Diagnóstico Final

**1.- Información General**

* Nombre del proyecto. **NUTRILUV**
* Descripción del proyecto ¿De qué trata?

(Definir si es un bien/producto, un servicio, o ambos.)

Descripción:

Planes personalizados de alimentación y ejercicio, a través de una aplicación, que contribuyen a que las personas que viven con Diabetes II, puedan lograr un control metabólico (niveles de glucosa en sangre), lo que les permite evitar o retrasar el desarrollar complicaciones. La plataforma permite también llevar y compartir de forma fácil un control sobre su evolución.

Antecedente:

El proyecto es el resultado de varios años de trabajo e investigación. Se condujo un ensayo clínico en el que se demostró que el uso de plataformas tecnológicas para proveer educación en diabetes, mejora los conocimientos, niveles de HbA1c (hemoglobina glucosilada, que es el principal indicador de control en este padecimiento) y otros factores de riesgo en personas con Diabetes. En 2019 fue elegido para participar en el *NoBi* Salud (Nodos Binacionales de Innovación), en donde Rodrigo y Lubia trabajaron para aplicar la metodología “Customer Discovery”, desarrollada por la NSF (*National Science Foundation*) mediante la cual puieron descubrir la viabilidad comercial del proyecto.

* Integrantes
* Rodrigo Rivera
* Lubia Velázquez
* ¿En qué estapa se encuentra el proyecto? En desarrollo de la aplicación con un 33% de avance.

**2.- Propuesta de valor**

* ¿Qué problema o necesidad resuelve el producto o servicio?

En México el 34% de la población tiene entre 30 y 60 años de edad, de los cuales un 10% padece diabetes. Nutriluv apoya en el tratamiento de diabetes II ayudando a lograr un control metabólico y reducir las complicaciones a través de educación, planes personalizados de alimentación y ejercicio.

* ¿Cómo contribuye a mejorar el bienestar social, etc.?

La aplicación contribuye a que las personas que viven con Diabetes II, puedan lograr un control metabólico (niveles de glucosa en sangre), lo que les permite evitar o retrasar el desarrollar complicaciones. La plataforma permite también llevar y compartir de forma fácil un control sobre su evolución.

**3.- Estudio de mercado**

* Nicho de mercado ¿A quién se lo vas a vender y cómo lo vas a vender?

## **Descripción del mercado**

1. Adultos de 30-60 años que han sido diagnosticados con Diabetes Tipo II.
2. Viven en zonas urbanas
3. Cuentan con un Smartphone
4. Nivel socioeconómico mínimo medio (NSE: A, B ó C)
* Tamaño del mercado al que va dirigido

## **Tamaño y desarrollo del mercado y tendencias.**

De acuerdo con cifras de la CONAPO, en México el 33.9% de la población tiene entre 30-60 años de los cuales un 10% se estima que vive con Diabetes. Si de ellos, el 84.5% cuenta con un Smartphone, quiere decir que aprox. el 2.86% sería nuestro mercado meta: **3.6 Millones de personas.**

Por otro lado, por la información contenida y planes de salud desarrollados, se considerar una posible venta de esta empresa a alguna gran empresa del sector salud como una farmacéutica, grupo hospitalario, aseguradora, etc. y en cuyo caso podría generar una rentabilidad muchísimo mayor para sus accionistas/inversionistas.

* Competencia ¿la conoce, está identificada?

### **Competencia en el mercado:**

El mercado de las aplicaciones es extremadamente competido, existen muy pocas que concentran un gran porcentaje del mercado al que van dirigidos, no obstante, se está buscando ofrecer un servicio diferenciado esperando lograr posicionamiento en la mente de los usuarios.

### **Amenaza de Nuevos Competidores:**

El riesgo es alto debido a que el sector salud es un mercado que concentra muchísimo dinero y existen compañías muy grandes como las farmacéuticas, fabricantes de equipo médico, etc. las cuales podrías decidir incursionar en el mercado de las aplicaciones de salud. No obstante, suele ser una práctica que en vez de que las grandes compañías opten por iniciar un desarrollo desde cero, ofrezcan comprar Start Up´s que han demostrado tener un éxito comercial y sobre todo un gran potencial. Este último escenario es de hecho una gran oportunidad, ya que podría resultar atractivo para una gran empresa adquirir la aplicación Nutriluv en pocos años por el valor de marca y la información que manejaremos para ese momento.

* ¿Cuenta con una estrategia de marketing? Sí, por el tipo de servicio del que se trata, resulta evidente que la gran mayoría de los esfuerzos de marketing serán en el ámbito digital. Actualmente es posible segmentar con mucha precisión a los internautas con base en su comportamiento online. Se tiene contemplado la contratación de una Agencia local de Márketing (Mosa Márketing), la cual llevaría a cabo las actividades de: Publicidad, promoción, *Comunity Manager*, etc.

**4.- Descripción comercial**

* Ventajas competitivas con las que cuenta el proyecto para penetrar en el nicho de mercado que se pretendes captar.
1. Equipo altamente especializado: Los emprendedores están muy bien capacitados con grados académicos de Doctorado/Maestría y amplia experiencia en el campo profesional.
2. Aplicación que ofrece trajes a la medida a sus usuarios, permitiendo que puedan ser monitoreados conforme a su avance de tratamiento y a su vez, brindarle un plan alimenticio y de ejercicio de acuerdo su nivel de azúcar, de acuerdo a la hora del día en que lo necesiten, a su peso, tamaño, etc.
3. Efectividad comprobada: El proyecto nace como una tesis de doctorado que en una fase previa demostró que las personas que tienen acceso a la educación a través de tecnologías de información obtienen una mejoría en su tratamiento, estos resultados fueron publicados en una revista especializada de endocrinología.
* ¿Hay proyecciones de ventas para el periodo que considera el proyecto? Sí

## **Definición de la visión comercial:** los primeros 5 años llegar a más de 1,000 usuarios. Posicionándose como una herramienta efectiva para el apoyo en el tratamiento de personas con diabetes II en el medio de la salud.

## **Plan de ventas**

Conforme al plan de ventas siguiente:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Etapa | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** |
| Usuarios | 300 | 550 | 750 | 900 | 1,000 |

Es difícil estimar el número de descargas/usuarios que tendrá la aplicación, o tratar de predecir la rentabilidad que arrojará la inversión en publicidad, lo que se ha hecho es que dentro del proceso de Customer Discovery de la NSF (National Science Foundation), llevaron a cabo más de 100 entrevistas personales a posibles clientes, proveedores y profesionales de la salud, de donde obtuvieron información muy valiosa y que permite confirmar o reformular hipótesis con respecto a las características que los usuarios encuentran deseables, útiles y el valor que tienen para ellos.

* ¿Cómo van a vender? Canales.

Venta por canal de distribución directa, mediante el uso de plataformas como Apple Store o Google Play Store para la descarga de la aplicación, aunque se buscará una publicidad viral y asertiva a través de redes sociales que ayuden a dar a conocer el servicio facilitando el llevar a los usuarios potenciales hasta el portal de descarga. Por otro lado por medio de la propia página web y redes sociales.

**5. Descripción técnica**

* ¿Tiene claridad de cómo se va a ejecutar el proyecto? Sí
* ¿Cuentas con datos suficientes para evaluar la viabilidad del proyecto? Sí
* ¿El proyecto se puede escalar o extenderse (potencial de crecimiento)? Sí, incluso por el tipo de información que va a reunir podría servir para los médicos de la investigación en temas de la salud o bien, para que los propios medicas puede ir dando seguimeinto a sus pacientes para el control de su enfermedad, diabetes tipo II. Por lo que puede escalarse rápidamente hacia otras unidades de negocio también.
* ¿El proyecto es rentable? o ¿Hay datos o información que permitan aventurar la rentabilidad del proyecto? Sí

**6.- Costos**

¿Tiene claros sus costos? Sí, los principales costos y gastos serán:

* Mantenimiento de la APP (tanto técnico como del tecnológico).
* Administrativos
* De venta (Publicidad)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Monto**  | **Concepto** | **Comentario** |
|  $ 20,000  | Constitución | Gastos Legales |
|  $ 30,000  | Marca / Imagen Corp | Diseño / Registro |
|  $ 200,000  | APP  | Pruebas, mejoras y subirla a IOS y Android |
|  $ 20,000  | Diseño Web | Diseño y servidor |
|  $ 400,000  | Campaña lanzamiento | Publicidad Web, Expo Diabetes, etc. |
|  $ 58,000  | Equipo de Cómputo | 3 Laps + 4 Celulares |
|  $ 72,000  | OTROS Gastos | 10% para imprevistos. |
|  $ 180,000  | Capital de Trabajo | Equivalente a 4 meses de gastos |
|  **$ 980,000**  | **TOTAL**  |

* ¿Cuánto vale su producto o servicio?

Por el momento se ha definido un precio de venta de $290 al mes, lo anterior en función del valor percibido por el usuario, ya que esto permite maximizar los ingresos y es recomendable al tratarse de una APP en la que el costo marginal es mínimo. Considerando un margen de utilidad del 20% en promedio durante los primeros 5 años de operación.

El punto de equilibrio se estima que se obtendría al alcanzar los **263 usuarios** al final del 1er año, esto equivale a 22 en promedio al mes o prácticamente 1 por día laboral, lo cual se considera muy alcanzable.

* Capacidad de producción. Una vez terminada de desarrollar la aplicación, se puede vender a los 3.6 millones de personas del mercado meta

**7.- Aspectos financieros**

* ¿Tienen valuada la empresa? Sí ¿Cuánto vale? $2,000,000.00

La empresa se valuó en $2,000,000 considerando la aportación de los inversionistas por $980,000, equivalente al 49% y el resto considerando el valor del resultado de varios años de investigación y desarrollo siendo esa la principal aportación de los emprendedores. Un competidor que desee crear un proyecto similar aún si no tuviera una restricción en el uso de recursos, tardaría mucho tiempo en desarrollar el contenido y la metodología que se requiere para este tipo de innovación.

Se considera un escenario probable que la aplicación resulte más exitosa de lo esperado y su valor incremente de forma considerable no solamente por su rentabilidad o sus ingresos, sino por su potencial tanto económico como por ser una fuente de información valiosa, pero sobre todo por su impacto social al tener la capacidad para contribuir a la salud y el bienestar de la sociedad.

**8.- Marco Legal**

* Forma jurídica en la que va a operar la empresa. Persona moral
* ¿Están constituidos o cuentan con patentes o registros de marca? En proceso

**9.- Riesgos y amenazas del proyecto de negocio**

* ¿El emprendedor está consciente y es capaz exponer los riesgos que implica invertir en su proyecto de negocio? Sí, se consideran los siguientes:
1. Fuga de personal clave: Al principio, el éxito del proyecto se basa en el conocimiento y reconocimiento de los emprendedores.
2. Robo de material / Plagio: Antes de posicionar la marca, la APP podría ser “robada” y dada a conocer bajo otro nombre, esto sería catastrófico.
3. Cambios en la ley (APP´s): Un cambio en la regulación, legislación podría afectar el margen de utilidad y por consiguiente periodo de recuperación del proyecto en corto tiempo (Ejemplo: IVA a las APP´s).
4. Entrada de grandes competidores Actualmente una de las principales APPs para diabéticos es My Suggar propiedad de la farmacéutica multinacional Roche.
5. Existe información poco confiable y exceso de Fake News: Esta situación provoca que nuestro mercado meta sea “desconfiado por naturaleza” y tendamos que ganarnos su confianza.
6. Poca disponibilidad de tiempo: Debido a que ninguno de los emprendedores actualmente tiene la posibilidad de vivir de este proyecto, nuestra disponibilidad de tiempo es limitada.
7. Poca experiencia en emprendimiento, manejo de empresas: Yo tuve un emprendimiento hace casi 15 años y estoy consciente de lo que implica, el resto de las personas involucradas no tienen mucha experiencia en este rubro.
8. Distanciamiento geográfico del equipo emprendedor: El equipo está distribuido en la ciudad de Querétaro y México.
9. Mala comunicación entre los emprendedores: Debido a que en los últimos meses han presentado una anormal carga de trabajo en nuestras actividades diarias la comunicación para este proyecto ha sido mínima.
* ¿Hay acciones alternativas o soluciones si alguno de los riesgos se convierte realidad? Sí, mediante las siguientes 4 estrategias:

## Estrategias de reorientación.

## Aprovechar la popularidad de los Smartphones y de las tecnologías de información para mejorar la comunicación interna entre los emprendedores.

## Acceder a información a través de plataformas tecnológicas (Conferencias en línea, Coursera, etc.) para mejorar las habilidades del personal involucrado e incrementar conocimientos en temas.

## Estrategias ofensivas.

1. El enorme mercado potencial y la penetración de los smartphones en México hacen que este proyecto sea aún más rentable.
2. El contar con fondos suficientes, hará posible aprovechar una rápida expansión ya sea geográfica o diversificación en el padecimiento a apoyar.

## Estrategias defensivas.

1. El equipo altamente calificado y la efectividad probada permitirá obtener y mantener la credibilidad de los usuarios.
2. El contar con fondos suficientes permitirá posicionar la marca antes de la posible entrada de algún nuevo competidor sin importar su tamaño.

## Estrategias de supervivencia.

1. Cuidar que la poca experiencia no provoque la fuga de personal clave, la cual podría implicar el robo de información que de inicio es uno de los principales activos.
2. Si la entrada de un nuevo competidor surgiera de forma inmediata, es probable que la poca disponibilidad de tiempo de los emprendedores impidiera hacerle frente, por lo anterior se debe buscar la mayor automatización y posicionamiento lo más rápido posible.
* ¿El proyecto es realista, lógico y convincente? Sí

**10.- Inversión solicitada.**

* ¿A cuánto asciende el capital que solicitarán?

Se busca una inversión de **$980,000** entre el inversionista y el municipio de Qro. a cambio del 49% del capital de la empresa. De esta forma el control se mantiene en manos de los emprendedores, pero para tomar alguna decisión estratégica se requiere el consenso de al menos 3 de los accionistas. **Estructura de Capital propuesta:**

|  |  |
| --- | --- |
| **%** | **Nombre** |
| 24.5% | Shark/Inversionista |
| 24.5% | Fideicomiso Municipio |
| 20.0% | Dra. Lubia Velázquez |
| 11.0% | M.B.A. Rodrigo Rivera |
| 10.0% | Mtro. Ignacio Pineda |
| 10.0% | Dra. Abril Muñoz |
| **100.0%** | **TOTAL** |

* ¿Para qué será destinado el recurso solicitado? Terminar de desarrollar la aplicación y publicidad digital para el posicionamiento de la misma.
* ¿Cuentan con capital? Un poco, mismo que ya fue invertido al mismo desarrollo de la aplicación ¿Cuánto? $350,000.00
* ¿Es un proyecto que con la inversión comenzará a operar o es un proyecto que ya se encuentra operando? Con la inversión comenzará a operar.

Si tú fueras el inversionista, ¿invertirías en el proyecto? Sí, pero el monto solicitado sería irlo dando conforme se vayan teniendo los avances.