser reconocidos en 2022 como una empresa dedicada a fomentar la educación en diabetes a nivel nacional y poder llegar a distintos tipos de población Empresas, fundaciones, colegios, universidades, JAC de los distintos barrios y población en particular.

## **TECNICAS DEL MERCADO**

### **HIPOTESIS**

Determinar si la información sobre educación en diabetes que brinda las EPS y otras entidades del estado no son herramientas suficientes para pacientes con una enfermedad crónica que conlleva a complicaciones crónicas a futuro quedando insatisfechos al momento de tener dudas e inquietudes, ya que cada paciente necesita un servicio personalizado.

#### **1. OBJETIVO GENERAL:**

Determinar que tanto conocen los pacientes de diabetes de su enfermedad

##### **1.1 OBJETIVOS ESPECIFICOS :**

- inquietudes
- Atención personalizada
- Rapidez en la atención
- Ambiente agradable
- confiabilidad
- medios de comunicación
- empat

## 1.2 DETERMINACION DEL METODO

**METODO CUANTITATIVO:** se escogieron 20 pacientes entre hombres y mujeres de 20<sup>a</sup>100 años de edad.

## 2. CALCULAR EL TAMAÑO DE LA MUESTRA:

FORMULA:  $n = \frac{z^2 N \cdot P \cdot q}{e^2}$

$$e^2(N-1) + P \cdot q$$

$$N = \frac{196^2 \times 7 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2}$$

$$0.05^2 \times (10) + 196^2 \times 0.5 \times 0.5 =$$

$$N = \frac{3.8416 \times 10 \times 0.25}{0.0025} = \frac{9.604}{0.0025} = 9.8$$

$$0.0025(9) + 3.8416 \times 0.25 = 0.983$$

De los 20 pacientes que contestaron la encuesta 11

$$5 \text{ son } 50\% = 0.5 = 5 = 4.9$$

$$2.5 \text{ son } 25\% = 0.25 = 2.5 = 2.45$$

$$2.5 \text{ son } 25\% = 0.25 = 2.5 = 2.45$$

$$100\% = 9.8$$

## ENTREVISTA

### ENTREVISTA

Para personas con Diabetes:  
Agradecemos el tiempo que nos están dedicando  
en el desarrollo de la encuesta.

Nombre:

Edad:

Ocupación:

Estrato:

Entidad de Salud:

1. ¿Hace cuantos años tiene diabetes?

- A. Menos de un año
- B. Más de 2 años
- C. De 5 a 15 años
- D. Más de 20 años

2. ¿Sabe Por qué le dio la enfermedad?

- A. Malos hábitos de alimentación
- B. Sedentarismo
- C. Herencia
- D. Otro Cuál. \_\_\_\_\_

3. ¿Sabe usted el conteo de carbohidratos para así, saber qué cantidades de alimentos debe comer?

Si  
 No

¿Usted hace ejercicio para evitar complicaciones en su salud?

4.

Si  
 No

5. De una escala de 1 a 5, donde 5 es EXCELENTE y 1 muy MALO, Cree que su Eps le brinda la ayuda necesaria para su diabetes.

1	2	3	4	5

6. ¿Cuál de estos medios siente más ayuda de orientación, frente a dudas o inquietudes de la diabetes?

- A. Familiares
- B. Eps
- C. Amigo
- D. Laboratorio
- E. Ninguna de las anteriores

7. ¿Su Estilo de vida es?

- A. Bueno
- B. Regular
- C. Malo

8. Le gustaría tener talleres educativos sobre la diabetes?

Si ¿Por qué? \_\_\_\_\_  
 No \_\_\_\_\_

9. ¿Se siente solo o (sola), vive triste o deprimido por la diabetes?

- A. Mucho
- B. Poco
- C. Nada

10. ¿Conoce o tiene familiares con Diabetes?

Si  
 No

¿Usted cree que si supiera más de la diabetes, podría evitar complicación a futuro?

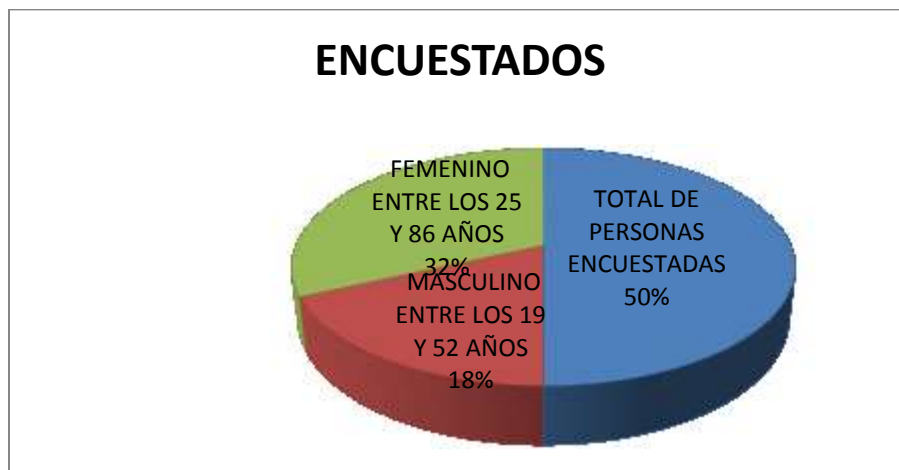
SI  
 NO Porque? \_\_\_\_\_

Gracias su Colaboración.

## ANALISIS DE ENCUESTAS

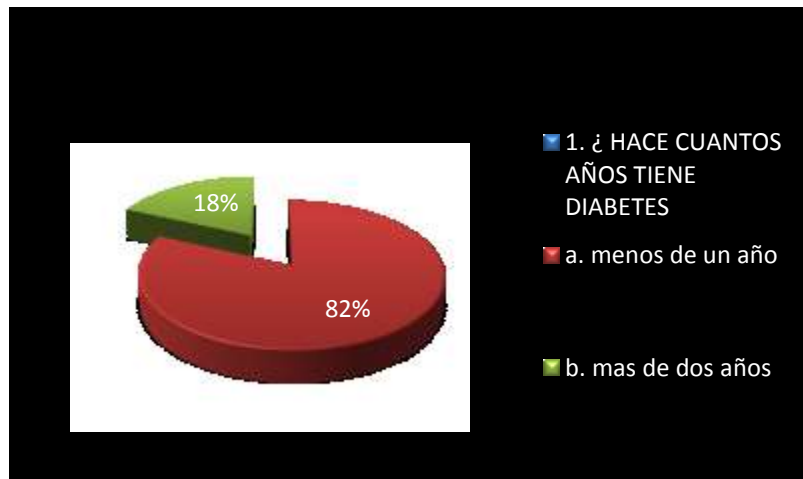
TABULACION INVESTIGACION DE MERCADOS	TOTAL
FEMENINO ENTRE LOS 25 Y 86 AÑOS	11
MASCULINO ENTRE LOS 19 Y 52N AÑOS	9
TOTAL PERSONAS ENCUESTADAS	20

### 3 INTERPRETACION Y ANALISIS DE RESULTADOS



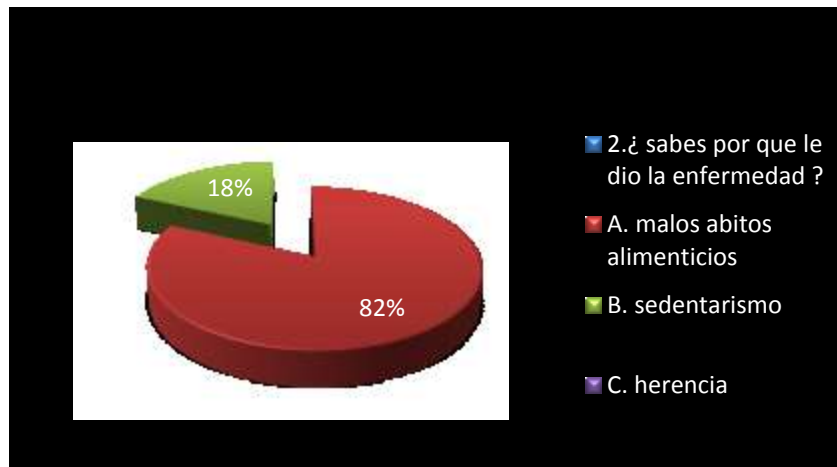
El total de la población fue del 50% dividido en 32% mujeres y 18% hombres.

PREGUNTA 1	RESPUESTA
Menos de 1año	9
Más de 2 años	2
De 5 a15 años	0
Más de 20 años	0



De acuerdo a la pregunta formulada hace cuanto tiene diabetes vemos en la gráfica que del 100% de la población que padece de diabetes el 82% les diagnosticaron hace menos de un años mientras el 18% restante saben que padecen la enfermedad más de dos años.

PREGUNTA 2	RESPUESTA
Malos hábitos alimenticios	9
sedentarismo	2
Herencia	





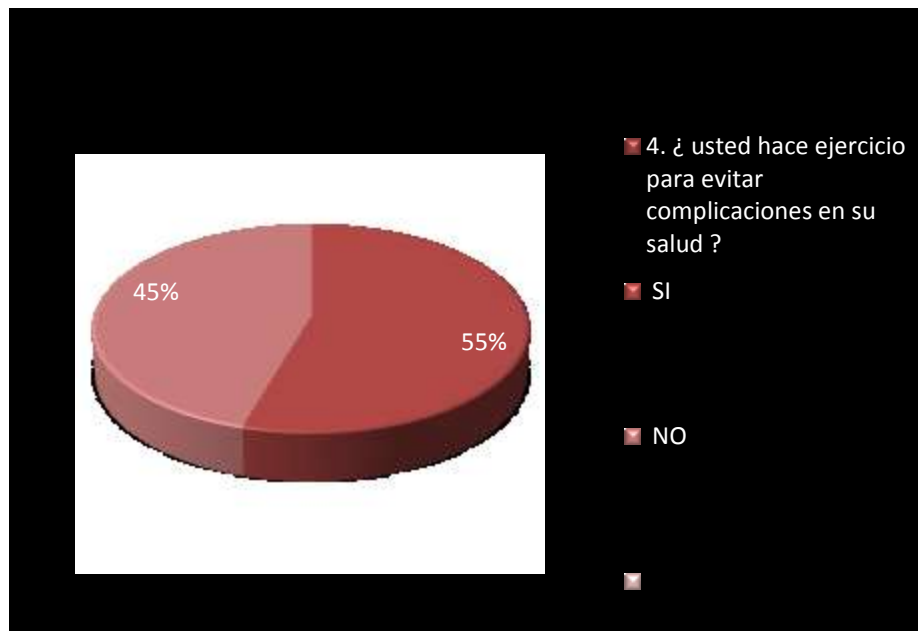
Del 100 % de la población entre hombre y mujeres un 9 personas que corresponde al 82% de la población dice que es por malos hábitos alimenticios que obtuvieron la enfermedad mientras 2 de las personas encuestadas en porcentaje un 18% aproximada mente fue gracias al sedentarismo.

PREGUNTA 3	RESPUESTA
SI	10
NO	1



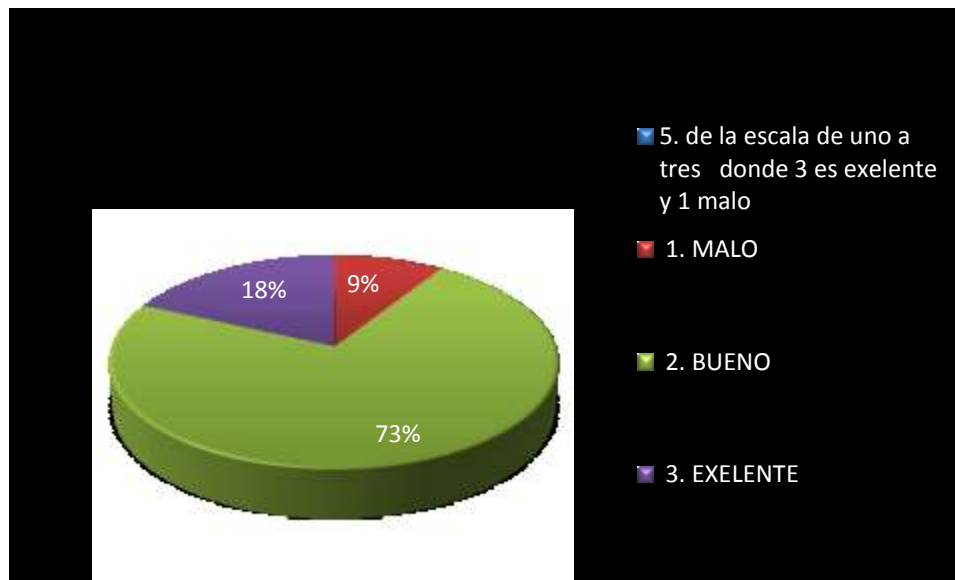
El 91% de la población no tiene un conocimiento claro de las porciones o la cantidad de alimento que deben consumir cuando padecen una enfermedad como lo es la diabetes solo un mínimo de la población que viene siendo el 9% restante tiene cierto conocimiento en cuanto al cuidado con los alimentos que deben ingerir.

PREGUNTA 4	RESPUESTA
SI	6
NO	5



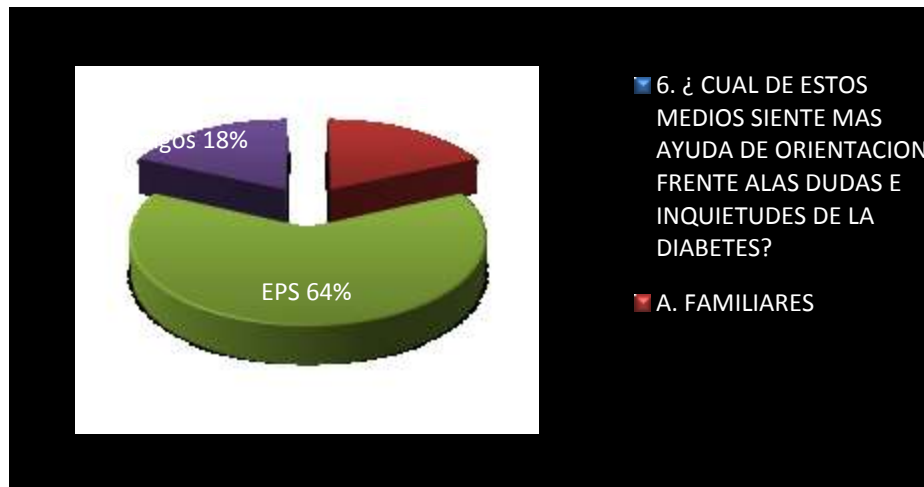
Al considerar que el ejercicio es parte fundamental a la hora de prevenir ciertas enfermedades se podría analizar que del 100% de la población más del 50% ejercitan su cuerpo realizando ejercicio frecuente y el otro 45% no lo hace podemos determinar que si hay un pleno conocimiento en prevención.

PREGUNTA 5	RESPUESTA
Malo	1
Bueno	8
Excelente	2



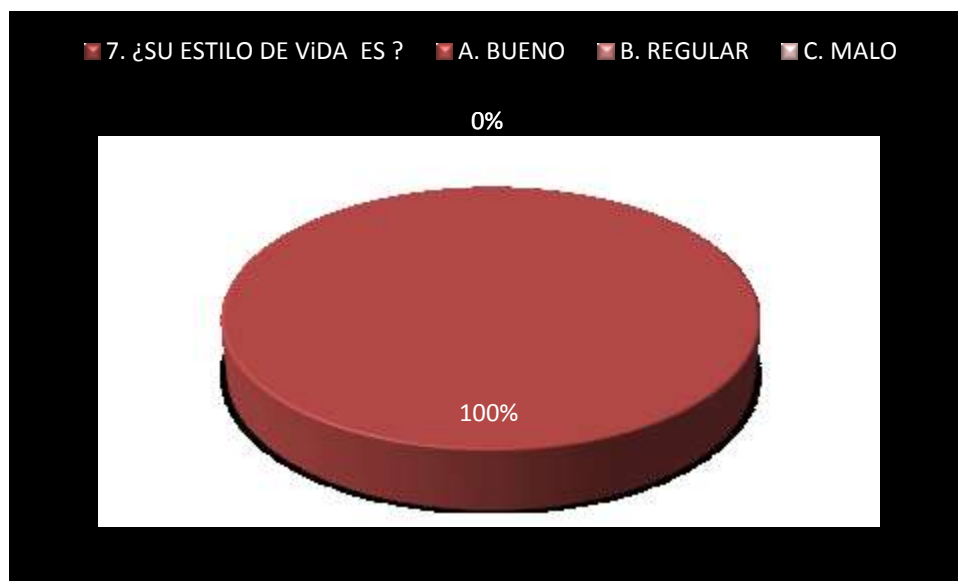
Del 100% de la población un 73% indicó que su EPS la cual les brinda el servicio de salud es bueno tiene aspectos que los benefician mientras un 18% de la misma aseguro ser excelente el servicio y otro 9% restante cree que no es la mejor en cuanto a los servicios que le prestan.

PREGUNTA 6	RESPUESTA
Familiares	2
EPS	7
Amigos	2
Laboratorio	0
Ninguna de las anteriores	0



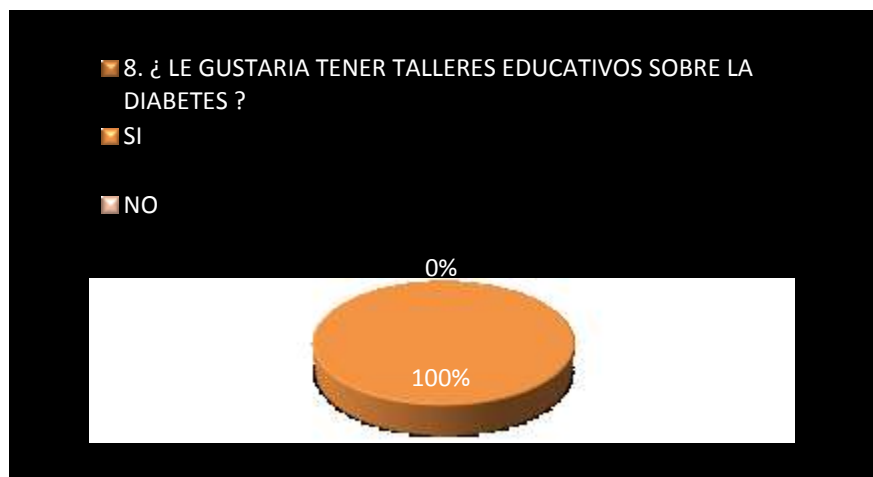
La población encuestada considera que les pueden brindar un orientación frente alas dudas e inquietudes 64% su EPS un 18% mas su familiares y el otro18% restante un amigo para un total del 100% de la población.

PREGUNTA 7	RESPUESTA
Bueno	11
Regular	0
Malo	0



Del 1005 de la población indico en las encuestas que su estilo de vida es bueno ya que pueden acceder a salud y tener otros beneficios.

PREGUNTA 8	RESPUESTA
SI	11
NO	0



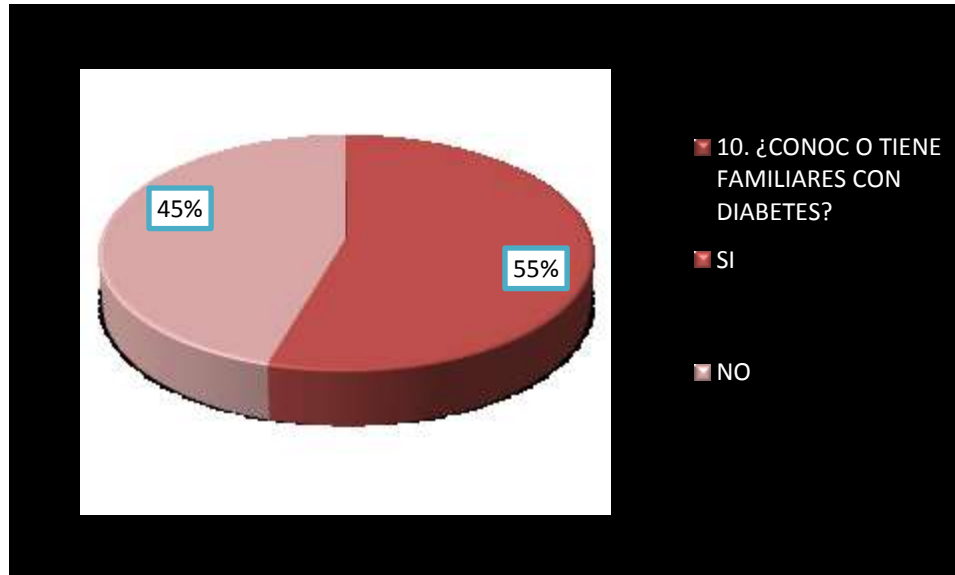
El total de la población encuestada 100% estaría en total acuerdo de querer recibir talleres educativos sobre la diabetes que puedan obtener conocimiento como primera medida en prevenir y controlar de la enfermedad.

PREGUNTA 9	RESPUESTA
Mucho	0
Poco	0
Nada	11



El 100% de la población encuestada cree que el tener una enfermedad como la diabetes no es una consecuencia que les genere para cambiar el estado de ánimo porque consideran que no son los únicos que padecen esta enfermedad que se puede controlar.

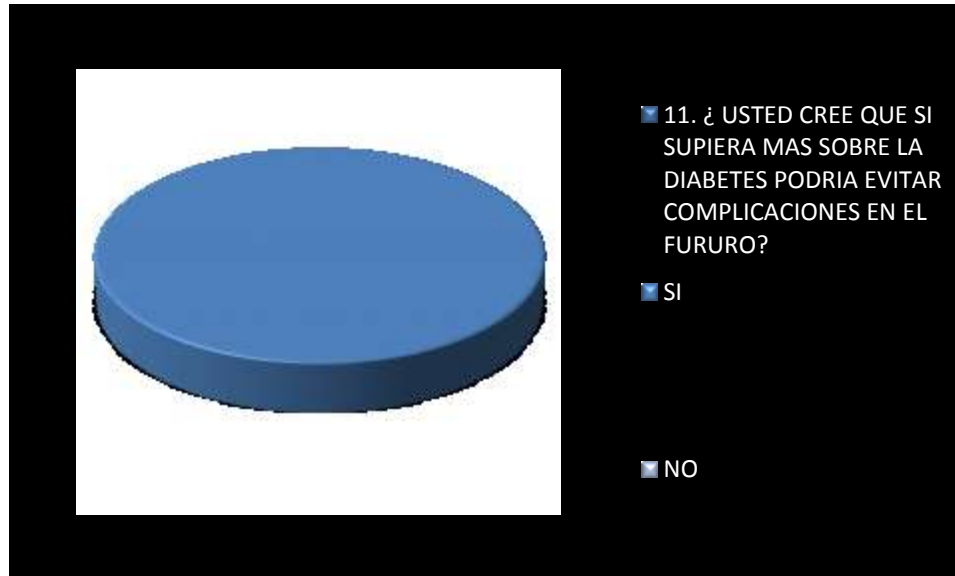
PREGUNTA 10	RESPUESTA
SI	6
NO	5



De 100% de la población el 55% tiene familiares que presenta esta enfermedad ya que esto es un precedente a nivel de genética el otro 45% desconoce si algún familiar puede presentar esta enfermedad



PREGUNTA 11	RESPUESTA
SI	11
NO	0



El 100% de la población tiene claro que si se tuviera una educación en alguna enfermedad en específico la diabetes se podría prevenir a tiempo futuras complicaciones y tener una calidad de vida mucho mejor.

## **1. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADOS**

Determinar si la información sobre educación en diabetes que brinda las EPS y otras entidades del estado no son herramientas suficientes para los pacientes con una enfermedad crónica que conlleva a complicaciones a futuro quedando insatisfechos al momento de tener dudas e inquietudes, ya que cada paciente necesita un servicio personalizado.

De acuerdo a la encuesta que se realizó a 20 pacientes con diabetes millitus podemos indicar que estas personas no encuentran un grado de satisfacción por completo del servicio que allí les presta su EPS generando dudas e inquietudes sobre su enfermedad ya que se considera no tener un seguimiento más profundo de cada paciente con estas complicaciones.

**PRODUCTO**

- Talleres de cómo prevenir y controlar la diabetes.
- Atención personalizada con cada uno de los pacientes.
- Escucha y solución de dudas e inquietudes sobre la diabetes.
- Asesorías con un médico especialista, nutricionista. Seguimiento constante a nuestros pacientes.

**PRECIO**

- **Adecuado a la calidad del servicio y de el lugar.**
- **Adaptado al ingreso de las personas.**
- **Talleres y asesorías asequibles.**
- **Dependiendo la categoría: nivel empresarial, unipersonal**
- **Cantidad de personas que deseen tomar las charlas .**

**ASESORIAS PARA  
PACIENTES CON  
DIABETES****PLAZA**

- **Salones para eventos situados en zonas con fácil acceso.**
- **Silletería cómoda, acceso a baños.**
- **Zona de comida**
- **Personal con atención amable y servicial**
- **Zona de atención personalizada con los especialistas.**
- **Empresas, colegios, pagina web, nuestra APP aplicación en línea.**

**PROMOCIÓN**

- Publicidad en medios masivos. Pagina web, redes sociales.
- Folletos , volantes
- Pancartas.
- Incentivos para que los pacientes salgan satisfechos.
- Que los pacientes tengan acceso a nuestra aplicación con. Preguntas en línea, video conferencias, TIPS y consejos de nutrición, y como utilizar de los diferentes medicamentos

## **ESTRATEGIAS DEL PRODUCTO:**

**Producto:** es un servicio que quiere brindar además de capacitaciones charlas educativas talleres de control y prevención debido a que muchas de estas personas que tienen la enfermedad sufren descontrol metabólicos llevando a tener graves problemas de salud

**Precio:** sin asignar

Lo definiríamos dependiendo la categoría que puede ser nivel empresarial, nivel unipersonal entraríamos a mirar cantidad de personas quienes desean tomar las charlas para puntualizar sitio, fecha y hora.

**Promoción:** crearemos conciencia e interés en nuestro servicio por medio de charlas y entrega de folletos con información concreta y precisa del tema a tratar además de la creación de una página web que estará dotada de toda la información referente a las diabetes que se irá actualizando constante mente de igual manera otro medios de publicidad como lo son entrega de volantes donde daremos a conocer un poco más acerca de la diabetes y adonde se pueden acercar para asistir a las charlas las personas que así lo deseen tomar nuestro servicio.

**Plaza:** a través de Salones para eventos situados en zonas con fácil acceso. Silletería cómoda, acceso a baños, Zona de comida, Personal con atención amable y servicial, Zona de atención personalizada con los especialistas. Además llegaremos a Empresas, colegios, pagina web, nuestra APP aplicación en línea

## LA MARCA:

# \*DIAB\*

Condiciones De L a Marca: (es sencilla corta y fácil de pronunciar y leer, fácil de recordar, es protegible, asociable al producto o servicio distintivo y con personalidad).

Tiene todas las cualidades que nos pueden además de ser un servicio que va a generar conciencia en aquellas personas que no tiene la enfermedad. Prestigio y confianza en aquella otra población que ya tiene la enfermedad van adquirir el conocimiento suficiente de cómo empezar a cuidarse de manera adecuada esto nos permitirá que nos mantengamos en el mercado.

Es muy descriptivo y claro porque las iniciales del eslogan nos forma la palabra diabetes y a su vez la gotita de sangre que esta dibujada en la parte de arriba nos deja ver con claridad a que nos estamos refiriendo y muy significativo.

**ESLOGAN:**



Diana Carolina Buitrago Rico

**LEMA:**

The slogan is written in a red, cursive font and is enclosed in a black rectangular border. The text reads: "Yo me cuido, porque me quiero..y tu".

Diana Carolina Buitrago Rico

Nos enfocamos en color rojo más que por las emociones que expresa en una representación la simbólica de ese algo que todos llevamos en nuestro cuerpo y que nos da vida la sangre un elemento principal que se ve ella la se ve afectado en el momento de adquirir la enfermedad. Como es la diabetes

## BIBLIOGRAFIA

<https://www.asodiabetes.org/>

[http://www.argentinadiabetes.org/certificaciones-educadores-en-diabetes/#.WvsExu8vw\\_4](http://www.argentinadiabetes.org/certificaciones-educadores-en-diabetes/#.WvsExu8vw_4)

<http://www.fundaciondiabetes.org/>

<http://www.sediabetes.org/>

[https://www.anmm.org.mx/GMM/2016/s1/GMM\\_152\\_2016\\_S1\\_050-055.pdf](https://www.anmm.org.mx/GMM/2016/s1/GMM_152_2016_S1_050-055.pdf)

[http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S1018-130X2015000100001&script=sci\\_arttext&tlng=pt](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S1018-130X2015000100001&script=sci_arttext&tlng=pt)