

**CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR**

**TRABAJO**

Presentación de producto

**ASIGNATURA**

Opción de grado I

**Grupo:** 10102

**NOMBRE DEL ESTUDIANTE**

Leidy Ximena Rodríguez Villarraga

Cindy Ximena Chávez Espinosa

Cristian Felipe Bareño abril

**NOMBRE DEL DOCENTE**

Edgar Alexander Barragán García

Bogotá, Colombia  
2017

## Tabla de contenido

INTRODUCCIÓN.....	3
JUSTIFICACIÓN.....	4
PERFILACION DEL CLIENTE.....	5
Necesidades: .....	5
Beneficios .....	5
Servicios Actuales.....	6
CUADRO BENCHMARKING.....	7
SOLUCIONES ACTUALES .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
INCONFORMIDADES .....	8
MERCADO (TAM,SAM,SOM) .....	8
ENTREVISTA .....	9
CONCLUSION ENTREVISTA .....	9
PROTOTIPO .....	10
IDENTIDAD ESTRATÉGICA .....	11
MISIÓN .....	11
VISIÓN.....	11
OBEJTIVO GENERAL .....	11
OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	11

## INTRODUCCIÓN

Este trabajo pretende dar a conocer información y aspectos importantes frente a nuestro producto de empresa, que tiene como objetivo apoyar al usuario de una EPS o IPS para así facilitar en todos los aspectos, desde el tiempo, hasta el acceso en cuestión de exámenes, así mismo encontraremos los beneficios y necesidades de nuestro producto dando así, el prólogo o presentación al usuario para que este consiente del uso y provecho del proyecto o producto.

## JUSTIFICACIÓN

Debido a que el sector de la salud no cuenta con un sistema lo suficientemente eficiente en materia de exámenes, consultas etc. Y en el mercado no existe un producto lo suficientemente completo que le ayude a los usuarios a gestionar de una manera más rápida y desde la comodidad de su hogar, lugar de trabajo o donde este se encuentre y debido a que esto siempre ha generado inconvenientes, contamos con un sistema de tecnología avanzada que además de ofrecernos servicios básicos nos ofrece un sistema completamente integral y dinámico, así mismo asequible para todos los usuarios.

Con este producto pretendemos mejorar una parte importante en nuestro sistema de salud el cual tendrá unos avances significativos, y así mismo avanzaremos hacia un mejor futuro en cuestión de calidad, integralidad y universalidad.

## PERFILACION DEL CLIENTE

### Necesidades:

Nuestra aplicación móvil de salud; parte de una necesidad y de los problemas de salud que estamos viviendo actualmente, en cual nosotros buscamos una solución que puede ser resuelta por la tecnología del mundo moderno.

Creemos que las aplicaciones móviles, al ser dispositivos que llevamos siempre con nosotros, pueden ayudarnos a mejorar nuestros hábitos en salud, a través de diferentes técnicas, por ejemplo, así como facilitar la adherencia a un tratamiento o ayudar en el diagnóstico precoz de una posible enfermedad.

Combinamos tecnología, rigor médico e impacto social para crear productos de calidad, que resuelvan necesidades concretas y que estén pensados desde y para el público al que van dirigido

### Beneficios

- Beneficios para el usuario
- Prioridad es la atención al usuario
- Economizar tiempo y dinero
- Acceso a información y formación en temas relacionados con su salud
- Acceso a información concreta de forma rápida en consulta facilitando la toma de decisiones
- Consulta rápida de temas o dudas concretos que pueden ser solucionados sin necesidad de consulta a un profesional sanitario
- Monitorización de variables en domicilio. Pacientes crónicos
- Aumento de seguridad en la toma de medicación.
- Descongestionar EPS y/o IPS
- Posibilidad de disponer de herramientas fuera de la consulta o del centro médico (domicilio del paciente, consultorios rurales o servicios de urgencias móviles) Contacto en red con otras personas en su misma situación.

## Servicios Actuales

En la actualidad hay más de 90.000 aplicaciones de salud y medicina en todas las tiendas de aplicaciones móviles según la IMS (Institute for Healthcare Informatics), de ese número el 80% corresponde a aplicativos de bienestar y ejercicio físico y el 20 % dirigido a los profesionales en sus salud y pacientes

Nuestros mayores competidores son

- “Lysis” :Plataforma para almacenar resultados de laboratorio, aplicación de Bogotá D.C
- “Doctor App” :Citas con el especialista, aplicación de Barranquilla
- “Glucose Buddy”: Ideal para personas que sufran de diabetes
- “Doctoralia”: Permite gestionar citas medicas
- “Epi Life”: Personas con problemas cardiacos podrán llevar sus registros y controlar su ritmo cardiaco

## CUADRO BENCHMARKING

Lysis	Plataforma para almacenar resultados de laboratorio, aplicación de Bogotá D.C	Colombia health medical group	Permitirá guardar cualquier resultado a nivel nacional.
Doctor App	Citas con el especialista, aplicación de Barranquilla	Colombia health medical group	Permitirá realizar citas, consulta de resultados, entre otras funciones
Glucose Buddy	Ideal para personas que sufran de diabetes	Colombia health medical group	Todo usuario, con cualquier tipo de patología, podrá acceder a nuestra aplicación.
Epi Life”:	Personas con problemas cardiacos podrán llevar sus registros y controlar su ritmo cardiaco	Colombia health medical group	Contaremos con un sistema de programación avanzado. Para cualquier patología se tendrá un programa especial para la muestra de exámenes que se requieran.
Doctoralia	Permite gestionar citas medicas	Colombia health medical group	Permitirá realizar citas, consulta de resultados, entre otras funciones

## INCONFORMIDADES

Las inconformidades que mayor presentan las personas a la hora de utilizar una App relacionada con el sistema de salud y con todo el procedimiento formal que hay que hacer para agendar citas y consultar los resultados es al momento de agendar una cita por la aplicación de nuestra competencia se hace tedioso, además de que para sacar una cita con un especialista es aún peor porque no está incluido dentro de las funciones de la APP, Cuando por fin logra hacerse el procedimiento y quiere ver los resultados de sus análisis la aplicación se bloquea y no los deja descargar.

## MERCADO (TAM,SAM,SOM)

### ❖ **TAM – Total Addressable Market** (Mercado total o direccionable)

Pretende modelar cómo de grande es el universo al que nos dirigimos y sirve para analizar cómo de grande es la oportunidad de negocio, o dicho de otra forma, su potencial total si más adelante el modelo de negocio pivota. Para calcularlo en mercados más o menos conocidos podemos utilizar la suma de la facturación de todos sus competidores principales a nivel global, o dirigimos a estudios existentes donde se indique el volumen del mercado

❖ En la actualidad hay más de 120.000 aplicaciones de salud y medicina en todas las tiendas de aplicaciones móviles según la IMS (Institute for Healthcare Informatics), de ese número el 80% corresponde a aplicativos de bienestar y ejercicio físico y el 20 % dirigido a los profesionales en sus salud y pacientes

### ❖ **SAM – Serviceable Available Market** (Mercado que podemos servir)

Ofrece una idea del tamaño del mercado que podemos servir con nuestra tecnología y modelo de negocio *actual*. Sirve para valorar el potencial de crecimiento de la empresa en las condiciones actuales, es decir, ofreciendo los servicios y productos que hemos definido



De las 120.000 aplicaciones móviles que existen en el mundo de hoy; En nuestro país actualmente se encuentran en servicio 37.000 en las tiendas de Play Store, y en la tienda IOS, donde algunas se encuentran gratuitamente y otras con precios que oscilan los 4-20 dólares como lo es Calm,Lysis, iDoctus

❖ **SOM – Serviceable Obtainable Market** (Mercado que podemos conseguir)  
Quizás el más importante, sirve para valorar el potencial a corto/medio plazo que de forma realista podemos obtener con los recursos que vamos a invertir en conseguir clientes.... es decir, no sólo valora el tamaño del mercado actual sino el trozo o porcentaje del mercado que podemos capturar con los recursos de los que disponemos y nuestra actual estrategia de captación.En Colombia el último año se han descargado apps de salud y bienestar en 19.000 veces, esperamos conseguir en nuestro primer año alrededor de 11.000 descargas, en nuestro segundo año esperamos un monto de 16.000 descargas, todo esto esperando el éxito que tengamos en nuestra estrategia de marketing/ventas

## ENTREVISTA

1. ¿Cree usted que este equipo ayudaría a innovar la calidad de servicio al cliente?
2. ¿Qué beneficio tendría para su vida una App con la cual no tuviera que desplazarse para pedir o reclamar un examen médico?
3. ¿De qué manera cree usted se desarrollara el producto ante el mercado? ¿positiva o negativamente? ¿Por qué?
4. ¿Cómo cree que será la reacción de las ips ante la presentación del equipo?
5. ¿cree usted que existirá mayor compromiso ante el usuario, ya que con este equipo se descongestionaran dichas entidades del sector salud?

## CONCLUSION ENTREVISTA

Esta entrevista se realizó con el fin de saber cuál era la mayor inconformidad que presentaba el usuario ante la atención que se le daba en el centro de salud. En cuanto a la entrevista encontramos varios aspectos entorno al sistema de salud en Colombia, pero la gran parte van encaminados a la misma falencia que presenta dicho sistema.

## PROTOTIPO

La interfaz de una aplicación es la capa visible que hay entre su corazón funcional y el usuario, y su apariencia depende del sistema operativo: iOS, Android, Windows Phone,... cada uno tiene una línea visual propia, unos botones, gráficos, iconos,... propios que los diferencian del resto y les dan una identidad. El diseñador deberá crear diseños propios y únicos pero siempre coherentes con el estilo de la plataforma.

Partiendo de la lista de elementos que hemos creado en la etapa anterior se coloca el contenido en plantillas de móviles. Dibujamos dónde irán los menús y qué contendrán, si habrá imágenes, dónde incluiremos la información y qué estructura tendrá,... y después añadiremos interacciones: pensaremos en cómo mostrar todo y como será la navegación de la aplicación.

Al terminar esta fase testamos con el profesional sanitario y los pacientes y comprobamos que los elementos incluidos y las interacciones se entienden y son correctos, que la aplicación es fácil de usar y que hemos conseguido los objetivos iniciales. Una vez testado, los bocetos se llevan a detalle: se escogen los colores y tipografías, se adaptan las imágenes y se trabajan los textos.

## IDENTIDAD ESTRATÉGICA

### ❖ MISIÓN

- ❖ Porque estamos comprometidos en la salud en Colombia y nuestro máximo compromiso es ofrecer la más alta calidad medica tecnológica que beneficie a nuestros usuarios, tenemos una gran meta que es profesionalizarnos cada vez más abriendo nuevos campos en el área de la salud fortaleciendo nuestras alianzas estratégicas y modernizando nuestro sistema.

### ❖ VISIÓN

- ❖ En el año 2022 esperamos ejercer el liderazgo en el desarrollo de la salud y afianzar un modelo integral y solidario del sistema de salud, basándonos en la calidad de la asistencia médica y en la promoción de la salud de nuestros clientes

### ❖ OBJETIVO GENERAL

- ❖ Optimizar los servicios y la cobertura sobre la base de la innovación tecnológica el desarrollo profesional y con especial énfasis en la ética

### ❖ OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ❖ Contribuir al logro de una Ciudadanía Activa respecto al cuidado de la salud, fortaleciendo el trabajo intersectorial y la construcción de redes comunitarias para dar respuesta a los problemas de salud de la comunidad.
  - ❖ Asegurar la optimización de todos los recursos disponibles, articulando los programas de salud nacional y municipal en los efectores de salud públicos donde desarrollan las actividades los Comunitarios

❖ Identificar los elementos clave que permitirían la integración funcional del sistema de salud colombiano de las experiencias internacionales revisadas