

Sobre la Empresa
 Busca el desarrollo de emprendedores que quieran vivir de un modelo de negocio probado a bajo riesgo dentro del sector de la salud.



Socios Clave

1. Laboratorios y Distribuidores de productos médicos nacionales y extranjeros en todo el país a precio hospitalario.
2. Agencias de envío (Motoplis)
3. Alianza con otros proveedores (La neveria etc.)
4. Registro en Ministerios de Salud, SAT y otros.
5. Alianza con comerciantes, empresas y ONGs. para jornadas médicas y crear la red de tarjetas de descuento.
6. Alianza con visa y con varios bancos para tener cajas bancarias.

Actividades Clave



1. Excelente atención al cliente.
2. Amplia variedad de medicamentos.
3. Medicamentos nacionales y extranjeros de alta calidad.
4. Plan de Mercadeo enfocado en Jornadas Médicas.
5. Capacitación, Asesoría y Monitoreo constante.
6. Procesos definidos y estandarizados.

Recursos Clave



1. Plan Estratégico.
2. Perfiles Profesionales.
4. Certificaciones Nacionales.
5. Plan de Estudios.
6. Infraestructura adecuada.
7. Equipo de computación profesional.
8. Deducibles de Impuestos del ONG.
9. Alianzas estratégicas.
10. Marca y Patente.
11. Modelo de Negocio.

Propuesta de Valor



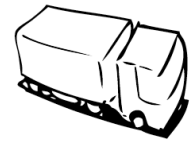
- El agregado de valor que se pretende ofrecer al mercado en es una Atención Integral, la cual estará conformada por:
- 1) Atención médica de calidad (conocimientos sólidos, calidez, cortesía y amabilidad, trato digno);
 - 2) Medicamentos Genéricos de venta libre (enfermedades de bajo riesgo) y de especialidad (patente, para enfermedades de alto riesgo);
 - 3) Tratamiento a Enfermedades crónicas y/o de temporada como Obesidad, Gastritis, Colesterol, Diabetes, Influenza estacional.
 - 4) Por ser parte de Acción Humana no se pagará IVA ni ISR.
 - 5) Se tendrán los productos a consiguiente.
 - 6) Seguros y sistemas de vigilancia.
 - 7) Costos de inversión bajos.

Relaciones con el cliente



- Relación de lealtad obtenida por confianza.
- Contacto directo con el beneficiario.
- Apoyo en resolver los conflictos cliente con eficiencia.
- El personal es cortez, educado y dispuesto a resolver los problemas del cliente.

Canales



1. Redes Sociales
2. Promoción en Universidades y Colegios y Escuelas.
3. Tarjetas de descuentos.
4. Mailing para empresas.
5. Promoción de Jornadas Médicas con megafono y volantes pequeños.

Segmentación del Cliente



- PERFIL:
1. Edad: +0 años
 2. Sexo: Hombre y/o mujer
 3. Estado Civil: Indistinto
 4. Nivel Socio-económico: Medio y Medio Bajo
 5. Ocupación: Indistinto
 6. Nacionalidad: Indistinto.
 7. Necesidades: Prevención y Curación
 8. Expectativas: Mejorar su salud.
 13. Intereses: Medicina, medicamentos, curación, descuentos médicos, etc.

Estructura de Costos



1. COSTES FIJOS: Alquiler, Servicios, Sueldos, Impuestos, Gastos de Instalación, etc.
 2. COSTES VARIABLES: Pagos freelance, operativos, publicidad, depreciación, indemnizaciones, amortizaciones, prestamos, etc.
 3. COSTES DE INVERSIÓN: Software, Hardware, Sueldos, etc.
- Los costos pueden calcularse si ya se tienen definidos los recursos, actividades y alianzas clave. Ver el

Fuentes de Ingreso



- MEDIOS DE RECAUDACIÓN:
1. Empresas de Descuentos
 2. Ventas Directas en la web, POS y depósitos bancarios.
 3. Donantes
- INGRESO:
1. Venta de helados de la Neveria. Se obtendrá el 20% de comisión por venta.
 2. Entre el 30% y el 110% de comisión en la venta de productos médicos, todo depende del tipo de producto.
 3. Oportunidad de vender productos de canasta básica (provehidos por Acción Humana) con el 15% de comisión por venta.
 4. Ingreso de clientes por buscar cajas bancarias.