



# Plan de empresa Tratamed

17/06/2022


---

**Daniel Fernández Bernal**

Tratamed S.A

Calle Gran Poder, 1

Sevilla, Sevilla, 41805

- 
- I. Introducción.**
  - II. Justificación.**
  - III. Nombre y logo.**
  - IV. Producto.**
  - V. Modelo de negocio.**
  - VI. Consumidores y posibles clientes.**
  - VII. Competencia.**
  - VIII. Análisis DAFO.**
  - IX. Publicidad y promoción.**

## I. Introducción.

El aseguramiento privado creció en 2020 superando los 11 millones de clientes con 9.000 millones de facturación y en 2021 algunas compañías han llegado a vender un 47% más de seguros que el año anterior.

Este incremento de los seguros médicos se ve reflejado en la ampliación de las clínicas privadas los cuales son los clientes potenciales de este proyecto.

## II. Justificación.

La mitad de las personas diagnosticadas con al menos una dolencia suspenden sus tratamientos antes que concluyan por dejadez u olvido y una de cada 10 hospitalizaciones se debe a no seguir la terapia farmacológica, por eso este proyecto va encaminado a facilitar a los pacientes el seguimiento de su tratamiento médico.

Esta app móvil es un complemento donde el paciente tiene toda la información de su tratamiento en un solo lugar pudiendo generar beneficios concretos e inmediatos.

Como competencia encontramos algunas de las compañías aseguradoras más conocidas como Sanitas y DKV. Lo novedoso respecto a estas es que el médico es el que pone el tratamiento, mientras que las otras tienen que poner tú tus propias recetas.

## III. Nombre y logo.



He creado este logo, ya que me parece sencillo pero vistoso y serio, el fonendoscopio es un símbolo que solemos asociar a los médicos y la cruz hace referencia a las farmacias donde se compran los tratamientos. El nombre es la abreviatura de las palabras "tratamiento" y "médico" unidas.

## IV. Producto.

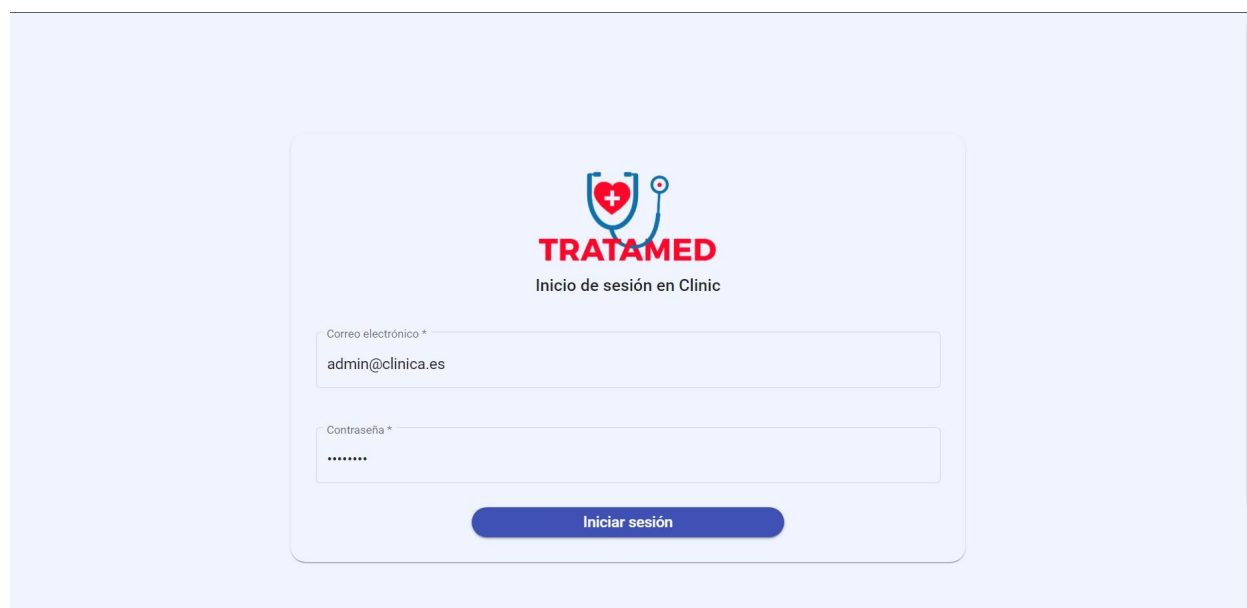
El producto consiste en una aplicación web para la parte administradora y una aplicación móvil dirigida tanto a médicos como pacientes.


La página web en la cuál un administrador podrá dar de alta tanto médicos como pacientes además de las especialidades de los médicos y los medicamentos.

En la aplicación móvil contará para los pacientes con un listado de sus recetas, su perfil y una pestaña con google maps para ver dónde está la farmacia más cercana. Para la parte de los médicos habrá un listado con todos sus pacientes, una pestaña donde pueda ver los datos de un paciente con sus recetas, su perfil y los formularios pertinentes para la creación de los pacientes y recetas.

### IMÁGENES DE LAS INTERFACES.


#### WEB





Usuarios




Medicamentos / Especialidad






Daniel  
admin@clinica.es


Cerrar sesión

### Médicos +

Nombre	Apellidos	Fecha de nacimiento	Email	Teléfono	Acciones
Daniel	Fernandez Bernal	22/11/1995 00:00	medico@clinica.es	555-555-555	  


### Pacientes +

Nombre	Apellidos	Fecha de nacimiento	Email	Teléfono	Acciones
Daniel	Fernandez Bernal	22/11/1995 00:00	paciente6@clinica.es	555-555-555	  



Usuarios




Medicamentos / Especialidad






Daniel  
admin@clinica.es

Cerrar sesión

### Medicamentos +

Id	Nombre	Acciones
1	Paracetamol	  

### Especialidades +

Id	Nombre	Acciones
1	Cardiólogo	  

0

## Creación de un médico



Fecha de nacimiento



Subir imagen

Cancelar

Aceptar

## Creación de un paciente



Fecha de nacimiento

Subir imagen

Cancelar

Aceptar

### Creación de un medicamento

### Creación de un especialidad



MÓVIL

20:33

4G 69%



Email



Contraseña



LOGIN







20:35



4G 69%



# FORMULARIO NUEVA RECETA

Ibuprofeno ↓



Fecha inicio



Fecha fin

## Momentos de tomas



Mañana

☐

Tarde

☐

Noche

☐



Noche

☐

## Días de tomas



Lunes

☐

Martes

☐

Miércoles

☐

Jueves

☐

Viernes

☐

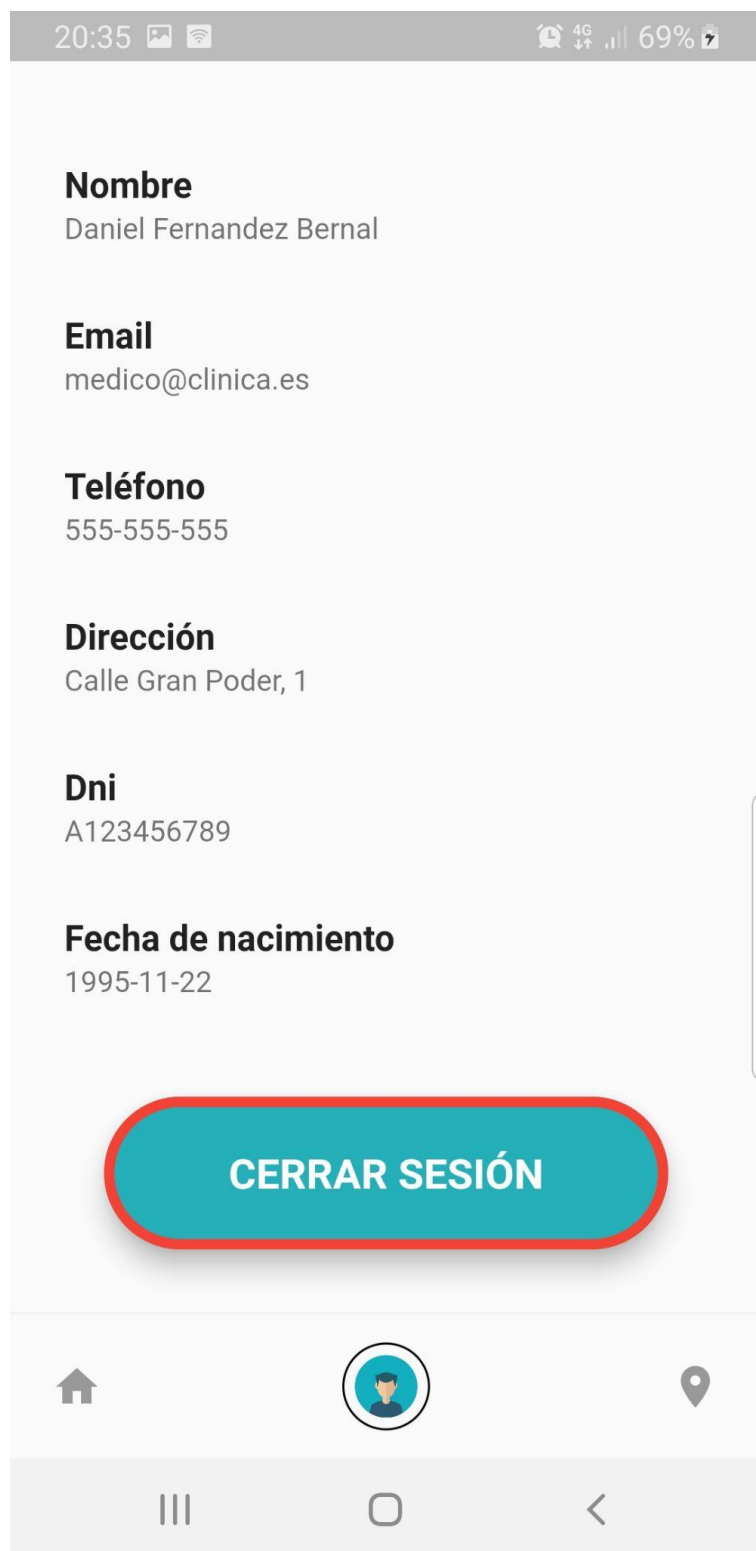
Sábado

☐

Domingo

☐**GUARDAR**









## V. Modelo de negocio.

Se va a optar por un modelo de negocio Premium el cuál se emplea en aplicaciones que aportan un gran beneficio al cliente o se diferencia de la competencia por ofrecer soluciones más eficientes o innovadoras, por esto el beneficio de la empresa se conseguirá en forma de un pago único y directo de las clínicas que requieran la aplicación para médicos y pacientes.

## VI. Consumidores y posibles clientes.

El producto va dirigido a clínicas o consultorios y a todos sus pacientes aunque principalmente va dirigido a personas mayores o sus cuidadores para llevar mejor el control de sus medicamentos. La actividad se centrará el primer año en España.

## VII. Competencia.

Como principal competencia encontramos apps como Alarma de Medicina o MyTherapy o compañías aseguradoras como Sanitas, Dkv o Mapfre.

## VIII. Análisis DAFO.

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"><li>-Escasa rentabilidad.</li><li>-Presupuesto limitado.</li><li>-Poca experiencia en el sector.</li><li>-No somos conocidos en el mercado.</li><li>-Dificultades de financiación en la empresa.</li><li>-Las personas mayores normalmente no tienen smartphone.</li><li>-Escasa diferenciación en los productos.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>-Entrada de nuevos competidores en el mercado.</li><li>-Las empresas competidoras pueden hacer productos parecidos al nuestro.</li><li>-Situación política.</li><li>Poca capacidad de inversión.</li><li>-Crisis económicas.</li></ul>

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Costo operacional bajo.</li> <li>-Tenemos ventaja competitiva en costes.</li> <li>-Nuestra empresa tiene gran capacidad directiva así como flexibilidad organizativa.</li> <li>-Las aplicaciones que comercializamos son de fácil manejo e intuitivas.</li> <li>-Adaptación a la variación y a las nuevas tendencias.</li> <li>-Atención personalizada.</li> <li>-Servicio técnico 24h.</li> <li>-Buena dirección estratégica.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Promociones y ofertas a los nuevos clientes.</li> <li>-Podemos ampliar nuestra cartera de productos.</li> <li>-Se observa un crecimiento rápido en el mercado.</li> <li>-Expansión a otros países.</li> <li>-Entrar en un nuevo tipo de mercado dependiendo de la necesidad.</li> </ul>

## VIII. Publicidad y promoción.

La publicidad se hará a través de agencias de Marketing digital médica especializadas con soporte de publicidad online, correo directo o en revistas médicas.

Para la promoción se lanzarán promociones de ventas y se anunciará a través de periódicos o en redes sociales (a través de los llamados influencers ya que llegará a un mayor público que creando las nuestras propias) además se repartirán volantes y folletos por las calles.

Las redes sociales elegidas para la publicidad serían Facebook, Twitter, TikTok y Twitch a través de creadores de contenido.

Como promoción para captar a nuevos clientes se realizará ofertas con el precio de la distribución por cantidad de usuarios que vayan a utilizar la aplicación

Se promocionará en un principio los tres primeros meses desde su salida a mercado con un coste al principio superior al 50% de la inversión inicial.