

1. ANÁLISIS DEL NEGOCIO Y SU ENTORNO

Su nombre será EcuSalud S.A. y su actividad será brindar servicios de información en el área de salud, a través de un Portal Médico, el cual tendrá por ubicación la siguiente dirección en Internet: <http://www.ecuasalud.com>.

2. ANÁLISIS DE MERCADO

Ecuasalud brindará los siguientes servicios:

- **Directorio médico:** listado de médicos clasificados por especialidad y localización. Contendrá toda su información detallada.
- **Artículos varios:** contendrá diversos artículos de interés como: “Últimos descubrimientos sobre VIH”, “Diabetes, el asesino silencioso”, etc.
- **Búsquedas:** el website tendrá incorporado un motor de búsqueda que permitirá al visitante realizar consultas por temas o palabras claves.
- **Noticias:** el portal debe servir como un nexo entre los diferentes integrantes de los mercados de la salud. Por esto se publicará noticias actuales sobre eventos, promociones, regulaciones y demás información de interés para nuestros clientes.
- **Consultas en línea:** el portal permitirá a los usuarios registrados contactar a los médicos que se encuentren conectados al mismo y realizar consultas médicas en línea.
- **Base de datos:** los médicos registrados podrán realizar búsquedas en la base de datos médica del portal, para los efectos se contará con un enlace directo a una base de datos médica global (banco de datos virtual sobre medicina ubicado en los EEUU).
- **Foros de discusión:** el website permitirá a los usuarios registrados suscribirse en los diferentes foros de discusión sobre diversos temas de interés.
- **Suscripción a boletines (mailing-lists):** los usuarios registrados podrán recibir en su correo si desean, quincenalmente, información actualizada sobre temas de su interés.
- **Venta de productos:** EcuSalud.com contará con un mall de compras electrónico que ofrecerá a los internautas la posibilidad de adquirir diversos productos relacionados con la medicina. Para efectos de pago se aceptarán tarjetas de créditos nacionales e internacionales.

- **Publicidad:** el portal contará con espacios publicitarios disponibles para alquilar en sus páginas (banners), para las empresas que deseen contratarlos.

3. OBJETIVOS

Nuestro principal objetivo es desarrollar un plan de negocios para comprobar la factibilidad de diseñar, implementar, colocar en línea (on-line) y operar el sitio Web (portal) sobre vida sana previamente descrito.

Para ello es necesario analizar los siguientes pasos:

1. Analizar el mercado y definir el segmento meta.
2. Identificar los competidores y servicios sustitutos.
3. Verificar la factibilidad técnica del proyecto.
4. Evaluar diferentes alternativas de implementación.
5. Seleccionar la mejor alternativa en término de costos/beneficio.
6. Verificar la variabilidad del proyecto en el contexto legal ecuatoriano.
7. Realizar un estudio de costos exhaustivo para la implementación de la alternativa elegida.
8. Analizar la parte financiera del proyecto.
9. Evaluar los riesgos asociados al negocio.
10. Definir el cronograma para la implementación del proyecto.

4. TENDENCIA DEL ENTORNO NACIONAL

En Ecuador la necesidad de obtener información, servicios y productos relacionados con vida sana a través de Internet ha sido detectada por algunas compañías, las cuales han desarrollado pseudos-portales de salud, pero no cuentan con todas las facilidades requeridas para generar un alto tráfico de público e interesar a todos los sectores relacionados con el área de la salud.

El principal problema que enfrentan los portales médicos en nuestro país lo constituyen en primer lugar la falta de una infraestructura tecnológica de primera y en segundo lugar la cultura del público en lo referente a la utilización de Internet.

5. MERCADO OBJETIVO

En la fase inicial pensamos solo enfocarnos en la provincia del Guayas. Si las proyecciones del portal resultan de acuerdo a lo esperado, la idea es expandirnos primero en Ecuador y luego a la Región Andina.

Se detalla a continuación los componentes del grupo objetivo y sus necesidades, a fin de identificar los servicios a crear.

1. EL MÉDICO

Por las características de nuestro producto hemos considerado sólo a los “médicos jóvenes”, (hombres y mujeres en edades entre 25 y 45 años), de condición social media o alta y que tengan acceso a Internet. Por mencionar algunas necesidades tenemos promoción de su imagen profesional, comunicación con su colegio profesional, entre otras.

2. ESTUDIANTES DE MEDICINA

Sus necesidades son:

- Disponibilidad de información actualizada sobre medicina tradicional y nuevos descubrimientos.
- Posibilidad de consultar dudas a los médicos que ya ejercen la profesión.
- Familiarizarse de forma temprana con el medio de la salud.

3. COLEGIOS DE MÉDICOS

Los colegios de médicos son importantes por su conexión directa con grandes grupos, lo que facilitará difusión y el uso de la página. Sus necesidades son:

- Actualización constante para su gremio.
- La organización de eventos gremiales, congresos, etc., y promoción de los mismos.
- Familiarizarse de forma temprana con el medio de la salud.

4. PÚBLICO EN GENERAL

El público que esperamos que visite el portal son hombres y mujeres comprendidos en edades entre los 25 y 65 años, pertenecientes a clases media o alta y que cuenten con acceso a Internet.

El público necesita información actualizada sobre vida sana, directorio de médicos especialistas, consultas en línea, acceso a medicamentos a costos razonables, entre otros.

5. LABORATORIOS FARMACÉUTICOS

Este segmento es el de mayor posición económica, están interesados directamente en el médico que receta y en público por posicionamiento de marca. Algunas de sus necesidades son llegar directamente al médico y su consulta, tener presencia de marca en eventos médicos importantes, publicitar su marca, entre otros.

6. CADENAS DE FARMACIAS

Este es un segmento nuevo y necesitaría pelear una posición en el mercado, difundir sus servicios y promociones y ampliar su base de datos de clientes y tarjetas de consumo.

7. REVISTAS MÉDICAS

Un componente pequeño, pero de valoración importante para médicos. Sus necesidades son:

- Difusión de su producto directamente al médico.
- Fácil acceso del médico a su producto.
- Apoyo logístico para la distribución.

8. DISTRIBUIDORAS DE INSUMOS MÉDICOS

Su necesidad primordial es difundir el uso de sus productos entre los médicos.

9. ASEGURADORAS MÉDICAS

Sus necesidades son:

- Difundir sus servicios ante el público.
- Prestigio.
- Presencia de marca.

10. ESTRATEGIA DE VENTAS

Nuestro proyecto pretende tener en un plazo de 3 años 800 médicos de Guayas registrados en nuestro portal, a un precio promedio de \$68 por médico semestrales.

Nuestras expectativas por el lado de venta de espacios de publicidad en el sitio son más modestas y esperamos tener en 3 años, al menos 30 empresas publicitándose en el portal.

El precio de un banner publicitario es de \$300 mensuales.

11. PROVEEDORES

CONEXIÓN A INTERNET

Se escogió como proveedor a Interactive por ser la opción más barata que cumple con los requerimientos mínimos necesarios.

HOSTING

El proveedor seleccionado es Infinology, puesto que sólo cumple con los requerimientos de ancho de banda, capacidad de almacenamiento y soporte para el lenguaje seleccionado, sino que además ofrece soporte técnico inmediato y garantiza un 99.99% de operatividad.

BASE DE DATOS MÉDICA

Se escogió como proveedor a Journal of American Medical Association (JAMA) por ser la opción más barata que cumple con los requerimientos mínimos necesarios.

No tomamos en consideración los componentes de hardware y cableado debido a que son muy pocos (1 estación de trabajo, 1 switch de 8 puertos, 6 puertos de red) y existe una amplia gama de proveedores en el medio.

12. ANÁLISIS TÉCNICO

La construcción de un sitio web de comercio electrónico pequeño como es el caso del presente proyecto se puede manejar con tres personas en un plazo no mayor a 3 meses.

RECURSOS HUMANOS

- Dos ingenieros en computación con experiencia en liderazgo de proyectos de desarrollo de aplicaciones orientadas a objetos.
- Un web master, con experiencia en lenguaje de programación PHP y herramientas de diseño para el web, encargado de las fases de Implementación, Pruebas y Publicación del sitio web.

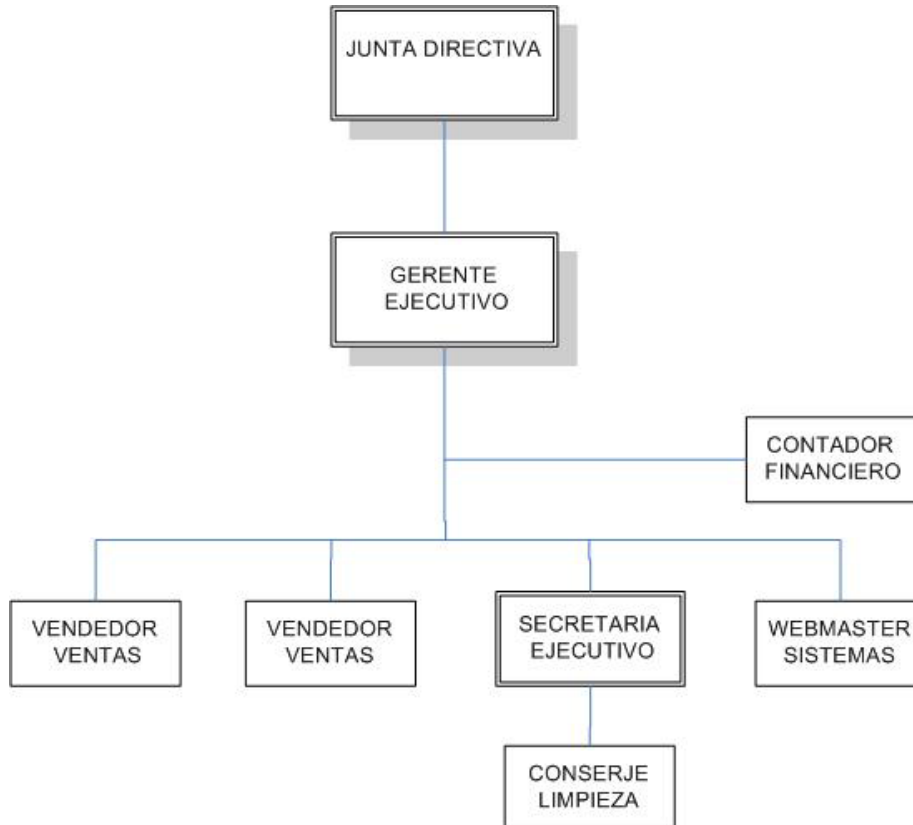
RECURSOS TÉCNICOS

- Estación de trabajo para el web master:
 - Pc Desktop
 - Procesador PIV 3Ghz
 - 512 memoria SDRAM
 - 80Gb disco duro y Tarjeta de red 10/100 Mbps
- Sistema Operativo Fedora Core y aplicaciones para desarrollo en PHP.
- Switch 8 puertos Fast Ethernet.
- Conexión permanente a Internet DSL 128 Mbps ancho banda.
- 100Mb alojamiento en un sitio web del exterior (hosting).
- Acceso a una base de datos médica en Internet.

13. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO

Nuestro grupo empresarial estará conformado por personal calificado en Administración, Finanzas, Sistemas y en equipo de vendedores a tiempo completo con conocimientos en Internet.

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEL PORTAL WEB VIDA SANA



6. ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO

EcuSalud S.A. será constituida legalmente como sociedad anónima, con capital suscrito de \$30,000.00 y aportes iguales de 33.3% brindado por 3 socios.

EcuSalud se financiará en base a la venta de suscripciones a los médicos para que puedan acceder a una base de datos on-line con información médica especializada, de última tecnología, producto de las últimas investigaciones en medicina a nivel mundial. La inversión inicial requerida para la puesta en marcha del proyecto es de \$12,465.00, la cual será provista con capital propio de los socios en partes iguales.

El análisis financiero se realizó a cinco años y muestra un valor de VAN de \$30,002.31 al 20% y un valor de TIR del 66.4%, recuperándose la inversión a los dos años y diez

Plan de Negocios (Resumen Ejecutivo)

Autores: Ing. Karina Astudillo B.

Econ. Elizabeth Miranda A.

Ing. Galo Baida



meses. Por lo tanto se concluye que EcuSalud es un proyecto viable y rentable, que además cubrirá una necesidad latente en la comunidad de médicos y pacientes.