

APLICACIÓN MÓVIL TRIAGGE APP

PRESENTADO POR

YULI LORENA GALLON ARROYO

OLGA ROBLES

REDES SOCIALES

en facebook buscanos como TRIAGE.APP

INSTAGRAM @ TRIAGE.APP

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR CUN

BOGOTA D.C 2020

COMPROMISO DE AUTOR

Yo, Yuli Lorena Gallón Arroyo con cedula de identidad 1.032.472.066 de Bogotá y alumno del programa académico Administración de Empresas, declaró que:

Yo, Olga Liliana Robles Enciso con cédula de identidad 52. 731. 689 de Bogotá y alumno del programa académico Administración de Empresas, declaró que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al Director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones han colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firmas

Lorena G.

Olga Liliana Robles Enciso

INTRODUCCIÓN

Desde hace varios años el servicio de atención médica ha venido cobrando mayor importancia, sobre todo, desde el crecimiento de las empresas que prestan servicios de atención complementaria y prepagada.

Esta situación se incrementó con el aumento de casos a nivel mundial del virus COVID-19 puesto que los sistemas de salud se convirtieron en asuntos de prioridad máxima. Con este evento, llegaron también las reinversiones de todo tipo de mercados a fin de sostenerse económicamente durante la pandemia pero sobre todo, de tomar medidas de precaución para evitar el aumento de número de contagiados.

En este sentido, cobra mayor importancia que los procesos que antes se llevaban de forma presencial, realicen cambios de 180 grados en su tipo y nivel de atención. Es por esto que todos los servicios que puedan prestarse de forma remota, sean los más apetecidos por el público consumidor.

De acuerdo con este enfoque, la aplicación que este trabajo pretende realizar, toma mayor relevancia en la medida en que es 100% virtual y está relacionada con la situación de pandemia, proveyendo una herramienta útil para la prevención médica.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Diseñar una solución tecnológica para las entidades prestadoras de servicios de salud, que presten servicios complementarios, que permitan mejorar los procesos de atención de urgencias por medio de la categorización (Triage) y la rápida interacción con el paciente.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar las áreas de mejoramiento en los procesos de atención a urgencias, de las entidades que prestan servicios de plan complementario y prepago de salud .
- Realizar un estudio de mercado que permita identificar las necesidades de los posibles clientes, en relación con la utilización de herramientas tecnológicas de soporte en el proceso de categorización de los pacientes.
- Establecer funcionalidades dentro la aplicación, que estén acordes con las necesidades que tienen actualmente las áreas operativas de las empresas del sector salud.

CLAVES PARA EL ÉXITO

La aplicación que estamos elaborando es única en el mercado y esto es lo que hace el proyecto tan ambicioso. Hoy en día manejamos todo por medio de nuestro celular y el internet se ha convertido en una necesidad básica del ser humano ya que gracias al internet logramos hacer muchas cosas que hoy en día son muy útiles.

Efectivamente hay muchos servicios médicos que prestan servicios bien sea telefónicos y hoy por hoy se manejan citas médicas por medio de Skype ya que las circunstancias nos han hecho cambiar la manera de pensar y de ver el mundo. Esto nos ayuda a ser mejores en el mercado, sin embargo, de todos los servicios que se encuentran en el mercado no existe aún una aplicación móvil que permita tomar signos vitales con un médico en línea que permita que el paciente se mantenga estable mientras se acerca un médico al lugar de los hechos.

1.1 Descripción Del Negocio

(Aplicación móvil TRIAGE APP)

Muchas empresas prestadoras de servicios de salud, al día de hoy cuentan con servicios complementarios que les permiten a los usuarios, disfrutar de una serie de beneficios en cuanto a la rápida respuesta en visitas médicas, primeros auxilios, etc., sin embargo, en muchos casos estas entidades de salud no cuentan con la posibilidad de realizar un rápido diagnóstico a un paciente que se encuentre en grave estado de salud (por ejemplo una persona pre infartada), y para lograr hacer un diagnóstico, es necesario que el profesional en salud, se

desplace hasta la ubicación del paciente para poder examinarlo y de esta manera prestarle los primeros auxilios, no obstante, es indispensable tener en cuenta el factor movilidad.

Teniendo en cuenta lo anterior, esta situación genera la posibilidad de pensar en una herramienta que le permita al paciente interactuar con su doctor, mientras que éste último puede llegar a la ubicación de la persona con el problema de salud. La herramienta básicamente consiste, en una aplicación móvil que validaría los síntomas del paciente y según su estado de salud, puede comunicarse vía videollamada con el doctor, para que éste pueda ordenar las indicaciones que el paciente debe seguir, mientras que el doctor llega al lugar.

Pensando en lo expuesto, es muy válido afirmar que con una herramienta que permita validar el estado de salud de una persona y que a su vez se puedan recibir las indicaciones de un doctor en tiempo real, se lograría que muchos pacientes se encuentren más estables al momento de ser examinados por un doctor o por el contrario que muchas personas se salven por la oportuna intervención de un médico.

Como he mencionado anteriormente, el uso de la aplicación móvil traería consigo muchos beneficios para los usuarios de cualquier entidad de salud que implemente esta herramienta, no obstante, la aplicación requeriría estar conectada al servicio de internet para que se pueda realizar la consulta, validaciones y demás funcionalidades en tiempo real, de modo que en principio, sólo podría habilitarse para usuarios del sistema de salud complementario (Plan Complementario de Salud - Prepagada) y para una segunda fase, podría estar disponible para los usuarios del Plan Obligatorio De Salud (POS).

Antes que nada, es necesario estructurar completamente la idea para poder explicarla de manera detallada a una entidad prestadora de salud, puesto que, el funcionamiento de la aplicación depende directamente de cierta información confidencial de los usuarios y de la entidad como tal, además de requerirse el estudio detallado de la estimación del tiempo,

estimación del costo del desarrollo de la aplicación, el plan de acción para la puesta en marcha del proyecto y los planes de sensibilización hacia los usuarios finales (pacientes, médicos, enfermera/os).

Esta aplicación se puede conectar al sistema de información que maneja cada EPS a la cual se encuentra vinculado el usuario con el fin de consolidar información y relacionar síntomas y signos que presenta el usuario en una urgencia, especialmente con pacientes de patologías de base o antecedente patológicos familiares, esto permitirá dar un diagnóstico ágil y acertado.

Luego de estructurar todo el proyecto, se debe buscar una casa de software que sería la encargada del desarrollo de la aplicación, puesto que es de vital importancia explicar con el mayor detalle posible, todas las funcionalidades que la aplicación realizaría. Posteriormente, se iniciaría el contacto con cualquiera de las entidades de salud para explicar los beneficios económicos para la entidad y los beneficios que se otorgarían a los usuarios de dicha entidad.

Para finalizar, es importante aclarar que este proyecto es muy ambicioso en el sentido de lograr obtener los recursos necesarios para su producción, pero considero que lo más importante, es ser muy convincente en cuanto a los beneficios que recibiría la entidad de salud y los usuarios de dicha entidad.

¿Cuál es el producto o servicio?

El producto que estamos ofreciendo es una aplicación móvil TRIAGE APP que tome los signos vitales de los pacientes al momento de presentarse una emergencia, mientras el doctor se dirige al lugar en el cual se encuentra el paciente, el médico domiciliario le pueda dar indicaciones de que puede hacer para mantenerse estable.

¿Quién es el cliente potencial?

Nuestro cliente potencial es una entidad prestadora de salud que le permita al usuario tener una atención personalizada y en tiempo real al momento de presentarse una urgencia, teniendo en cuenta los parámetros establecidos por la ley para la categorización de atención requerida de pacientes por medio de un triage.

¿Cómo lo vamos a lograr?

Es una aplicación que como lo hemos mencionado anteriormente va a prestar su servicio a una entidad prestadora de salud a los pacientes que tengan un plan complementario.

Como es una aplicación móvil es de fácil acceso ya que hoy en día, personas que cuenten con un plan complementario es porque tienen recursos para poder estar dentro de estos beneficios, al tener los recursos económicos son un grupo de personas que tienen la posibilidad de tener un teléfono móvil inteligente que permita descargar este tipo de aplicaciones y disfrutar de los beneficios que trae el tener la aplicación Triage App.

¿Por qué lo preferirían?

Una gran ventaja que tenemos en este momento es que en el mercado actualmente no hay ninguna empresa prestadora de salud que cuente con la opción de hacer un Triage personalizado y en línea para sus usuarios.

2.2.1 Cómo captará sus clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?

Inicialmente vamos a captar a las eps por medio de descuentos y alianzas promocionales, quienes participen en cursos, los cuales vamos a ofrecer de manera gratuita por medio de la aplicación obtendrán una rentabilidad del 30% de la totalidad de usuarios inscritos en el mes. Lo cual es un margen de ganancia importante para las EPS.

Vamos a generar una captación estratégica con nuestros clientes los cuales podrán conocer la aplicación por medio de redes sociales como: Facebook, Instagram, WhatsApp, Twitter y YouTube, allí podrá realizar la inscripción para obtener siete días (7) gratuitos y encontrar las ventajas que le ofrecerá la aplicación. Esta sería nuestra estrategia para personas naturales.

2.2.2 Cómo y qué alternativas ofrecerá a los clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?

- Por tener a su núcleo familiar inscrito en la aplicación en el PLAN FAMILIA va a obtener un descuento especial.
- Para los niños vamos a manejar una tarifa especial, y en su fecha de cumpleaños ofreceremos bonos dobles gratis para ir al cine o comidas.
- Vamos a manejar especialistas los cuales podrán llevar un seguimiento de tu historia clínica.
- Se prestará un servicio de 24/7 en la aplicación para que el usuario tenga todo de la mano sin salir de la casa

2.2.3 Cómo cerrará la venta por Internet y cuáles podrían ser los métodos de pago utilizados acorde al modelo?

- Al generar la inscripción se le brindará al cliente los primeros siete días gratis y el medio de pago que tendrá a primera mano serán pagos PSE, tarjetas crédito y para mayor facilidad podrá realizar pagos por Efecty o vía Baloto.

3. INNOVACION SOSTENIBLE

Las empresas de hoy en día necesitan ser amigables medioambientalmente. Es por eso que la mayoría de emprendimiento incluyen en su plan de negocio, procesos limpios y materiales que no vayan en contra del sostenimiento ambiental.

La aplicación, por ser vía web, no produce daño medioambiental puesto que no causa daño al planeta. La información que utiliza la herramienta esta almacenada en un servidor que no utiliza ningún elemento material. Esta puede ser utilizada en cualquier aparato celular o Tablet a fin de ser utilizada en el momento adecuado.

¿Usa eficientemente el agua?

Al tratarse de una plataforma digital, es amigable con el medio ambiente y para hacer uso de la aplicación no necesitamos de este recurso.

¿Reduce el consumo de energía?

Claro que si, el máximo consumo de energía que se puede presentar es la carga de los aparatos electrónicos que se necesitan.

¿Qué equipos se utilizan?

Los equipos médicos que se van a utilizar son inicialmente un botiquín de primeros auxilios, una camilla para llevar en la ambulancia en la cual se moviliza el médico, guantes, tapabocas, cobija para el paciente, monitor de signos vitales, termómetro clínico, riñonera, tensiometro y demás aparatos los cuales se pueden llegar a necesitar en una ambulancia.

¿Qué medios de transporte utiliza?

Como se trata de una aplicación que atiende emergencias, la cual está conectada con la historia clínica del paciente, y adicional es un TRIAGGE según el estado del paciente y los signos vitales que se tomen al inicio de la aplicación se sabe inicialmente que tipo de médico se debe enviar, cuando hablamos de qué tipo de médico nos referimos es que tan dotado este, si solo es necesario enviarlo en un automóvil o es necesario enviar a un médico en una ambulancia y todo esto se define según el triage que se tome al abrir la aplicación, el cual puede estar de 1 a 5. Donde 1 es una categoría de bajo riesgo es decir que ese paciente puede esperar y 5 es de alto riesgo el cual necesita de una atención instantánea.

MATERIAS PRIMAS

¿Reduce los insumos?

Al tratarse de insumos médicos es casi que imposible de reducir los insumos médicos ya que para estar en el ámbito medicinal son de vital importancia y de primera necesidad el poder utilizar objetos como guantes, gasas, jeringas, equipos de monitoreo, instrumental médico y demás.

¿Utiliza químicos?

NO

¿Cuales?

Como tal químicos no transportaremos, pero si poseemos una gran variedad de medicina, para poder tratar a nuestros pacientes.

¿Qué empaque y embalaje utiliza?

Son productos que deben permanecer estériles deben poseer la menor cantidad de bacterias por lo cual debemos usar empaques plásticos. Sin embargo, somos una empresa comprometida con el medio ambiente y dentro de la organización generamos conciencia de que hay que ahorrar, reciclar, cuidar al máximo nuestros recursos naturales.

¿Qué materiales utiliza para las actividades de marketing?

Para cuidar el medio ambiente todas nuestras actividades de marketing son digitales, promocionamos nuestros productos por medio de redes sociales como Facebook, Youtube, Instagram, Twitter, por medio de la radio y una gran ventaja que tenemos como organización es que nuestro foco está en que nuestro primer contacto con el cliente sea por medio del plan complementario que posee el usuario, de manera inmediata el cliente posee nuestro servicio y genera un voz a voz lo cual hace que muchos más clientes quieran estar en nuestra organización y tomar de nuestros servicios.

EMISIONES

¿Ha medido su huella de carbono?

No

¿Cuál es el resultado?

Sin resultado

¿Qué residuos recicla?

Dentro de nuestra organización el manejo de residuos se da en controlar el uso de papel, buen uso de la energía y el agua, adicional se clasifican todas las cajas donde puedan llegar los elementos médicos que se requieren para atención de pacientes, con fin el de ayudar a preservar el medio ambiente.

ANÁLISIS DEL SECTOR

Este se realizará con las empresas prestadoras de salud que ofrecen planes complementarios, donde podremos identificar cuál de estas tiene más usuarios con este tipo de servicios, para así nosotros presentar el proyecto y que la entidad muestre los beneficios de nuestra APP donde encontrarán atención prioritaria con apoyo real según sus antecedentes médicos.

4.1 ESTRATEGIA OCÉANO AZUL

1. Identifique quién es su competencia:

Las empresas que ofrecen servicios complementarios y servicios médicos prepagados, ya que están prestando acompañamiento telefónico en caso de emergencia.

2. Defina las variables importantes para su idea de negocio:

2.1 Consolidación de la información.

2.2 Videollamadas en todos los casos.

2.3 Atención inmediata con especialista según la patología de su historia clínica.

3. Dele un valor de 1 a 5

Este es un proyecto muy ambicioso ya que con él pretendemos mejorar el sistema de salud en el país el cual su calificación sería de 5. Debido a que nuestro propósito es reducir las muertes de pacientes por no atender una urgencia en el momento oportuno, con el tiempo esperamos

ser la aplicación número 1 en el mundo que permita que los pacientes se encuentren estables al momento de presentarse una urgencia.

Somos una entidad completamente innovadora visto que, somos la primer aplicación en el mercado que toma signos vitales en línea y da instrucciones en vivo al acompañante del paciente para que él se mantenga estable, hoy en día muchos de los servicios que utilizamos como consumidores son por medio de aplicaciones por medio de internet, teniendo en cuenta lo mencionado, estamos a la vanguardia en el mercado ya que estamos ofreciendo servicios en línea y adicional a esto somos una aplicación innovadora la cual permite tomar signos vitales con medición en línea.

Efectivamente tenemos mucha competencia como lo son las entidades prestadoras de salud, la ARL sin embargo el plus que nosotros ofrecemos es el tener un servicio medico en línea en caso de presentarse una urgencia.

4. Desarrolle la estrategia con su explicación de (incrementar, reducir, eliminar o mantener)

	variable 1	variable 2	variable 3	variable 4	variable 5
<i>idea de negocio</i>	Buscamos eliminar gastos innecesarios como de infraestructura, equipos médicos ya que para nuestra labor se utilizarán únicamente equipos de primeros auxilios.	Restaremos servicios de urgencias en línea reduciendo el gran porcentaje de cuertes por atender la urgencia tiempo	Incrementaremos nuestras ventas con una atención personalizada y eficaz a nuestros clientes, teniendo en cuenta que cada uno de nuestros clientes es importante para nuestra compañía	Mejoraremos nuestro servicio inicialmente esta atención a planes complementarios una vez tengamos el presupuesto suficiente, pretendemos atendernos a las personas para que todos los usuarios puedan acceder a nuestros servicios.	Queremos a prestar el servicio con el mayor valor agregado para que los recomienden en el mercado, promocionaremos nuestra aplicación por medio de redes sociales invitándonos a conocer de nuestros clientes.

<p>competencia 1 PS</p>	<p>enen que acer uso de andes fraestructuras ra poder ncionar y ner el ersonal pacitado que eda ofrecer s servicios</p>	<p>o prestan ención de anera mediata, abajan tan pido como s upaciones lo rmiten, ro en uchas rasiones no gran ender la emanda que enen.</p>	<p>freecemos un lor agregado go que no hace uestra mpetencia ya te prestaremos n servicio cepcional a da uno de estros clientes ra que siempre lleven la mejor periencia.</p>	<p>as eps no entan con el rvicio de ención de gencias mediata lo cual smejora su periencia con usuario.</p>	<p>a competencia o le ve mucha portancia a omocionar sus rvicios teniendo cuenta que son anes obligatorios para do el mundo.</p>
<p>competencia 2 RL</p>	<p>enen que acer grandes ersiones ra mantener na fraestructura e atención a s clientes</p>	<p>a enfoque micamente a riesgos borales</p>	<p>o ofrecen ngún tipo de lor agregado.</p>	<p>rindan el rvicio de gencias en sos extremos.</p>	<p>o promocionan nguno de sus rvicios.</p>

Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter

Poder de negociación con los clientes

La capacidad de negociación con los clientes está relacionada directamente con la manera como se expondrá la idea del negocio, por lo tanto, es muy importante contar con la propuesta de valor, estructurada y fundamentada en los beneficios económicos y servicios que traería consigo la herramienta tecnológica.

Poder de negociación con proveedores

La capacidad de negociación con los proveedores del sector de las TIC, está ligada directamente con el uso por parte de los usuarios de la herramienta tecnológica, puesto que sus ganancias se verían reflejadas de acuerdo con el mantenimiento y aseguramiento de la herramienta en todo momento.

Barreras de entrada (amenaza de nuevos entrantes)

La entrada potencial de una empresa competidora en el desarrollo de una herramienta tecnológica que pueda reemplazar de alguna manera APP TRIAGE, es manejable, teniendo

en cuenta que se desea seguir innovando y expandiendo el producto en los nichos de mercado relacionados con el mercado de la salud.

Barreras de salida (productos sustitutivos)

El acompañamiento constante a los usuarios de APP TRIAGE, será el punto más importante para el éxito de esta herramienta, ya que, si los usuarios no tienen una buena experiencia frente al uso de esta aplicación, se notará la posibilidad de sustituir este producto, con uno que sí ofrezca la solución a las necesidades de los usuarios, un plus agregado es que se presentarán instructivos de manejo a las personas que se le dificulte el uso de la herramienta.

Rivalidad entre los competidores

El proyecto APP TRIAGE, cuenta con la ventaja de ser único en el mercado hoy en día, por lo que es muy importante, contar con una estrategia sólida que permita ofrecer credibilidad a las empresas prestadoras del servicio de salud y no habría riesgo de que la idea de negocio pueda ser copiada, robada, etc.

1. Estrategias de producto para clientes:

1.1 Núcleo: el App se maneja de forma digital, con características específicas para cada paciente ya que quien la use podrá revisar su historial clínico dentro de ella.

1.2 **Diseño:** se implantaran bocetos y guías de diseño teniendo presente la importancia de la experiencia de usuario de un cuidado diseño de la interfaz (UI). Construimos un prototipo de tu App (Click-dummy) para poder comprobar su correcto funcionamiento y valorar los aspectos referentes al diseño. El Click-dummy nos permite corregir aquellas cuestiones que necesiten mejoras de un modo rápido y eficaz evitando complicaciones en el desarrollo de tu app. *Fuente de información* <https://netgou.co/desarrollo-aplicaciones-mobile>

1.3 **Envase:** No Aplica

1.4 **Calidad:** Una vez realizado el lanzamiento de la App llevamos a cabo un seguimiento para medir el éxito del producto y comprobar su rendimiento y calidad de adaptación ante los usuarios.

2. Portafolio:



3. **Estrategia de precios:**

3.1 Fijación de precios basados en los costos: para tener en cuenta nuestros costos se tomó como referencia las siguientes preguntas:

1. ¿Dónde está su público objetivo dedicando su tiempo?
2. ¿Qué dispositivo y plataforma están usando sus clientes?
3. ¿Su aplicación aparecerá en la lista de forma gratuita o como una aplicación paga?
4. ¿Cómo monetizar la aplicación?
5. ¿Cuántas características, funciones o prestaciones necesita en la aplicación?
6. ¿Quieres conectar tu sitio web con la aplicación?
7. ¿Ganará dinero a través de compras en la aplicación?
8. ¿Su aplicación se usará para promocionar sus productos y servicios?
9. ¿Sus clientes priorizan el diseño de vanguardia o la funcionalidad?
10. ¿Estás creando una aplicación basada en el acceso a la información o en una experiencia única?
11. ¿Su aplicación se usará para anuncios de terceros?

Lo cual nos llevó a definir que la creación de nuestra APP tiene un costo \$ 59.256.0000

3.2 Fijación de precio por valor agregado: estos valores agregados serán dados por número de pacientes que utilicen nuestra APP, cuales se pueden dar en mejoras de manejo o sugerencias que requiera nuestro cliente.

3.3 Fijación de precios basado en la competencia: si ya que nuestra APP está basado en Bases de Datos: Estas son más complejas que las anteriores, permiten a los usuarios encontrar, ordenar y visualizar datos de registros masivos, sin problemas. Estas aplicaciones están conectadas con sitios web u otros servicios web en línea, con el fin de recuperar información, haciéndolas mucho más completas en términos de desarrollo y funcionalidad.

3.4 Fijación de precios de diferentes tipos de mercado: N.A

3.5 Precio Premium: No aplica ya el servicio es solo para las entidades de salud con servicios de medicina prepagada y complementaria

3.6 Precio de Penetración: se mantendrá los beneficios a quienes inicien en los 3 primeros meses.

3.7 Precio de descreme: N.A

3.8. Precio Psicológico: N.A

3.9 Precios de Paquete: N.A

3.10 Precios Geográficos: N.A

4. **Estrategia de distribución**

4.1. **Estrategia de marketing directo:** la compañía vende de forma directa a las entidades prestadoras de salud que manejan planes complementarios y prepagada.

4.2. **Canal de Marketing Indirecto:** por el momento no se tiene programado.

4.3. **Otros canales de distribución:** los canales que usaremos serán páginas de internet, redes sociales y portafolio de servicios en las empresas prestadoras de salud.

5. **Estrategia de Comunicación**

5.1 **Publicidad:** esta se realiza con folletos informativos y visitas a las entidades de salud.

5.2 **Promociones de Venta:** La manejaremos con el número de pacientes que manejen las APP después de 100 usuarios daremos ingreso gratuito a 5 pacientes.

5.3 **Ventas Personales:** No se maneja

5.4 **Relaciones Públicas:** estas las realizaremos con el personal de salud para que nos recomienden a las diferentes entidades de salud.

5.5 **Marketing Directo**

5.1 **Publicidad:** esta se realiza con folletos informativos y visitas a las entidades de salud.

5.2 **Promociones de Venta:** La manejaremos con el número de pacientes que manejen las APP después de 100 usuarios daremos ingreso gratuito a 5 pacientes.

5.3 Ventas Personales: No se manejará

5.4 **Relaciones Públicas:** estas las realizaremos con el personal de salud para que nos recomienden a las diferentes entes de salud.

Marketing Mix:

		Describe como llegará al objetivo	Con que medios o personas se apoyará	Tenga Presente la	Defina específicamente el	Aproximación al costo
Estrategia	Objetivo	Como	Quien	Cuando	Donde	Valor
Producto	Diseñar y poner en el mercado una app que preste los servicios que no tienen las empresas de medicina prepagada y/o complementarias en salud.	Verificar las falencias que tengan las empresas de medicina prepagada y complementaria, e implementarlas soluciones para estas en la app de tal forma que se convierta en el complemento ideal para los planes de salud.	Se destinará una persona para que levante la información en un estudio de competencia y del sector, analizando las variables mencionadas y determinando en cual de esos aspectos, la app puede entrar a solucionar los inconvenientes encontrados.		Via internet, con bases documentales de instituciones relacionadas con la investigación de factores en el sistema de salud en Colombia. Además, información pública relacionada con este sistema.	
Precio	Establecer un precio de penetración con el fin que los clientes puedan acceder al producto por precio más bajo, a fin de conocerlo y quedarse con él.	Realizar un proyectado de penetración, verificando la demanda potencial y estableciendo inicialmente un margen de utilidad cercano a cero para poder captar la mayor cantidad de clientes.	Un equipo economico financiero que se encargue de costear el producto para poder determinar el precio de penetración que permita atraer clientes para que, además, sirva como elemento de promoción voz a voz.		En Bogotá inicialmente, se prestará el servicio. Es por esto que toda la planeacion e implementación se realizará en esta ciudad.	
Promocion y Co municaci ón	Diseñar un plan de medios que tenga penetración en los sectores a los cuales apunta el producto, comunicando las ventajas del producto y el precio de entrada.	Cotizar con diferentes empresas dedicadas al mercadeo y comunicación a nivel empresarial que puedan implementar un plan de medios.	Empresa de publicidad dedicada a la promoción y penetración de productos nuevos e innovadores, y que aseguren una efectividad alta.		Se requiere que se realice por medios masivos de comunicación, en diferentes medios audiovisuales como periódicos, redes sociales, pautas en sitios de	

Identificar el sector

El sector en el cual estamos enfocados es en las personas que inicialmente adquieren un plan complementario, es decir, medicina prepagada. Este es nuestro foco, sin embargo, esperamos crecer en el mercado de manera rápida la cual nos permita prestar nuestros servicios no solo a clientes con planes complementarios si no a personas que hagan parte de las EPS.

Somos una empresa innovadora, que quiere posicionarse en el mercado, ser el número 1 en atención de urgencias, esperamos que a futuro las personas nos reconozcan con solo escuchar nuestro nombre y sientan la necesidad de tener nuestros servicios.

Marcas en competencia

Competencia directa no manejamos ya que no hay ninguna empresa en el mercado que se dedique a tomar Triage en línea y prestar un servicio de urgencias con médico especialista mientras él se acerca al lugar donde se presenta la urgencia.

La competencia que manejamos son las EPS, ya que son empresas prestadoras de salud que prestan todo tipo de servicios. Sin embargo, no consideramos que sean una competencia directa, ya que el servicio que presta una eps es básico con relación al servicio que nosotros podemos llegar a prestar, complementamos el servicio que una eps maneja, haciendo que el servicio de salud en Colombia mejore.

Soluciones Principales Y Alternativas

Lo que nos hace únicos en el mercado es el poder prestar un servicio de urgencias en línea con un médico especialista, lo cual no maneja una EPS. Qué es lo que pasa cuando se presenta una urgencia en una EPS. Se envían a una ambulancia con un médico general o un practicante, adicional a esto se tarda demasiado tiempo en encontrar una ambulancia disponible que pueda llegar al lugar del accidente o donde se encuentre el paciente, lo cual el tiempo de espera hace que en muchas ocasiones tengamos pérdidas inesperadas de seres queridos y amados por no atender una urgencia en el momento oportuno.

Tendencia del mercado

Algo que en este momento se encuentra a nuestro favor es que para nadie es una mentira que el servicio de salud en el país no es para nada bueno, pedir una cita médica con un especialista requiere de mucho tiempo, perdemos horas asistiendo a una clínica o hospital solicitando que atiendan una urgencia. En pro de querer mejorar la experiencia de los usuarios se crearon los planes complementarios, los cuales permiten acceder de manera ágil a cualquier servicio de salud, brindando a los clientes tarifas competitivas en el mercado, lo cual permite que nosotros como empresa tomadora de Triage podamos prestar nuestros servicios haciendo que la experiencia con los servicios de salud mejore disminuyendo tiempos a los clientes tomadores del servicio.

Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente la tendencia que encontramos hoy en día en el mercado es favorable para nuestro nicho de mercado, ya que las personas hoy en día sin importar los costos quieren ser atendidos de manera inmediata, lo cual es nuestra función principal atender a clientes en el momento que ocurra una emergencia de manera prioritaria sin mucho tiempo de espera.

Arquetipo de la marca

1. Cuidador

Nos preocupamos por el bienestar de nuestros clientes, queremos que estén bien en todo momento y por ello nos enfocamos en ser su mano derecha al momento de necesitar nuestros servicios.

2. El héroe

Representamos esfuerzo, dedicación, compromiso con nuestros clientes, luchamos por un bien en común el cual es salvar vidas.

Realidad psicológica de la marca

a. Percepción de la marca ante la competencia

Somos una alta competencia para las EPS, ARLS y planes complementarios que no estén interesados en usar nuestros servicios, ya que por la situación por la cual estamos viviendo a nivel mundial todos nos hemos tenido que digitalizar y queramos o no tenemos que hacer uso de la tecnología, lo cual es una gran ventaja para nosotros ya que estamos a la vanguardia con el mercado permitiendo que nuestros clientes potenciales puedan acceder de manera ágil y segura a nuestros servicios.

b. El método para captar clientes es hacerles ver la necesidad de hacer uso de los servicios que ofrece Triage APP, esto debido a que cualquier persona puede presentar una urgencia sin importar la edad, el género, el medio de transporte que utilice, cualquier persona puede necesitar este tipo de servicio en cualquier momento.

Vamos a hacer que nuestro cliente vea la necesidad de que nuestro servicio es indispensable para que se encuentre bien, que al tener un servicio complementario no está obteniendo un lujo, si no un servicio que le va a llevar a un estilo de vida más confiable.

TOP OF MIND

El posicionamiento de la marca y la palabra clave que vamos a utilizar para permanecer en la mente de nuestros clientes es el servicio complementario, dentro de nuestras estrategias de mercado está que nuestros clientes nos recuerden por esta palabra clave, que cuando la mencionan lo primero que recuerden es que existe Triage APP la cual puede salvar vidas, en cuestión de minutos.

PROPUESTA DE VALOR

Triage APP es una aplicación móvil que se encarga de tomar signos vitales en línea con un médico especializado mientras el se acerca al lugar donde se requiere el servicio.

Como su nombre lo indica, se realiza inicialmente un triage del 1 al 5 donde se evalúa cómo se encuentra el paciente y dependiendo de cómo registre el triage en línea se procede con enviar un médico al domicilio o se presta el servicio en vivo con el paciente. Vamos a estar conectados con la historia clínica del paciente la cual nos permite dar un diagnóstico acertado.

Es una aplicación novedosa debido a que en el mercado no encontramos una aplicación móvil la cual tome signos vitales con un medico en linea, por la época por la cual estamos pasando muchas entidades prestadoras de salud han tenido que implementar el servicio telefonico y citas por medio de redes sociales, Zoom, teams, pero ninguna empresa prestadora de salud presta el servicio de urgencias la cual permite que el paciente tenga una atención personalizada en el momento de presentar una crisis.

Nuestro mercado objetivo son los planes complementarios, una vez logremos captar las entidades que ofrecen pólizas de salud y planes complementarios, queremos expandirnos a las EPS.

¿Para quién es el servicio?

Para el cliente que tenga planes complementarios

¿Cómo ayudará a las personas?

Salvando vidas ya que prestaremos el servicio de un médico especializado en línea el cual permita realizar un diagnóstico acertado en el momento el cliente necesite hacer el uso de la aplicación Triage app.

Estrategia de comunicación

Inicialmente se va a presentar una propuesta de valor ante las pólizas que prestan planes de salud y a los planes complementarios, luego de tener la aprobación vamos a darnos a conocer por medio de redes sociales donde se pagará publicidad a través de ellas para que los clientes puedan conocer los servicios que presta la aplicación.

Adicional a esto pagaremos Adwords para que cuando el cliente realice una búsqueda por medio de internet a través de sus redes sociales encuentre información de la búsqueda que estaba realizando, bien sea sobre planes complementarios, servicios de urgencias, triage.

Se pagará publicidad en Google para que cuando el cliente realice una búsqueda con una de las palabras clave mencionadas anteriormente lo primero que encuentre sea la información sobre los servicios que nosotros prestamos.

Hoy en día el uso del internet, redes sociales, ha venido creciendo de manera acelerada, esto debido a que el uso de estos servicios para el ser humano tienden a volverse fundamentales para el estilo de vida que tenemos que llevar. Las consultas por medio de internet tienden a crecer por la situación por la cual estamos viviendo a nivel mundial, lo cual permite que tengamos una gran ventaja ya que de manera electrónica y sin gastar papel nos podemos dar a conocer a nuestro mercado objetivo.

7. ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL

La red social con la cual vamos a promocionar nuestros servicios es instagram nos puedes encontrar como TRIAGE.APP.

Síguenos en redes sociales <https://www.instagram.com/triage.app/>

A través del siguiente link vas a poder acceder a un prototipo de la aplicación con el cual vas a poder interactuar y conocer los servicios que vamos a manejar. Por medio de nuestras redes sociales podrás encontrar contenido interactivo donde te aclaramos y te enseñamos el uso de la aplicación.

Link de nuestra red social principal

<https://instagram.com/triage.app?igshid=io78t73mf213>

Link para dar a conocer la aplicación

<https://marvelapp.com/prototype/5cg2f91/screen/55041852>

8. MÉTRICAS CLAVE

Por medio de la siguiente imagen daremos a conocer los seguidores y las visitas que hemos obtenido hasta el momento.



Seguidores obtenidos

Página en Instagram <https://instagram.com/triage.app?igshid=io78t73mf213>



CÁLCULO CAC(customer adquisition cost)

$$\text{CAC} = \frac{10.000.000}{116} = 86.206$$

116

$$\text{LTV} = 40.000 * 12 * 12 = 5.760.000$$

Es muy difícil hacer un diagnóstico de las ganancias que un cliente nos da, sin tener la certeza de que ese cliente utilice nuestro servicio de manera indefinida, por tal motivo realizamos el análisis LTV con base a que un cliente permanece en la compañía un año que son 12 meses y sobre este tiempo calculamos el valor de nuestras ganancias con un cliente.

Con este pequeño análisis se puede observar que el margen de ganancia de un cliente es bueno, y el costo por prestarle el servicio a nuestro cliente no es muy alto.

1

ESTIMACIÓN DEL TAMAÑO ÓPTIMO				
Requerimientos Técnicos				
Tipo de Activo	Descripción	Cantidad	Valor Unitario*	Requisitos técnicos**
Infraestructura – Adecuaciones	Oficina	1		metros se montaron divisiones y haran los espacios
	1. Oficina de programación- oficina de apoyo- oficina administrativa	3	\$ 1.000.000	
Maquinaria y Equipo	N/A			
	N/A			
	N/A			
	N/A			
Equipo de comunicación y computación	Computador de mesa	3	\$ 2.400.000	De alta capacidad con programas graficos
	Impresora Multifuncional	1	\$ 500.000	impresión a blanco y negro, color y escaner
	celulares Android e iOS	3	\$ 900.000	con sistema operativo Android e iOS
Muebles y Enseres y otros	Escritorio individual	3	\$ 1.600.000	Normas de calidad par evitar enfermedades laborales
	silla tipo escritorio	3	\$ 300.000	Hergonomica
	silla tipo escritorio			
Otros (incluido herramientas)				
Gastos pre- operativos	Costitución		\$ 3.441.697	
	Apertura		\$ 500.000	
	Registro		\$ 84.000,00	

2

Metodo de Escalación

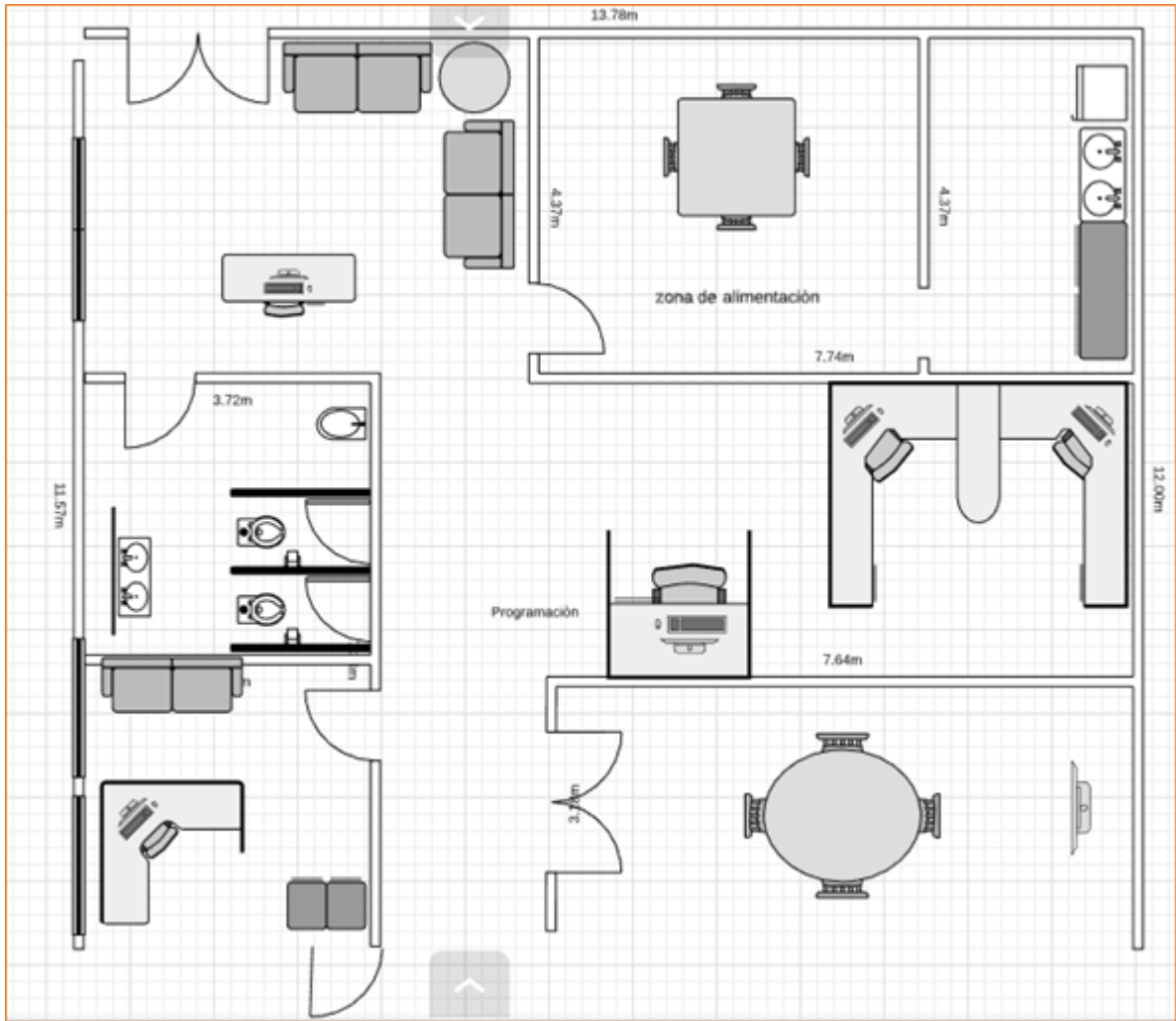
PLANTA DE
PRODUCCIÓN

ASPECTOS / VARIABLES	VALORES
<u>Capacidad total de los equipos (Horas, tonelada, unidades x año)</u>	-
<u>Capacidad anual App-Vendidas</u>	-
<u>Capacidad mensual</u>	-
<u>Nº de días de operación (25 días)</u>	-
<u>Horas de producción</u>	-

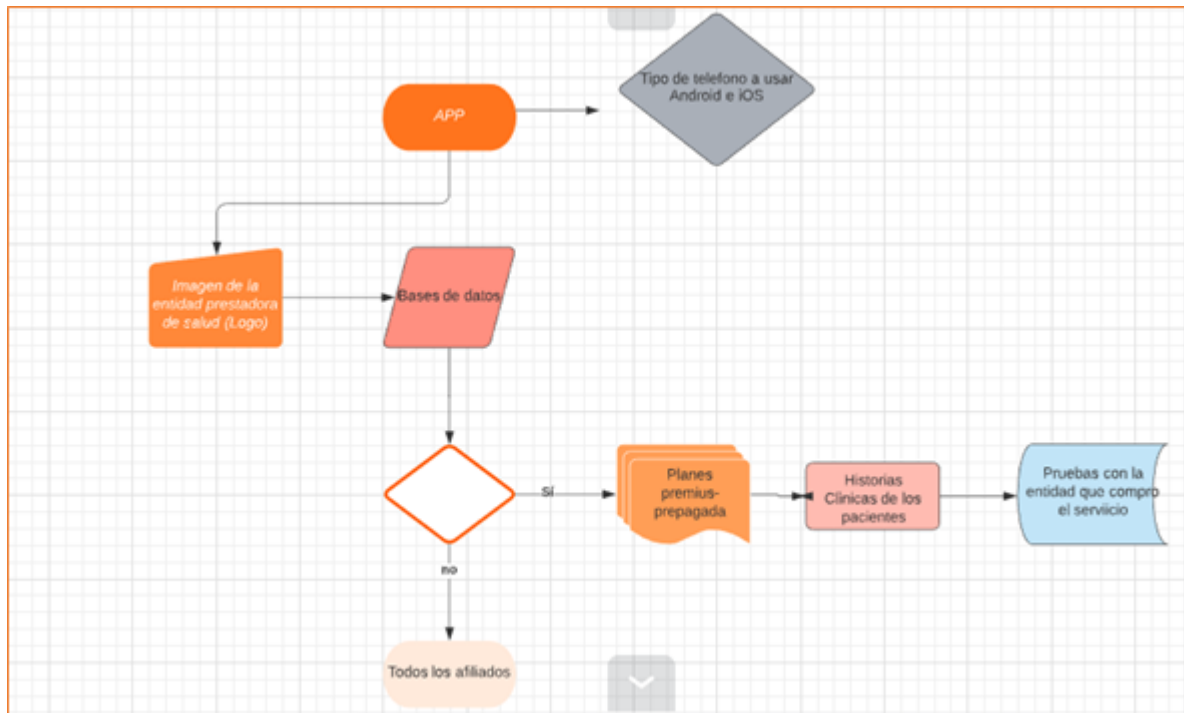
ESTABLECIMIENTO
COMERCIAL

<u>Capacidad total de creación de APP (Mes)</u>	1
<u>Capacidad anual</u>	2
<u>Capacidad mensual</u>	1
<u>Nº de días de operación (mensual)</u>	25
<u>Horas de producción</u>	300

3. Realizar plano: nuestro sitio de implementación del proyecto será en una oficina compuesta por cuatro puestos de trabajo, sala de reuniones, sala de espera, baños y cocina donde pondremos en marcha nuestra APP.



Estudio técnico



2.

Actividad de Proceso	Tiempo de estimación	Número de personas que intervienen por cargo	Equipos y maquinas que se utilizan, capacidad de producción
Cliente interesado	1 mes	1	Table
inicio de montaje de información a la aplicación	1 mes	3	computadores
bases de datos	15 días	1	Computador
historias Clínicas	15 días	1	Computador
Personal medico	10 días	1	Computador
Pruebas con la entidad de salud	15 días	las que la entidad proponga	celulares, tables
Funcionamiento	3 meses	pacientes	celulares, tables
Apoyo de funcionamiento	6 meses	Entidad	celulares, tables



TRIAGE APP

9878786

14

11/10/2020

FICHA TECNICA DEL SERVICIO

NOMBRE DEL SERVICIO TRIAGE APP

Es una plataforma tecnologica diseñada para atender emergencias medicas, en el momento en el cual un paciente tenga una urgencia puede hacer uso de la aplicación para que un medico especialista atienda su urgencia y el pueda ir dando indicaciones en linea de como se puede mantener al paciente estable mientras el llega al lugar de los hechos.

2 OBJETIVO

Nuestro objetivo es diseñar estrategias tecnologicas para las entidades prestadoras de salud, las cuales prestan servicios complementarios, que permitan mejorar los procesos de atencion de urgencias por medio de una categorizacion (triage) y la rapida interaccion con el paciente. Nuestro objetivo es ofrecer una atencion pronta al momento de tener una urgencia.

C. METODOLOGIA

es una plataforma la cual se maneja por medio de una aplicación, el cliente puede ingresar a la tienda de aplicaciones de su telefono celular y buscarnos como TRIAGE APP descarga la aplicación, se registra como cliente nuevo y puede empezar a hacer uso de nuestros servicios de manera inmediata.

D. DESCRIPCIÓN GENERAL

Esta herramienta tecnologica busca salvar la mayor cantidad de vidas posibles por eso el ser de esta empresa es entregar un servicio rapido y eficaz al momento de presentarse una urgencia. La plataforma cuenta con mas de 100 especialidades la cual le permite abargar un gran nicho de mercado, con el fin de captar la mayor cantidad de usuarios registrados.

D. DURACION

el ingreso a la aplicación es de manera inmediata, la propuesta de valor a los clientes para que un medico los atienda es de 1 minuto, es decir en este lapso de tiempo ya debe estar un medico en linea con el paciente. El tiempo por el cual puede tener un paciente al medico es indefinido, esto debido a que hay urgencias las cuales necesitan de que el medico siempre este en linea apoyando al paciente.

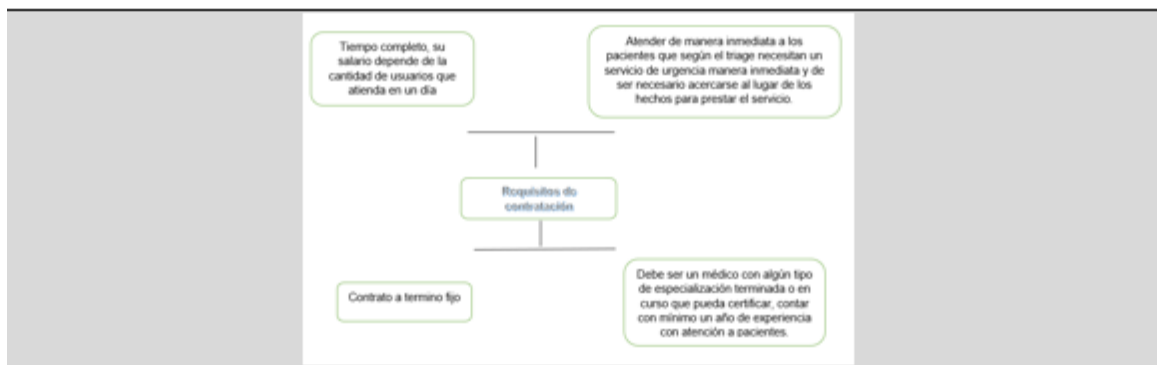
E. ENTREGABLES

Se entrega al medico la historia clinica del paciente, para que antes dar una indicacion tenga claro cuales son las condiciones del paciente.

G. PERFIL DEL CLIENTE

Es un cliente que tiene el servicio de un plan complementario, no manejamos restricciones por rando de edad.

G. PERFIL DE QUIEN ENTREGA EL SERVICIO



Firma del responsable del servicio:

LORENA G.

Nombre del responsable servicio

Nombre del

Lorena Gallon Arroyo

Firma:

LORENA G.

¿Qué problema estas tratando de resolver?

Dar a conocer más el producto, ya que en el poco tiempo que llevamos en el mercado tenemos varios seguidores, pero no estamos promocionando de manera constante el servicio por medio de redes sociales.



¿Quién es tu público objetivo?

El publico objetivo son todas las personas que manejen planes complementarios como intermediario de las eps. No tenemos rango de edad, nuestro ideal es poder abarcar familias completas.



¿Cómo resolverás este problema?

Inicialmente vamos a buscar medios de comunicación con los cuales se puedan promocionar los servicios, se pagará publicidad por los distintos canales digitales y redes sociales, con el fin de captar la mayor atención posible.



¿Cuál es el primer paso?

Vamos a iniciar pagando piezas publicitarias por medio de you tube, Facebook, Instagram, haremos ver a nuestros clientes nuestro servicio como una necesidad.



BIBLIOGRAFÍA

Javier Díaz(viernes, diciembre 28, 2018) :Negocios y emprendimiento, Copyright ©

2020 www.negociosyemprendimiento.org

Luz Perez Baz(03 de marzo, 2015): makinglovemarks.e

<https://www.makinglovemarks.es/blog/arquetipos-de-personalidad-de-marca/>