



Carreras: Administración de Empresas y Mercadeo

**Diplomado: Plan de Negocio y Gestión Integral de Proyectos de
Emprendimiento en Línea**

Proyecto:

Diabético Online

Autores:

Ramona Jiménez Regino
Rafael Puello
Lorenzo Vladimir Tapia

Facilitadores Acompañantes:

Jorge Mena
Julio Angel García
Eliana Campos

**18 de diciembre del 2020,
Santiago de los Caballeros,
República Dominicana**



TABLA DE CONTENIDO

➤ RESUMEN EJECUTIVO.....	6,7.
➤ INTRODUCCION.....	8,9
➤ Antecedentes del sector.....	10,11,12
➤ Planteamiento del problema.....	13
➤ Objetivo general.....	14
➤ Objetivo específico.....	14
➤ Importancia y justificación.....	15
➤ Metodología.....	16
➤ Delimitación del proyecto.....	17
➤ Limitaciones del proyecto.....	17
➤ Métodos de recolección de datos.....	17
SECCIÓN 1: ESTRUCTURA IDEOLÓGICA DEL PROYECTO.....	20
1.1 Descripción de la empresa.....	21
1.2 logo Corporativo.....	21
1.2.2 Eslogan.....	21
1.2.3 Colores.....	21
1.2.4 Tipografía.....	22
1.3 Filosofía de negocios.....	22
1.3.1 Misión.....	23
1.3.2 Visión.....	23
1.3.3 Valores.....	23
1.4 Ventajas competitivas.....	23
1.4.1 Valor agregado.....	23
1.4.2 Estrategias de diferenciación.....	23
SECCIÓN 2: ESTRUCTURA DEL ENTORNO.....	24
2.1 Análisis FODA del proyecto.....	25
2.2 Análisis de la competencia.....	26
2.2. Principales competidores.....	26
2.3 Fortalezas y debilidades de la competencia.....	27
2.4 Análisis de la demanda o consumidores.....	28
2.5 Análisis y presentación de los resultados de la encuesta.....	29 Hasta 44.

SECCIÓN 3: ESTRUCTURA MERCADOLÓGICA.....	45
3.1 Mercado meta.....	47
3.2 Descripción del servicio.....	48
3.3 Estrategias de precios.....	56
3.4 Estrategias de distribución.....	60
3.5 Estrategias de comunicación.....	62
SECCIÓN 4: ESTRUCTURA TÉCNICA.....	67
4.1 Principales socios claves del proyecto.....	69
4.2 Asesores o especialistas de producción y Operaciones.....	70
4.3 Áreas operativas del proyecto.....	72
4.4 Organigrama.....	73
4.5 Horario de trabajo y asistencia al cliente.....	75
4.6 Políticas operativas del negocio.....	75
4.7 Normas laborales.....	75
SECCIÓN 5: ESTRUCTURA FINANCIERA.....	76
5.1 Plan de inversión.....	77
5.2 Plan de medios online.....	78
5.3 Proyección de ventas por temporada.....	79
5.4 Estado de flujos de efectivo proforma.....	80
3.6 Estado de resultados proforma.....	81
CONCLUSIONES.....	83
BIBLIOGRAFÍAS.....	84
ANEXOS.....	86
Cuestionario.....	89
Link de instagram.....	90
Link website.....	90

ESUMEN EJECUTIVO

Este proyecto diabético online el cual busca satisfacer las necesidades de los consumidores a través de una página web para ofrecer productos exclusivos para mejorar su calidad de vida.

Este proyecto consiste en la creación de una empresa para diabéticos que ofrezca a las personas que viven con esta enfermedad, productos, información y servicios que le permitan y faciliten el cuidado y una mejor calidad de vida.

Este proyecto surge a raíz de la necesidad ha surgido en nuestro país de que las personas con vulnerabilidad no pueden salir de casa y diabético online ofrece la facilidad de obtener sus productos con tan solo darle a un clic.

Este proyecto online ofrecerá productos bajos en azúcar, complementos alimenticios, calzados para diabéticos y otros productos recomendados para diabéticos.

Este proyecto para diabéticos hará un blog para charlas informativas, intercambio de experiencia en el autocuidado o simple convivencia donde nuestros clientes intercambiaran su punto de vista con respecto a vivir con diabetes.

Este proyecto utilizara los diferentes tipos de redes sociales para comercializar sus productos como son Instagram y Facebook.

En este proyecto habrá una página web donde se colocará un catálogo con la gran variedad de nuestros productos para personas con diabetes.

La ventaja competitiva que ofreceré este proyecto es la rapidez de entrega en el menor tiempo posible y sin ningún costo adicional.

Este proyecto basara su éxito en los siguientes elementos:

Seguimiento directo a cada cliente que entre a nuestra página web interesado en información

de nuestro producto y el tiempo de entrega.

El objetivo de diabéticos online es satisfacer las necesidades de los consumidores de productos exclusivos de excelente calidad y buen precio.

Trabajo en equipo con todo el personal que maneje la página web debe estar involucrado de manera directa en los pedidos que nuestro cliente realice por la página web.

Imagen y prestigio para conseguir que los clientes perciban una buena imagen de la empresa, ofreceremos calidad en cada entrega o venta, una imagen cuidada del negocio y un trato personalizado para los clientes.

Trabajo en equipo todo el personal que maneje la página web debe estar involucrado de manera directa en los pedidos que nuestros clientes realicen por la página web.

Imagen y prestigio para conseguir que los clientes perciban una buena imagen de la empresa, ofreceremos calidad en cada entrega o venta, una imagen cuidada del negocio y un trato personas.

Se realizó un estudio de mercado para conocer cuáles son las necesidades de los consumidores que demanden estos productos.

Este proyecto está compuesto por un capital humano de cinco empleados, factor que hace denominarla como una empresa. Diabético online está constituida por una sociedad de responsabilidad limitada (SRL), ya que se conforma de tres socios. Como su nombre lo indica será una sociedad cuya responsabilidad está limitada al capital aportado y por lo tanto en caso de que contraigan deuda no responderá con el patrimonio personal de lo socio.

INTRODUCCIÓN

En este proyecto de emprendimiento se desarrollaron una serie de estudio con el fin de determinar la gran aceptación que tendrá una tienda online dirigidos a personas diabéticas, los cuales estaban pasando por problemas tediosos al no poder comprar sus suplemento, comestibles y calzados por motivos de distanciamiento social, y la pandemia que hoy nos agobia, el cual estaba afectando su salud, pero gracias a este proyecto de emprendimiento, se desarrolló un modelo de negocios el cual consiste en ofrecerles la gran gama de productos e utensilios a esas personas con diabetes mediante una página web los cuales se manejaría de forma muy sencilla para ellos y con la facilidad de entregarles sus productos por medio de delivery sin la necesidad de tener que salir de sus hogares a exponerse .

Asumimos un compromiso con el sector, la comunidad y nosotras mismas, juntos a nuestros empleados y clientes para mejorar siempre cada aspecto con el que estamos ligadas para lograr la mejor actuación como negocio de aquí en lo adelante, les presentamos nuestra historia, su constitución y forma.

Para comenzar con la entrega del proyecto final del módulo I, comenzamos a hacerlo con la idea de la proyección del proyecto diabético online.

Al dar inicio de este nuevo módulo II entramos al tema más complejo y largo que tiene este proyecto, vamos a empezar a detallar:

En el capítulo 1 se detalla la estructura ideológica del proyecto, descripción de la empresa, imagen corporativa, etc.

Capítulo 2 la estructura del entorno, análisis FODA, análisis de la competencia, principales competidores, etc.

Capítulo 3 estructura mercadológica, mercado meta, descripción del servicio, estrategia de precios, estrategia de distribución, estrategia de comunicación.

Capítulo 4 estructura técnica, principal socio del proyecto, áreas operativas del proyecto, organigrama, normas laborales, política, etc.

Capítulo 5 estructura financiera, plan de la inversión, plan de medios online, proyecciones de ventas por temporada, etc.

Conclusiones, bibliografías, anexos y cuestionario.

1.1 Antecedentes del sector

Las informaciones sobre la existencia de esta enfermedad datan de la era cristiana, pues en un manuscrito descubierto en Egipto, en el siglo XV antes de cristo se describen una serie de síntomas similares a los que en la época actual corresponden a los síntomas de la diabetes.

Desde 1935 la misión de Flexi ha sido desarrollar un calzado con los más altos estándares en calidad y comodidad; un reflejo de este compromiso es la investigación y el desarrollo de nuevas tecnologías con el fin de cuidar tu salud mientras que hacemos sentir a tus pies cómodos.

Es por eso que Flexi ha diseñado una línea de zapatos exclusivamente para personas con problemas de diabetes, respaldado por un sistema que integra, entre otras bondades, cuatro plantillas removibles dentro del calzado que permiten adaptar el espacio interior del zapato y que busca acompañarte en la lucha contra la diabetes de cualquier tipo, y es que así como debes cuidar tu alimentación y tus niveles de azúcar también debes cuidar tus pies, y la mejor forma de hacerlo es usando el **calzado especializado** de Flexi, que además, cuenta con el aval de la Asociación Mexicana de Diabetes.

Areteo de Capadocia fue un médico griego, del cual se desprenden informaciones que describen las enfermedades clásicas; para este médico la diabetes es una “enfermedad fría y húmeda”, este decía que dicha enfermedad hacía que la carne y los músculos se fundieran para convertirse en orina. Este fue quien le dio nombre a la diabetes, que en griego significa “Sifón” en referencia a uno de los síntomas más conocidos y llamativos de esta, que es la expulsión exagerada de orina.

“La diabetes mellitus se deriva del sifón griego del significado de la diabetes de la palabra - para pasar a través y de la palabra latina significado mellitus enmelado o dulce.”

Aunque existen estos referentes históricos sobre la diabetes, el primer registro se realiza en inglés, en la diabetes de la forma, en un texto médico escrito hacia 1425. Era en 1675 que Thomas Willis agregó la palabra “mellitus” a la diabetes de la palabra. Esto estaba debido al gusto dulce de la orina. Este gusto dulce había sido notado en orina por los griegos clásicos, el chino, los egipcios, los indios, y los persas al igual que evidente de su literatura.

En el siglo XVI el médico inglés Mathew Dobson (1725-1784) hizo por primera vez estudios en grupos de pacientes. Después de tratar un pequeño grupo de pacientes Dobson informó que estos pacientes tenían azúcar en la sangre y en la orina y describió los síntomas de la diabetes. Dobson pensaba que el azúcar se formaba en la sangre por algún defecto de la digestión limitándose los riñones a eliminar el exceso de azúcar.

Años más adelante el médico inglés, John Rollo publicó sus observaciones sobre dos casos diabéticos describiendo muchos de los síntomas y olor a acetona y proponiendo una dieta pobre en hidratos de carbono y rica en carne, con complementos a base de antimonio, opio y digital. Con esta dieta anorética Rollo observó que se reducía el azúcar en la sangre y consiguió una mejora de la sintomatología en algunos casos.

La insulina fue descubierta en el verano 1921 por Sir Frederick Grant Banting como consecuencia de una serie de experimentos realizados en la cátedra del Prof. Jhon J.R. MacLeod, profesor de fisiología de la Universidad de Toronto. Luego de un proceso donde este junto al estudiante de química Charles Best lograron aislar la proteína Tripsina, realizaron pruebas en perros y descubrieron que este extracto de páncreas libre de la mencionada proteína reducía o anulaba la glucosuria de los segundos. Habían descubierto la insulina.

En nuestro país para el 2017 existían alrededor de un millón de personas diagnosticados con diabetes y de igual forma se menciona que al menos 600 mil podrían estar padeciéndola sin haber sido diagnosticados, en los últimos años las informaciones estadísticas dictan que la cantidad de personas con este padecimiento aumento en proporciones superiores al 20%, que para el 2019 se menciona que existen más de 1.4 millones de personas. De igual forma se mencionó que mensualmente se diagnostican de 40 a 50 nuevos casos en adultos y de 10 a 12 nuevos casos en niños.

Al observar las complicaciones y el crecimiento de la enfermedad, al punto de llegar a niveles de una pandemia, y al buscar opciones en el país para obtener productos que suplan las necesidades de personas con este padecimiento no es posible encontrar un comercio que brinde soluciones y productos especializados para dicho segmento de la población, hay nace la oportunidad de satisfacer dicha necesidad de la mano de 3 emprendedores dominicanos.

En abril del 2020 nace **Diabético Online** gracias a la visión de estos emprendedores con la visión de brindar una oportunidad de que estas personas logren obtener sus productos de una manera segura, dentro el cuadro de la pandemia actual. Con una visión de brindar una solución integrar a las personas que sufren de diabetes y a estos ser un factor de alto riesgo, dándole un valor agregado por medio de la creación de una plataforma digital por medio a una tienda virtual sobre una plataforma web y una aplicación móvil; lo que vendrían a permitirles conseguir todo lo necesario de una forma muy segura para estos.

Planteamiento del problema o necesidades identificadas en el mercado

Debido a la globalización que hemos venido teniendo estos años, y la pandemia que nos afecta hoy en día, hay un sin número de personas que han perdido la facilidad para desplazarse de un lugar a otro y aún más difícil poder adquirir sus suplemento e utensilio para lo que es el cuidado de su salud, es por esta razón que surgió la gran visión de un grupo de emprendedores de crear un sistema donde por medio de una plataforma online, ese público que tanto demandad suplementos, comestibles, y sus calzados no descuiden su salud y los puedan adquirir muy fácilmente, una vez creada la página web donde los clientes con problemas diabéticos puedan acceder se les facilitara más la vida que solo deberán seleccionar los suplementos, comestibles y calzados que necesiten y se les entregara por deliveri, este proyecto tendrá muy buena aceptación ya que la demanda es muy alta y según las encuestas realizadas todos lo ven como una muy buena iniciativa.

Objetivo general

Desarrollar un plan de negocio sobre el proyecto de emprendimientos online que les facilite a los consumidores con problemas de diabetes una mejor calidad de vida.

Objetivos específicos

Desarrollaremos una página web para ofrecerles todas las informaciones de los productos que se ofrecerán para tratar la diabetes.

Desarrollar una plataforma que permita ayudar a las personas con problema de diabetes a mantener un nivel de vida saludable, mediante charlas a través de un blog.

Solucionar los problemas de las personas relacionadas con diabetes, facilitándole el fácil acceso de los productos.

Importancia y justificación del proyecto

- **Aspecto profesional:**

La importancia que tiene este proyecto es que se realizó con la finalidad de ayudar y facilitar la vida de personas que se encuentren padeciendo de esta enfermedad.

- **Aspecto personal:**

La importancia de este proyecto se considera que es de mucho valor para las personas que tienen problemas de diabetes, ya que este le facilita la adquisición de sus suplementos, comestible y calzado a distancia de un clic sin tener que moverse de sus casas y con rápida entrega.

- **Aspecto social:**

Este proyecto va ayudar a salvar muchas vidas de pacientes que no tienen la facilidad para moverse de un lugar a otro, pero con solo acceder a una página web, donde estará la gama de suplementos, comestible y calzados y podemos adquirir sin pasar por incómodos momentos, y con gran facilidad, las proyecciones serán muy positivas.

Metodología

La metodología fue de campo, ya que los investigadores trabajaron en el ambiente natural en que conviven las personas y las fuentes consultadas de las que obtuvieron los datos más relevantes a ser analizados. Se hizo uso de la investigación descriptiva y de fuentes primarias, como las encuestas para obtener la información de la demanda. Para la recolección de información se aplicó un cuestionario de 10 preguntas cerradas a una muestra de 120 personas que pudieron estar interesadas en la adquisición de artículos personalizados, las cuales residen en la ciudad de Santiago. Esta muestra fue tomada de manera aleatoria por los investigadores del proyecto, debido a la gran población con que cuenta la provincia de Santiago.

Los estudios realizados fueron: el estudio y plan de mercadeo, estudio técnico ingenieril, estudio legal y organizacional, estudio económico financiero, estudio de ingresos y egresos y la evaluación final del proyecto.

El precio de venta se determinó atendiendo a los precios de la competencia y de acuerdo a lo que el mercado que está dispuesto a pagar, obtenidos por los resultados de la encuesta.

Técnicas utilizadas para la recolección de datos

- Entrevistas a personas cercanas o especialistas.
- Entrevistas a propietarios de negocios del sector.
- Encuestas a posibles consumidores.

Delimitación del proyecto

Este proyecto va dirigida a un público de consumidores con problemas de diabetes, el cual se conectará a través de una página web para ofrecerles nuestra línea de productos con la mayor facilidad posible.

La edad promedio de nuestro target son personas diabéticas entre 35 y 65 años de Clase media.

Limitaciones del proyecto

- Falta de capital
- Falta de conocimiento de la página web
- Falta de conocimientos de los productos para personas con diabetes
- Falta de tiempo.

Métodos para la recolección de datos

Datos primarios se recolectan de la experiencia de primera mano y no se utilizan en el pasado. Esta información es auténtica y precisa.

Los métodos de recolección de datos se dividen en dos categorías: métodos cuantitativos y métodos cualitativos.

- Métodos cuantitativos: para la investigación de mercado y la prevención de la demanda suele utilizar herramientas estadísticas. Aquí la demanda se pronostica sobre la base de datos histórico.
- Métodos cualitativos: son especialmente útiles en situaciones en la que no disponen datos históricos. Los métodos de recolección de datos cualitativos son, encuestas, sondeos, entrevista, cuestionario, etc.

Modelo de negocios Canva Board

<p><i>Socios Clave</i> </p>	<p><i>Actividades Clave</i> </p>	<p><i>Propuesta de Valor</i> </p>	<p><i>Relación con Clientes</i> </p>	<p><i>Segmentos De Clientes</i> </p>
<p>El INDEN (CALZADO)</p> <p>Distribuidora constancia Suplementos</p> <p>Distribuidora cosmo Comestibles</p> <p>Abbott laboratorios</p>	<p>Poner en contacto al consumidor final y el producto a través de nuestra página web.</p>	<p>Buena asistencia pre y post-venta.</p> <p>Comodidad.</p> <p>Rapidez.</p> <p>Practicidad.</p>	<p>Trato rápido y eficaz servicio.</p> <p>Garantizando servicio de pre y pos-venta, adecuado.</p>	<p>Personas con edades entre 35 y 65 años.</p> <p>Empresas de cualquier ámbito geográfico.</p>
	<p><i>Recursos Clave</i> </p> <p>Personal: Profesional es encargados de trabajar en la web.</p> <p>Capital: Aportación de los socios.</p>		<p><i>Canales</i> </p> <p>Web</p> <p>Teléfono</p> <p>Pick up</p> <p>RRSS</p>	
<p><i>Estructura De Costos</i> </p> <p>Diseñador web, programador web, dominio, base de datos, Hosting. Pedidos mínimos a los proveedores. Gestoría. Impuesto.</p>		<p><i>Fuente De Ingresos</i> </p> <p>Tarjeta de crédito</p> <p>Efectivo</p> <p>PayPal</p> <p>Transferencia</p>		

I. ESTRUCTURA IDEOLÓGICA DEL PROYECTO

1.1. Descripción de la empresa

Este proyecto es una tienda online para diabéticos, surge a raíz de las necesidades que han venido surgiendo por parte de un público en procesos especiales de salud, el cual se le hace difícil salir de sus hogares, debido a los tediosos procesos de trasladarse de un lugar a otro, donde las personas muchas veces no tienen tiempo para salir a buscar sus medicamentos, e utensilios y que también quieren evitar aglomeraciones, es por eso que hemos creado una plataforma donde el cliente pueda acceder y realizar sus pedidos mediante una página web. La tienda online se dedica a ofrecer lo que es suplementos, comestibles y calzados para personas diabéticas. Y estos son entregados por vía delivery o por un Uber pick up.

1.2. Logo corporativo



1.2.2 Eslogan corporativo

Reta a la diabetes y disfruta de la vida

1.2.3 Colores corporativos

- Azul rey
Es el color tranquilo, profundo que transmite Seguridad, conocimiento, confianza, firmeza, solidez y establece nuestro ser.
- Blanco
Transmite pureza, sinceridad, confianza.
- Negro
Da poder, fuerza, autoridad y elegancia.
- Verde
Transmite sinceridad y calma, además se asocia con la naturaleza.

1.2.4 Tipografías

Wide latín

1.3. Filosofía de negocios

1.3.1 Misión

Trabajamos para mejorar la vida de las personas con diabetes a través de una plataforma que les permite acceder y comprar de forma práctica sus productos a muy bajo costos y de esta forma influir en la mejora de su salud.

1.3.2 Visión

Nuestra visión es poder posicionarnos como una marca líder en la venta de productos y suplementos para diabéticos a nivel nacional ofreciéndole a nuestros clientes una mejor facilidad para el cuidado de su salud

1.3.4 Valores

1-Rapidez

2-Practicidad

3-Transparencia

4-Accesibilidad

5-Fidelizacion

6-Sencillez

1.4. Ventajas competitivas

Entre las ventajas competitivas que tiene este modelo de negocios online para su público se podría resaltar

1-La disponibilidad de diversas opciones de pagos

2-Asesoría personalizada

3-Paquetes de descuento especiales por las primeras compras de nuestros servicios

4-programas de fidelización a clientes.

1.5. Estrategias de diferenciación

Las estrategias que nos diferencia de nuestra competencia son

1-fiabilidad

2-organización

3-seguridad

3-flexibilidad

4-servicios

5-Opción de pago

II. ESTRUCTURA DEL ENTORNO

2.1. ANALISIS FODA

El análisis FODA es una prueba para conocer las fuerzas, oportunidades, debilidades y amenazas de una empresa antes su competencia y es utilizado como base de diagnóstico de un plan de negocios y para definir objetivos realistas y diseñar estrategias competitivas para alcanzar las metas y objetivos del proyecto.

2.2 Análisis de FODA



2.3 Análisis de la competencia

En la actualidad en el país no existe comercio alguno que se encuentre especializado en la comercialización de productos para personas que padecen diabetes, en la actualidad solo encontramos en el país una empresa pyme que elabora productos de pastelería llamada **Dulcediabet** centrada en nuestro público objetivo por encargos.

nuestro más cercanos competidores los encontramos en cadenas de supermercados, como **Supermercados Nacional, La sirena, La cadena y la Placita** que en la actualidad están destinando áreas específicas de góndolas para exhibición y ventas de productos light, celíacos, diabéticos e intolerantes a la lactosa.

Estos competidores podemos decir que no son competencias directas, pues estos no están dedicados exclusivamente en venta de alimentos y otros productos para diabéticos. Estos competidores no directos ambos poseen una estructura para E-commerce con servicios a domicilio y para recoger, en uno de los casos esta empresa (supermercados Nacional) en su página web fue posible apreciar de forma rápida y simple presencia de una categoría de productos donde es fácil encontrar y seleccionar productos bajos o libres de azúcares; en el otro caso no es tan simple la localización de esos tipos de productos pues no se encuentra dividido estos como una categoría diferente de productos, si no más que estos se encuentran mezclados con los demás productos.

De igual forma es posible apreciar la existencia de otro tipo de negocio que ofertan algunos tipos de suplementos dietéticos y vitamínicos, como lo es **Vita Salud, Gurabo farmacéutica**, que en algunos casos distribuyen productos sin azúcar, lo cual nos dejaría como una empresa con modelo, oferta y propuesta de valor única en el mercado.

Sus debilidades se encuentran muy marcada en la no sectorización de sus negocios, la corta variedad de su oferta, la poca o nula capacitación (en la mayoría de los casos) sobre el manejo y necesidades de las personas diabéticas, la no venta de productos diversos para la mejor vida de las personas con diabetes.

2.4. Fortalezas y debilidades de la competencia

Fortalezas

- Las fortalezas de la competencia actual están centradas directamente en el poder de negociación de precios y la posibilidad de manejar economía de escalas.
- Mayor stock productos y de sustitutos con relación a los sku que manejamos.
- Más larga data y experiencia en el sector de suplementos de salud.
- Nombres comerciales creados y en algunos casos en el top mind de los consumidores.

Debilidades

- No disponibilidad de una plataforma propia para el desarrollo de eCommerce (en algunos casos).
- No especialización en un segmento específico para la oferta de productos.
- Indisponibilidad de un personal capacitado y especializado en los aspectos relacionado con la diabetes.
- La indisponibilidad de un segmento en su plataforma eCommerce dedicado productos saludables.

2.5. Análisis de la demanda o consumidores

Los temas relacionados al cuidado de la salud y los problemas de la obesidad como desencadenante de la diabetes en las personas, cada día está tomando más auge en los últimos años, ya que este se está tornando en aspectos de una pandemia a nivel global.

“La prevalencia de diabetes en los países de América Latina y el Caribe está creciendo de una manera alarmante y en proporciones epidémicas, y la población infantil no está a salvo y requiere una atención preferente en estrategias de apoyo, control y prevención”

En la actualidad la población dominicana que padece de este trastorno de salud ronda por 13.45% de la población total del país; que según la OMS al 2030 en los países que componen la zona de latino América el 32.9 millones de personas padecerán dicha enfermedad.

En la actualidad el tamaño del mercado potencial fue calculado bajo la base de la población total del país que padece diabetes, el cual representa un 1, 429,735 de personas con diabetes y 988,590 son personas pre diabéticas, lo que nos arroja un total de 2,418,325 como mercado total.

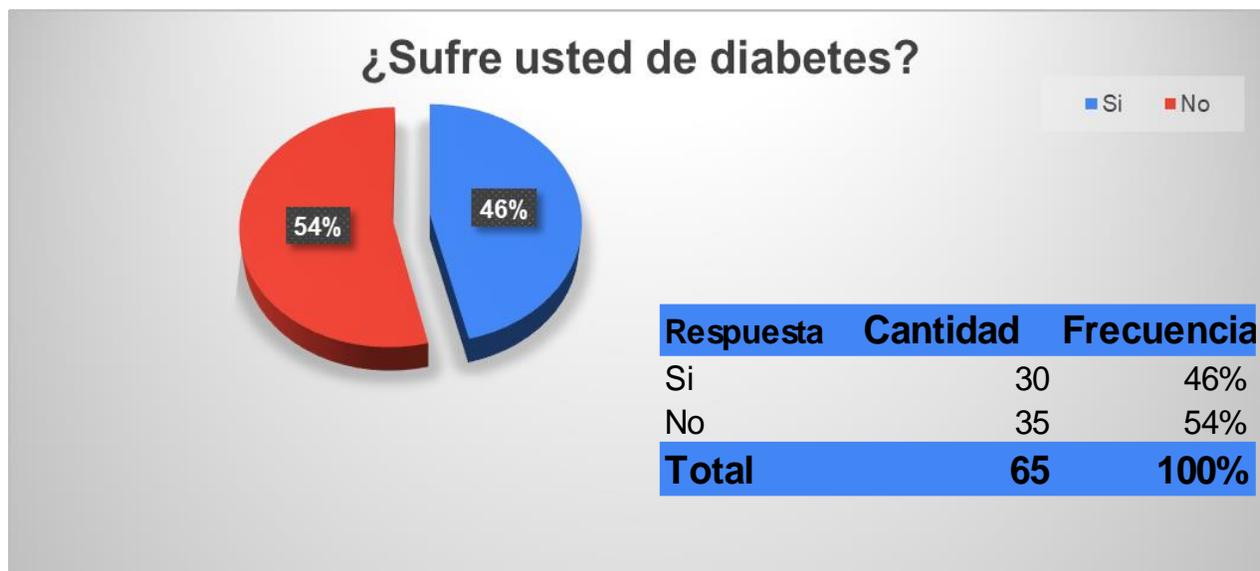
De igual los datos que se exponen con anterioridad con relación a las personas con diabéticos dan una buena fotografía de los afectados y del posible crecimiento del sector con relación a descuido y falta control y seguimiento.

Mensualmente la cantidad de población diabética aumenta, entre 10 u 12 personas en el caso de los niños, mientras que en la población adulta los números rondan los 20 u 30 nuevos casos.

2.6. Análisis y presentación de los resultados de la encuesta

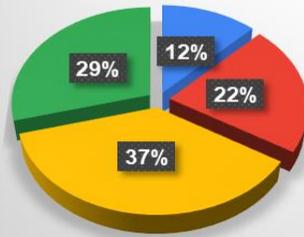
El presente estudio de mercado fue realizado con la finalidad de identificar nuestro público meta, sus conocimientos sobre la enfermedad, hábitos de cuidados en la dieta, edades, su conocimientos y manejo de la tecnología de igual forma sus percepciones y aceptación a la implementación de un eCommerce especializado en productos para diabéticos.

El estudio fue de tipo cuantitativo y se utilizó la técnica de encuesta cerrada, con un cuestionario en el cual participaron personas de ambos sexos desde 24 a 74 años.



Este gráfico corresponde a la pregunta #1 del cuestionario, el cual nos permitió visualizar que de nuestro universo la mayor proporción de personas entrevistadas no padecían de la enfermedad y que estos se encargaban del cuidado y/o vigilancia de los enfermos en su núcleo familiar.

¿Alguien de su entorno familiar sufre de diabetes, quien?

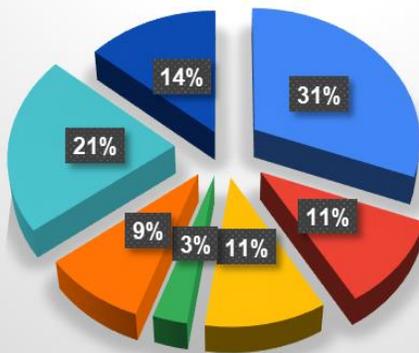


Respuesta	Cantidad	Frecuencia
Abuelo(a)	8	12%
Esposo(a)	14	22%
Ninguna de las anteriores	24	37%
Padre / Madre	19	29%
Total	65	100%

La presente pregunta corresponde a la #2 del cuestionario, el cual nos permite obtener una perspectiva del universo de posibles consumidores y compradores, de igual forma también muestra cómo podría estar dividido el universo general.

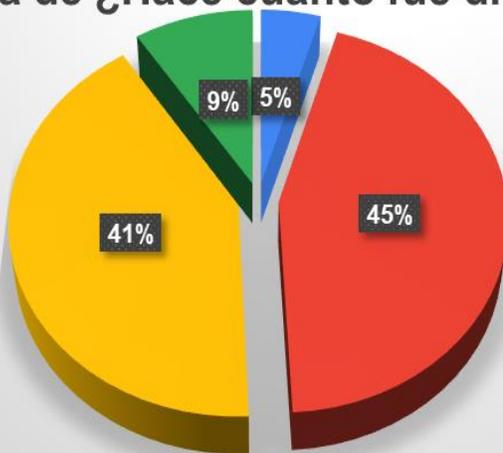
Esta es la 3ra pregunta del cuestionario, en esta pudimos observar cómo estaba distribuido nuestro universo en base a unos rangos de edades, lo cual nos permitirá tener una perspectiva de cuáles serían los segmentos a cuáles deberíamos prestar más atención y lograr captar de forma primaria; donde los segmentos de 33-38 y 63-68 son los que más elementos presenta, lo cual unidos representan el 53% del universo estudiado.

¿Cual es su rango de edad?



Edad rango	Cantidad	Frecuencia
33 - 38	20	31%
39 - 44	7	11%
45 - 50	7	11%
51 - 56	2	3%
57 - 62	6	9%
63 - 68	14	22%
69 - 74	9	14%
Total	65	100%

Cuenta de ¿Hace cuanto fue diagnosticado?



Edad rango	Cantidad	Frecuencia
de 1 a 2 años	3	5%
de 2 a 4 años	29	45%
más de 5 años	27	42%
menos de 1 año	6	9%
Total	65	100%

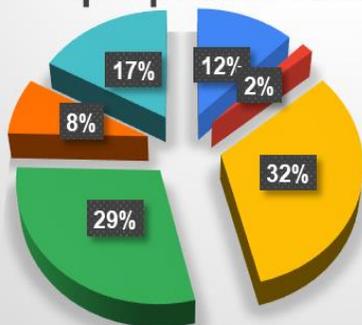
Esta es la pregunta #4 del cuestionario, la cual nos muestra la distribución de género de nuestro universo encuestado, lo cual arroja que el 57% de estos fueron hombres

En la pregunta #5 del cuestionario las respuestas permitieron tener una idea del tiempo que estas personas están padeciendo la enfermedad, donde más del 85%

de estos se encuentran en un rango de 2 a 5 años del padecimiento.

¿Cual es el nivel de escolaridad o de la persona que padece la enfermedad?

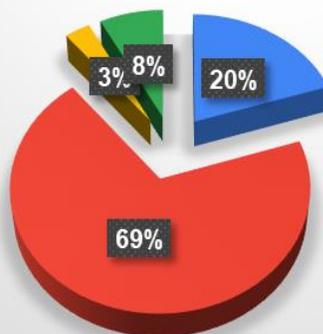
- Ninguna de las anteriores
- Posgrado
- Primaria
- Secundaria
- Superior
- Tecnico



Edad rango	Cantidad	Frecuencia
Ninguna de las	8	12%
Posgrado	1	2%
Primaria	21	32%
Secundaria	19	29%
Superior	5	8%
Tecnico	11	17%
Total	65	100%

¿Cual es el nivel de conocimiento de usted o su familiar, sobre la diabetes?

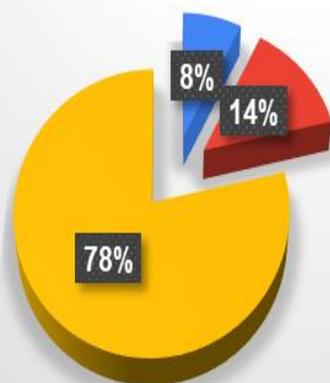
- Amplio
- Mas o menos
- Muy amplio
- Poco



Edad rango	Cantidad	Frecuencia
Amplio	13	20%
Mas o menos	45	69%
Muy amplio	2	3%
Poco	5	8%
Total	65	100%

¿Utiliza algún medicamento para controlar los niveles de glucosa en la sangre?

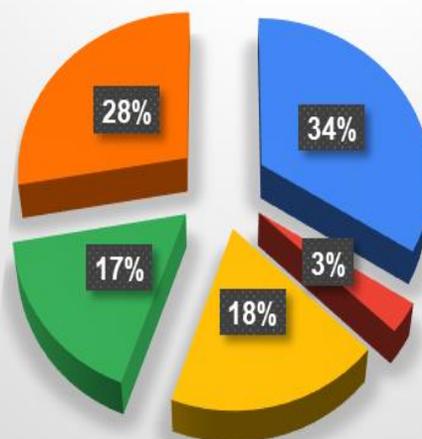
- Insulinas inyectada
- Ninguno
- pastillas



Edad rango	Cantidad	Frecuencia
Insulinas inyectada	5	8%
Ninguno	9	14%
pastillas	51	78%
Total	65	100%

¿Utiliza algún medicamento para controlar los niveles de glucosa en la sangre?

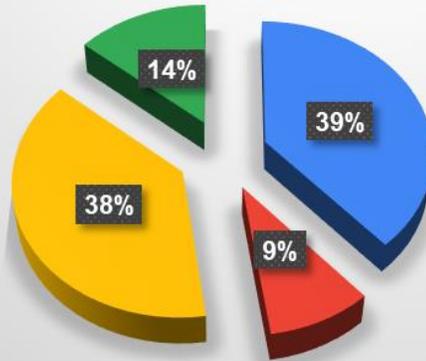
- Anual
- Interdiario
- Mensual
- No
- Semanal



Edad rango	Cantidad	Frecuencia
Anual	22	34%
Interdiario	2	3%
Mensual	12	18%
No	11	17%
Semanal	18	28%
Total	65	100%

¿Qué implicación (es) representa un problema para usted o el familiar que padece la enfermedad?

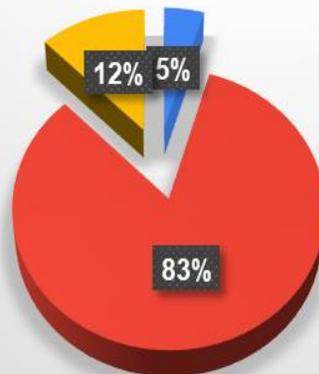
- Cambios en la dieta
- Costos de tratamiento
- Ninguna
- Todas las anteriores



Edad rango	Cantidad	Frecuencia
Cambios en la dieta	25	38%
Costos de tratamiento	6	9%
Ninguna	25	38%
Todas las anteriores	9	14%
Total	65	100%

¿Cómo considera la alimentación de la persona afectada por la enfermedad (por el aporte nutricional)?

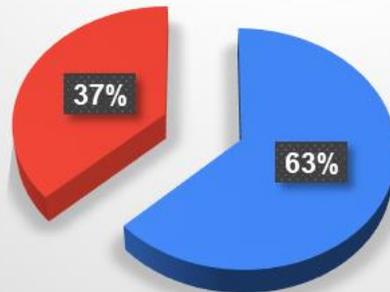
- Muy sana
- Regular
- Sana



Edad rango	Cantidad	Frecuencia
Muy sana	3	5%
Regular	54	83%
Sana	8	12%
Total	65	100%

¿Realiza alguna actividad física usted o la persona afectada de la enfermedad?

■ No ■ Si

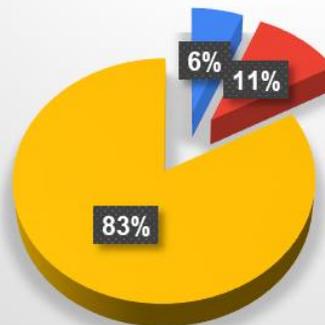


Edad rango	Cantidad	Frecuencia
No	41	63%
Si	24	37%
Total	65	100%

¿Cuántas veces come al día?

■ 2 veces ■ 3 veces

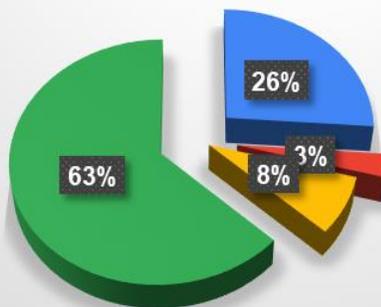
■ 4 o 5 veces



Edad rango	Cantidad	Frecuencia
2 veces	4	6%
3 veces	7	11%
4 o 5 veces	54	83%
Total	65	100%

¿Con qué frecuencia usted o la persona afectada realiza actividad física?

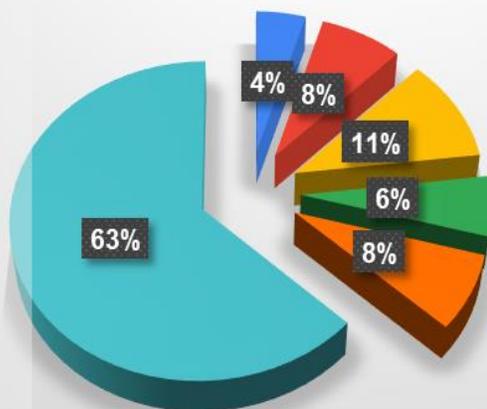
- Caminar
- Caminar, Correr, Pesas
- Correr
- No Aplica (en caso de la respuesta anterior se "NO")



Edad rango	Cant.	Frecuencia
Caminar	17	26%
Caminar, Correr, Pesas	2	3%
Correr	5	8%
No Aplica (en caso de la respuesta anterior se "NO")	41	63%
Total	65	100%

¿Con qué frecuencia usted o la persona afectada realiza actividad física?

- 2 Veces por semana
- 3 Veces por semana
- De lunes a Viernes
- Diariamente
- Semanal
- No Aplica

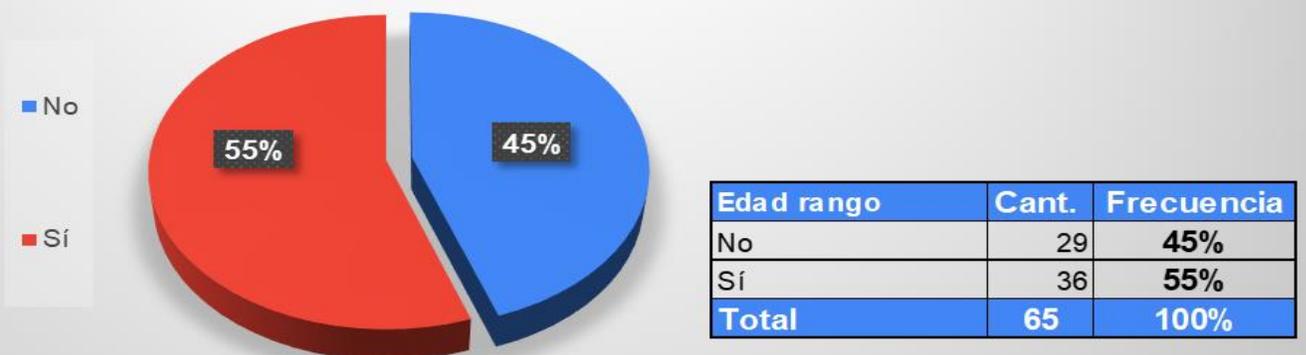


Edad rango	Cant.	Frecuencia
2 Veces por semana	3	5%
3 Veces por semana	5	8%
De lunes a Viernes	7	11%
Diariamente	4	6%
Semanal	5	8%
No Aplica	41	63%
Total	65	100%

¿Qué tiempo dedica a estas actividades físicas?

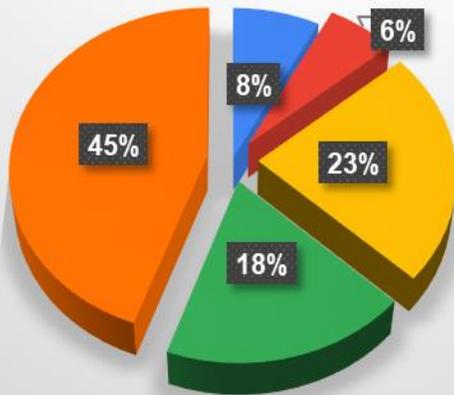


¿ consume bebidas endulzadas artificialmente?



¿Cual es la frecuencia de consumo de endulzantes artificiales?

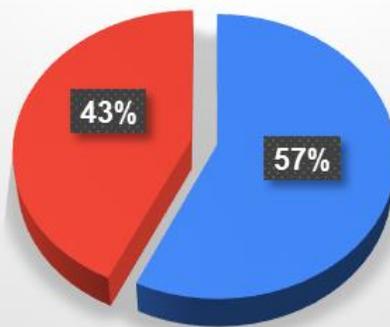
- 2 veces a la semana
- 3 veces por semana
- Diariamente
- Ocasionalmente
- No aplica



Edad rango	Cant.	Frecuencia
2 veces a la semana	5	8%
3 veces por semana	4	6%
Diariamente	15	23%
Ocasionalmente	12	18%
No aplica	29	45%
Total	65	100%

¿Con qué frecuencia consume estos alimentos?

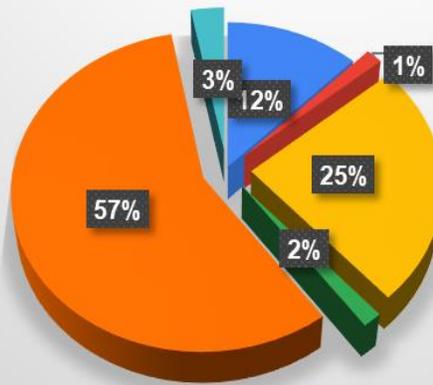
- No
- Sí



Edad rango	Cant.	Frecuencia
No	37	57%
Sí	28	43%
Total	65	100%

¿Consumes algún tipo de alimento o productos para diabéticos?

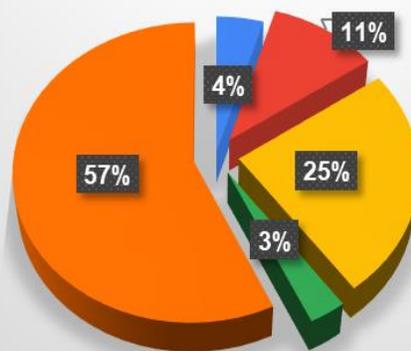
- Bebidas
- Mermeladas / siropes
- Cereales
- Chocolates / galletas, Cereales
- Ninguna de los anteriores (en caso de la pregunta anterior ser "NO")
- Otros



Edad rango	Cant.	Frecuencia
Bebidas	8	12%
Memeladas / siropes	1	2%
Cereales	16	25%
Chocolates / galletas	1	2%
Ninguna de los anter	37	57%
Otros	2	3%
Total	65	100%

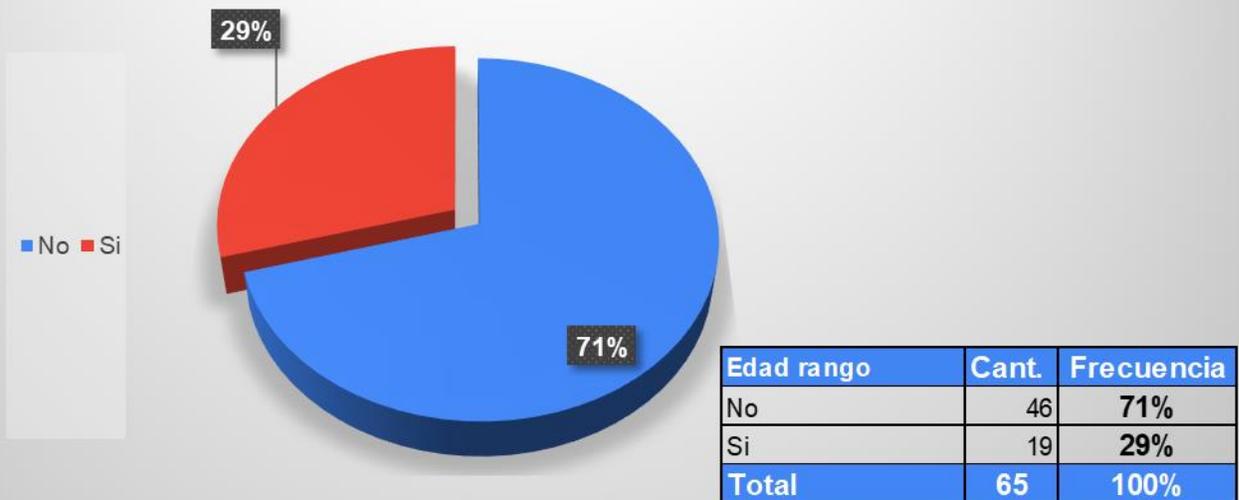
¿Con qué frecuencia consume estos alimentos?

- 3 veces por semana
- Diariamente
- Ocasionalmente
- Semanalmente
- Ninguna de los anteriores (en caso de la pregunta anterior ser "NO")

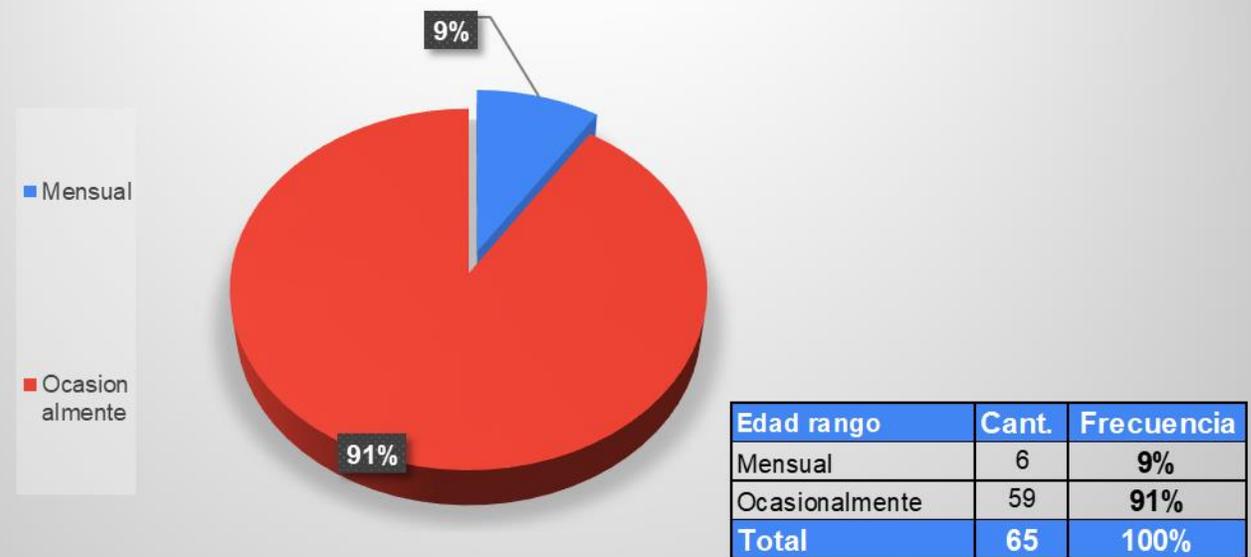


Edad rango	Cant.	Frecuencia
3 veces por semana	3	5%
Diariamente	7	11%
Ocasionalmente	16	25%
Semanalmente	2	3%
Ninguna de los anter	37	57%
Total	65	100%

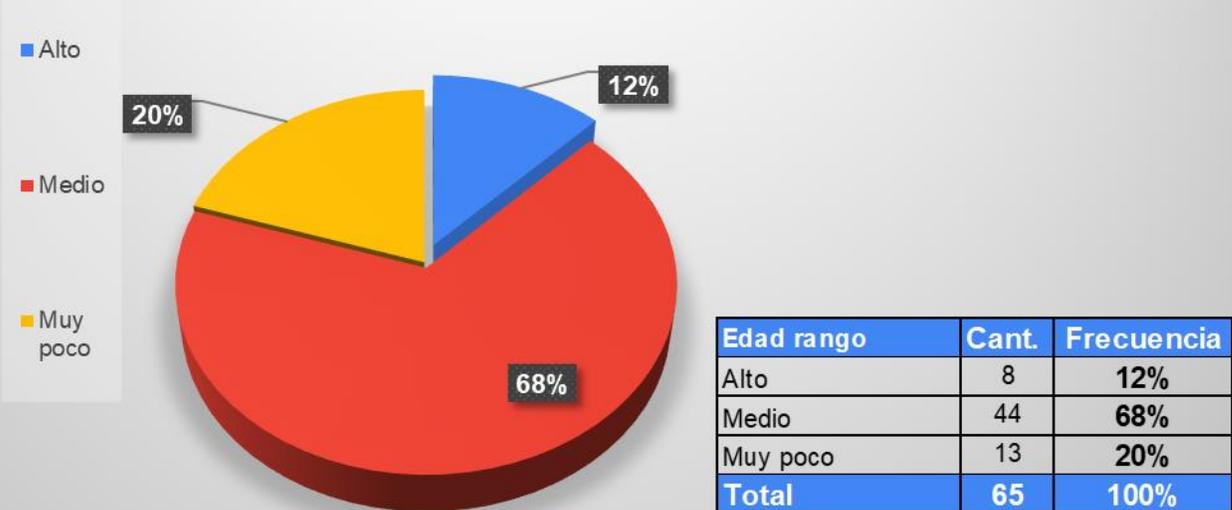
¿Ha comprado algún tipo de calzado o productos para diabéticos?



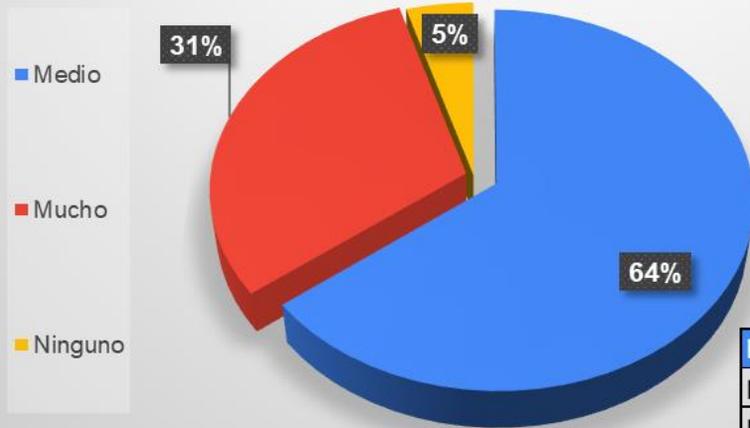
¿Con qué frecuencia ha realizado estas compras?



¿Cuenta de Cual es el nivel de manejo de las herramientas tecnológicas (internet, celular, computadora), suyo y/o de la persona afectada de la enfermedad?

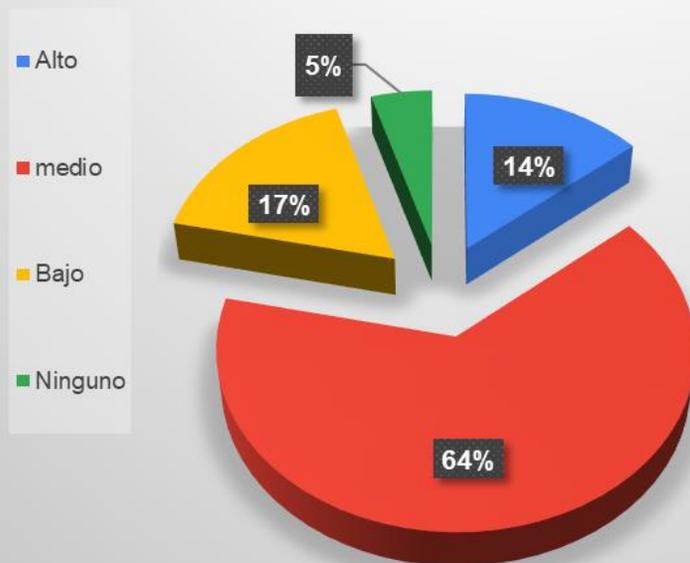


¿Que nivel de satisfacción le proporciona disponer de una tienda especializada en alimentos, suplementos y productos para diabéticos?



Edad rango	Cant.	Frecuencia
Medio	42	65%
Mucho	20	31%
Ninguno	3	5%
Total	65	100%

¿Que nivel de confianza le generaría el comprar por medio a una plataforma digital?



Edad rango	Cant.	Frecuencia
Alto	9	14%
medio	42	65%
Bajo	11	17%
Ninguno	3	5%
Total	65	100%

II. Estructura Mercadológica

3.1 Mercado Meta

- **Avatar de cliente**

Edad 35 años hasta 65

Género masculino y femenino

Lugar de residencia Santiago de los caballeros

Nivel de ingresos 15,000 pesos mensual

Nivel académico bachillerato

Status social clase media

Gustos y preferencias al comprar

Entre los gustos y preferencias de personas con diabetes a la hora de tener una alimentación sana adquirir calzados y comprar vitaminas que le ayuden a tener una vida balanceada

1- Calzados

2- suplementos

3- Granos integrales

4- Proteínas

5- Lácteos descremados o bajos en grasas

Principales necesidades o deseos y expectativas ¿Qué quieren?
¿Cómo lo quieren? ¿Qué valoran? ¿Qué esperan?

Según un estudio realizado a personas que padecen esta enfermedad como la diabetes que tanto afecta la población dominicana, los principales necesidades que estas demandan es un lugar donde puedan realizar sus comprar ,de productos, comestibles y suplementos, donde no exista aglomeraciones de personas, esto significa mucho para ellos ya que les ahorraría tiempo y malos ratos, por esa razón es que exigen que se cree un sistema novedoso que les permita obtener los productos y servicios de forma más sencillo

3.2 Principales necesidades o deseos y expectativas

Según un estudio realizado a personas que padecen esta enfermedad como la diabetes que tanto afecta la población dominicana, los principales necesidades que estas demandan es un lugar donde puedan realizar sus comprar ,de productos, comestibles y suplementos, donde no exista aglomeraciones de personas, esto significa mucho para ellos ya que les ahorraría tiempo y malos ratos, por esa razón es que exigen que se cree un sistema novedoso que les permita obtener los productos y servicios de forma más sencilla

3.3 Descripción del producto o servicio

A continuación, en los siguientes 6 aspectos se van a ir definiendo cada uno de los productos que la tienda online para diabéticos ofrece al público. Están definidos por categorías, suplementos, comestibles y calzados

Productos

El magnesio es muy importante en el metabolismo de la glucosa, y los niveles bajos se observan a menudo dentro de individuos diabéticos. Los doctores, por lo tanto, el pensamiento que el magnesio que refuerza nivela podrían llevar al metabolismo creciente de la glucosa, dando por resultado niveles de azúcar de sangre más inferiores

Suplementos



Características

El cloruro de magnesio, de fórmula $MgCl_2$, es un compuesto mineral iónico a base de cloro, cargado negativamente, y magnesio, cargado positivamente

Garantías

1 mes de garantía

Beneficios

Su presencia en nuestro cuerpo ayuda a un correcto equilibrio de compuestos como el calcio y el potasio como por ejemplo para el corazón, pero entre sus propiedades se pueden clasificar estos principales beneficios:

- 1-Huesos más fuertes
 - 2-Sistema cardiovascular
 - 3-Mejora el sistema inmunológico
 - 4-Regula la digestión
 - 5-Previene la artritis
- Entre otros

Ventajas

Favorece una correcta circulación sanguínea y contribuye a mejorar la situación en las personas que sufren arritmias.

El magnesio ayuda a combatir los infartos.

Estabiliza la presión arterial.

Alivia la bronquitis.

Favorece una buena digestión.

Previene los cálculos renales.

Alimentación



Características

Contiene carbohidratos de liberación lenta, contiene fibra, vitaminas y ácidos grasos Omega-3, que son favorables para el organismo, ofreciendo una ventaja específica a las personas con diabetes.

Garantías

1 mes de garantía

Beneficios

Es un complemento nutricional completo y balanceado, con una mezcla única de carbohidratos que se digieren lentamente, que, como parte de tu plan de alimentación, además de tus medicinas y ejercicios, ayudará a controlar tus niveles de azúcar, para un día rendidor.

Ventajas

Los productos Glucerna están diseñados para satisfacer las necesidades nutricionales de las personas que padecen diabetes. ¿El uso de productos Glucerna aumenta los niveles de azúcar en la sangre? Los productos Glucerna están diseñados científicamente para ayudar a disminuir las subidas de azúcar en la sangre.

Calzados



Características

Un buen calzado para diabéticos debe ser ancho, cerrado y flexible

Que sea ancho. ...

Que sea cerrado. ...

Que esté confeccionado en piel o en materiales de calidad y sean flexibles. ...

El calzado para diabéticos no debe resbalar, para dar más estabilidad al andar.

Presta atención a la suela y al tacón.

Garantías

15 días de garantías

Beneficios

Los zapatos para diabéticos son zapatos especialmente diseñados para ofrecer protección a los pies y reducir el riesgo de deterioro de la piel debido a la mala circulación y deformidades del pie.

Ventajas

El interior del zapato se regula a la forma del pie.

Soporte adecuado.

Libres de costuras y bordes.

Comodidad.

Temperatura idónea para tus pies.

Suavidad.

Confección 100% en piel.

Avalado por la Sociedad Mexicana de Diabetes

Formato de compra

En la página web que crearemos habrá un catálogo de productos los cuales ellos seleccionaran dependiendo su necesidad de compra, luego harán un pago vía tarjeta de crédito online y nuestros colaboradores le entregaran sus mercancía en el menor tiempo posible.

Galletas diabéticas

Es una galleta sin azúcar, solamente creada a base de cereales para mantener a la persona con diabetes en un nivel balanceado.



Los batidos **Splenda Diabetes Care** son un delicioso sustituto de comida o refrigerio sin azúcar agregada. Cada batido deliciosamente cremoso contiene una mezcla única de 16 g de proteínas de alta calidad, carbohidratos y grasas saludables para ayudar a controlar el azúcar en la sangre y ayudar a reducir los picos de azúcar en la sangre. Los batidos Splenda Diabetes Care tienen menos ingredientes que otros batidos con ingredientes de alta calidad y vitaminas y minerales clave que se necesitan específicamente para el control de la diabetes.



En Arcor venden una especie de paquete con diferentes sabores en formato individual. Esta mermelada apta para diabéticos no contiene azúcares añadidos, es decir, sólo contiene el azúcar de la propia fruta. Usan edulcorantes como: ciclamato, aspartamo y el jarabe de sorbitol.



Saborea el sabor dulce y tostado de la avellana con Splenda Coffee Creamer.

Esta mezcla de nueces tiene cero azúcar y 15 calorías por porción, la mitad de las calorías y el doble de sabor que las tradicionales cremas de café con sabor.



3.4 Estrategias de precios

- Costo o inversión de producción o adquisición

Estrategias de precio						
Glucerna para diabéticos						
Caja de (24) unidades						
Costo=1440						
1,440x0.60= \$864 (adicional por prestaciones de servicios)						
Calzados para diabéticos						
Pares de zapatos para hombres y mujer						
Costo=1,160						
1,160x0.60= \$696 (adicional por prestaciones de servicios)						
Suplementos						
Pastillas de cloruro de magnesio						
Costo=1,277 (120 unidades)						
1,277x0.60=\$766 (adicional por prestaciones de servicios)						
§ Margen de beneficios						
Glucerna para diabéticos						
Caja de (24) unidades						

Costo=1440					
1,440x0.60= \$864 (adicional por prestaciones de servicios)					
\$2,304x0.40=921.6 (margen de beneficios)					
Calzados para diabéticos					
Pares de zapatos para hombres y mujer					
Costo=1,160					
1,160x0.60= \$696 (adicional por prestaciones de servicios)					
\$1856x0.40=\$743 (margen de beneficio)					
Suplementos					
Pastillas de cloruro de magnesio					
Costo=1,277 (120 unidades)					
1,277x0.60=\$766					
\$2043x0.40=\$818 (margen de beneficio)					
El margen de ganancias establecido para este proyecto es de un 40%.					
§ Precio de venta					
Glucerna para diabéticos					
Caja de (24) unidades					
Costo=1440					
1,440x0.60= \$864 (adicional por prestaciones de servicios)					
\$2,304x0.40=921.6 (margen de beneficios)					
\$2,304+921= \$3,225 (precio de venta)					
Calzados para diabéticos					
Pares de zapatos para hombres y mujer					

Costo=1,160						
1,160x0.60= \$696 (adicional por prestaciones de servicios)						
\$1,856x0.40=\$743 (margen de beneficio)						
\$1,856+743=2,599 (precio de venta)						
Suplementos						
Pastillas de cloruro de magnesio						
Costo=1,277 (120 unidades)						
1,277x0.60=\$766						
\$2043x0.40=\$818 (margen de beneficio)						
\$2043+818=\$2,861 (precio de venta)						
§ Precios promocionales						
Glucerna para diabéticos						
Caja de (24) unidades						
Costo=1440						
1,440x0.60= \$864 (adicional por prestaciones de servicios)						
\$2,304x0.40=921.6 (margen de beneficios)						
\$2,304+921= \$3,225 (precio de venta)						
\$3,225-322(10%)=2,903 (precios promocionales)						
Calzados para diabéticos						
Pares de zapatos para hombres y mujer						
Costo=1,160						
1,160x0.60= \$696 (adicional por prestaciones de servicios)						
\$1,856x0.40=\$743 (margen de beneficio)						

$\$1,856+743=2,599$ (precio de venta)						
$\$2,599-260(10\%)=\$2,339$ (precios promocionales)						
Suplementos						
Pastillas de cloruro de magnesio						
Costo=1,277 (120 unidades)						
$1,277 \times 0.60 = \$766$						
$\$2043 \times 0.40 = \818 (margen de beneficio)						
$\$2043 + 818 = \$2,861$ (precio de venta)						
$\$2,861 - 286(10\%) = 2,574$ (precio de promoción)						

Basados en la información de los estudios realizados, se utilizarán como estrategias de promoción los descuentos de temporada y bonos especiales.

Se otorgará un 10% de descuento a los primeros 20 clientes en solicitar algunos de los servicios ofrecidos y bonos especiales para los primeros 10 clientes en solicitar servicios por segunda ocasión.

- **Formatos de pago**





- **Manejo de devoluciones, descuentos e impuestos**

En el manejo de las devoluciones de cualquier producto sea comestibles, suplementos o calzados el cliente tendrá 14 día laborables para devolver lo comprado y se les devolverá sin ningún costo adicional.

Los descuentos se estarán aplicando a un número reducido de personas por motivos del lanzamiento de nuestras tiendas online para diabéticos los cuales consistirán de 10% de descuento a las primeras 10 personas que utilicen nuestros servicios y productos

Para el manejo de los impuestos en el momento en el que un negocio online o tienda online crece ya sea por factores de volumen de ventas u otros factores comunes que lo llevan a empezar a recibir pagos con pasarelas de pago con T/C, se le cobra el 18% del cual un 2% lo retiene la compañía de servicios que posee dígame: Carnet, Visa net, Azul y demás... Eso debido a la Norma 8-04 de la DGII.

3.5 Estrategias de distribución

- **Puntos de exhibición y ventas**

Los puntos de exhibición y ventas se estarán ofreciendo por la misma página web la cual va a mostrar la gran gama de productos ofrecidos por nuestro modelo negocios online

2 ejemplos de esta seria





- **Formato y medios de distribución física.**

Los medios de distribución físico que estaremos utilizando para buen desempeño de nuestras entregas de los productos.





3.6 Estrategias de comunicación

- **Tácticas promocionales**

Las tácticas promocionales que vamos a utilizar para dar a conocer nuestra página web y los productos y servicios que ofrecemos serán las redes sociales

1-facebook

2-instagram

3-youtube

Porque consideramos que son herramientas claves para darnos a conocer y expandirnos en el mercado

En Facebook e instagram utilizaremos lo que son la publicidad pagada para promocional nuestros productos y servicios ya que consideramos

que tienen un alcance más alto para llegar al público que queremos captar como también las historia

Y en YouTube crearemos contenido de valor lo cual van a consistir en campañas para concientizar a las personas con diabetes a comer saludable para que cuiden su salud

- **Tácticas publicitarias promocionales**

Las tácticas publicitarias promocionales que estaremos realizando para nuestros clientes y para incentivarlos a comprar y utilizar nuestros servicios será que por la compra de 1,000 pesos en adelante estarán participando en un concurso los cuales ofreceremos un kit de suplementos para diabéticos al ganador

- **Tácticas promocionales de medios**

Las tácticas promocionales de medios que utilizaremos serán las siguientes

FACEBOOKS

Utilizaremos esta plataforma para

- 1-darnos a conocer
- 2-fidelizar nuestros clientes
- 3- comunicar nuestras promociones

Instagram

Utilizaremos instagram para

- 1-Para mostrar nuestro el lado humano de nuestro negocio

2- mejorar nuestra imagen

YouTube

Utilizaremos la plataforma YouTube para

- 1- Crear contenido de valor que ayude a las personas con el cuidado de su salud, compartiremos recetas
- 2- Realizaremos video descriptivo Con el fin de llegar a nuestros clientes de forma dinámica

▪ **Tácticas de ventas**

Las tácticas de ventas online que utilizaremos para atraer clientes a nuestro negocio de ventas de productos para diabéticos online serán

- 1-optimizar nuestra página web
- 2-promocionar nuestra página vía una App para que de forma sencilla el cliente pueda acceder a realizar sus compras
- 3-cuidar nuestra imagen corporativa
- 4-Ofrecer contenido de valor e información para el cliente siempre este motivado a consumir nuestros productos y servicios
- 5-aprovechar el e-marketing con el fin de enviarle informaciones actualizadas al cliente y promociones

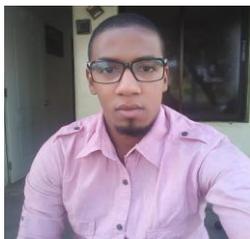
- **Tácticas de relaciones públicas**

Las tácticas de relaciones públicas online a las que vamos a desarrollar consistirán en la contratación de un influenciador destacado los cuales tengas un gran número de seguidores y que su criterio de proyección y trabajo esté acorde a nuestro modelo de negocios el cual va a servir para catapultar nuestra página web y los servicios y productos que ofrecemos mediante ella, esto nos servirá como base para destacar nuestra imagen y darnos a conocer en el mercado

IV. ESTRUCTURA TÉCNICA

4.1 Principales socios claves del proyecto

Accionistas o Inversionistas



REGINO RAFAEL PUELLO COSTE, nació en Santiago, República Dominicana actualmente reside en Santiago de los Caballeros. Tiene 3 años ocupando el cargo de gerente general de embutidora Puello, estado civil casado en su trayectoria tiene varios diplomados de técnicas de ventas y manejo de Excel.



RAMONA JIMENEZ CAMOCHO, nació en loma de cabrera, república dominicana, residente en Santiago de los caballeros. Tiene 2 años laborando de manera independiente. De estado civil casada, tiene su trayectoria de varios diplomas que van desde cursos de ventas, visitador a médico y manejo de Excel, entre otros. Varios diplomados realizados en la UAPA.



LORENZO VLADIMIR TAPIA, nació en santo domingo, inicio su vida laboral en empresas de servicios, donde adquirió muchos conocimientos sobre el servicio al cliente, ventas y logística de transporte, donde posee una vasta experiencia, posee estudios técnicos en supply chain management y logística internacional.

Proveedores

Proveedores de calzados para diabéticos
(Koss)

Proveedores de alimentos para diabéticos

(Mercado libre)

Proveedor de suplementos

(Natures's sunshine

Suplidores

Distribuidora el

INDEN (CALZADO)

Distribuidora constancia

Suplementos

Distribuidora cosmo

Comestibles

Abbott laboratorios

Lanouba Ltd.

4.1 Plataformas online

- Facebook
- Instagram
- YouTube

4.2 Asesores o especialistas de producción y Operaciones

Estos son los asesores operaciones que estarán formando el equipo de la tienda online para diabéticos

- **Soporte técnico**

- **Manejo de sitios web**

4.3 Áreas operativas del proyecto

Gerencia administrativa

Establecerá los objetivos a seguir y supervisará el cumplimiento de dicho objetivo y meta. Estará al frente del negocio y propiciará el trabajo en equipo. Deberá ser un líder con don de mando e iniciativa.

Atención al cliente

- Se encargará de manejar la página web y de dar el servicio requerido a nuestros clientes a través de nuestra página web.
- Se centrará en resolver las necesidades de los clientes.
- Se encara de motivar al cliente a adquirir nuestro producto mediante una buena gestión.
- Buscar que el cliente este satisfecho.

Ventas y gestión de pedidos

Los administradores de ventas procesaran las órdenes de venta que lleguen a la empresa, por teléfono, correo electrónico o el sitio web. Ellos comprobaran cada pedido asegurándose de que los precios o descuentos estén bien y que los clientes hallan introducido sus datos correctamente.

Los administradores de ventas introducen los detalles del pedido en un sistema informático y envía en pedido al departamento de producción, pidiendo confirmación de la disponibilidad de stock o de la fecha de entrega.

Servicios

Siempre se brindará un servicio de seguimiento en los pedidos requerido por nuestra página web, para así ser más eficiente a la hora de la entrega de nuestro producto.

Facturación y cobros

Antes de deliberar el pedido se verificará el estado de pago o de crédito del cliente u obtener la autorización del gerente. Cuando los pedidos están completos se avisa al departamento de finanzas, para preparar las facturas.

Contabilidad

El departamento de contabilidad se encargará de hacer:

Los balances de la empresa

Cuentas por pagar

Cuentas por cobrar

Cuentas de pérdida y ganancias

La preparación de los impuestos

Además de todo eso es el responsable de diseñar un plan contable de la empresa de forma que actúe de una forma ordenada y coherente.

Legal

El tipo de empresa, es una SRL, o más bien dicho una sociedad de responsabilidad limitada que se rige por la ley de sociedades dominicanas la cual se establece en el código No. 479-08.

Compras y control de inventarios

El departamento de compras

Al final del día el departamento de compras es en quien recaerá la responsabilidad de tener siempre a la mano y en tiempo real la información de existencia de cada uno de nuestros productos, así como garantizar en que no se incurran en costo por devasto o pérdidas de mercancías.

El inventario representa la existencia de productos para su venta, la óptima administración del departamento de compras consiste en contar con la disponibilidad de productos necesarios para cubrir con las necesidades de nuestros consumidores.

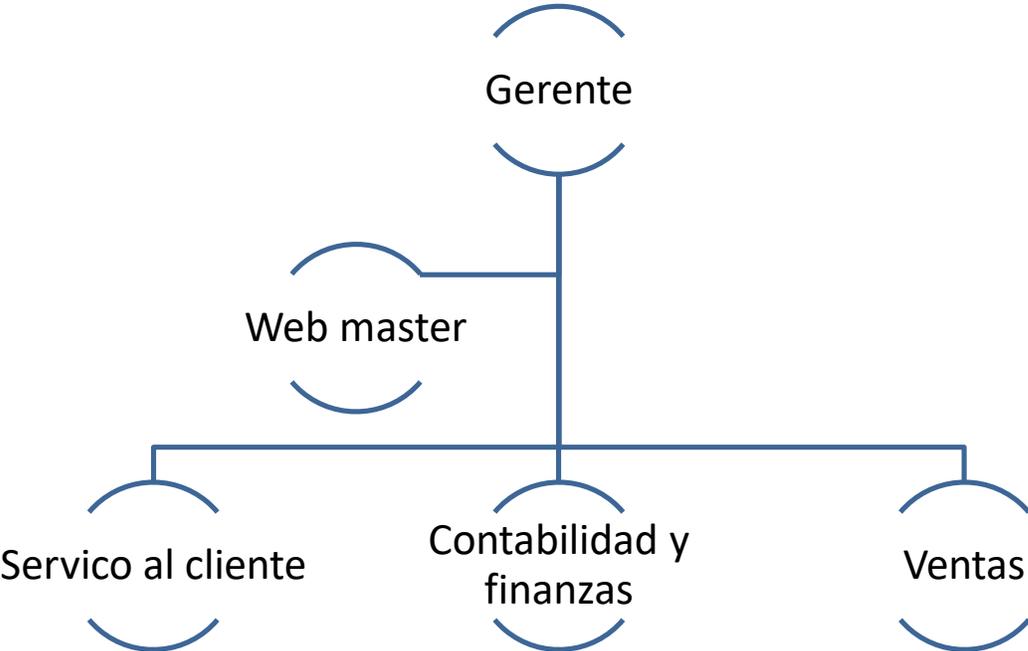
Esta tarea constara con un software de inventario adecuado, lo que también ayudara a evitar cualquier contra tiempo.

Actualización de contenidos online

La encargada de servicio al cliente y los encargados de administrar la página web, estarán en constante cambio de innovación para lograr el éxito de nuestra empresa.

4.3 Estructura Organizacional (organigrama)

Organigrama



4.4 Horario de trabajo y asistencia al cliente

Nuestro horario de trabajo será de 8: AM a 7: PM.

4.5 Políticas operativas del negocio

- La empresa cumplirá los requisitos acordados con los clientes.
- Brindará trato justo y esmerado a todos los clientes, en sus solicitudes y reclamos, considerando que el fin de la empresa es brindar un excelente servicio.
- Todos los integrantes de la empresa deben mantener un comportamiento ético.
- Nuestros productos cumplen con todos los estándares de calidad.
- Manejo de precio accesible para el consumidor.
- Estamos a los servicios de nuestros clientes, comprometido con la sociedad, el medio ambiente y la seguridad de todos los que formamos la empresa.
- La empresa promueve y establece los medios necesarios para la comunicación de la deficiencia y sugerencia de mejoras sea analizada y aplicadas.

4.6 Normas laborales

- La empresa la tienda en online del diabético se regirá por las normas establecida en nuestro país.
- Constará de pago de un salario justo a los empleados.
- Salario de navidad.
- Participación de los benéficos obtenidos.
- Licencias y vacaciones.

V. ESTRUCTURA FINANCIERA

5.1 Plan de inversión

Plan de inversión			
Cant.	Descripción	Costo	Total
2	Laptop Lenovo V130-15IKB G CI3/4GB/1TB	\$34,250.00	\$68,500.00
1	Tablet Samsung Galaxy TAB A 8" 32GB	\$10,384.00	\$10,384.00
2	Teléfono inteligentes Xiaomi note 8	\$13,000.00	\$26,000.00
1	Impresor HP OfficeJet Pro 7740	\$15,275.00	\$15,275.00
2	Escritorio de PC	\$2,006.00	\$4,012.00
4	Estantería Metálica ligera Tecny 4	3,155.04	\$12,620.16
2	Silla Secretarial Starken Nylon Negra	\$3,068.00	\$6,136.00
1	Archivo Vertical 2000	\$16,472.00	\$16,472.00
	Mercancía		\$33,564.00
	Servicios de comunicación		\$3,246.10
	Embalaje o empaque		\$5,187.28
	Hosting y dominio web		\$17,850.00
	Papelería y material oficina		\$3,750.00
	Total		\$222,996.54

5.2 Plan de medios

Plan de medios online			
Contenido online	Cant.	Costo	Total
Flyers	2	\$ 5,670.00	\$ 11,340.00
Videos	12	\$ 1,130.50	\$ 13,566.00
Publicidad en YouTube	1	\$ 30,612.75	\$ 30,612.75
Publicidad en redes sociales	1	\$ 20,408.50	\$ 20,408.50
Total			\$75,927.25

Proyección de ventas por temporadas

Producto/Servicio	Precio Unitario	MES 1		MES 2		MES 3		MES 4	
		Cant.	Venta	Cant.	Venta	Cant.	Venta	Cant.	Venta
Zapato para diabéticos	\$ 2,599.00	45	\$ 116,955.00	45	\$116,955.00	45	\$ 116,955.00	45	\$ 116,955.00
Glucerna	\$ 3,225.00	9	\$ 29,025.00	9	\$ 29,025.00	9	\$ 29,025.00	9	\$ 29,025.00
Pastillas de cloruro de magnesio	\$ 2,861.00	30	\$ 85,830.00	30	\$ 85,830.00	30	\$ 85,830.00	30	\$ 85,830.00
		0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -
Totales		84.00	\$ 231,810.00	84.00	\$231,810.00	84.00	\$ 231,810.00	84.00	\$ 231,810.00
Total									\$ 927,240.00

Producto/Servicio	Precio Unitario	MES 5		MES 6		MES 7		MES 8	
		Cant.	Venta	Cant.	Venta	Cant.	Venta	Cant.	Venta
Zapato para diabéticos	\$ 2,599.00	45	\$ 116,955.00	45	\$116,955.00	45	\$ 116,955.00	45	\$ 116,955.00
Glucerna	\$ 3,225.00	9	\$ 29,025.00	9	\$ 29,025.00	9	\$ 29,025.00	9	\$ 29,025.00
Pastillas de cloruro de magnesio	\$ 2,861.00	30	\$ 85,830.00	30	\$ 85,830.00	30	\$ 85,830.00	30	\$ 85,830.00
		0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -
Totales		84.00	\$ 231,810.00	84.00	\$231,810.00	84.00	\$ 231,810.00	84.00	\$ 231,810.00
Total									\$ 927,240.00

Producto/Servicio	Precio Unitario	MES 9		MES 10		MES 11		MES 12	
		Cant.	Venta	Cant.	Venta	Cant.	Venta	Cant.	Venta
Zapato para diabéticos	\$ 2,599.00	45	\$ 116,955.00	45	\$116,955.00	45	\$ 116,955.00	45	\$ 116,955.00
Glucerna	\$ 3,225.00	9	\$ 29,025.00	9	\$ 29,025.00	9	\$ 29,025.00	9	\$ 29,025.00
Pastillas de cloruro de magnesio	\$ 2,861.00	30	\$ 85,830.00	30	\$ 85,830.00	30	\$ 85,830.00	30	\$ 85,830.00
		0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -
Totales		84.00	\$ 231,810.00	84.00	\$231,810.00	84.00	\$ 231,810.00	84.00	\$ 231,810.00
Total									\$ 927,240.00

Primer trimestre	\$ 927,240.00
Segundo trimestre	\$ 927,240.00
Tercer trimestre	\$ 927,240.00
Ventas totales proyectadas	\$ 2,781,720.00

5.3 ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO PROFORMA

Cuentas por cobrar	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Ventas al contado	\$ 231,810.00	\$ 231,810.00	\$ 231,810.00	\$ 231,810.00	\$ 231,810.00	\$ 231,810.00	\$ 231,810.00	\$ 231,810.00	\$ 231,810.00	\$ 231,810.00	\$ 231,810.00	\$ 231,810.00
Otros ingresos												
Total cuentas por cobrar												
Gastos Operacionales												
Servicio de luz eléctrica	\$ 952.00	\$ 952.00	\$ 952.00	\$ 952.00	\$ 952.00	\$ 952.00	\$ 952.00	\$ 952.00	\$ 952.00	\$ 952.00	\$ 952.00	\$ 952.00
Plan de teléfono fijo y móvil	\$ 3,246.10	\$ 3,246.10	\$ 3,246.10	\$ 3,246.10	\$ 3,246.10	\$ 3,246.10	\$ 3,246.10	\$ 3,246.10	\$ 3,246.10	\$ 3,246.10	\$ 3,246.10	\$ 3,246.10
Sueldos	\$ 45,000.00	\$ 45,000.00	\$ 45,000.00	\$ 45,000.00	\$ 45,000.00	\$ 45,000.00	\$ 45,000.00	\$ 45,000.00	\$ 45,000.00	\$ 45,000.00	\$ 45,000.00	\$ 45,000.00
Transporte												
Gastos Operacionales												
Costos Operacionales												
Hosting y dominio	\$ 1,487.50	\$ 1,487.50	\$ 1,487.50	\$ 1,487.50	\$ 1,487.50	\$ 1,487.50	\$ 1,487.50	\$ 1,487.50	\$ 1,487.50	\$ 1,487.50	\$ 1,487.50	\$ 1,487.50
Diseño grafico o contenido web	\$ 6,327.27	\$ 6,327.27	\$ 6,327.27	\$ 6,327.27	\$ 6,327.27	\$ 6,327.27	\$ 6,327.27	\$ 6,327.27	\$ 6,327.27	\$ 6,327.27	\$ 6,327.27	\$ 6,327.27
Embalaje	\$ 1,156.28	\$ 1,156.28	\$ 1,156.28	\$ 1,156.28	\$ 1,156.28	\$ 1,156.28	\$ 1,156.28	\$ 1,156.28	\$ 1,156.28	\$ 1,156.28	\$ 1,156.28	\$ 1,156.28
Envíos	\$ 12,763.33	\$ 12,763.33	\$ 12,763.33	\$ 12,763.33	\$ 12,763.33	\$ 12,763.33	\$ 12,763.33	\$ 12,763.33	\$ 12,763.33	\$ 12,763.33	\$ 12,763.33	\$ 12,763.33
Otros												
Total Costos Operativos												
Préstamos o financiamientos												
Financiamiento bancario	\$ 3,113.24	\$ 3,113.24	\$ 3,113.24	\$ 3,113.24	\$ 3,113.24	\$ 3,113.24	\$ 3,113.24	\$ 3,113.24	\$ 3,113.24	\$ 3,113.24	\$ 3,113.24	\$ 3,113.24
Otros												
Total Prestamos o financiamientos												
Total	\$ 305,855.73											

5.4 ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA

Ingresos por ventas anuales	
Zapato para diabéticos	\$ 1,403,460.00
Glucerna	\$ 348,300.00
Pastillas de cloruro de magnesio	\$ 1,029,960.00
Total de ingresos	\$2,781,720.00
Costos	
Costos directos	\$ 693,150.00
Costos indirectos	\$ 10,000.00
Costos fijos	\$ 32,520.10
Costos de mercancías	\$ 1,241,640.00
Costos variables	\$ 167,025.39
Total costos	\$2,144,335.49
Intereses sobre préstamos o imp.	
Financiamientos bancarios	\$ 17,240.58
Impuestos	\$ 172,093.82
Total intereses o impuestos	\$ 189,334.40
Ganancia o Pérdida Neta	\$ 448,050.11

CONCLUSIONES

A pesar que la diabetes es una enfermedad hereditaria, hay muchos avances en la ciencia que nos permite diagnosticar a tiempo esta enfermedad y poder tener una buena calidad de vida, con tratamiento, buena alimentación y actividad física.

Diabético online se destaca por entablar una relación personalizada con el cliente mediante una página web para poder diseñarle una solución a sus requerimientos: productos que suplan sus necesidades, como calzado para diabéticos, suplementos y otros. De esto resaltamos que, para superar expectativa, escuchar al cliente es fundamental.

En diabético online se ha caracterizado por ser una empresa comprometida con el buen servicio de nuestros clientes, nuestra forma de trabajar está basada en política y procedimientos de calidad.

La pandemia ha cambiado el mundo de una forma tal que nos hemos vistos en la obligación de crear negocios online para satisfacer las necesidades de nuestros clientes, para ofrecer servicios de calidad que nuestros consumidores puedan obtener de una manera segura y rápida la obtención de sus productos.

Lo cierto es que la comodidad de comprar desde casa a través de la red y que todo se lo lleven a la puerta de tu hogar es cada vez más común en la sociedad es por eso que diabético en online desarrollo la idea de montar este proyecto especialmente para personas con problemas de diabetes, que tienen ciertas dificultades para trasladarse a buscar sus productos.

La población del sector diabética está dispuesta a conocer estos productos de manera online, es así que la población demostró interés en los productos n la aplicación de encuesta, viendo los productos como una opción sana de adquirirlo que puedan satisfacer sus necesidades, basada en característica nutricionales, para conllevar su enfermedad de una manera normal y sin restricciones de poder adquirir sus productos.

Las características de clientes potenciales para los productos son edades entre 35 a 70 años, género femenino y masculino, residente en el sector de Santiago de los caballeros.

El resultado de la ejecución de este proyecto son productos de alta calidad, mediante la realización de los procesos de adquisición y comercialización productivos, lo que aplican al más selecto talento humano que aporte con iniciativa y trabajo para suplir con eficiencia la demanda. Estos procesos se fundamentarán en los desempeños de procesos administrativos y financieros.

BIBLIOGRAFÍAS

1. Perez.A. (26 diciembre 2017). Informacion Sobre La Diabetes. 2017, De Centro Para El Control Y La Prevencion De Enfermedades Sitio Web: <https://www.cdc.gov/diabetes/spanish/basics/diabetes.html>.
2. Laudon. K, Guercio. C. (2009). E-Comerce, Negocio, Tecnologia Y Sociedad. Mexico: Pearson, Educacion.
3. Martins. N. (agosto, 06,2020). Que Es El Emprendimiento. 2020, De Oberlo Sitio Web: <https://www.oberlo.es/blog/definicion-y-significado-emprendimiento>
4. Guillebeau. C. (Abril, 2013). 100 Startup. New York Times Bestseller: Grupo Anaya.
5. Mandal, A. (junio 4, 2019). Historia De La Diabetes. Octubre 10, 2020, De Sitio Web: [https://www.news-medical.net/Health/History-Of-Diabetes-\(Spanish\).aspx](https://www.news-medical.net/Health/History-Of-Diabetes-(Spanish).aspx)
6. Sánchez, G. (). Historia De La Diabetes. Octubre 10, 2020, De Sitio Web: http://www.scielo.org/bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1012-29662007000200016
7. Contreras, J. (noviembre 14, 2017). En Rd Un Millón De Personas Padece De Diabetes. Octubre 10, 2020, De Sitio Web: <https://cdn.com.do/nacionales/rd-millon-personas-padece-diabetes/>
8. Diario Libre. (noviembre 14, 2019). Más De 2 Millones En Rd Son Diabéticos O Pre Diabéticos. Octubre 10, 2020, De Sitio Web: <https://www.diariolibre.com/actualidad/salud/mas-de-2-millones-en-rd-son-diabeticos-o-prediabeticos-hh15304773#:~:Text=La%20diabetes%20se%20ha%20convertido,13.45%25%20es%20diab%C3%A9tica%20y%20el>

ANEXOS





[Link de instagram](https://www.instagram.com/invites/contact)
[link de la website](https://vladimirtapia01.wixsite.com/diabeticoonline)
[link video de la website](https://youtu.be/Dj3g4WiGGiQ)
[link video instagram](https://youtu.be/Sj3zPHv0Cos)





CUESTIONARIO

1. ¿Sufre usted de diabetes?
2. ¿Alguien de su entorno familiar sufre de diabetes, quien?
3. ¿Cuál es su rango de edad?
4. ¿Cuál es su género?
5. ¿Hace cuanto fue diagnosticado?
6. ¿Cuál es el nivel de escolaridad o de la persona que padece la enfermedad?
7. ¿Cuál es su nivel socio-económico?
8. ¿Cuál es el nivel de conocimiento de usted o su familiar, sobre la diabetes?
9. ¿Utiliza algún medicamento para controlar los niveles de glucosa en la sangre?
10. ¿Con qué frecuencia usted realiza mediciones sobre el nivel de glucosa en la sangre?
11. ¿Qué implicación (es) representa un problema para usted o el familiar que padece la enfermedad?
12. ¿Cómo considera la alimentación de la persona afectada por la enfermedad (por el aporte nutricional)?
13. ¿Cuántas veces come al día?
14. ¿Realiza alguna actividad física usted o la persona afectada de la enfermedad?
15. ¿Qué tipo de actividad física realiza usted o la persona afectada de la enfermedad?
puede seleccionar varias de ser así
16. ¿Con qué frecuencia usted o la persona afectada realiza actividad física?
17. ¿Qué tiempo dedica a estas actividades físicas?
18. ¿consume bebidas endulzadas artificialmente?
19. ¿Cuál es la frecuencia de consumo de endulzantes artificiales?
20. ¿Consume algún tipo de alimento o productos para diabéticos?
21. ¿qué tipo de alimento para diabéticos consume?
22. ¿Con qué frecuencia consume estos alimentos?
23. ¿Ha comprado algún tipo de calzado o productos para diabéticos?
24. ¿Con qué frecuencia ha realizado estas compras?

25. ¿Cuál es el nivel de manejo de las herramientas tecnológicas (internet, celular, computadora), suyo y/o de la persona afectada de la enfermedad?
26. ¿Qué nivel de satisfacción le proporciona disponer de una tienda especializada en alimentos, suplementos y productos para diabéticos?
27. ¿Qué nivel de confianza le generaría el comprar por medio a una plataforma digital?
28. ¿Sufre usted de diabetes?
29. ¿Alguien de su entorno familiar sufre de diabetes, quien?
30. ¿Cuál es su rango de edad?
31. ¿Cuál es su género?
32. ¿Hace cuanto fue diagnosticado?
33. ¿Cuál es el nivel de escolaridad o de la persona que padece la enfermedad?
34. ¿Cuál es su nivel socio-económico?
35. ¿Cuál es el nivel de conocimiento de usted o su familiar, sobre la diabetes?
36. ¿Utiliza algún medicamento para controlar los niveles de glucosa en la sangre?
37. ¿Con qué frecuencia usted realiza mediciones sobre el nivel de glucosa en la sangre?
38. ¿Qué implicación (es) representa un problema para usted o el familiar que padece la enfermedad?
39. ¿Cómo considera la alimentación de la persona afectada por la enfermedad (por el aporte nutricional)?
40. ¿Cuántas veces come al día?
41. ¿Realiza alguna actividad física usted o la persona afectada de la enfermedad?
42. ¿Qué tipo de actividad física realiza usted o la persona afectada de la enfermedad?
puede seleccionar varias de ser así
43. ¿Con qué frecuencia usted o la persona afectada realiza actividad física?
44. ¿Qué tiempo dedica a estas actividades físicas?
45. ¿consume bebidas endulzadas artificialmente?
46. ¿Cuál es la frecuencia de consumo de endulzantes artificiales?
47. ¿Consume algún tipo de alimento o productos para diabéticos?
48. ¿Qué tipo de alimento para diabéticos consume?
49. ¿Con qué frecuencia consume estos alimentos?
50. ¿Ha comprado algún tipo de calzado o productos para diabéticos?
51. ¿Con qué frecuencia ha realizado estas compras?

52. ¿Cuál es el nivel de manejo de las herramientas tecnológicas (internet, celular, computadora), suyo y/o de la persona afectada de la enfermedad?
53. ¿Qué nivel de satisfacción le proporciona disponer de una tienda especializada en alimentos, suplementos y productos para diabéticos?
54. ¿Qué nivel de confianza le generaría el comprar por medio a una plataforma digital?

Links de páginas

Link de Instagram

https://www.instagram.com/invites/contact/?i=116d8ei9d59zg&utm_content=k92ybw7

Link de la websites

<https://vladimirtapia01.wixsite.com/diabeticoonline>

Link video de la websites

<https://youtu.be/Dj3g4WiGGiQ>

Link video de Instagram

<https://youtu.be/Sj3zPHv0Cos>