

Cuenca, 15 de octubre de 2021

## **Informe “Diseño de una alternativa Innovadora para la Generación de Flujo de Caja y de Tráfico de pacientes en el CEM”.**

**Entregable 1:** Diseño de la alternativa innovadora para la generación de flujo de caja y de tráfico de pacientes en el CEM, que sea financieramente viable, técnico y legalmente factible y que atienda una necesidad de la comunidad universitaria y de ser posible de la ciudadanía.

### **Introducción:**

La EUS-EP ante la necesidad de contar con Productos o Servicios Innovadores para la generación de flujo de caja y la afluencia de pacientes en el Centro de Especialidades Médicas CEM, contrató mis servicios profesionales para la identificación y diseño de una propuesta de valor de (productos y/o servicios) y un modelo de negocio innovador que sea Deseable y que atienda una necesidad de la comunidad universitaria y de ser posible de la ciudadanía, que sea Factible, desde el punto de vista técnico y legal y que sea Viable, financieramente.

Con fecha 17 de agosto de 2021, se suscribió el **Contrato No 73 entre la EUS-EP** y Carlos Andrade Borrero como prestador de servicios profesionales, para tal fin.

### **Características del Contrato:**

**Objeto:** Diseño de una alternativa innovadora para la generación de flujo de caja y de tráfico de pacientes en el CEM.

**Plazo:** Firma del contrato, 17 de agosto de 2021 a 31 de diciembre de 2021.

### **Forma de Pago y Entregables:**

Por concepto de servicios profesionales: USD \$5.000,00 + IVA

- Entregable 1: El valor de USD 3.000,00 más IVA por Diseño de la alternativa innovadora para la generación de flujo de caja y de tráfico de pacientes en el CEM, que sea financieramente viable, técnico y legalmente factible y que atienda una necesidad de la comunidad universitaria y de ser posible de la ciudadanía.
- Entregable 2: El valor de USD 2.000,00 más IVA por el lanzamiento del Producto Mínimo Viable, la administración del Piloto, diagnóstico y plan de mejoramiento posterior.

Por concepto de premio por éxito se pagará a razón de USD 1,00 por cada una vendida, realizada desde el lanzamiento del producto hasta llegar al límite de USD 10.000,00.

### **Principales actividades llevadas a cabo:**

#### **1. Charter del Proyecto**

 Empresa Universitaria de Salud	CHARTER DE PROYECTOS (GPR-ESP-EUSEP-000-2021)
	Dirección Estratégica y Planificación

NOMBRE DEL PROYECTO		APODO DEL PROYECTO	
Seguro médico prepagado		Alumnus +	
FECHA	17-ago-21	VERSIÓN	1
		FASE	1
Presupuesto	\$ 10.000,00	Gastos	
Beneficios EUS		Tipo de Proyecto	Comercial

### DESCRIPCION y PROPÓSITO

Implementación de un plan de medicina prepagada y de beneficios diseñado para su publico objetivo que es:

- A) Estudiantes (Individual) de la U de Cuenca, extensivo a otras instituciones de educación superior
- B) Profesores + personal administrativo de servicios de la U de Cuenca
- C) Familiares de A + C
- D) Adultos Mayores (+65)
- E) Gremios productivos y sociales del Azuay
- F) Migrantes (Venezuela, Colombia, Perú) y Expats
- G) Patrocinadores
- E) Empleados de las EP's de la region Azuay

### NECESIDADES DE LOS STAKEHOLDERS/USUARIOS

Diseño de una alternativa innovadora para generación:

- 1) La EUS require generar afluencia de pacientes/usuarios al Centro de Excelencia de la Salud CEM.
- 2) La EUS require generar flujo de caja constante.
- 3) La EUS requiere ofrecer planes y servicios de salud.
- 4) Que sea financieramene sostenible (viable)
- 5) Que sea técnica y legalmente(factile)
- 6) Que atienda una necesidad de la comunidad universitaria y de la ciudad

### SOLUCIÓN PROPUESTA (podría estar en el Business Case)

Desarrollar conjuntamente con un prestador de servicios de medicina prepagada un plan de prepago; contando con productos especificos para cada uno de los segmentos de mercado objetivo, asi también generar alianzas con empresas comerciales que puedan incorporar beneficios importantes para cada segmento de mercado.

- A) Estudiantes (Individual) de la U de Cuenca, extensivo a otras instituciones de educación superior
- B) Profesores + personal administrativo de servicios de la U de Cuenca
- C) Familiares de A + C
- D) Adultos Mayores (+65)
- E) Gremios productivos y sociales del Azuay
- F) Migrantes (Venezuela, Colombia, Perú) y Expats
- G) Patrocinadores
- E) Empleados de las EP's de la region Azuay

### ALCANCE

El proyecto está orientado a identificar las necesidad de los clientes, comparar las soluciones existes en el mercado, diseñar y desarrollar el o los productos conjuntamente con un proveedor de servicios de medicina prepagada, aliados estratégicos y comerciales, ajustar los productos a la capacidad del CEM y implementar el producto.

### ESTRUCTURA DE GOBIERNO DEL PROYECTO

#### Organo de Gobierno del Proyecto AGB

No Aplica

x

Miembro 1	Miembro 4	Miembro 7
Miembro 2	Miembro 5	Miembro 8
Miembro 3	Miembro 6	Miembro 9

#### Comité Administrativo (Steering Committee)

Miembro 1	Miembro 4	Miembro 7
Miembro 2	Miembro 5	Miembro 8
Miembro 3	Miembro 6	Miembro 9

#### Lado del Requiriente

Dueño del Proyecto (PO)

EUS EP: Boris Coellar

#### Lado del Proveedor

Proveedor del Proyecto (SP)

Carlos Andrade

Administrador de negocio (BM)

Subgerente: Eduardo Borrero

Administrador del Proyecto (PM)

Natalia Ludizaca

### Equipo Operativo del Proyecto

#### Grupo Operativo de Implementación (BIG)

Miembro 1	Gestor Legal: Camila Bravo
Miembro 2	Coordinador Técnico CEM: Dr Julio Jaramillo
Miembro 3	Coordinador Admin CEM: Vacante
Miembro 4	Gestor Legal Externo: Paul Vazquez
Miembro 5	

#### Equipo Operativo del Proyecto

Miembro 1	Proveedores Externos: Juan Carlos Confiamed
Miembro 2	Broker de Seguros; Maria José
Miembro 3	Estudio Costos: x definir
Miembro 4	Aliados Estratégicos & Comerciales(Beneficios)
Miembro 5	Comunicación y Difusión

### Entregables

1	Convenios: Universidad de Cuenca; Confiamed; Gremios; Empresa Privada
2	Contrato con el prestador de servicio de medicina prepagada
3	Modelo y plan de negocios
4	Modelo de Gestión

5	Catálogo de Productos de Prepago y Beneficios
6	Plan Comercial y de marketing
7	Implementación

#	Tareas e Hito (de alto nivel)	Fecha Inicio	Fecha Fin	Presupuesto
1	Identificación de la situación actual de los seguros de Salud en la Universidad	17/8/2021	1-oct-21	
2	Levantamiento de Ofertas de los Proveedores de Servicios de Medicina Prepaga	17/8/2021	1-oct-21	
3	Estudio del Mercado	17/8/2021	1-oct-21	
4	Suscripción del convenio con la Universidad	17/8/2021	1-oct-21	
5	Elección del Proveedor de Servicios de Medicina Prepaga y suscripción de los convenios correspondientes	17/8/2021	1-oct-21	
5	Diseño del Catálogo de Productos, incluido imagen y diseño de los productos	17/8/2021	1-oct-21	
6	Diseño del Modelo y Planes de negocios	17/8/2021	1-oct-21	
7	Elaboración e implementación del Modelo de gestión	17/8/2021	1-oct-21	
8	Elaboración del plan comercial y de marketing	17/8/2021	1-oct-21	
9	Lanzamiento del PMV	17/8/2021	1-oct-21	
10	Gestión piloto (3 meses)	1-oct-21	31-dic-21	
11	Diagnóstico y Plan de Mejora (iteraciones posteriores)	1-oct-21	31-dic-21	
11	Implementación y Lanzamiento de los productos de prepago / beneficios	1-oct-21	31-dic-21	
Total Presupuesto Referencial				\$ 10.000,00

MATRIZ DE RIESGOS						
#	Riesgos (Descripción)	Severidad	Probabilidad	Detección	IPR	Acciones de Mitigación
1	Que se pueda diseñar un producto competitivo que Cumpla con la Ley de Compras Públicas y/o Ley de Empresas Públicas	10	5	10	500	
2	No cubrir con las frecuencias de atención por parte los profesores de la Universidad	10	6	9	540	
3	No contar con la aceptación de la Universidad de Cuenca	10	4	7	280	Venderle bien la idea al consejo universitario demostrar la calidad del servicio
4	No contar con las capacidades técnicas del CES	10	10	10	1000	Implementar el Sistema de Gestión del CES
5	Parar el servicio durante la remodelación del Bloque A	10	10	5	500	Lanzar un producto que entre a la red del Proveedor en una primera etapa y en una segunda etapa incorporar al CEM
6	Incumplimiento del servicio propuesto por parte del gestor de medicina prepagada				0	
7	No existe interés por parte de las empresas para sumarse y brindar los beneficios a los usuarios				0	
8					0	
9					0	
10					0	

Observaciones
<p>Presupuesto:</p> <p>1) Inversión en fase de Ideación y diseño del producto</p> <p>2) Inversión en PMV</p> <p>3) Inversión en la puesta en marcha e implementación del proyecto</p> <p>4) Capital de trabajo para operatividad.</p>

## 2. Diagnóstico:

Se levantó la información inicial necesaria para entender la problemática y las necesidades tanto internas del CEM y externas considerando el segmento estudiantil de la U Cuenca como referencia principal.

## 3. Validación de la Necesidad y la Solución:

Se realizaron varias entrevistas a profundidad para conocer la realidad del mercado objeto, plantear las hipótesis y poder validarlas.

- Estudiantes de varias facultades de la U Cuenca.
- Personal y docentes de la U de Cuenca. (Medicina, odontología, psicología, arquitectura y diseño, vinculación, entre otros).
- Personal de atención al servicio del CEM.
- Personal de la EUS-EP.
- Asociaciones productivas y sociales, empresas privadas entre ellas (Aso. de bares y restaurantes de Cuenca, Hipermercados Coral, Sodlibro, AloApp, papelería Soto,

Athletic, Azutaxi, Vatex, Captur, Optur, Gimnasios, Fundación GRACE, Computron, La Victoria, entre otros).

- Empresas tecnológicas Freddy Zumba, Levering System Levsys C.A., Payphone.
- Empresas de seguros y brokers (Humana, Saludsa, Vumi, Confiamed, Plusmedical), Ma Jose Vazquez, Ramiro Crespo.
- Centros Médicos Universitarios (SIME de la USFQ, Hospital UTPL, Hospital U Católica de Cuenca).
- Centros Médicos en la Ciudad de Cuenca (Medica del Sur, Solca, Aprofe, Funor, Fundación Pablo Jaramillo, Praxxel, entre otros).

Adjunto información en **Anexo 1**.

#### Hallazgos preliminares:

- **CEM:** Se levantó información importante del flujo de pacientes, atenciones dentro del plan piloto de enero a julio de 2021.
- **EUS-EP:** Se obtuvo información importante de percepciones del personal con respecto a los servicios que se brindan desde la EUS-EP, se realizó un diagnóstico general de la situación de la EUS y del CEM. Así como también se pudo testear algunas de las soluciones a través de grupos focales al personal.
- **Centros Universitarios Médicos:** Se obtuvo información importante del SIME de la USFQ y al Hospital de la UTPL en cuanto a su modelo de negocio y los servicios que ofrece.
- **Otros Centros médicos de la ciudad de Cuenca:** Se obtuvo información importante de los varios centros de atención ambulatoria de la ciudad de Cuenca, para analizar que tipo de servicios (cartilla de servicios) proveen, cuál es su enfoque como negocio, los precios que manejan y los horarios de atención al paciente.
- **Estudiantes:** Se levantaron las necesidades de este segmento de mercado. **Anexo 2**.
- **Comunidad Universitaria U CUENCA:** Se realizaron varias consultas a docentes de las diferentes facultades de la Universidad, para conocer sus inquietudes sobre el CEM y que aportes o el nivel de involucramiento de cada área para con la EUS-EP y el CEM.
- **Gremios productivos, empresa privada:** Acercamiento a red de contactos para validar las necesidades (hipótesis relacionadas a servicios de salud, seguridad prepagada, salud ocupacional, entre otros). Así como también se pudo testear hipótesis preliminar de la solución (seguros, plan de beneficios, salud ocupacional).

#### 4. Segmento de Mercado (Comunidad Estudiantil).

- El público objetivo definido para desarrollo y diseño de una propuesta de valor (producto y/o servicio) innovador y su modelo de negocio, es la **comunidad estudiantil universitaria de Cuenca**, con enfoque especial la Universidad de Cuenca (público cautivo).
- A partir del desarrollo del estudio y análisis se definieron:
  - Alumnos Universitarios de (18 a 24 años). U Cuenca
  - Alumnos Universitarios de (25 a 35 años). U Cuenca
  - Alumnos de Nivel 3 y Universitarios de (18 a 24 años). Demás instituciones.
  - Alumnos Universitarios de (25 a 35 años). Demás Instituciones.

## 5. Tamaño del Mercado.

### DATOS E INSUMOS (ESTADISTICA)

#### POBLACION CIUDAD DE CUENCA

630.000

#### MERCADO OBJETIVO

GENERACION Y-Z: 18 - 35 AÑOS

Representan el 25% de la población	157.500
Tamaño del Mercado Gen Y-Z, Cuenca	

#### PUBLICO ESTUDIANTIL

Porcentaje de la Población (Nivel 3 y Nivel 4 Educación Superior)

Representa el 35% de la población (18 a 35años)

Tamaño del Mercado Estudiantes 3 y 4 to Nivel Educ. **55.125**

#### DISTRIBUCION DE LA POBLACION ESTUDIANTIL 3 - 4 NIVEL

UDA	7.500
UCUENCA	16.000
UCATOLICA	16.000
UPOLITECNICA Cuenca	6.000
UTPL	6.000
OTROS INST.	7.000
<b>TOTAL</b>	<b>58.500</b>

#### NOTA:

15% de esta poblacion son estudiantes Foraneos (Oro, Morona, Loja, Oro, demás prov.)	<b>8.775</b>
--	--------------

Estructura de la Población	
hasta 1	2,00%
1-4 años	7,60%
5-9 años	9,50%
10-14 años	9,50%
15-19 años	9,00%
20-24 años	8,70%
25-29 años	8,00%
30- 34 años	7,40%
35- 39 años	6,80%
40- 44 años	6,20%
45-49 años	5,40%
50-54 años	4,80%
55-59 años	4,00%
60-64 años	3,40%
65-69 años	2,70%
70-74 años	2,40%
75-79 años	1,30%
80 y más años	1,40%

Fuente: INEC

GENERACIONES EN EL ECUADOR		Grupo Etario	
GENERACION SILENCIOSA	1920-1943	1%	78+
BABY BOOMERES	1944-1964	14%	57-77
GENERACION X	1965-1980	16%	41-56
<b>GENERACION Y (Millenials)</b>	<b>1981-1995</b>	<b>22%</b>	<b>26-40</b>
<b>GENERACION Z</b>	<b>1996-2010</b>	<b>28%</b>	<b>11-25</b>
GENERACION ALPHA	2010 +	19%	0-10

## 6. Conociendo al mercado (Benchmarking)

Sime:

<https://sime.com.ec/>



Maxiseguros:

<https://maxiseguros.ec/>



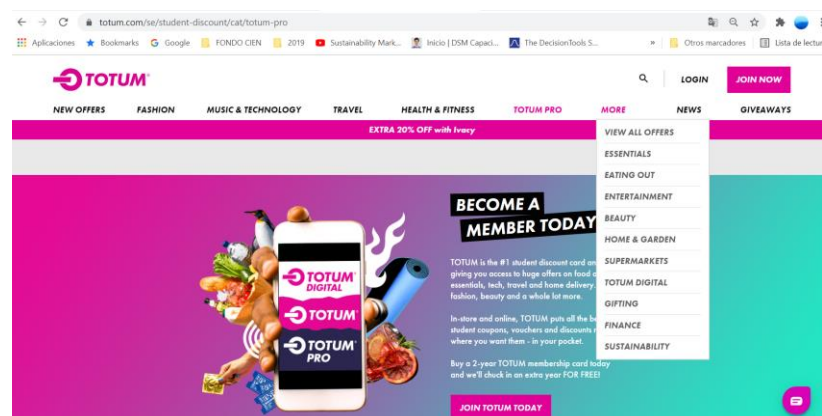
Japi:

<https://japi.ec/>



TOTUM:

<https://www.totum.com/se/student-discount/cat/totum-pro>



## Vumi en alianza con Monte Sinai



**VUMI**

*Cheques Escolares  
Regreso a Clases*

**TARIFA ESPECIAL PARA NUESTROS AFILIADOS**

Corporación Médica  
**monte sinai**

Proveedor Preferencial de VUMILATINA®

**Paquete 1**

- 1 Audiometría (Valoración Auditiva)
- 1 Optometría (Valoración Médica)
- 1 Consulta Médica
- 1 Limpieza Dental

Precio de venta al público	Precio preferencial para afiliados de VUMILATINA®
<b>\$120<sup>00</sup></b>	<b>\$42<sup>00</sup></b>

**Paquete 2**

- 1 Biometría Hemática
- 1 Elemental Microscópico( Orina)
- 1 Coproparasitario (Heces)
- 1 Prueba tipo de sangre

Precio de venta al público	Precio preferencial para afiliados de VUMILATINA®
<b>\$22<sup>00</sup></b>	<b>\$17<sup>60</sup></b>

- Promoción válida del 16 de agosto al 30 de septiembre de 2021
- Niños y jóvenes de 2 a 17 años
- Para acceder a la tarifa especial, debes presentar tu tarjeta de afiliación

Corporación Médica  
**monte sinai**

Miguel Cordero 6-140 y Av. Solano  
07-2816277  
Lunes a viernes 09h00 a 13h00 y de 16h00 a 17h30  
Cuenca - Ecuador

Recuerda que puedes descargar la versión digital de tu tarjeta en la APP MyVUMI™

## Tarjeta de crédito Banco del Pichincha (U Cuenca)



**Tarjeta Universidad de Cuenca.**

Adquiere tu tarjeta de débito de la Universidad de Cuenca.

Conoce más ➔



## Tarjeta de débito Universidad de Cuenca

Es tu identificación para acceso al campus universitario.

### Beneficios

- Abre tu cuenta de ahorros en línea, sin depósito inicial.
- Realiza pagos sin contacto con tu tarjeta Contactless.
- Realiza compras o pagos de forma presencial, o por internet.
- Obtén tu tarjeta de débito sin costo.
- Accede a beneficios y descuentos en establecimientos afiliados. Revisalos aquí ➔

### Requisitos

- Ser estudiante de la Universidad de Cuenca.

El estudiante podrá cerrar la cuenta en el momento que lo desee y continuará recibiendo los beneficios del carnet.

### Tu tarjeta universitaria UC

Llena tus datos

## Planes de beneficios de Banco del Pichincha (Para tarjetahabientes)

### Categorías

Inicio

Promociones

Tipo de tarjeta

Visa / Mastercard

Visa Débito

Tarjeta Universitaria De Loja

Tarjeta Universitaria San Isidro

Tarjeta Universitaria De Cuenca

Campaña promocional

Agosto De Promociones

Vacaciones Sierra

Ofertas En Vuelos

Salud & Vida

Restaurantes A Mitad De Precio

Mastercard Business Black

#YoQuieroPromociones

Tarjeta Universitaria UCSG

Regreso A Clases Sierra

Regreso a Clases Sierra Visa Débito

Tipo de promoción

Restaurantes

Compras

Hoteles

Automóviles

Moda

Hogar

Bienestar

Pedir mi tarjeta

Visa Débito

Visa / MasterCard



**KOSHER PITA GRILL – 50% de DESCUENTO en Snitzel y desayuno Shakchuka**

Tarjeta Universitaria UCSG  
Finaliza en 14 días y 9 horas.



**ROLL.IT – 2x1 en cócteles + 3x2 en cervezas de lunes a viernes + 15% de DESCUENTO en el restaurante**

Tarjeta Universitaria UCSG  
Finaliza en 136 días y 9 horas.



**MERCADO ROSA CAFÉ – 50% de DESCUENTO por la compra de 2 tigrillos**

Tarjeta Universitaria UCSG  
Finaliza en 14 días y 9 horas.



**DUNKIN' DONUTS – 50% de DESCUENTO en la segunda caja de 6 donuts**

Tarjeta Universitaria UCSG  
Finaliza en 136 días y 9 horas.



**TROPIDBURGER – MEGA COMBO de 8 presas más papas por \$9.99**

Tarjeta Universitaria UCSG  
Finaliza en 136 días y 9 horas.

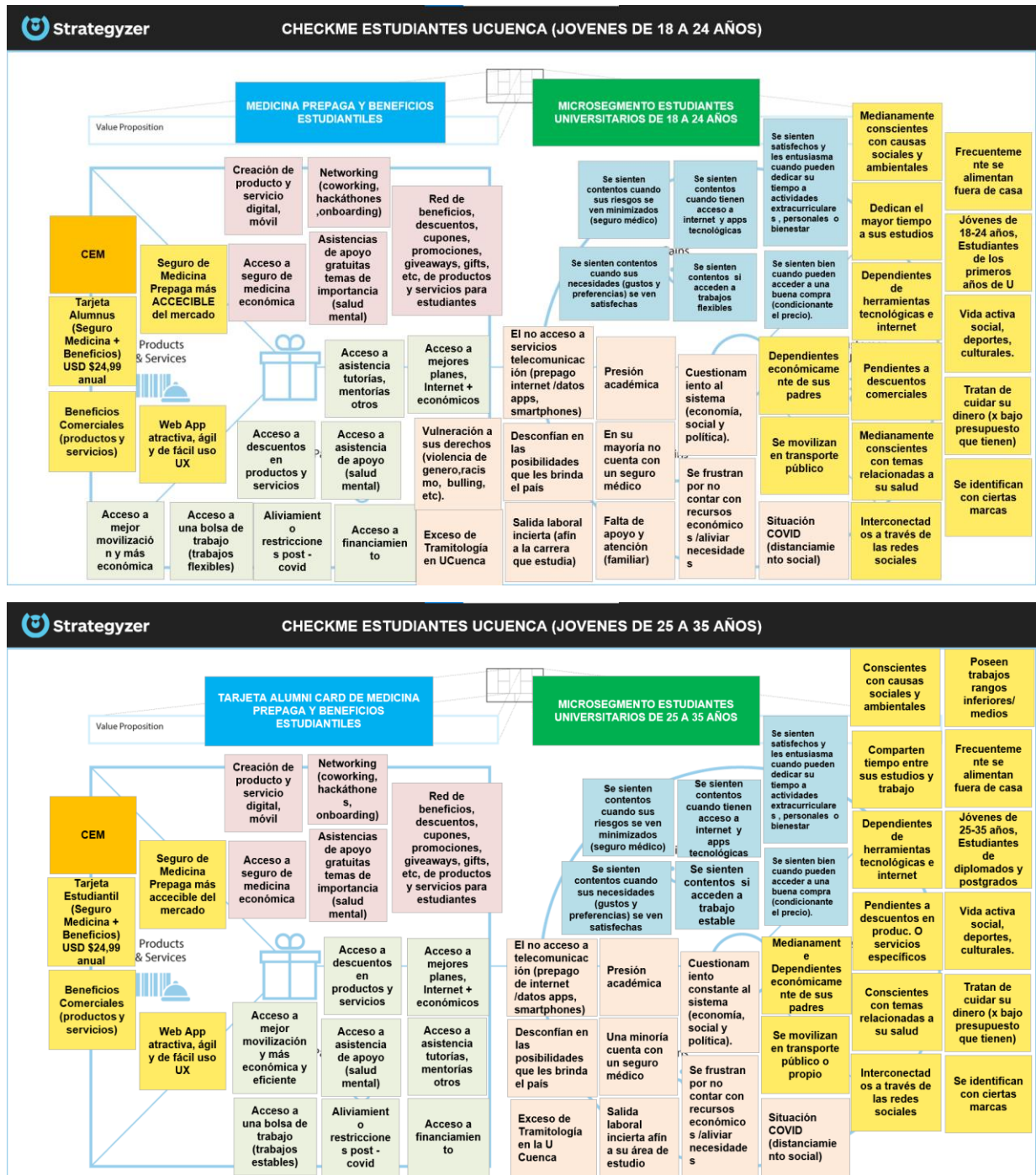


**ROCOTO – DUO MARINERO por \$12.50**

Tarjeta Universitaria UCSG  
Finaliza en 136 días y 9 horas.

## 7. Diseño de la propuesta de valor

Luego de recolectar todos los “insights” o insumos necesarios e ideas de negocio, se procede a idear y diseñar un producto-servicio para el público objetivo que en este caso es el segmento de Alumnos universitarios de 18 a 24 años y el segmento de Alumnos Universitarios de 25 a 35 años. Estos segmentos si bien están dentro del Universo “Estudiantes” tienen particularidades, características, necesidades y preferencias que difieren. Esto permite que para cada subsegmento podamos trabajar en una mejor propuesta de valor entendiendo a nuestro público objetivo. Se realizaron diferentes escenarios utilizando la técnica del Buyer Persona y un mapa de viaje Anexo 3.



## 8. Diseño del modelo de negocio

Se diseñó un modelo de negocio innovador que deberá ser testeado y validado en el mercado objetivo (estudiantes de la ciudad de Cuenca) a través de un prototipo de PMV producto mínimo viable.

### Segmento de Mercado:

- Estudiantes Universitarios U Cuenca, tamaño de mercado 16 mil
- Estudiantes Universitarios, tamaño de mercado 60 mil
- Estudiantes de Escuelas y Colegios 200mil

### Propuesta de Valor

- Medicina Prepagada más accesible del mercado USD \$24,99 al año
- AlumNus +
- Beneficios, descuentos, promociones, cortesías en productos y servicios dirigidos al público objetivo.
- Respaldo del CEM Centro de Especialidades Médicas de la U de Cuenca

### Recursos Clave:

- Management
- Financiamiento
- Equipo técnico experimentado
- Estrategia comunicacional
- Asesoría legal (convenios)

### Actividades Clave:

- Plan de negocios
- Plan comunicacional y Marketing
- Plataforma Digital (tecnología)
- Validación en el mercado Producto Mínimo Viable
- Lanzamiento e implementación

### Alianzas Estratégicas:

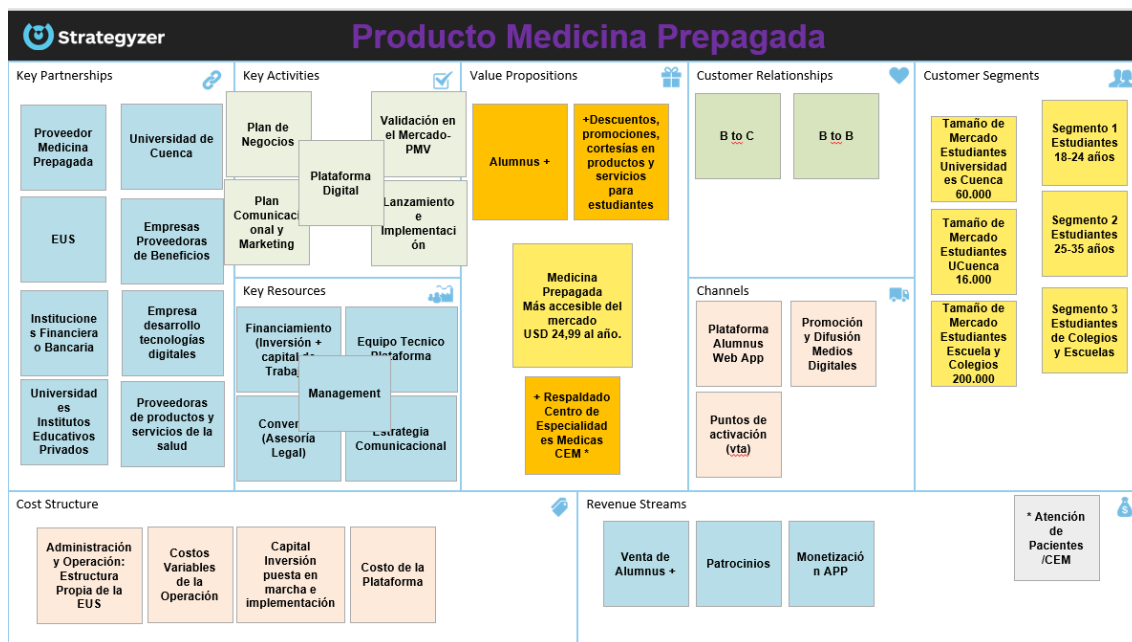
- Proveedor de medicina prepagada
- Universidad de Cuenca
- EUS-EP
- Empresas proveedoras de Beneficios
- Instituciones Financieras
- Comunidad estudiantil (escuelas, colegios, universidades)
- Empresa tecnológica (app)
- Proveedores externos de servicios de salud.

### Revenue Streams:

- Venta de Alumnus +
- Patrocinios
- Atención de pacientes en el CEM
- Monetización de APP

## Estructura de Costos:

- Gastos de inversión, puesta en marcha e implementación.
- Administración y operación estructura de la EUS (%).
- Costos variables de la operación.
- Costos de la plataforma.



## 9. Proyecciones Financieras

Las proyecciones financieras y estructura de costos se encuentran en el **Anexo 5**.

## 10. Presupuesto PMV

### Opción 1.

Breakdown Structure Plan Lanzamiento PMV Tarjeta Alumni (3 meses)	
Tareas	Presupuesto USD
Convenios Prestador Prepaga	\$ -
Convenios Comerciales	\$ -
Landing Webapp Fase Prototipo /Incluye tarjeta virtual	\$ 2.800,00
Comunicación e Imagen (Diseño Prototipo)	\$ 2.600,00
Difusión redes / Incluido Implementacion /Community	\$ 3.000,00
Material POP y Brandeo (IMPRESO)	\$ 400,00
Gastos Operativos 3 meses	\$ 400,00
Personal Vtas Medio Tiempo / Tres meses	\$ 600,00
Propiedad Intelectual	\$ 800,00
Subtotal	\$ 10.600,00
Imprevistos 5%	\$ 530,00
<b>Total PMV</b>	<b>\$ 11.130,00</b>

Necesidad de Efectivo	sep-21	oct-21	nov-21	dic-21
Convenios Prestador Prepaga	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Convenios Comerciales	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Landing Webapp Fase Prototipo /Incluye tarjeta virtual	\$ 1.400	\$ 700	\$ 700	
Comunicación e Imagen (Diseño Prototipo)	\$ 1.300	\$ 650	\$ 650	
Difusión redes / Incluido Implementacion/ Comm	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	
Material POP y Brandeo	\$ 200		\$ 200	
Gastos Operativos 3 meses	\$ 133	\$ 133	\$ 133	
Personal Vtas Medio Tiempo / Tres meses		\$ 200	\$ 200	\$ 200
Total x Mes	\$ 4.033	\$ 2.683	\$ 2.883	\$ 200
<b>Total (3 meses)</b>	\$ 9.800			
Imprevistos %	\$ 163	\$ 163	\$ 163	\$ -
Total Inversion x mes	\$ 4.197	\$ 2.847	\$ 3.047	\$ 200
<b>Total Inversion x tres meses</b>	\$ 10.290			

## Opción 2.

Breakdown Structure Plan Lanzamiento PMV Tarjeta Alumni (3 meses)	
Tareas	Presupuesto USD
Convenios Prestador Prepaga	\$ -
Convenios Comerciales	\$ -
Landing Webapp Fase Prototipo /Incluye tarjeta virtual	\$ 2.000,00
Comunicación e Imagen (Diseño Prototipo)	\$ 3.000,00
Difusión redes / Incluido Implementacion /Community Manag	\$ 3.000,00
Material POP y Brandeo (IMPRESO)	\$ 400,00
Gastos Operativos 3 meses	\$ 400,00
Personal Vtas Medio Tiempo / Tres meses	\$ 600,00
Propiedad Intelectual	\$ 800,00
Subtotal	\$ 10.200,00
Imprevistos 5%	\$ 510,00
<b>Total PMV</b>	<b>\$ 10.710,00</b>

Necesidad de Efectivo	sep-21	oct-21	nov-21	dic-21
Convenios Prestador Prepaga	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Convenios Comerciales	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Landing Webapp Fase Prototipo /Incluye tarjeta virtual	\$ 1.000	\$ 500	\$ 500	
Comunicación e Imagen (Diseño Prototipo)	\$ 1.500	\$ 750	\$ 750	
Difusión redes / Incluido Implementacion/ Community N	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	
Material POP y Brandeo	\$ 200		\$ 200	
Gastos Operativos 3 meses	\$ 133	\$ 133	\$ 133	
Personal Vtas Medio Tiempo / Tres meses		\$ 200	\$ 200	\$ 200
Total x Mes	\$ 3.833	\$ 2.583	\$ 2.783	\$ 200
<b>Total (3 meses)</b>	\$ 9.400			
Imprevistos %	\$ 157	\$ 157	\$ 157	\$ -
Total Inversion x mes	\$ 3.990	\$ 2.740	\$ 2.940	\$ 200
<b>Total Inversion x tres meses</b>	\$ 9.870			

Ingresos PMV	Validación del PMV en Mercado Objetivo				TOTALES
	sep-21	oct-21	nov-21	dic-21	
Afiliados	400	300	300	0	1000
Medicina Prepaga Confiamed	\$ 4.704,00	\$ 3.528,00	\$ 3.528,00	\$ -	\$ 11.760,00
EUS	\$ 2.435,29	\$ 1.826,46	\$ 1.826,46	\$ -	\$ 6.088,21
				<b>Total</b>	<b>\$ 17.848,21</b>

### Opción 3.

Breakdown Structure Plan Lanzamiento PMV TarjetaAlumni+ (3 meses)	
Tareas	Presupuesto USD
Convenios Prestador Prepaga	\$ -
Convenios Comerciales	\$ -
Landing Webapp Fase Prototipo /Incluye tarjeta virtual	\$ 2.000,00
Comunicación e Imagen (Diseño)	\$ 2.000,00
Difusión redes / Incluido Implementacion /Community Manag	\$ 2.000,00
Material POP y Brandeo (IMPRESO)	\$ 300,00
Gastos Operativos 3 meses	\$ 400,00
Personal Vtas Medio Tiempo / Tres meses	\$ 600,00
Propiedad Intelectual (Marca)	\$ 800,00
Subtotal	\$ 8.100,00
Imprevistos 5%	\$ 405,00
<b>Total PMV</b>	<b>\$ 8.505,00</b>

Necesidad de Efectivo	sep-21	oct-21	nov-21	dic-21
Convenios Prestador Prepaga	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Convenios Comerciales	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Landing Webapp Fase Prototipo /Incluye tarjeta virtual	\$ 1.000	\$ 500	\$ 500	
Comunicación e Imagen (Diseño Prototipo)	\$ 1.000	\$ 500	\$ 500	
Difusión redes / Incluido Implementacion/ Community M	\$ 667	\$ 667	\$ 667	
Material POP y Brandeo	\$ 150		\$ 150	
Gastos Operativos 3 meses	\$ 133	\$ 133	\$ 133	
Personal Vtas Medio Tiempo / Tres meses		\$ 200	\$ 200	\$ 200
Total x Mes	\$ 2.950	\$ 2.000	\$ 2.150	\$ 200
<b>Total (3 meses)</b>	\$ 7.300			
Imprevistos %	\$ 122	\$ 122	\$ 122	\$ -
Total Inversion x mes	\$ 3.072	\$ 2.122	\$ 2.272	\$ 200
<b>Total Inversion x tres meses</b>	\$ 7.665			

Ingresos PMV	Validación del PMV en Mercado Objetivo				TOTALES
	sep-21	oct-21	nov-21	dic-21	
Afiliados	400	300	300	0	1000
Medicina Prepaga Confiamed	\$ 4.704,00	\$ 3.528,00	\$ 3.528,00	\$ -	\$ 11.760,00
EUS	\$ 2.435,29	\$ 1.826,46	\$ 1.826,46	\$ -	\$ 6.088,21
				<b>Total:</b>	<b>\$ 17.848,21</b>



**Testing:**

Breakdown Structure Testing / Validación de la Necesidad-Solución	
Tareas	Presupuesto USD
Convenios Prestador Prepaga (1)	\$ -
Convenios Comerciales (2-3)	\$ -
<b>Testeando la necesidad (entrevista profunda 12 estudiantes)</b>	\$ 600,00
<b>Testeando la Solución (entrevista profunda o focus group 12 estudiantes)</b>	\$ 600,00
<b>WWW Informativa</b>	\$ 800,00
<b>Comunicación e Imagen (Diseño Prototipo)</b>	\$ 1.000,00
Difusión redes / Incluido Implementacion /Community Management	\$ -
Material POP y Brandeo (IMPRESO) + Tarjetas PVC genericas	\$ 300,00
Gastos Operativos 1 meses (medio tiempo)	\$ 50,00
Personal Comercial 1 mes (medio tiempo)	\$ 200,00
Subtotal	\$ 3.550,00
Imprevistos 5%	\$ 177,50
<b>Total PMV</b>	<b>\$ 3.727,50</b>

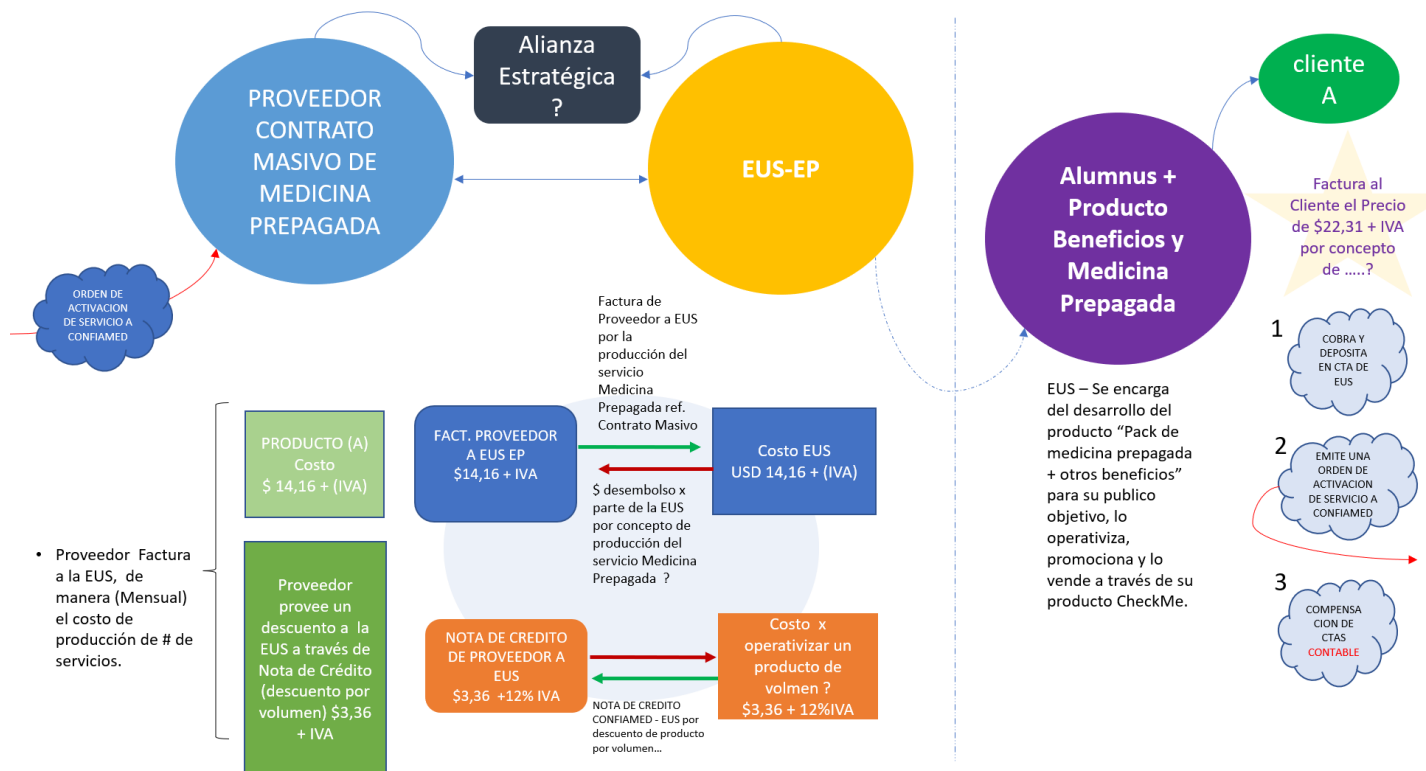
**11. Análisis factibilidad legal (EP), contratos.**

Para viabilizar el proyecto y los productos que derriban de este es necesario:

- Convenio CEM (EUS-EP) con Proveedor de Seguro de Medicina (como prestador de servicios de atención médica ambulatoria).
- Alianza Estratégica entre EUS-EP y Proveedor de Medicina Prepagada para desarrollar producto de Medicina Prepagada para el proyecto.
- Contratación directa a través del SERCOP para la Conceptualización de la marca, imagen, publicidad y difusión (canales digitales).
- Contratación directa para la obtención de una herramienta tecnológica APP y su landing page para los productos Alumnus +, Civis + o cualquier otro producto de beneficios que sea desarrollado.
- Convenios con proveedores de beneficios para los productos Alumnus + , Civis+ o cualquier otro producto de beneficios que sea desarrollado.

**12. Operativización.**

- Se desarrolló el esquema operativo para el producto Alumnus + que incluye varios beneficios, descuentos, soluciones para la vida estudiantil además del seguro de Medicina Prepagada.
- Haciendo referencia al punto anterior, se recomienda una Alianza Estratégica con un proveedor que desarrolle productos de Medicina Prepagada para que solucione la necesidad de la EUS-EP para viabilizar el Proyecto Alumnus +.



### 13. Conceptualización del producto, imagen de marca.

- Se realizó el acercamiento a empresas de publicidad, imagen y marketing para que desarrollen el concepto y la marca del producto de Beneficios y Medicina Prepagada y presenten sus ofertas económicas.
- Se entregó los lineamientos principales para que las empresas de Publicidad y Marketing puedan elaborar una propuesta tanto técnica como económica. **Anexo 7**
- En el mes de septiembre, se desarrolló el proceso a través de Compras Públicas para la contratación directa de una empresa que provea los servicios de Publicidad y Marketing para el desarrollo de la conceptualización de marca, creación de artes y difusión digital de la marca, (expectativa, lanzamiento, medición del impacto). Se cumplió con todos los Requerimientos y el Levantamiento de TDR's necesarios para la contratación.

### 14. Sigüientes pasos y resultados esperados.

- Firma de una Alianza Estratégica entre la EUS-EP y la empresa que resulte ser adjudicada como proveedor del producto de Medicina Prepagada.
- Adjudicación del contrato directo para el desarrollo del concepto, marca y difusión del producto.
- Definir la contratación u alianza estratégica para el desarrollo de una herramienta tecnológica APP que permita viabilizar la siguiente fase del proyecto.
- Lanzamiento del producto mínimo viable (fecha tentativa, noviembre de 2021).
- Posterior seguimiento y administración del piloto.
- Diagnóstico y plan de mejoramiento posterior.



En cuenca, con fecha 15 de octubre de 2021, pongo en consideración de él Ing. Eduardo Borrero Vega, Sub Gerente General de la Empresa Universitaria de Salud EUS-EP, el informe del primer entregable de la contratación No.73 “Diseño de una alternativa Innovadora para la Generación de Flujo de Caja y de Tráfico de pacientes en el CEM”, para su aprobación.

**Firma de responsabilidad**


**Ing. Carlos Eduardo Andrade Borrero**

**CI:010215533-0**

## Anexo 1. Validando la necesidad y la solución

### Centros Médicos:

Análisis de los servicios, tarifas, especialidades, horarios.

 <b>Sistemas Médicos</b> <b>UNIVERSIDAD NACIONAL FRANCISCO DE PAULA</b> <b>USIQ</b>		<b>TARIFA:</b> El valor de las consultas médicas es de \$27 para Medicina Interna, Familiar y Pediatría y para el resto de especialidades es de \$37. Si tienes un seguro médico, solo pagas un valor de ese valor, el cual depende de las condiciones de tu póliza.		
		Tarifa Base:	5	29,00
		Tarifa Especialidades:	5	39,00
Centro 1	Centro 2	Centro 3	Centro 4	Centro 5
Especialidades de planta (atención sin cita previa)	Especialidades de planta (atención sin cita previa)	Especialidades de planta (atención sin cita previa)	Especialidades de planta (atención sin cita previa)	Especialidades de planta (atención sin cita previa)
MEDICINA FAMILIAR	MEDICINA FAMILIAR	MEDICINA FAMILIAR	MEDICINA FAMILIAR	MEDICINA FAMILIAR
MEDICINA GENERAL	MEDICINA GENERAL	MEDICINA GENERAL	MEDICINA INTERNA	PEDIATRÍA
PEDIATRÍA	MEDICINA INTERNA	MEDICINA INTERNA	PEDIATRÍA	RADIOLOGÍA
RADIOLOGÍA	MEDICINA OCUPACIONAL	PEDIATRÍA	RADIOLOGÍA	
	PEDIATRÍA	RADIOLOGÍA		
	RADIOLOGÍA			
	TRAUMATOLOGÍA			
Especialidades de llamada (atención con cita previa)	Especialidades de llamada (atención con cita previa)	Especialidades de llamada (atención con cita previa)	Especialidades de llamada (atención con cita previa)	Especialidades de llamada (atención con cita previa)
ALTOLOGÍA	ALERGOLOGÍA	CARDIOLOGÍA	ALERGOLOGÍA	ALERGOLOGÍA
CARDIOLOGÍA	AUDIOLOGÍA	CIRUGÍA GENERAL	CARDIOLOGÍA	CARDIOLOGÍA
CIRUGÍA GENERAL	CARDIOLOGÍA	CIRUGÍA PEDIÁTRICA	CIRUGÍA GENERAL	CIRUGÍA VASCULAR
CIRUGÍA PEDIÁTRICA	CIRUGÍA GENERAL	CIRUGÍA VASCULAR	CIRUGÍA PEDIÁTRICA	DERMATOLOGÍA
CIRUGÍA PLÁSTICA	CIRUGÍA PEDIÁTRICA	DERMATOLOGÍA	CIRUGÍA PLÁSTICA	ENDOCRINOLOGÍA
CIRUGÍA VASCULAR	CIRUGÍA PLÁSTICA	ENDOCRINOLOGÍA	DERMATOLOGÍA	GASTROENTEROLOGÍA
DERMATOLOGÍA	CIRUGÍA VASCULAR	GASTROENTEROLOGÍA	ENDOCRINOLOGÍA	GINECOLOGÍA
ENDOCRINOLOGÍA	QUIRÓFANO	GINECOLOGÍA	GASTROENTEROLOGÍA	NUTRICIÓN
ENDOCRINOLOGÍA PEDIÁTRICA	DERMATOLOGÍA	MASTOLOGÍA	GINECOLOGÍA	OTORRINOLARINGOLOGÍA
ESPIRIMETRÍA	ENDOCRINOLOGÍA	NEUMOLOGÍA	NEUMOLOGÍA	PSIQUIATRÍA
GASTROENTEROLOGÍA	ENDOCRINOLOGÍA PEDIÁTRICA	NEUROLOGÍA	NEUROLOGÍA	TRAUMATOLOGÍA
GINECOLOGÍA	GASTROENTEROLOGÍA	NUTRICIÓN	NUTRICIÓN	UROLOGÍA
HEMATOLOGÍA	GINECOLOGÍA	OPHTALMOLOGÍA	OTORRINOLARINGOLOGÍA	
MASTOLOGÍA	HEMATOLOGÍA	OTORRINOLARINGOLOGÍA	REUMATOLOGÍA	
NEFROLOGÍA	NEUROLOGÍA	PROCTOLOGÍA	TRAUMATOLOGÍA	
NEUROLOGÍA	NEUROLOGÍA	PSICOLOGÍA	UROLOGÍA	
NUTRICIÓN	NEUROLOGÍA	TRAUMATOLOGÍA	ODONTOLOGÍA	
OTORRINOLARINGOLOGÍA	NEUROFISIATRÍA	UROLOGÍA	REHABILITACIÓN ORAL	
PROCTOLOGÍA	NUTRICIÓN	ODONTOLÓGICA	ODONTOPEDIATRÍA	
PSICOLOGÍA	OPHTALMOLOGÍA	REHABILITACIÓN ORAL	ENDOCRINOLOGÍA	
PSIQUIATRÍA	OPHTALMOPEDIATRÍA	ORTODONCIA	CIRUGÍA MAXILO-FACIAL	
REUMATOLOGÍA	OTORRINOLARINGOLOGÍA	ENDOCRINOLOGÍA	IMPLANTOLOGÍA	
TRAUMATOLOGÍA	PROCTOLOGÍA	CIRUGÍA MAXILO-FACIAL		
UROLOGÍA	PSICOLOGÍA	PERIODONCIA		
	PSIQUIATRÍA	IMPLANTOLOGÍA		
	REUMATOLOGÍA			
	REUMATISMO REUMÁTICO			
	UROLOGÍA			

HORARIOS DE ATENCION		
Centro 1: La Carolina		
Lunes a viernes		7:30 a 19:30 12 Horas
Sabados		8:00 a 19:00 11 horas
Feridos		8:00 a 14:00 6 Horas
Centro 2: Cumbaya		
Lunes a viernes		7:30 a 19:30 12 Horas
Sabados		8:00 a 19:00 11 horas
Feridos		8:00 a 19:00 11 Horas
Centro 3: Los Chillos		
Lunes a viernes		7:30 a 22:00 14.5 Horas
Sabados y Feridos		8:00 a 19:00 11 horas
Domingos		8:00 a 19:00 8 Horas
Centro 4: Manta		
Lunes a viernes		7:30 a 21:00 13.5 Horas
Sabados y Domingos		8:00 a 20:00 12 horas
Feridos		8:00 a 20:00 12 Horas
Centro 5: Carapungo		
Lunes a viernes		7:30 a 21:00 13.5 Horas
Sabados y Domingos		8:00 a 19:00 11 horas
Feridos		8:00 a 20:00 12 Horas



**La Carolina**

**Dirección**  
 Paseo 9 y 10 de Mayo  
 644 Carapungo, ME  
 Teléfono: 0540-000

**Horarios de atención**  
 De Lunes a Viernes: 7:30 - 19:30  
 Sabados: 8:00 - 19:00  
 Feridos: 8:00 - 14:00





**Cumbaya**

**Dirección**  
 Paseo San Francisco 1047  
 Teléfono: 0540-000

**Horarios de atención**  
 De Lunes a Viernes: 7:30 - 19:30  
 Sabados: 8:00 - 19:00  
 Feridos: 8:00 - 19:00





**Los Chillos**

**Dirección**  
 Av. 2002, Carapungo 2  
 Av. 2002, sector 5, 7 y 8 de Mayo  
 Teléfono: 0540-000

**Horarios de atención**  
 De Lunes a Viernes: 7:30 - 22:00  
 Sabados y Feridos: 8:00 - 19:00  
 Domingos: 8:00 - 19:00





**Manta**

**Dirección**  
 Centro Comunal Manta 100, P.O. Box 100  
 Av. Independencia y Calle 2012, sector 100  
 Teléfono: 0540-000

**Horarios de atención**  
 De Lunes a Viernes: 7:30 - 20:00  
 Sabados y Domingos: 8:00 - 20:00  
 Feridos: 8:00 - 20:00



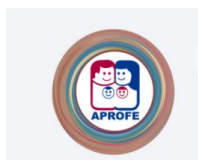


**Carapungo**

**Dirección**  
 Centro Comunal Manta 100, P.O. Box 100  
 Avenida 2002 y Avenida 2003, Independencia  
 Norte y Calle 2002, Independencia Carapungo, ME  
 Teléfono: 0540-000

**Horarios de atención**  
 De Lunes a Viernes: 7:30 - 20:00  
 Sabados y Domingos: 8:00 a 19:00  
 Domingos: 8:00 - 19:00





Tarifa Base: \$ 15,00  
Tarifa Especialidades:

Horario Lunes a Viernes:  
Sabado

Horario	Horas
7:00 a 18:00	11
7:00 a 13:00	6

CUENCA

Lunes A Viernes 07h00 - 18h00 Sábado 07h00 - 13h00

### APOYO DE DIAGNÓSTICO

**LABORATORIO**  
Clínico, Bacteriológico y Hormonal  
Lunes a Viernes 07h00 - 18h00  
Sábado 07h00 - 13h00

**DENSITOMETRÍA ÓSEA**  
Lunes a Viernes 15h00 - 18h00

**ECOGRAFÍAS**  
Doppler Color, 3D y 4D  
Lunes a viernes 08h00 - 13h00  
14h00 - 18h00  
Sábado 08h00 - 13h00



### SERVICIO DE VACUNACIÓN

Niños, Niñas y Adultos

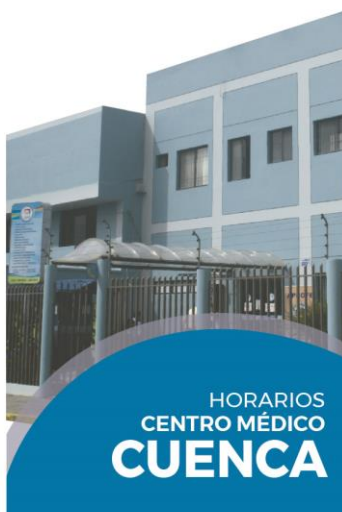
• Hepatitis A+B - Adultos  
• Tetanol  
• Virus del Papiloma  
• Neumococo  
• Hexavalente  
• Tetraxim  
• Rotavirus

Lunes a Viernes 07h00 - 18h00  
Sábado 07h30 - 13h00



Juan José Flores 1-38 y Huayna Cápac  
2803074 - 2807254  
0982081069

f Aprove @aprofesalud  
www.aprove.org.ec 1700 APROFE 2 7 7 6 3 3



HORARIOS  
CENTRO MÉDICO  
**CUENCA**

### SALUD SEXUAL Y REPRODUCTIVA

**PLANIFICACIÓN FAMILIAR**  
**GINECOLOGÍA**  
**CONSULTA PRE-CONCEPCIONAL**  
**CONSULTA PRENATAL**  
**PAPANICOLAOU**  
**CLIMATERIO / MENOPAUSIA**  
**PREVENCIÓN Y TRATAMIENTO DE ENFERMEDADES DE TRANSMISIÓN SEXUAL**  
Lunes a Viernes 07:00 - 18:00  
Sábado 07:00 - 13:00

**COLPOSCOPIA**  
Lunes a viernes 07:30 - 10:30

**PENESCOPIA**  
Viernes 14h30 - 15h30  
Sábado 09h30 - 10h30

**PEDIATRÍA**  
Lunes a Viernes 09h30 - 12h00  
15h00 - 17h00  
Sábado 08h00 - 13h00

### ESPECIALIDADES

**UROLOGÍA**  
Lunes 11h00 - 14h00  
Martes 07h00 - 10h00  
Miércoles y Viernes 12h00 - 13h00  
Jueves 12h30 - 14h30  
Sábado 08h00 - 10h00

**ODONTOLOGÍA**  
Lunes, miércoles y viernes 10h00 - 13h00  
Martes y Jueves 15h00 - 18h00

**MEDICINA INTERNA**  
Lunes a viernes 07h00 - 12h00

**DERMATOLOGÍA**  
Lunes a miércoles 08h00 - 10h00  
Jueves 07h30 - 10h30  
Lunes a viernes 14h00 - 17h00  
Viernes 08h00 - 12h00

**NUTRICIÓN**  
Lunes a Jueves 09h30 - 12h30

**PSICOLOGÍA**  
Lunes, Miércoles y Viernes 14h00 - 17h00

**FARMACIA INTERNA**  
Lunes a Viernes 07h00 - 18h00  
Sábado 07h00 - 13h00



UN SERVICIO MÉDICO DIFERENTE



	Horarios	Horas
Tarifa Base:	Lunes-Vier: 07:00 a 22	15
Tarifa Especialidad:	Sábado: 07:00 a 13	6.5

### Especialidades

Audiología  
 Cardiología  
 Cirugía General  
 Cirugía Vascular  
 Dermatología  
 Estomatología / Cirugía Máxilo Facial  
 Gastroenterología  
 Geriatria  
 Ginecología  
 Imagenología  
 Medicina General  
 Medicina Interna  
 Medicina Ocupacional  
 Neurocirugía  
 Neurología  
 Odontología  
 Oftalmología  
 Otorrinolaringología  
 Pediatría  
 Psicología  
 Terapia Física y Rehabilitación  
 Traumatología  
 Urología

— Audiología									
AGENDAR	ESPECIALISTA	HORARIO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	HORA
RESERVAR CITA	DR. HUGO MARTINEZ	MAÑANA	X	X	X	X	X		09:30 A 12:00
		TARDE	X	X	X	X	X		15:00 A 18:00



Consultas: (07) 2815-150 // (07) 2815-669 // 0960192826  
 centroespecialidades@funor.ec



INICIO	NOSOTROS	DIRECTORIO MÉDICO	SERVICIOS	NOTICIAS	CONSULTA EXÁMENES	CONTACTO
--------	----------	-------------------	-----------	----------	-------------------	----------

**Al servicio de la comunidad**

La fundación FUNOR es una entidad sin fines de lucro, da atención especializada a pacientes de otorrinolaringología y cirugía de cuello.

### Noticias

SIGUE LA NOTICIA COMPLETA EN NUESTRAS REDES SOCIALES:  
<https://www.facebook.com/FunorEc/posts/4165296273549784>

Leer mas

### Condecoración



Reconocimiento al mérito otorgado por el  
 Congreso Nacional por su labor social.

Leer mas

### Horario de Atención

Lunes - Viernes

Mañana 9h30 - 12h00

Tarde 14h30 - 17h30

Atención previa cita



Tarifa Base: \$ 13,00  
Tarifa Especialidad: \$ 15,00

	Horarios	Horas
Lunes-Viernes	8:00 a 17:00	9
Sábado:	x	x

Consulta Externa: 08:00 a 13:00 14:00 a 17:00  
Emergencias: 24 horas

#### Especialidades:

Ginecología y Obstetricia  
Pediatria  
Cirugia General  
Cirugia Pediatrica  
Medicina Interna  
Medicina Familiar  
Dermatología  
Otorrinolaringología  
Traumatología Pediatrica  
Cardiología  
Odontología  
Nutrición  
Psicología  
Estimulación temprana

#### Hospitalización

#### Laboratorio

#### Ecografía / Rayos X

#### Emergencia

#### Vacunación

#### Farmacia

#### Especialidades

Hospitalización

Laboratorio

Ecografía / Rayos X

Emergencia

Vacunación

Farmacia



¡Escríbenos un e-mail

fo@hospitalhumanitario.org

Ginecología y Obstetricia

Pediatría

Cirugía General

Cirugía Pediátrica

Medicina Interna

Dermatología

Otorrinolaringología

Traumatología Pediátrica

Cardiología

Odontología

Nutrición

Psicología

Estimulación Temprana



#### Hospital Católico Cuenca

Los valores que se manejan en este Hospital son los siguientes:  
consulta medicina general, psicología y nutrición es de 7,00 USD,  
consulta odontológica \$ 9,00 y consulta especialidad \$ 12,00.

Tarifa Base: \$ 7,00  
Tarifa Odontologica \$ 9,00  
Especialidades \$ 12,00

Horarios	Horas
08:00 a 18:00	10
0:00	0

**Dirección:** C. Pio Bravo 149, Cuenca

**Horas:** lunes 8:00–18:00

martes 8:00–18:00

miércoles 8:00–18:00

jueves 8:00–18:00

viernes 8:00–18:00

sábado Cerrado

domingo Cerrado



Horarios:

Atención	Horas
8:00 a 20:00	8

Tarifa Base:

Especialidades:
Anestesiología y Terapia del Dolor
Cardiología (Santa Inés)
Cirugía Cabeza y Cuello
Cirugía Cardíaca (Santa Inés)
Cirugía de Trauma
Cirugía Digestiva (Santa Inés)
Cirugía General y Laparoscópica
Cirugía Oncológica
Cirugía Pediátrica
Cirugía Plástica y Reconstructiva
Cirugía Torácica (Santa Inés)
Cirugía Vascular
Coloproctología
Cuidados Paliativos
Dermatología
Endocrinología
Fisiatría
Gastroenterología
Geriatría
Ginecología
Hematología
Infectología
Mastología
Medicina Familiar
Medicina Interna
Medicina Ocupacional
Nefrología
Neonatología
Neumología
Neurocirugía
Neurología
Nutrición
Oftalmología
Onco Hematología Pediátrica
Oncología Clínica
Otorrinolaringología
Pediatría
Podiatría
Psicología – Terapia Familiar
Psiquiatría
Reumatología
Traumatología
Urología





**clínica España**

Porque su salud  
no la puede confiar a cualquiera...

- Diabetología
- Cirugía General
- Laparoscopia
- Fisioterapia
- Dermatología
- Cardiología
- Odontología
- Traumatología
- Neumología
- Geriatria
- Imagenología
- Tomografía
- Optica
- Cuidados Intensivos
- Cirugía Toraxica
- Nutrición
- Control de peso
- Psiquiatría
- Audiología
- Otorrinolaringología
- Urología
- Gastroenterología
- Cirugía Plástica
- Ginecología
- Pediatría
- Oftalmología



**CLÍNICA DE ESPECIALIDADES**

**CLÍNICA LA PAZ**

Viracochabamba 2-84  
y Guapondelig

**PBX: 280 7046**

**+ EMERGENCIA 24 HORAS**

**E-mail: [info@clinipaz.com](mailto:info@clinipaz.com)**

## Veris Cuenca

### Dirección



C.C Los Nogales Local 1 A.



600 9 600



### Veris Consulta

Agenda tu cita



Lunes a Viernes de 07h00 hasta 19h00  
Sábados de 07h00 hasta 13h00  
Domingos cerrado

### Veris Laboratorio

Solicita toma de muestra a domicilio



Lunes a Viernes de 7h00 hasta 17h30  
Sábados de 7h00 hasta 10h00  
Domingos cerrado

### Veris Farmacia

Solicita las medicinas a tu domicilio



Lunes a Viernes de 7h00 hasta 19h00

### Veris Odontología



Cerrado Temporalmente

### Veris Imágenes



Rayos X  
Lunes a Viernes de 07h00 hasta 18h00

Domingos cerrado

### Veris Terapias

Agenda tu cita



Lunes a Viernes de 08h00 hasta 18h00  
Sábados cerrado  
Domingos cerrado

### Veris Procedimientos



Disponemos también servicio de procedimientos de enfermería, EKG, Papanicolaou y Vitamina C.

### Además



Disponemos también servicio de imágenes, procedimientos y Terapias.





## FUNDACIÓN HOGAR DEL ECUADOR

INICIO QUIENES SOMOS MINISTERIOS NOTICIAS DONACIONES CONTACTOS

	Horarios	Horas
<b>Lunes-Viernes</b>	7:30 a 18:00	10.5
<b>Sábado:</b>	8:00 a 12:00	4



### Hospital del día

Ubicada en la calle Padre Aguirre 14-62 y Pío Bravo, inicialmente contaba con atención en medicina general, sin embargo, el número de especialidades se incrementó hasta llegar a cubrir diversas áreas, como ginecología, pediatría, entre otras, complementándose con el servicio de farmacia, laboratorio clínico, fisioterapia y rehabilitación; quirófano y hospitalización.

Su objetivo es mejorar la calidad de vida de las personas por medio del servicio de salud física, psicológica y espiritual, para cuyo cometido se apoya en su misión que es la de establecer y mantener entidades que velen por la salud integral de la familia.

Las especializaciones con las que cuentan son: alergología, audiometría, dermatología, ginecología, medicina crítica, neumología, oftalmología, optometría, odontología, traumatología, urología, consejería, pediatría y otorrinolaringología.

Al momento cuenta con dos quirófanos, complementado con el hospital que posee nueve camas distribuidas en tres habitaciones, asistidas por personal médico especializado, residentes y enfermeras. Las intervenciones quirúrgicas que se realizan son: generales, laparoscópicas, pediátrica, de tórax y neumología, vascular, reconstructiva, ginecológica, oftálmica, otorrinolaringológicas, traumatológicas, cirugía plástica y neurocirugías.

#### Horarios

El Centro médico quirúrgico brinda atención de lunes a viernes ininterrumpidamente de 07:30 a 18:00 y los sábados de 08:00 a 12:00. El departamento de fisioterapia y rehabilitación atiende de lunes a viernes ininterrumpidamente de 07:30 a 18:00. (MVO)



### Hospital San Martín de Porres - Cuenca

19 de junio · 🌐

**EN NUESTRA FARMACIA, TODOS LOS PADRES TENDRÁN UN 10% DE DESCUENTO EN SUS RECETAS**

**QUEREMOS RECONOCER A LOS REYES DEL HOGAR**

**🕒 HORARIO DE ATENCIÓN**

◆ Lunes a Viernes: 7h00 a 18h00

◆ Sábados: 8h00 a 12h00

**Reserva tu cita y contáctanos:**

📞 (07) 283-5821

📠 096 705 1153

📍 Antonio Vega Muñoz 13-68 y Estévez De Toral

## Clinica Praxxel



**RESERVE SU CITA**

Comuníquese a los números 2 820198 o 2 836800 ext 100 de 8h00 a 16h00



**LABORATORIO**

Para información comuníquese al 2 820198 o al 2 836800 ext 121 de 8h00 al 19h00



**FARMACIA**

Entregamos su pedido a domicilio llamando al 2820198 o 2 836800 ext 119 Atención las 24 horas



**Comunicación continua**

Para emergencias, comuníquese con nosotros a los números 2820198 o 2836800 ext 126

Cuadro Comparativo						
	Tarifa Consulta	Tarifa Especialidad	Horas de Atención	Apertura	Cierre	Sabado
Praxxel	\$ 10,00	\$ 20,00	10:00	8:00	18:00	no
Hospital San Martin de Porres	\$ 12,00	\$ 12,00	11:15	7:00	18:15	si
Fundación Hogar	\$ 8,00	\$ 10,00	10:30	7:30	18:00	si
UTPL Hospital / Loja	\$ 26,50	\$ 26,50	8:00	8:00	16:00	si
Clinica la Paz	\$ 15,00	\$ 25,00	10:30	8:00	18:30	no
Clinica España	\$ 20,00	\$ 25,00	11:00	7:00	18:00	si
Hospital Catolico	\$ 7,00	\$ 12,00	10:00	8:00	18:00	no
Fundacion Pablo Jaramillo	\$ 13,00	\$ 15,00	9:00	8:00	17:00	no
Funor	\$ 20,00	\$ 25,00	8:00	9:30	17:30	no
Medica del Sur	\$ 20,00	\$ 30,00	8:00	8:00	16:00	no
Aprofe	\$ 15,00	\$ 20,00	11:00	7:00	18:00	si
SIME /Quito y Manta	\$ 27,00	\$ 37,00	12:00	7:30	19:30	si
Medisol Sta Teresa	\$ 7,00	\$ 15,00	12:30	7:30	20:00	no
MODA	\$ 20,00	\$ 25,00	8:00:00	8:00:00	18:00:00	

## Seguros:





## OBJETO DEL SEGURO:

Plan de seguro para clientes de CORPORACIÓN FAVORITA C.A., de acuerdo a las coberturas que a continuación se detallan:

BENEFICIOS PARA EL TITULAR	MONTO
• Muerte accidental.	US\$ 4,000
• Acceso inmediato a 1 VIDEO CONSULTA por contrato, en medicina general.	Aplica de manera inmediata durante los 30 primeros días a partir de su afiliación.
• Acceso a consultas en Telemedicina ilimitadas en medicina general, incluye entrega de medicamentos, de acuerdo al vademécum del plan.	Sin copago, aplica carencia 30 días a partir de su afiliación.
• Plan de consultas médicas ambulatorias ilimitadas con médico general, incluye entrega de medicamentos, de acuerdo al vademécum del plan.	Copago \$5 (por consulta), aplica carencia 30 días a partir de su afiliación.
• Acceso a 1 consulta al mes en las siguientes especialidades: Ginecología, Dermatología y Traumatología.	Copago \$10 (por consulta), aplica carencia 30 días a partir de su afiliación.
• Acceso a descuentos de hasta el 30% en exámenes de imagen y laboratorio.	Ilimitado.
• Acceso a descuentos en paquetes hospitalarios bajo previa coordinación.	Ilimitado.
• Acceso a paquete de descuentos en ODONTOLOGÍA.	Con tu plan médico obtén: - Cita dental de evaluación sin costo. - Descuentos del 5% al 80% en procedimientos odontológicos.
• Cobertura de Ambulancia por emergencia, vía reembolso.	Hasta \$50.
• Servicio de asistencia exequial (por muerte por cualquier causa).	Incluido.
• PRIMA TOTAL MENSUAL TITULAR	\$9,99

• DEDUCIBLE:	No Aplica
• EDAD MÁXIMA DE INGRESO:	75 años
• EDAD MÁXIMA DE PERMANENCIA:	Sin límite



LA NUEVA FORMA  
DE VER LOS SEGUROS

## Anexo 2:

Sustento: Público Objetivo Estudiantil

### ASPECTOS QUE PREOCUPAN A LA NUEVA GENERACION

Antes de entrar en analizar con más detalle los aspectos y necesidades que aquejan a la nueva generación, es importante tomar en cuenta un aspecto que está marcando todos estos nuevos comportamientos.

La adolescencia se ha alargado como consecuencia de transformaciones biológicas y de los efectos de la profunda crisis vivida desde 2008. Esta podría llegar hasta los 35 años. Esta segunda adolescencia no provoca satisfacción sino frustración en muchos de sus integrantes.

Viven una frustración de expectativas vitales. Se ven con un presente y futuro peores que los de sus padres a su edad.

La adolescencia biológica, según algunos científicos empieza ahora mucho antes, incluso a los diez años en algunas jóvenes debido a los adelantos en sanidad y nutrición.

Muchos jóvenes en nuestras sociedades, debido a los efectos del cambio socioeconómico de estos últimos años han perdido o carecen de posibilidades de emancipación, de establecimiento de una familia, tradicional o moderna, y de procreación con tranquilidad laboral y económica. Actualmente la edad media para tener su primer hijo fluctúa a 30 a 35 años.

(Tomado de EL PAIS, 16 de marzo de 2019)

A nivel de consulta psicoterapéutica las mayores preocupaciones y problemas en adolescentes y jóvenes hasta los 40 años son las siguientes:

- Incertidumbre hacia el futuro. Pérdida de esperanza y de confianza en sí mismos y en los demás.
- Temor y frustración por el aspecto económico y laboral. Falta de fuentes de trabajo y oportunidades en los campos profesionales de su preferencia (entre los 30 y 40 años).
- Inseguridad y ambivalencia en el momento de decidir por una carrera.
- Cada vez un porcentaje más alto de jóvenes preferirían no ingresar en la universidad e iniciar un emprendimiento.
- Anhelo muy marcado de poder hacer sus estudios fuera de Cuenca y quedarse a vivir en otro lugar del mundo.
- Una población de jóvenes que han tenido oportunidad de formarse fuera del país ven que los estudios universitarios u otros ya no les garantiza ingresos y empleos decentes en el Ecuador y buscan sin éxito regresar a los lugares donde estudiaron.
- Preocupación e incertidumbre por no tener los ingresos para pagar sus becas.
- El proyecto de formar una familia les provoca incertidumbre y miedo. Un porcentaje importante de jóvenes dicen no querer hacerlo ni tener hijos.
- Un porcentaje muy alto de parejas que si lo hicieron, no pudieron sostener sus relaciones y acaban en divorcio. (problemas económicos, infidelidad marcada).
- Un porcentaje elevado de jóvenes son hijos de padres divorciados, provocando en ellos temor de que ellos puedan repetir la historia de sus padres.
- Gran parte de estos jóvenes dependen económicamente de sus padres. (incluso si están casados).
- Otro aspecto importante es el cambio de hábitos alimenticios. Un porcentaje importante dicen ser vegetarianos y veganos.

### EFFECTOS EMOCIONALES Y PSICOLOGICOS

- Depresión (cada vez en edades más tempranas) quedarse en el pasado.
- Ansiedad (preocupación por el futuro)
- Estrés (cansancio, insomnio, enfermedad)
- Consumo de alcohol, marihuana y otros.
- Problemas de anorexia y bulimia
- Suicidio

**Anexo 3:****JOURNEY MAP****Problem (Pains)**

Necesidad de acceso a prestación de Salud

No cuenta con recursos económicos / familia de ingresos bajos

Solución/ Propuesta de Valor: Seguro de Medicina Prepagada Masiva y plan de beneficios/c"La inversión sobre un imprevisto futuro en nuestra salud y la de nuestra familia, es definitivamente una gran opción"

**NECESIDADES COMUNES:**

Salud / Seguro médico

Económicas

Alimentación

Transporte

Alojamiento

Fotocopias, libros, papelería

**BUYER PERSONA 1.1: (18 a 25 años)****Day in the life of:**

María (19 años), estudiante del segundo año de la carrera de Ingeniería Civil de la U de Cuenca.

Soltera, hija de padres divorciados, su padre es empleado público trabaja para el municipio de Cuenca, vive con su mamá que es asistente de contabilidad, tiene una hermana menor a ella de 15 años.

Es una chica responsable y organizada (Arquetipo), le gusta hacer deporte al aire libre y reunirse con amigas los fines de semana (Social y extrovertida).

Entre semana se dedica a sus estudios, tiene clase en la facultad de ingeniería los lunes, miércoles, viernes de 8:00 a 10:00 y por la tarde de 17:00 a 20:00

Su medio de transporte es el público, toma la línea L2 en el complejo deportivo Totoracocha (Cuenca) , su recorrido hasta la universidad toma 30 minutos más el tiempo de espera en la parada.

Este trayecto lo recorre de dos a cuatro veces por día. Hay días que sale a la mañana y regresa a su casa a la noche, pues almuerza con los compañeros de la facultad ya sea en algún comedor o en casa de alguna amiga.

Su presupuesto es de 5 dólares diarios (150 dólares al mes). Ahorra algo de ese dinero para sus cosas (vestimenta, salida con amigos, tecnología e internet).

Su frustración va por lo económico, por lo que quiere ahorrar para poder hacer un postgrado y no puede hacerlo por el alto costo de la vida. Le gustaría tener un trabajo que no interfiera con sus clases.

Sus motivaciones van por el precio, los descuentos y beneficios.

### **Consumer Journey Map (Proceso de compra y afiliación)**

El lunes a María le llega una publicidad que atrae a su atención, de la “TARJETA ALUMNUS +” por Instagram y la sigue.

A la semana 8 días después, al llegar a la facultad, mira que existe una activación de la Tarjeta Alumnus+ a la entrada de la Universidad. IDEA: Código QR publicidad en las inmediaciones de la U. Cue

Se acerca un chico que en no más de 15 segundos le entrega un flyer y le explica de que trata el producto y sus bondades.

Ese mismo día al regresar a su casa, mira su TIK TOK en el bus y sale una publicidad muy divertida de la Tarjeta Alumnus +, y decide investigar un poco más.

Llega a su casa y le enseña a su mamá sobre el plan prepago. Existe interés y decide que en un principio harían la prueba por un año y si es que todo anda bien con el servicio incorporan a la su hermana menor.

Esa misma noche, entran a la página www de Tarjeta Alumnus + y realizan la compra y afiliación a través de su punto de pago o,

El miércoles llega a la universidad con sus \$20,00 dólares en efectivo, se acerca al punto de venta de la tarjeta, llena el formulario de afiliación y activa su servicio.

Al momento de la compra. Le llega un código de acceso por SMS con un link a todos los beneficios, cupones, descuentos a través de su teléfono celular, así como también la activación de su servicio Prepago. Se genera una tarjeta virtual para su presentación en cualquier establecimiento que este dentro del plan (Medicina Prepagada) + beneficios adicionales y acceder a sus promociones y descuentos.

Al momento de la compra. Le llega un código de acceso por SMS con un link a todos los beneficios, cupones, descuentos a través de su teléfono celular, así como también la activación de su servicio Prepago. Se le entrega una tarjeta física, para su presentación en cualquier establecimiento que este dentro del plan (Medicina Prepagada) + beneficios adicionales y acceder a sus promociones y descuentos.

### **BUYER PERSONA 1.2: (25 a 35 años)**

#### **Day in the life of:**

Jorge (29 años), estudiante del segundo año de postgrado de Odontología.

Soltero, vive con sus padres, su padre trabaja en una concesionaria de vehículos en el área comercial, su madre se dedica a un emprendimiento familiar. Es el segundo de tres hermanos.

Se considera una persona un poco desorganizada si bien en los estudios ha logrado buenas calificaciones a lo largo de su carrera. Optó por cursar una especialidad en Odontología que le ha costado el primer año, por haberla realizado por Zoom. Él no es de esas personas que pueden seguir una clase a través del computador.

En sus tiempos libres le gusta salir con sus amigos, no practica deportes, le gusta los libros, mascotas y tiene una debilidad por la comida.

Entre semana ayuda a su mama en un emprendimiento familiar de venta de sabanas, edredones, eso le permite tener unos pocos ingresos adicionales, se dedica a sus estudios, tiene clase en la facultad de odontología de manera presencial los viernes y los sábados, el postgrado dura tres años.

Su medio de transporte es el público, utiliza taxi o bus para trasladarse a la facultad los viernes y el sábado su padre le presta el carro.

Su presupuesto personal es de: (\$ 450 dólares al mes) más lo que aporta su padre para sus estudios (préstamo de 6000 dólares para el postgrado). No ahorra, se gasta sus recursos en libros, apps móviles, transporte y salida con amigos.

Su frustración es lo económico y su salida laboral le preocupa, ya que, al no tener los recursos necesarios para un consultorio propio, tiene que buscar la manera de abrirse campo de manera dependiente o asociada.

Sus motivaciones van por el precio, los descuentos y beneficios.

### **Consumer Journey Map (Proceso de compra y afiliación)**

Se entera de la Tarjeta Alumnus + por redes sociales, comenta con sus compañeros pues al ser un tema que vincula a la facultad genera un interés

Entra a la página www para averiguar sobre el producto y sus ventajas.

Consulta a sus padres sobre el seguro y les parece interesante, pero le piden que él se haga cargo del pago.

En definitiva, la decisión queda en Jorge. ¿De dónde saca esos \$20?

¿Piensa en los descuentos? ¿Piensa en los beneficios? ¿Es importante para el tema de salud?

¡A la final toma la decisión de hacerlo!

Va a la facultad de odontología y pregunta por la Tarjeta Alumnus +, a) No le dan razón b) Le informan que tiene que ir al CEM c) Le informan que los lunes y martes están por la facultad d) entra a la página y realiza su compra

Compra en línea: 1) Transferencia bancaria 2) Tarjeta de crédito 3) Tarjeta de débito 4) Pasarela de pago APP

Compra en punto de venta: CEM; Facultades; Negocios aliados

Opción 1) Al momento de la compra. Le llega un código de acceso por SMS con un enlace a todos los beneficios, cupones, descuentos a través de su telefono celular, así como también la activación de su servicio Prepago. Se genera una tarjeta virtual para su presentación en cualquier establecimiento que este dentro del plan (Medicina Prepagada) + beneficios adicionales y acceder a sus promociones y descuentos.

Opción 2) Al momento de la compra. Le llega un código de acceso por SMS con un enlace a todos los beneficios, cupones, descuentos a través de su telefono celular, así como también la activación de su servicio Prepago. Se le entrega una tarjeta física, para su presentación en cualquier establecimiento que este dentro del plan (Medicina Prepagada) + beneficios adicionales y acceder a sus promociones y descuentos.

**Anexo 4. Borrador de producto de Medicina  
Prepagada y plan de Beneficios**

**CFD-M136-2021**



**AFILIACION  
PRECIO SUGERIDO  
\$24,99 FINAL**

1.MEDICINA PREPAGADA	
NOMBRE DEL PLAN	ALUMNUS +
TIPO DE DEDUCIBLE	AMBULATORIO ANUAL POR PERSONA
VALOR DEL DEDUCIBLE	\$0
MONTO MAXIMO DE COBERTURA (POR INCAPACIDAD POR PERSONA)	HASTA \$100

1.1 COBERTURA AMBULATORIA						
PRESTACIONES	RED CEM			RED ABIERTA		
	COPAGO	LIMITES/ TOPES MAXIMO DE COBERTURA	CAREN CIA/ ACTIVA CION	COPAGO	SUB- LIMITES/ TOPES MAXIMO DE COBERTURA	CARE NCIA
Consultas Médico General y Familiar	Cobertura 100%, no requiere de Copago	Política Ilimitada	72 horas	Cobertura 30%	Hasta 1 consulta, Hasta \$5	72 horas
Consultas Ginecológicas		Política Ilimitada			Hasta 1 consulta, Hasta \$5	
Consultas en Pediatría		Política Ilimitada			Hasta 1 consulta, Hasta \$5	
Medicamentos derivados de las consultas médicas en medicina general, pediatría, ginecología y traumatología según Vademécum* establecido		De acuerdo a las consultas médicas / receta			De acuerdo a las consultas médicas / receta, Hasta \$50	

1.2 BENEFICIOS INCLUIDOS (PROHIBICIONES A LAS EXCLUSIONES)						
Tratamiento de métodos anticonceptivos no quirúrgicos, debidamente prescritos por un médico	Cobertura 100%	Hasta \$20	30 días	Cobertura 30%	Hasta \$5	30 días



Cobertura de condiciones de salud que sea consecuencia de accidentes y/o enfermedades por uso de drogas, estupefacientes, embriaguez, alcoholismo y lesiones debido a trastornos de la salud mental, estado de demencia incluso resultantes por intento de suicidio		Hasta \$50				
Fórmulas alimenticias medicadas, siempre y cuando la enfermedad obligue su utilización y sea prescrito por un médico		Hasta \$20				
Pruebas de sensibilidad y tratamientos inmunológicos en general, siempre y cuando hayan sido prescritos por un profesional		Hasta \$20				
Tratamientos y/o procedimientos para problemas de malnutrición, como cualquier incapacidad		Hasta \$20				

### 1.3 COBERTURAS OBLIGATORIAS

Enfermedades crónicas, raras y catastróficas, preexistentes declaradas	Cobertura 100%	De acuerdo a las consultas médicas ambulatorias *	30 días	30%	De acuerdo a las consultas médicas, Hasta \$100 en ambulatorio	30 días
Enfermedades crónicas, raras y catastróficas, sobrevivientes a la contratación:		De acuerdo a las consultas médicas ambulatorias *		30%	De acuerdo a las consultas médicas, Hasta \$100 en ambulatorio	
Prestaciones de Tarifa 0	De acuerdo a lineamientos del MSP			N/A		
Otras que determine la autoridad Sanitaria Nacional	100%	De acuerdo a las consultas médicas ambulatorias *	30 días	30%	De acuerdo a las consultas médicas, Hasta \$100 en ambulatorio	30 días

### 1.4 OTROS BENEFICIOS MEDICINA PREPAGA

Consulta médica telemedicina (ConfionLine)	100%	Ilimitado	30 días	N/A
--	------	-----------	---------	-----

### 1.5 PERIODO DE PRESENTACION DE RECLAMOS 180 DÍAS

## 2. PLAN DE BENEFICIOS ESTUDIANTES - AFILIADOS

2.1 CENTRO DE ESPECIALIDADES DE LA SALUD - CEM		
Asistencia Psicología / CEM	U de Cuenca	
Asistencia Psiquiátrica / CEM	U de Cuenca	
Asistencia Odontológica/ CEM	U de Cuenca	
Oftamología	Alianza	
Otras Especialidades dentro del CEM		
Laboratorios	U de Cuenca	
Imagenología	Alianza	
Farmacia	Alianza	
2.2 BIENESTAR Y PREVENSIÓN		
Nutrición		
Gimnasios		
Deporte		
2.3 RECREACION		
cafeterías, Restaurantes y Bares		
Meet2go		
Turismo (OPERADORA)		
Cines		
2.4 MOVILIDAD		
Aloapp		
Bicicletas		A futuro (seguros)
Concesionarios Motocicletas (eléctricas)		A futuro (seguros)
2.5 LIBROS, UTILES, PAPELERIA, FOTOCOPIAS		
Sodilibro	10%	
Papelería Soto	15%	
Caluvac		
2.6 TECNOLOGÍA		
Computación / Henry Aguilar		A futuro (seguros)
Celulares		
2.7 MODA		
Vatex	Beneficio del 10% en todas sus compras	Con la presentación de la tarjeta y su respectivo ID
Athletic		
Comésticos		
Belleza y Estetica		
Peluqueria y barbería		
2.8 MASCOTAS		
Veterinaria de la U de Cuenca		A futuro (seguros)
2.9 CONSUMO MASIVO		
CORAL Centro		
2.10 TELECOMUNICACIONES		
Proveedores de Internet		
Proveedores de Telefonía Celular		
2.11 ACTIVIDADES EXTRACURRICULARES (MENTORIA, IDIOMAS, OFICIOS)		

Cursos de Ingles, Frances, Italiano, otros		
Academias Deportes		
Academias Arte y Cultura		
Mentorias		
Charlas Magistrales		

Por la adquisición del plan de medicina prepagada el afiliado tiene acceso a todos los beneficios especiales que la tarjeta le provee. Estos beneficios van desde descuentos, promociones, giveaways, cashbacks, cupones, entre otros. El sistema de beneficios se lo actualiza de manera continua (adicionando las mejores ofertas del mercado) en pos del afiliado.

## 2.12 BOLSA DE TRABAJO

Hackathons		
Onboarding		
Bolsa de trabajo		

## RESUMEN DEL CONTRATO PLAN DE MEDICINA AMBULATORIA PREPAGADA

### 1. Afiliación

- 1.1. Titulares, cónyuge o compañero(a) permanente, desde los 18 años, sin límite de ingreso y permanencia
- 1.2. Para ingreso de dependientes hijos, hasta los de diez y ocho (18) y permanencia hasta el día que cumpla veinte y tres (23) años 11 meses 29 días en caso de ser solteros, sean estudiantes y no trabajen. Para tener derecho al reclamo deberán presentar copia de la cédula de identidad, certificado de matrícula del año que se encuentre cursando, certificado de NO aportación al IESS.
- 1.3. Se consideran elegibles a la fecha de emisión de éste contrato, los residentes en el Ecuador ya sea como titulares, beneficiarios, dependientes. Podrán ser considerados como beneficiarios de un plan o programa de servicios de atención integral de salud prepagada y de seguros con cobertura de asistencia médica, toda persona, que tenga con el solicitante o el titular, relación laboral.
- 1.4. Para nuevos ingresos el cliente mantiene los periodos de carencia designados en su plan y para la cobertura de enfermedades preexistentes y congénitas declaradas, en caso de existir, como beneficio para el afiliado el proveedor de medicina prepagada definirá el tiempo de carencia para ellas hasta máximo 24 meses. Entiéndase por enfermedad preexistente toda patología o desorden en la condición de salud que haya sido diagnosticada y/o tratada antes del inicio de vigencia del contrato del afiliado.

### 2. Movimientos (Inclusiones, Exclusiones y Actualizaciones)

- 2.1. Los movimientos de inclusiones, exclusiones y actualizaciones deberán ser entregados hasta el día 25 de cada mes, para la vigencia primero y hasta el 10 para vigencia quince, para ello la información debe ser presentada de acuerdo a los requerimientos realizados por CONFIAMED. Los cambios de plan aplican únicamente a la renovación del contrato.
- 2.2. La cuota o aportación deberá ser cancelada hasta el (5to) quinto día hábil posterior a la recepción de la factura electrónica.
- 2.3. Transcurridos los treinta (30) días de mora se procederá a la suspensión del servicio y a los noventa (90) días de mora, se procederá a la cancelación del contrato si la compañía lo dispone. No se cubrirá gastos incurridos durante el periodo que el afiliado se encuentre en mora.
- 2.4. En caso de desafiliaciones o terminación del contrato, el plazo para la presentación de documentación para reembolso es de noventa (90) días posteriores a la desafiliación, las fechas de incurrancia deben encontrarse dentro del periodo de afiliación y bajo las condiciones de la misma.

### 3. Liquidación:

- 3.1. La presentación de documentos para reclamo (incluido reingresos) es de noventa (90) días a partir de la fecha de incurrancia.
- 3.2. Para procesar el pago de prestaciones la documentación debe estar completa, y desde ese momento transcurrirá los cinco (5) días laborables para el pago.
- 3.3. Modificación de tarifas: En caso de renovación del contrato, las tarifas podrán ser reajustadas de acuerdo a la evolución de los costos en materia de salud en el país, la siniestralidad del contrato y considerando la edad de los beneficiarios. Estas modificaciones eventuales serán informadas al

afiliado y/o contratante, mediante documento enviado por la Compañía. En ningún caso la revisión o el incremento del precio podrá basarse en siniestralidad individual y deberá ser aprobado por el organismo competente. En los planes empresariales, grupales y corporativos, la revisión del precio se realizará de común acuerdo entre las partes.
3.4. Se realizará revisión anual de siniestralidad si ésta supera el máximo pactado por las partes del 60%, y los reajustes serán informados al afiliado y/o contratante, mediante documento enviado por PROVEEDOR DE MEDICINA PREPAGADA a la última dirección registrada.
3.5. Para efecto de la aplicación del reajuste por siniestralidad, se entiende por siniestralidad la comparación entre cuotas pagadas por afiliación, sin contar impuestos, contribuciones y devoluciones, con los valores pagados por prestaciones contratadas.

#### AGENDAMIENTO DE CITAS:

CALLCENTER PROVEEDOR DE MEDICINA PREPAGADA		
GOCTORS		
LLAMADA TELEFONICA CEM		
WHATSAPP CEM		

#### FACILIDADES DE PAGO:

Efectivo	
Tarjeta de Debito	
Tarjeta de Credito	
Otros medios de pago	

Considerar:

*POLITICAS DE SEGURIDAD Y PRIVACIDAD DE LA INFORMACION*  
*MARCO LEGAL, NORMATIVA VIGENTE*  
*PROPIEDAD INTELECTUAL*

GLOSARIO	DESCRIPCION
COPAGO	Cantidad de dinero que paga un paciente con seguro médico por cada servicio de asistencia sanitaria, como una consulta médica, exámenes de laboratorio, recetas de medicamentos
CARENCIA	El periodo de carencia de un seguro se refiere al tiempo que pasa desde que firmas la póliza y puedes disfrutar en plenitud de todo lo que has contratado.
RED CEM-CONFIAMED	
RED ABIERTA	
VADEDECUM /TARIFARIO MACGRAHILL	
INCAPACIDAD	
DEDUCIBLE	El deducible es el valor económico que dentro de los gastos médicos reconocidos por la empresa de medicina prepagada corre por cuenta de la persona que adquirió el plan.
AMBULATORIO	Paciente ambulatorio, se le denomina a la persona que visita un establecimiento de atención de la salud por razones de diagnóstico o tratamiento sin que requiera hospitalización
POLITICA ILIMITADA	
PROHIBICIONES A LAS EXCLUSIONES	
Prestaciones de Tarifa 0 (Asesorías prevención y bienestar)	
Prestaciones	

Otras Ideas para ser tomadas en cuenta para el diseño del producto:

#### **Student loyalty card (tarjeta de fidelidad estudiantil)**

- Importantes descuentos: las tarjetas de fidelización suelen ofrecer descuentos a los usuarios recurrentes al comprar productos en la cadena emisora de la tarjeta. Pueden ir asociados a una promoción o depender del importe pagado.
- Regalos y bonificaciones: Estas tarjetas suelen ir enlazadas a un programa de premios mediante el cual se van acumulando puntos que, a posteriori, se pueden canjear por obsequios dispuestos por la cadena.
- Posibilidad de método de financiación: En ocasiones estas tarjetas pueden ser también de crédito, con lo que se convierten en tarjetas de crédito con descuentos al pagar con ellas. Una forma de unificar tanto la forma de pago como la posibilidad de conseguir el mejor precio en cada compra.

#### **Beneficios para los proveedores:**

- Mayor afluencia de clientes
- Presencia de marca
- Medio gratis para canalizar promociones, ofertas, descuentos.
- Beneficios para sus empleados.

#### **Puntos Alumnus + :**

- Mientras más consumes o utilizas la tarjeta puedes acceder a más premios

#### **Más beneficios:**

- Fotografía
- Belleza (cosmética, tratamientos de belleza, spa, makeup, peluquería, barbería, etc)
- Zoom, Windows, Spotify, Adobe PDF, otros
- Seguros (mascotas, robos y daño de computadoras, robo y daño celulares, robo de mochilas)
- Clases de cocina
- Clases de coctelería
- Educación sexual
- Clases de cerveza
- Clases de vino
- Planes nutricionales
- Museos y cultura
- Servicios oftalmológicos
- Métodos anticonceptivos
- Gift cards
  
- Página de surveys (premios)
- Página de quizzes (premios)
- Foundracers y apoyos a buenas causas (fundación iguana, fundación reinas de cuenca... etc).

## Anexo 5: Proyecciones Financieras y Estructura de Costos

Producto/ Segmento	Segmentos de Mercado	Afiliados Tarjeta Alumnus +		
		Tamaño de Mercado	% Penetración	Total Meta Año 1
Alumnus +	Estudiantes Universitarios U Cuenca	16.000	10%	1.600
Alumnus +	Estudiantes Institutos, Universidades (superior)	44.000	3%	1.320
		<b>60.000</b>		<b>2.920</b>
Scolar +	Estudiantes Primaria y Secundaria Azuay (Publicas) y FiscoMis	169.900	0,0%	-
Scolar +	Estudiantes Primaria y Secundaria Azuay (Privadas)	37.000	0%	-
		<b>206.900</b>		<b>-</b>
Civis +	Familiares de Estudiantes (U de Cuenca)	16.000	1%	160
Civis +	Profesorado y Personal + familiares U Cuenca	2.000	3%	60
Civis +	Familiares de Estudiantes (B6+B10)	81.000	0,5%	405
Civis +	Adultos Mayores (+65 años)	50.000	1%	500
Civis +	Empleados de EP's	10.000	1%	100
Civis +	Empleados de Empresas Privadas	20.000	3%	600
Civis +	Gremios y Asociaciones Productivas y Sociales (empleados)	2.000	5%	100
Civis +	Expats	5.000	1%	50
Civis +	Migrantes (Venezuela, Colombia, Perú, otros)	20.000	1%	200
Civis +	Walk Ins	2.699	5%	135
		<b>208.699</b>		<b>2.310</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>475.599</b>		<b>5.230</b>
Sponsor Program	Programa Patrocinio Platino	-	-	-
Sponsor Program	Programa Patrocinio Oro	-	-	-
Sponsor Program	Programa Patrocinio Plata	-	-	-
Sponsor Program	Programa Patrocinio Bronce	-	-	-
	<b>TOTAL</b>			
	<b>TOTAL INGRESOS REV. STREAMS</b>			
Flujo Atenciones	Red Confiamed (Afiliados Tarjetas)			
Flujo Atenciones	Red Confiamed			
	<b>TOTAL INGRESOS</b>			

Costo Mensual		Costo Año	Ingreso Mensual	Ingreso Año 1	
\$ 0,98		\$ 11,76	\$ 0,51	Marg. Bruto	\$ 10,55
Costo Mensual Prepaga	Costo Año Prepaga		Ingreso Mensual EUS	TOTAL AFILIADOS	TOTAL INGRESOS
\$ 1.568	\$ 18.816		\$ 816	1.600	\$ 16.884
\$ 1.294	\$ 15.523		\$ 673	1.320	\$ 13.929
\$ 2.862	\$ 34.339		\$ 1.489	2.920	\$ 30.813
\$ -	\$ -		\$ -	-	\$ -
\$ -	\$ -		\$ -	-	\$ -
\$ -	\$ -		\$ -	-	\$ -
\$ 157	\$ 1.882		\$ 82	Marg. Bruto	\$ 12,38
\$ 59	\$ 706		\$ 31	160	\$ 1.980
\$ 397	\$ 4.763		\$ 207	60	\$ 743
\$ 490	\$ 5.880		\$ 255	405	\$ 5.013
\$ 98	\$ 1.176		\$ 51	500	\$ 6.188
\$ 588	\$ 7.056		\$ 306	100	\$ 1.238
\$ 98	\$ 1.176		\$ 51	600	\$ 7.426
\$ 49	\$ 588		\$ 26	100	\$ 1.238
\$ 196	\$ 2.352		\$ 102	50	\$ 619
\$ 132	\$ 1.587		\$ 69	200	\$ 2.475
\$ 2.264	\$ 27.165		\$ 1.178	135	\$ 1.670
				2.310	\$ 28.590
\$ 5.125	\$ 61.504		\$ 2.667	5.230	\$ 59.403
\$ -	\$ -		\$ -		\$ 4.000
					\$ 2.000
					\$ 1.000
					\$ 500
					\$ 7.500
					\$ 66.903
\$ -	\$ -		\$ -		\$ 8.156
\$ -	\$ -		\$ -		-
					\$ 75.059

## Descersión

Churn Rate	Ingreso Año 2				
45%	1%		\$ 6,09	\$ 6,09	
Renovación	Nuevos Afiliados	TOTAL AFILIADOS	Ingresos Renovación	Ingresos Nuevos Clientes	TOTAL INGRESOS
720	1.616	2.336	\$ 4.385	\$ 9.841	\$ 14.226
594	1.333	1.927	\$ 3.617	\$ 8.119	\$ 11.737
1.314	2.949	4.263	\$ 8.002	\$ 17.961	\$ 25.963
-	-	0	\$ -	\$ -	\$ -
-	-	0	\$ -	\$ -	\$ -
-	-	0	\$ -	\$ -	\$ -
1.314	2.949	4.263	\$ 8.002	\$ 17.961	\$ 25.963
72	162	234	\$ 891	\$ 2.000	\$ 2.891
27	61	88	\$ 334	\$ 750	\$ 1.084
182	409	591	\$ 2.256	\$ 5.063	\$ 7.318
225	505	730	\$ 2.785	\$ 6.250	\$ 9.035
45	101	146	\$ 557	\$ 1.250	\$ 1.807
270	606	876	\$ 3.342	\$ 7.500	\$ 10.842
45	101	146	\$ 557	\$ 1.250	\$ 1.807
23	51	73	\$ 278	\$ 625	\$ 904
90	202	292	\$ 1.114	\$ 2.500	\$ 3.614
61	136	197	\$ 752	\$ 1.687	\$ 2.439
1.039	2.333	3.373	\$ 12.865	\$ 28.876	\$ 41.741
2.353	5.282	7.636	20.868	46.836	\$ 67.704
					\$ 9.000
					\$ 76.704
					\$ 11.907
					-
					\$ 88.611



Churn Rate	Ingreso Año 3				
45%	1%		\$ 6,09	\$ 6,09	
Renovación	Nuevos Afiliados	TOTAL AFILIADOS	Ingresos Renovación	Ingresos Nuevos Clientes	TOTAL INGRESOS
1.051	2.359	3.411	\$ 6.402	\$ 14.369	\$ 20.770
867	1.946	2.814	\$ 5.281	\$ 11.854	\$ 17.136
1.918	4.306	6.224	\$ 11.683	\$ 26.223	\$ 37.906
-	-	0	\$ -	\$ -	\$ -
-	-	0	\$ -	\$ -	\$ -
-	-	0	\$ -	\$ -	\$ -
<b>1.918</b>	<b>4.306</b>	<b>6.224</b>	<b>\$ 11.683</b>	<b>\$ 26.223</b>	<b>\$ 37.906</b>
105	236	341	\$ 1.301	\$ 2.920	\$ 4.221
39	88	128	\$ 488	\$ 1.095	\$ 1.583
266	597	863	\$ 3.293	\$ 7.392	\$ 10.685
329	737	1.066	\$ 4.066	\$ 9.125	\$ 13.191
66	147	213	\$ 813	\$ 1.825	\$ 2.638
394	885	1.279	\$ 4.879	\$ 10.950	\$ 15.829
66	147	213	\$ 813	\$ 1.825	\$ 2.638
33	74	107	\$ 407	\$ 913	\$ 1.319
131	295	426	\$ 1.626	\$ 3.650	\$ 5.276
89	199	288	\$ 1.097	\$ 2.463	\$ 3.560
<b>1.518</b>	<b>3.406</b>	<b>4.924</b>	<b>\$ 18.783</b>	<b>\$ 42.158</b>	<b>\$ 60.941,92</b>
<b>3.436</b>	<b>7.712</b>	<b>11.148</b>	<b>30.467</b>	<b>68.381</b>	<b>\$ 98.848</b>
					\$ 10.800
					\$ 109.648
					\$ 17.385
					-
					\$ 127.033

## Estructura de Costos:

**Plan de Beneficios Alumnus +**

<b>Inversión Puesta en Marcha + Cap Trabajo 3 meses</b>	<b>Valor Estimado</b>
Plan Comunicacional	\$ 1.500,00
Diseño gráfico	\$ 1.500,00
Landing WebAPP (www)	\$ 3.000,00
Implementación de Redes Sociales	\$ 200,00
Equipo de computo/ software punto de venta	\$ 1.000,00
Mobiliario PDV movil	\$ 500,00
Brandeo y POP	\$ 500,00
Tarjetas PVC x 2000 (Primer Año)	\$ 2.000,00
Publicidad (Difusión) Redes Sociales	\$ 1.200,00
Capital Trabajo (3 meses)	\$ 4.167,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 15.567,00</b>

<b>Costos Recurrentes de Operación</b>	<b>Valor Estimado Mensual</b>	<b>Valor Estimado Anual</b>
Vendedor (Serv. Prestados)	\$ 400,00	\$ 4.800,00
Facturación (operat)	\$ 30,00	\$ 360,00
Papelería	\$ 10,00	\$ 120,00
POP	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Servicios	\$ -	\$ -
Internet	\$ -	\$ -
Seguro	\$ 15,00	\$ 180,00
Telefonia Movil	\$ 10,00	\$ 120,00
Movilización /Transporte	\$ 20,00	\$ 240,00
Administrativo y Operativo	\$ -	\$ -
Rep. Tarjetas Año 2	\$ 167,00	\$ 2.004,00
Costo Financiero	\$ 437,00	\$ 5.244,00
Mantenimiento Webapp	\$ 200,00	\$ 2.400,00
	<b>\$ 1.389,00</b>	<b>\$ 16.668,00</b>

[illegible]

PRECIO DEL PRODUCTO Alumnus +	USD 22,31
COSTO DE PRODUCCIÓN PROVEEDOR MEDICINA PREPAGADA	USD 14,16
NOTA DE CREDITO POR DESCUENTO POR VOLUMEN	- USD 3,36
TOTAL COSTO DE PRODUCCION DE MEDICINA PREPAGADA	USD 10,80
MARKUP	51,59 %
DIFERENCIA	USD 11,51

**\*Nota:** El ejemplo ilustrado es para el producto Alumnus + con el precio de USD 24,99 incluido el IVA. En el ejemplo se considera únicamente el costo tentativo por la producción (Proveedor de Medicina Prepagada).

Anexo 6. Plan de Patrocinios

Ingresos x Patrocinio (Sponsor)	Por año	Cant	Total
Platino	\$ 4.000,00	1	\$ 4.000,00
Oro	\$ 2.000,00	1	\$ 2.000,00
Plata	\$ 1.000,00	1	\$ 1.000,00
SubTotal Ingreso Anual			\$ 7.000,00
Bronce	\$ 500,00	1	\$ 500,00
Total Ingreso Anual			\$ 7.500,00

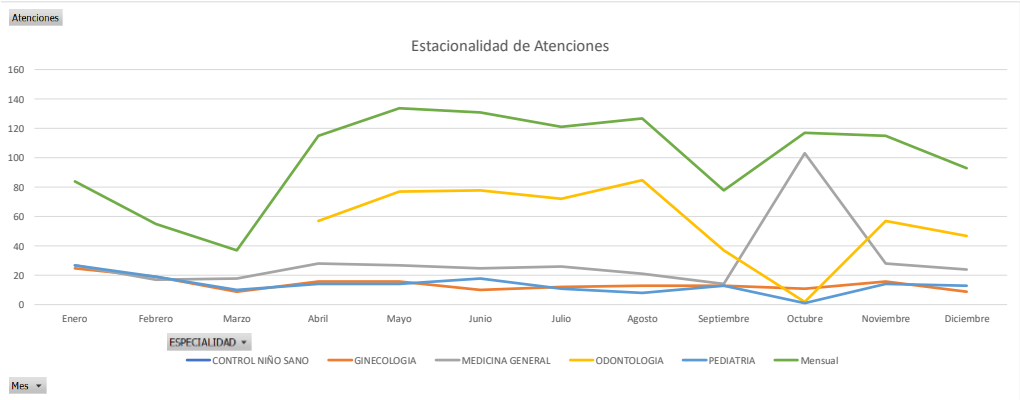
Plan para Patrocinadores			
Nombre del Plan		Beneficios	
Plan Platino	Anual	USD \$4000	Exposición inigualable de su empresa dentro del público estudiantil (Universidad de Cuenca y Otras Intituciones educativas). El logotipo, el nombre y el nivel de patrocinio aparecerán en todos los materiales promocionales, tanto impresos como en línea (webapp, medios sociales digitales)
			La marca tendrá la posibilidad de publicitar sus beneficios, promociones en espacios Nivel 3 de la WebApp
			La marca estará presente por un año en la tarjeta digital y/o tarjeta plástica.
			Tiene acceso espacios en eventos organizados por Alumni Card + / EUS
			Reporteria trimestral (indicadores de colocación y difusión)
Plan Oro	Anual	USD \$2000	Exposición inigualable de su empresa dentro del público estudiantil. El logotipo, el nombre y el nivel de patrocinio aparecerán en todos los materiales promocionales, tanto impresos como en línea (webapp, medios sociales digitales)
			La marca tendrá la posibilidad de publicitar sus beneficios, promociones en espacios Nivel 2 de la WebApp
			La marca estará presente por un año en la tarjeta digital y/o tarjeta plástica.
			Tiene acceso espacios en eventos organizados por Alumni Card + / EUS
			Reporteria trimestral (indicadores de colocación y difusión)
Plan Plata	1000 Anual	USD\$	Exposición inigualable de su empresa dentro del público estudiantil. El logotipo, el nombre y el nivel de patrocinio aparecerán en todos los materiales promocionales, tanto impresos como en línea (webapp, medios sociales digitales)
			La marca tendrá la posibilidad de publicitar sus beneficios, promociones en espacios Nivel 1 de la WebApp
			La marca estará presente por un año en la tarjeta digital y/o tarjeta plástica.
			Tiene acceso espacios en eventos organizados por Alumni Card + / EUS
			Reporteria trimestral (indicadores de colocación y difusión)
Plan Bronce	USD\$ 50,00 Mensual (Min Tres Meses)		Exposición inigualable de su empresa dentro del público estudiantil. El logotipo, el nombre y el nivel de patrocinio aparecerán en la WEB App
			La marca tendrá la posibilidad de publicitar sus beneficios, promociones en espacios Nivel 1 de la WebApp
			La marca estará presente por un año en la tarjeta digital y/o tarjeta plástica.
			Tiene acceso espacios en eventos organizados por Alumni Card + / EUS
			Reporteria trimestral (indicadores de colocación y difusión)

Exclusividad White Label (por desarrollar)

Anexo 5.2. Simulación de siniestralidad del CEM

Universe	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Afiliaciones AlumNUS+	2.920	4.263	6.224
Afiliaciones ScoLAR+	-	-	-
Afiliaciones CiVIS+	2.310	3.373	4.924
TOTAL AFILIACIONES	5.230	7.636	11.148

3870						
Atenciones						
Meses	CONTROL NIÑO SANGINECOLOGIA	MEDICINA GENERAL	ODONTOLOGIA	PEDIATRIA	Mensual	Siniestralidad
Enero		25	27	5	27	84 2,2%
Febrero		19	17		19	55 1,4%
Marzo		9	18		10	37 1,0%
Abril		16	28	57	14	115 3,0%
Mayo		16	27	77	14	134 3,5%
Junio		10	25	78	18	131 3,4%
Julio		12	26	72	11	121 3,1%
Agosto		13	21	85	8	127 3,3%
Septiembre	1	13	14	37	13	78 2,0%
Octubre		11	103	2	1	117 3,0%
Noviembre		16	28	57	14	115 3,0%
Diciembre		9	24	47	13	93 2,4%
TOTAL x ESPECIALIDAD	1	169	358	517	162	1.207 31,2%
						Mediana 3,0%



	INGRESOS TOTAL BRUTO					INGRESO TOTAL BRUTO EUS		
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	
	Unitario	Anual	Anual	Anual	EUS /UNIT	Anual	Anual	Anual
Afiliaciones AlumNUS+	\$ 19,99	\$ 58.371	\$ 85.221	\$ 124.423	\$ 10,55	\$ 30.813	\$ 44.987	\$ 65.682
Afiliaciones ScoLAR+	\$ 19,99	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 10,55	\$ -	\$ -	\$ -
Afiliaciones CIVIS+	\$ 24,99	\$ 57.726	\$ 84.279	\$ 123.048	\$ 12,38	\$ 28.590	\$ 41.741	\$ 60.942
TOTAL AFILIACIONES		\$ 116.096	\$ 169.501	\$ 247.471		\$ 59.403	\$ 86.728	\$ 126.624
Siniestralidad						1.631	2.381	3.477
TOTAL INGRESOS X ATENCIONES	\$ 5,00					\$ 8.156	\$ 11.907	\$ 17.385

## Anexo 7. Recomendaciones, argumentos para el desarrollo de la marca, concepto y estrategias comunicacionales

**Nombre del producto / Servicio:** Alumnus + (Beneficios + Seguro de Medicina Prepagada)

**Con el aval:** Universidad de Cuenca

**Público Objetivo:** Todos los estudiantes de la ciudad de Cuenca (Escuela, Colegios, Instituciones Educativas de Tercer Nivel y Universidades).

### Plan de Beneficios + Seguro Medicina Prepagada

Seguro de medicina prepagada enfocado en la comunidad estudiantil de cualquier nivel.

#### Insights:

- El target es muy aspiracional, en su mayoría son millenials y centennials, tienen poco miedo al riesgo, poseen valores éticos y sociales, así como se cuidan físicamente y se proyectan hacia una buena calidad de vida.
- Se recomendaría el diseño de una campaña digital de reconocimiento y posicionamiento del producto. Esta campaña deberá contar con una imagen muy atractiva para nuestro target.
- Tomando en cuenta la rapidez de análisis de nuestro target, se recomienda un logo con trazo libre, sencillo, colores vivos y un desarrollo conceptual que identifica a nuestro público objetivo. También se recomienda realizar el acercamiento con los departamentos de Diseño y Comunicación de la Universidad de Cuenca, para alinear criterios para el desarrollo de la marca y sus lineamientos comunicacionales.
- Es importante recordar a nuestro target que la Universidad de Cuenca es quien avala o respalda este gran producto, de tal manera se recomienda utilizar en todas las publicaciones de la campaña lo siguiente: “La **UCUENCA** contigo” o “Con el respaldo de la **UCUENCA**”.
- En cuanto a la estrategia de marketing, ésta consistirá en llegar a nuestro target desde la cotidianidad de sus vidas, cómo sus actividades diarias pueden verse afectadas si no cuentan con un seguro de medicina prepagada. El tono comunicacional será siempre jovial y divertido, que llame la atención desde una forma positiva el producto debe convertirse en la solución a sus problemas.

#### La propuesta debe contener:

La agencia de marketing y publicidad contratada deberá mantener estrecha relación con el responsable y contacto de la EUS-EP para esto se definirá el medio de comunicación idóneo para hacerlo. La contratista deberá cumplir con los plazos descritos en el contrato para la entrega de los siguientes productos:

- Desarrollo del concepto para el producto Medicina Prepagada.
- Desarrollo de la marca para el producto Medicina Prepagada.
- Copies e ideas de creatividad.
- Gantt del proyecto.

- Desarrollo fotográfico y videográfico.
- Desarrollo de piezas comunicacionales y publicitarias.
- Desarrollo de landing web page y la creación de perfiles digitales.
- Táctico digital con KPI's.
- Pautaje digital.

## Anexo 1.2. Centros Médicos ciudad de Cuenca

N°	Codigo	Centros de la Salud Cuenca Ecuador
1	CE	CRA - Centro de Reposo y Adicciones Hospital Psiquiatrico
2	CE	Solca Cuenca
3	CE	Clinica Oftalmológica Oftalmolaser
4	CE	Centro Gineco - Obstetrico Esterilidad y Fertilidad Cefesa
5	CE	Centro Oftalmológico Ponce
6	CE	Cruz Roja del Ecuador
7	CE	AUDICFACIAL
8	CL	Clinica Sta Ana
9	CL	Clinica Sta Ines
10	CL	Clinica la Paz
11	CL	Clinica España
12	CL	Clinica Latino
13	CL	Corpore Clinica
14	CL	Clinica Paucarbamba
15	CL	Clinica España
16	CL	Redux Clinica
17	CL	Clinica la Gloria
18	CL	Clinica Odontologica Art Dental
19	CL	Fundacion Hogar del Ecuador
20	CL	Clinica Humanitaria Pablo Jaramillo
21	CL	Clinica Cisneros
22	CL	Clinica Bio Gepa
23	CL	Clinica de Fracturas
24	CM	Medica del Sur
25	CM	Clinica de Especialidades Bolivar
26	CM	Medifamilia Centro de Especialidades
27	CM	Centro de Salud Materno Infantil y Emergencias IESS
28	CM	FUNOR Centro de Especialidades Medicas
29	CM	Fundación Donum
30	CM	Centro De Salud Nicanor Merchan MSP
31	CM	Centro de Salud Pumapungo MSP
32	CM	Unireas
33	CM	Centro Médico SERMEDIC Servicios Médicos Integrales
34	CM	Centro Médico y Deportivo
35	CM	Centro Medico Gamma S.A.
36	CM	CMD Cuenca (Centro Medico Deportivo)
37	CM	Centro de Especialidades Médicas y Odontológicas "Hermano Miguel"
38	CM	Centro de Salud Ocupacional Municipal
39	CM	Centro Médico Eugenio Espejo - Novomed (Sucursal Cuenca)
40	CM	Veris Cuenca
41	HO	Hospital del Rio
42	HO	Hospital San Juan de Dios
43	HO	Hospital Monte Sinai
44	HO	Hospital de Especialidades Jose Carrasco Arteaga IESS
45	HO	Hospital San Martin de Porres
46	HO	Hospí Fe, Hospital del día
47	HO	Hospital Vicente Corral Moscoso MSP
48	HO	Hospital Militar
49	HO	Hospital Universitario Católico
50	HO	Hospital de la Mujer y el Niño
51	HO	Hospital Mariano Estrella
52	IM	Medimagen
53	IM	Centro de Imágenes CT Scanner del Ecuador
54	IM	Medimagen
55	IM	Instituto de Diagnostico por Imagen
56	IM	Centro de Rayos X & Imagen Torre Medica
57	IM	Innova Radiografia Dento Maxilo Facial
58	IM	Diagnostico Radiologico Edif. Acropolis
59	OD	Face Dent Monay