



Máster De Gestión Hospitalaria Executive



Medclinic

“Te ayudamos a cuidar a los que antes cuidaron de ti”

Asesor:

Pablo Conde Martínez

INTEGRANTES:

José Miguel Fornerin Estévez

Emmanuel Tejada Tejada

Eliana Concepción D Oleo

Gladys Ernestina De la Cruz Lluberes

Sorangela De los Santos Pérez

Yesly Jean Carlos Arias Guerrero

Octubre 2019



Tabla de Contenidos

1.0 Definición de la empresa.....	01
1.1 Misión.....	01
1.2 Visión.....	01
1.3 Valores.....	2.0
2.0 Definición del problema y la Solución.....	2.0
3.0 Propuesta de valor.....	3
4.0 Modelo de Negocio.....	3
5.0 Análisis de las Fuerzas de Porter.....	7
6.0 Análisis del Sector.....	10
7.0 ANÁLISIS ENTORNO	10
7.1 Entorno Político-Jurídico.....	11
7.2 Entorno Cultural.....	13
7.3 Entorno Económico.....	14
7.4 Entorno Socio demográfico.....	15
7.5 Entorno Tecnológico.....	16
8.0 Plan Estratégico.....	16
8.1 DAFO.....	16
8.2 Plan Estratégico para MedClinick.....	16
8.3 Planificaron Estratégica; Marketing Mix.....	17
8.4 Publicidad y Promocion.....	19
8.5 Lienzo estratégico.....	20
8.6 Políticas De Precio.....	21
8.7 Estrategia de Distribución y precio.....	21
8.5 Política de precios.....	22
8.6 Distribución y comercialización.....	22
8.7 Plan de comunicación.....	22
8.7.1 Plan de comunicación para el consumidor final	22

8.7.1.1 Etapa de penetración.....	22
8.7.1.2 Etapa de Fidelización.....	23
8.7.1.3 Etapa de desarrollo.....	24
8.7.2.1 Etapa de penetración.....	24
8.7.2.2 Etapa de fidelización	24
8.7.2.3 Etapa de desarrollo	24
8.8 Logotipo de Medclinck.....	26
8.9 Cronograma acciones de marketing.....	26
8.10 Presupuesto.....	27
9.0 Plan De Operaciones	27
9.1 Mapa de Procesos	27
9.2 Identificación y descripción de los componentes de la oferta.....	33
9.3 Definición de infraestructura	38
9.3.1 Infraestructura tecnológica	42
9.3.2 Infraestructura Física.....	43
9.4 Inversiones necesarias.....	53
9.5 Proveedores Claves.....	53
9.6 Control, planificación y sostenimiento de la gestión de las operaciones.....	54
9.7 Logística.....	54
9.8 Recursos a utilizar.....	65
9.9 Costos de operación.....	70
10.0 PLAN DE RECURSOS HUMANOS.....	74
10.1 Formación.....	75

10.2 Perfil de puestos.....	76
10.3 Organigrama.....	77
10.4 Descripción de puestos.....	78
10.5 Necesidades de personal planteadas.....	81
10.6 Política Retributiva.....	81
10.7 Gasto de Personal.....	82
11.0 Plan Financiero.....	83
11.1 Previsión de Ingresos.....	83
11.2Financiación.....	87
11.3 Inversión en inmovilizado.....	87
11.4 Cuenta de resultados previsional.....	88
11.5 Balance previsional.....	90
11.6 Análisis de ratios.....	92
11.7 Rentabilidad.....	93
12.0 Resumen Ejecutivo.....	94
13.0 One Page Plan.....	100
14.0 ANEXOS.....	104
14.1 Modelo de Negocios Canva.....	104
14.2 Estudio de mercado (validación y encuestas)	105

1-DEFINICION DE LA EMPRESA

1.1 Misión

Prestar servicios especializados mediante una atención personalizada, humanizada, integral y de calidad a las personas de la tercera edad, enfocada en las necesidades y posibilidades de cada cliente.

1.2 Visión

Ser una organización con capacidad de adaptación social, de constante crecimiento, y capaz de dar respuesta a la necesidad de una atención humanizada de las personas de la tercera edad en Santo Domingo.

1.3 Valores

- Responsabilidad
- Compromiso
- Entusiasmo
- Integración
- Respeto
- Calidad
- Humanización
- Trabajo en equipo

1.4 Objetivos Medclinick

- Brindar cuidados de salud durante el día a adultos mayores de la población del Distrito Nacional República Dominicana.
- Acompañar a controles médicos a aquellos los adultos mayores que lo requieran.

2-DEFINICION DEL PROBLEMA Y SOLUCION PLANTEADA

2.1 Identificación del Problema

El incremento de la expectativa de vida en la República Dominicana, la prevalencia de las patologías crónicas, así como los costes elevados para los ingresos de los hijos de los adultos mayores y pensiones muy bajas, ha traído la necesidad de demandar cuidados geriátricos con precios asequibles a la población. También son cada vez mayores las dificultades para compatibilizar la vida familiar y laboral, que impide que los familiares se puedan hacer cargo durante el día de los adultos mayores.

2.2 Identificación de la Solución

La creación de Medclinick mejorará la experiencia de cada persona mayor ya que recibirán una gama de servicios (recreación, asistencia médica, alimentación, etc.) que serán brindados por profesionales

competentes y de trato humano; además Medclinick incrementará la asistencia de los adultos mayores a sus controles médicos, haciendo seguimiento profesional de sus patologías trayendo como consecuencia una mejora en la calidad de vida con menos secuelas físicas y mentales, así como una disminución de la periodicidad de sus recaídas, lo que también supone una reducción de los gastos por enfermedad. Además, Medclinick brindaremos tranquilidad a los familiares que no disponen de tiempo para llevar a sus familiares a los controles médicos.

3. PROPUESTA DE VALOR

Medclinick, es la primera clínica de atención geriátrica con servicios de día en República Dominicana basada en un modelo de negocios *Business intelligence* con servicio de acompañamiento a los clientes de la tercera edad a las consultas médicas.

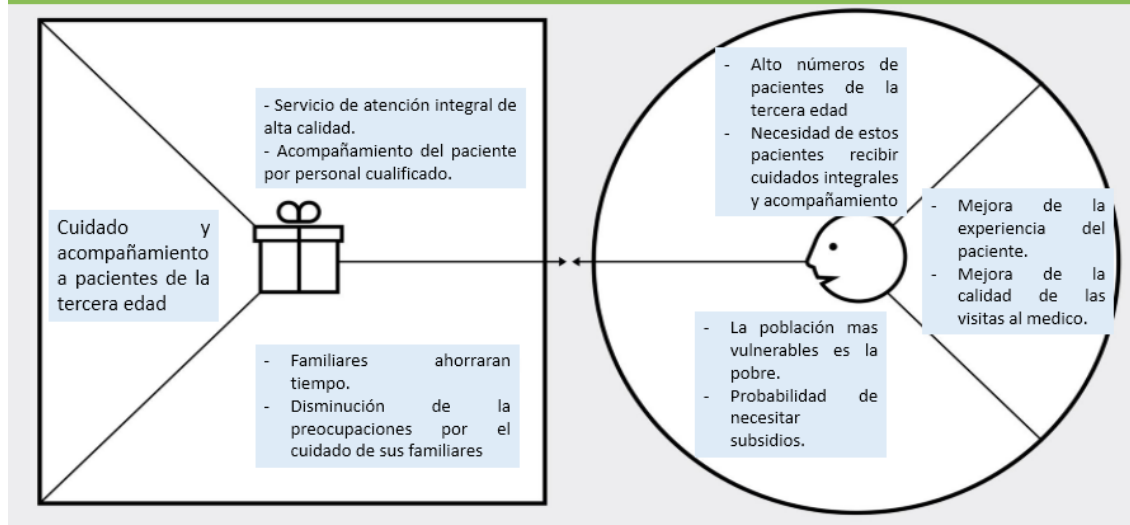
El proyecto va dirigido a dos grupos de ciudadanos.

-En primer lugar, los envejecientes que son la piedra angular de la empresa. Los servicios a ofrecer incluyen asistencia en cuanto a la organización y seguimiento de consultas médicas y “mantenimiento” preventivo de aspectos de salud de rutina tales como toma y registros de presión arterial, glucosa, peso y aspectos nutricionales.

Asimismo se busca crear espacios en donde los adultos mayores puedan convivir y participar en actividades diversas adecuadas al estado físico y mental de cada uno de ellos, bajo la supervisión de personal especializado, enfocados también a la mejora de su salud y bienestar. Creando un nuevo estilo de cuidado profesional y humano a esta generación de ciudadanos que se merecen calidad y empatía a la hora de servirles. Incorporando a este tipo de servicio tecnologías que mejoren la experiencia del usuario a través de aplicaciones interactivas que servirán no sólo de ejercicio mental si no también formará parte del control de salud proporcionado.

-El segundo grupo beneficiado serán los familiares directos cuidadores de nuestros usuarios ya que contarán con medios audiovisuales a través de los cuales podrán monitorizar en tiempo real las actividades de su familiar y estar al tanto de sus estados físicos-emocionales, así como un seguimiento del resto de servicios prestados al familiar (ejemplo: seguimiento de la citación con el medico).

PROPUESTA DE VALOR



4. MODELO DE NEGOCIO

Socios claves	Actividades claves	Propuesta de valor	Relación con el cliente	Segmento de clientes
<p>Inversionistas del proyecto.</p> <p>Proveedores</p>	<p>Cuidado de las personas de la tercera edad.</p> <p>Acompañamiento a las consultas médicas.</p> <p>Servicio de asistencia médica.</p> <p>Apoyo psicológico y terapia ocupacional.</p> <p>Regulación y administración de medicamentos.</p> <p>Medios de transporte para el traslado.</p> <p>Actividades recreativas.</p>	<p>Medclinick, es la primera clínica de atención integral geriátrica con servicios de día en República Dominicana basada en un modelo de negocios <i>Business intelligence</i> con servicio de acompañamiento a los clientes de la tercera edad a las consultas médicas</p>	<p>Asistencia personal.</p> <p>Reconocimiento médico de acceso</p> <p>Autoservicio (Web y Medclinick App)</p>	<p>Cliente de la tercera edad</p>

	<p style="text-align: center;">Recursos claves</p> <p>Instalación física.</p> <p>Fondo monetario necesario para insumos.</p> <p>Personal calificado para lograr las actividades.</p> <p>Alianzas estratégicas establecidas y firmes.</p> <p>Medclinic App.</p> <p>Página web</p>		<p style="text-align: center;">Canales</p> <p>A través de la oficina de admisión de Medclinic.</p> <p>Medclinic Apps.</p> <p>Sitio web: http//Medclinic.care.org</p> <p>Líneas telefónicas</p>	
<p style="text-align: center;">Estructura de coste</p> <p>Plataforma Virtual.</p> <p>Compra de material gastable y alimentos.</p> <p>Alquiler de transporte.</p> <p>Logística.</p> <p>Marketing</p> <p>Soporte de atención al cliente.</p> <p>Alquiler del local.</p> <p>Mantenimiento y mejoras de adaptación del local.</p> <p>Subcontratación de Recurso Humano.</p> <p>Compra de equipamiento</p>		<p style="text-align: center;">Fuentes de Ingreso</p> <p>Pago de los pacientes</p> <p>Donaciones de ONG y otras empresas.</p> <p>Actividades internas pro fondo</p>		

4.1 Asociaciones Claves

- Inversionistas del proyecto
- Proveedores de servicios (compras y subcontrataciones)

4.2 Actividades Claves

- Cuidado de las personas de la tercera edad.
- Acompañamiento a las consultas médicas.
- Servicio de asistencia médica.
- Apoyo psicológico y terapia ocupacional.
- Regulación y administración de medicamentos.
- Toma y registros de presión arterial, glucosa, peso y aspectos nutricionales.
- Medios de transporte para el traslado.
- Actividades recreativas.

4.3 Relaciones con los Clientes

- Asistencia personal mediante la visita de los futuros clientes al centro, en el cual un representante le asistirá de manera personalizada.
- Reconocimiento médico de acceso, con informe que permitirá al cliente seleccionar los servicios que mejor se adecuen a su salud y otros condicionantes.
- Autoservicio a través de nuestra página web, podrá visualizar las instalaciones (habitaciones, área de recreación, área de asistencia médica, etc.), fechas disponibles para el ingreso de su paciente, llenando formularios de solicitud entre otras informaciones relacionadas a Medclinick.
- Mediante el uso de Medclinick App a través de la cual el usuario podrá demandar cualquiera de nuestros servicios.

4.4 Segmento de Mercado

- Cliente de la tercera edad (Mayores de 60 años); con capacidad de pagar un servicio privado residente en el Distrito Nacional.

4.5 Canales

- A través de la oficina de admisión de Medclinick.
- Medclinick apps: nuestra aplicación multitareas, la cual es muy fácil de usar. Esta app que considerará todos los requisitos de confidencialidad contará con las funciones:
 - Monitoreo de las actividades del adulto mayor donde los datos le llegan al pariente.
 - Envío de las informaciones de la cita médica de acompañamiento.
 - Envío de la hora de recogida del adulto luego de la cita.
 - Otras.
- Nuestro sitio web: <http://Medclinick.care.org>
- Nuestras líneas telefónicas

4.6 Recursos Claves

- Instalación física (establecimiento para alquilar).
- Fondo monetario necesario para insumos (dinero de los inversionistas).
- Personal calificado para lograr las actividades (médicos, enfermeras, psicólogo, personal de limpieza, acompañantes, etc.)
- Alianzas estratégicas.
- Medclinick App (aplicación dirigida a los clientes con el fin de que puedan monitorizar en vivo a sus familiares y entorno, a través de un sistema cerrado de cámaras que estarán transmitiendo en streaming y solicitar el servicio de acompañamiento).
- Página web donde se le brindará al usuario las facilidades de hacer citas médicas, hacer pagos, consultas de servicios ofertados, etc.

4.7 Estructura de Costo

- Plataforma Virtual, medio que estará a la disposición de los futuros clientes, para orientarse de los diferentes servicios que ofreceremos.
- Compra de material gastable y alimentos, los cuales necesitaremos para el buen funcionamiento de nuestra clínica.
- Alquiler de transporte, ya que es la opción por el momento como vía de transporte para nuestros potenciales clientes.
- Logística encargada de la gestión, planificación y ejecución de todas las actividades.
- Marketing como una parte importante en toda empresa para dar a conocer nuestros servicios y atraer posibles clientes.
- Soporte de atención al cliente, mediante los diferentes canales que utilizara la empresa para estar a disposición de los ya clientes, como también de los posibles clientes.
- Alquiler del local en el cual prestará servicios Medclinick.
- Mantenimiento y mejoras de adaptación del local.
- Subcontratación de Recurso Humano necesario que garanticen los servicios de Medclinick.
- Compra de equipamiento.

4.8 Fuente de Ingreso

La empresa tendrá ingresos mixtos es decir tanto de fuente privada y auto gestionables como se detalla a continuación:

- Pago de los pacientes, según paquete de servicio requerido por estos, consistiendo en un primer pago por inscripción y luego el pago mensual por membresía.
- Actividades internas pro-fondo.

5. ANÁLISIS DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER

5.1 Clientes

En la Republica Dominicana la tendencia es a incrementar la esperanza de vida (al año 2019n la misma alcanza los 74.05 años) esto responde a los avances en materia tecnológica y programas preventivos establecidos por el MSP y el SNS, por lo que se observa una alta prevalencia de personas que alcanzan muchos años de vida padeciendo de enfermedades crónicas; este crecimiento tiene una relación directa con la demanda de nuestros servicios.

Con la vida que llevamos en la actualidad (una vida tan ocupada donde los horarios de trabajos son menos flexibles, trabajos más demandantes e hijos con menos tiempo para cuidar de sus padres) creamos un nuevo estilo de cuidado profesional y humano incorporando servicios tecnológicos que mejoren la experiencia del usuario a través de aplicaciones interactivas que servirán no sólo de ejercicio mental si no también formará parte del control de salud proporcionado. Los familiares directos de nuestros usuarios contarán con medios audiovisuales a través de los cuales podrán monitorizar en tiempo real las actividades de su familiar y estar al tanto de sus estados físicos-emocionales. Medclinick se edifica en la atención personalizada y enfocada en las necesidades y posibilidades de cada cliente que son quienes adquieren el servicio.

A los Familiares/Responsables, les brindamos la tranquilidad y confianza que su paciente será atendido con dignidad y máximo cuidado, en forma individual. La compañía les ofrece la posibilidad de asistirlos y darle un óptimo servicio en un centro de respiro durante el día y el servicio de acompañamiento a las consultas médicas con un personal capacitado, mejorando su calidad de vida, acompañamiento y dignidad, evitando el aislamiento físico y emocional de sus familiares y a la vez evitar larga estancia en los centros médicos. Este servicio permitirá la tan necesaria socialización de las personas de la tercera edad, ellos podrán compartir ideas, opiniones y realizar anécdotas con personas contemporáneas.

Atendiendo a lo planteado en párrafos anteriores y en relación a la encuesta aplicadas a personas de 60 a 80 años (Ver Sprint 1: 80 % de los entrevistados respondieron que le gustaría contar con un lugar donde compartan con personas de la misma edad) y la población diana existente en el gran Santo Domingo (Ver tamaño del mercado) creemos constituyen elementos favorables para el buen desarrollo de Medclinick.

5.2 Proveedores

Para lograr el adecuado funcionamiento de todas las partes que componen Medclinick será necesario contar con una alta variedad de proveedores debido a la pluralidad de servicios y demanda que presentará el servicio. Dentro de los proveedores que estaremos mencionados podemos citar: gastronomía, limpieza, servicios de salud, materiales y equipos, insumos farmacéuticos, etc.

Al observar con detenimiento la variedad de insumos y/o servicios que se demandarán podemos afirmar que serán muchos y variados, pero al hacer un análisis del mercado podemos constatar la presencia de una alta cantidad empresas que proveen todos los insumos y/o servicios que demandaremos; esto es un factor positivo para lograr obtener la compra de productos y/o servicios de buena calidad a buen precio en el mercado.

5.3 Competidores

Tomando este punto de referencia, el Censo Nacional de Población y Vivienda 2010 reportó un total de 855,663 personas envejecientes en todo el país, comprendiendo los mayores de 60 años, representando un 9% de la población general. Así podemos observar que un 42% de esta población envejeciente se aglutina en las dos urbes de mayor densidad poblacional (El gran Santo Domingo y Santiago de los Caballeros) La concentración de mayor cantidad de envejecientes en términos totales está ubicada en el gran Santo Domingo (abarca Santo Domingo y el Distrito Nacional) con un total de 266,744 personas distribuida de la siguiente forma: Santo Domingo con 164,786 personas y Distrito Nacional con 101,958 personas

El Comité de Ética Pública del CONAPE, en el Plan de Trabajo 2017, Informe de Transparencia Institucional Departamento de Supervisión y Evaluación de Centros Geriátricos, INFORME CEP 01-2017, presenta las estadísticas y clasificación de los centros de atención 73 diurnos y permanentes que existen adscritos y 30 estancias diurnas, distribuidas en todo el territorio nacional, de estas solo existen 9 en el Gran Santo Domingo. La calidad de estos centros asistenciales deja mucho que desear, la población expresa que al ser centros manejado por el gobierno en su gran mayoría no cumplen con todos los requisitos de higiene, infraestructura, buen trato etc.

Por otro lado, el número exacto de centros geriátricos privados que hay en el país, no se sabe ya que no se requieren requisitos mínimos ni registro, ni se realizan inspecciones por organismos oficiales, lo que puede reflejar las deficiencias del sistema. El CONAPE no tiene registro de la cantidad, pero la ocupación entre los más conocidos es alta, reflejando la necesidad de respuesta que tiene la población de mayores ingresos en ese sentido

Dentro de los centros de mayor renombre en el mercado que constituirá nuestra competencia directa podemos citar los siguientes:



- Es una residencia para envejecientes que requieran o no asistencia en sus actividades del diario vivir. Cuentan con 3 niveles repartidos en salas y habitaciones compartidas o privadas. Ofrecen servicio de enfermería y médico especializado pero no cuentan con la flexibilidad de horario o el pago por días según lo use el usuario como lo contempla nuestra empresa, tampoco brinda el servicio de acompañamiento a la asistencia sanitaria. El costo mensual en esta residencia es de USD 1500.



- Campo Claro Retirement and Nursing Home es un lugar de residencia que prioriza la libertad y el esparcimiento para adultos mayores. Ubicado en el kilómetro 25 de la autopista Duarte (fuera de la ciudad). Tiene ocho villas con cuatro habitaciones cada una, amuebladas y con aire acondicionado, las cuales pudieran ser compartidas. Tiene la desventaja que al quedar en las afueras de la ciudad, muy retirado del casco urbano. El usuario debe permanecer ingresado en el centro por varios días o semanas alejados de sus seres queridos. Sin la opción de un cuidado de día como ofrecemos nosotros, igual que el anterior este tampoco brinda el servicio de acompañamiento a la asistencia sanitaria. El costo mensual en esta residencia es de USD 1200.

Después del análisis a los competidores actuales entendemos que Medclinick trae al mercado innovación y servicios nunca antes visto en nuestra ciudad como el acompañamiento a citas médicas del usuario que lo necesite, uso de transporte privado capaz de recoger y llevar al usuario a su destino, así como la flexibilidad de horario con pagos por hora de acuerdo al uso de nuestras infraestructuras. Servicios que harán la diferencia al momento de comparar las ofertas actuales del mercado.

5.4 Amenazas de nuevos entrantes

La ciudad de Santo Domingo cuenta con varios lugares de cuidados de adulto mayor, estos pertenecen tanto al sector público, privadas e instituciones religiosas y a pesar de que son pocos para el tamaño de la ciudad podrían surgir iniciativas por las sociedades geriátricas y especialistas afines del país.

La demanda se visualiza creciente en el futuro venidero, esto puede provocar nuevos conatos de competidores; pero contamos con la ventaja que a pesar de no ser pioneros en la cartera de servicios brindados, poseemos la particularidad de ofrecer ciertas características que nos hacen distintivos, esto nos brinda mayor posibilidad de ser acogidos por nuestros cliente, por ser flexibles y personalizados con cada grupo de cliente y la intención de contar precios competitivos y un servicio de acompañamiento que nos hará único en el país.

5.5 Servicios sustitutos:

Los sustitutos del sector son todas las alternativas de residencias para el adulto mayor, que dispongan de mejores servicios y a un coste menor, la creación de distintos perfiles de adultos mayores acorde a su grado de auto valencia trae consigo una modificación de las necesidades requeridas por dicho segmento de mercado, lo cual ha originado que las empresas tengan que desarrollar innovaciones de sus servicios prestados y creación de nuevos servicios enfocados al adulto mayor actual. Es así como podemos ver que la amenaza de servicios sustitutos es elevado y conlleva a un aumento de la generación de nuevos servicios que reemplacen a los actuales.

En todo caso, estos servicios, no siendo negocio para estas empresas, sino como necesidad para reducir el absentismo de sus empleados, pueden ver en Medclinick un aliado y no un competidor.

Otro ejemplo reside en como las tradicionales enfermeras se han modificado por damas de compañía con estudios, al relacionar esta tendencia con las “casas de respiro” podemos decir que estas enfermeras pueden visitar el hogar de una persona de la tercera edad sin necesidad de trasladarse, transformándose así en un segundo sustituto, en este caso, siendo particulares autónomas, no pueden acceder a la tecnología que si puede tener Medclinick, con una plataforma que permitirá gestionar los servicios de acompañamiento, tanto a nuestra organización como a los clientes. Al ser así y mientras estas personas autónomas, no tenan estructura que permita establecer publicidad, servicios continuados, etc. Estos no podrán ser competidores directos nuestros.

6 ANÁLISIS DEL SECTOR

6.1 Tamaño de Mercado



“Mapa del distrito nacional y Santo Domingo, capital de la República Dominicana”

Fuente: www.dominican-guide.inf

Medclinick está diseñado para ejecutarse en la República dominicana particularmente destinado a la población del Distrito nacional.

El Distrito Nacional cuenta con alrededor de 2, 540,546 habitantes de los cuales alrededor de 85, 745 personas son mayores de 60 años según la ONE.

El total de personas de la tercera edad que reside en los asilos privados con estadía completa son 320.

Es importante resaltar que en el Distrito nacional existe una limitada cantidad de hogares de ancianos privados, 16 en total dejando en evidencia la falta de infraestructuras con la que cuenta el Distrito Nacional para el cuidado de los envejecientes, el costo estimado de estos hogares es de USD 1,000 mensuales, cifra al alcance sólo de unos pocos. A este panorama se le suma que son asilos con servicios de atención de 24 horas, con el costo que esto supone a nivel de infraestructura y recursos humanos.

Medclinick brindará un servicio de clínica de respiro de día para el cuidado de las personas de la tercera edad, esta brindará servicios a partir de las 8 am hasta las 6 pm, tenemos una proyección de apertura con 25 usuarios que utilizarán los servicios 5 días a la semana equivalentes a 20 días al mes con un pago por usuario de alrededor de USD 400 mensual.

Atendiendo a que Medclinick brindará dos servicios fundamentales (Acompañamiento a consultas médicas y clínica de respiro de día) a continuación procedemos a presentar el TAM (Mercado Total) correspondiente.

- Si consideramos una población mayor de 60 años son 85,745 personas.

- El 76 % de la población mayor de 60 años le gustaría recibir acompañamiento en su consulta médica (65,166).

TAM = (85,745 X 76 %) = 65,166 personas les gustaría acompañamiento de consultas médicas.

Considerando que las personas mayores de 60 años contestaron que un 58 % prefería cuidados de día (49,732).

TAM para Clínica de día= $85,745 \times 58 \% = 49,732$ prefiere cuidados de día.

Después de conocer nuestro TAM estamos en condiciones de determinar nuestro SAM (Mercados al que podemos servir).

SAM sobre Acompañamiento a citas medicas

- 1 personas para acompañar a los usuarios
- promedio de 1 a 2 acompañamientos diarios.
- acompañamiento de lunes a viernes

SAM= 480

Por lo que el SAM para acompañamiento es de 3000 al año.

SAM Clínica de respiro de día

- Contamos con 4 cuidadores para el servicio de día
- cada cuidador se le asignará 5 personas

SAM = $4 \times 5 = 20$ personas de la tercera serán cuidadas durante el día.

SAM para clínica de respiro = 20

SOM: Mercado que podemos conseguir

Atendiendo a que Medclinick es una iniciativa nueva en el mercado y aún no está difundida entendemos que para iniciar el proceso de acompañamiento contaremos en primer momento con una sola persona para el mismo; por lo que si esta persona se mantiene realizando 4 acompañamiento diarios tendríamos 1000 acompañamiento anuales, aunque esperamos que puedan presentarse aumento de la demanda y por ende necesitar otro personal para garantizar el acompañamiento.

Al inicio no habrá presupuesto suficiente por lo que no llegaremos a la totalidad de los potenciales clientes, por lo que a pesar de tener una proyección de 20 clientes de cuidados diarios al finalizar el año (Ver SAM) creemos prudente establecer una proyección inicial (primeros meses) de 15 clientes para cuidados de día en la clínica de respiro, al paso del tiempo y con la difusión necesaria esperamos al finalizar el año alcanzar lo establecido en el SAM.

7 ANÁLISIS DEL ENTORNO

7.1 Político-Jurídico:

El gobierno de la república dominicana se rige bajo una democracia representativa, actualmente representada por el Presidente Danilo Medina en representación del partido de la liberación dominicana en su segundo mandato consecutivo, según la constitución del país este además es jefe de estado y Jefe de gobierno.

Dentro de la jerarquía constitucional, existen tres poderes: el Legislativo constituye el primer poder del estado. Está representado por el senado de la República o cámara alta y por la cámara de Diputados o cámara Baja, el segundo poder que establece la Constitución es el Poder ejecutivo que se ejerce por el Presidente de la República. Por último está el poder Judicial el cual de acuerdo a la Constitución y las leyes, la institución encargada de administrar justicia, a través de sus órganos especiales y jerárquicos.

El sistema de salud está regido por la **Ley General de Salud 42-01** y por otro lado la **Ley general de la Seguridad Social 87-01** ambas promulgadas en el año 2001. Mediante ambas normativas se establece un

sistema complejo de instituciones de naturaleza pública, privada y sin fines de lucro, especializadas en funciones específicas.

En materia de salud el país presenta dos grandes pilares el Ministerio de Salud Pública (MSP) como ente rector de la salud y el Servicio Nacional de Salud (SNS) creado mediante la Ley 123-15 con la finalidad de ser el prestador de servicios de salud público del país.

Actualmente el estado dominicano está implementando atenciones médicas integrales a los pacientes de la tercera edad, pero no es una estrategia que esté abarcando a toda la población, ya que solo se les está brindando este servicio a adultos mayores poseedores del Seguro Nacional de Salud (SeNaSa) del régimen subsidiado.

Marco legal en República Dominicana

La República Dominicana tiene una larga trayectoria en el apoyo de iniciativas en favor de los adultos mayores. En el 1948, fue de los países miembros de las Naciones Unidas, firmantes la Declaración Universal de los Derechos Humanos; en el año 1991, la República Dominicana y la Federación Internacional de la Vejez, presentaron la declaración sobre los derechos y responsabilidades de las personas de edad, propuesta que fue asumida por las Naciones Unidas mediante resolución 46/91, por la Asamblea General de ese año como: Principios de las Naciones Unidas en favor de las Personas de Edad.

Considerando que el país es signatario de diversos acuerdos internacionales encaminados a velar por el bienestar del adulto mayor; en el año de 1998, el gobierno Dominicano promulga la Ley Núm. 352-98 sobre protección de la persona envejecientes, tomando como fuente de inspiración el Plan de Acción Internacional de Viena del 1982; dicha ley, promulgada el 15 de agosto de 1998, es una recopilación de los derechos de los envejecientes, basada en las resoluciones de la ONU y las iniciativas de la Unión Europea.

Consejo Nacional de la Persona Envejeciente (El CONAPE)

La promulgación de la Ley 352-98 sobre Protección de la Persona Envejeciente y su reglamentación mediante el Decreto Núm.1372-04, tiene como objetivo sentar las bases institucionales y establecer los procedimientos de protección a los adultos mayores

Además, busca salvaguardar sus derechos a una vida activa, productiva y participativa, donde se respete su dignidad, libertad, convivencia familiar y comunitaria, a la recreación, a la cultura y a la igualdad. De acuerdo al mandato de esta Ley, en su Título IV: De la Entidad Rectora en Materia de Envejecimiento, el artículo 23 dispone: Se crea el Consejo Nacional de la Persona Envejeciente, el cual estará adscrito a la Secretaría de Estado de Salud Pública y Asistencia Social.

Esta actuará como organismo oficial en materia de definición y ejecución de políticas nacionales sobre la población envejeciente. Tendrá competencia sobre instituciones públicas y privadas de atención al envejeciente que tengan reconocimiento legal. (1998).

El CONAPE tiene como objetivo velar por el cumplimiento de la ley, establecer los procedimientos de protección integral a los adultos mayores y la responsabilidad de orientar a las entidades autorizadas a servir al adulto mayor, en la aplicación de las políticas del sector. La Ley 352-98, en su artículo 24, contiene las atribuciones que debe cumplir este organismo. Asimismo, en su artículo 25, ordena que sea conformado por un representante titular y suplente de las Secretarías (hoy ministerios), las instituciones siguientes: Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, Ministerio de Educación, Instituto Dominicano de Seguros Sociales, Ministerio de Trabajo, Ministerio de Obras Públicas y

Comunicaciones, Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo, Universidad Autónoma de Santo Domingo, un representante de: las ONGs que trabajen directamente con la población envejeciente, de la Asociación Médica Dominicana, de la Iglesia Católica, de la población envejeciente, del Colegio Dominicano de Periodistas y del Consejo Nacional de la Empresa Privada, (Decreto 83-15).

Tiene diferentes programas enfocados en promover un envejecimiento saludable, que prolongue la autonomía y a su vez logre disminuir la discriminación, el maltrato, la violencia intrafamiliar y la inclusión social. Entre estos programas se destacan: Abuelos Productivos en la casa, Mi Casa es tú Casa, Programa Siempre Mujer, Acogida al Adulto Mayor en situación de abandono (AMA), Transferencia Económica Del Adulto Mayor (TE-AMA), Adultos Mayores en Situaciones Especiales (AMESE). (CONAPE, 2017). Dentro de su estructura organizacional aprobada por el Ministerio de Administración Pública en octubre del 2010, el CONAPE cuenta con Departamento de Supervisión y Evaluación de Centros Geriátricos, el cual acorde a su Manual de Organización y Funciones, tiene el siguiente objetivo general: Supervisar y evaluar las actividades de los centros de atención a los envejecientes, a fin de establecer el cumplimiento con las normas universalmente aceptadas y establecidas por las autoridades sanitarias para operar centros de atención al adulto mayor.

Medclinick, desde su creación, considerará a CONAPE como parte interesada, poniéndose en contacto con este organismo para estudiar diferentes vías de colaboración directa o indirecta (con cualquiera de las organizaciones que forma parte de este)

En conclusión, el marco legal de nuestro país nos permite e incluso promueve el desarrollo de empresas destinadas al cuidado de envejecientes y de la mejora en su calidad de vida. Siempre y cuando cumpla las regulaciones antes descritas. En ese orden Medclinick ha tomado todas las consideraciones de lugar para que, al momento de ofertar nuestros servicios, estos estén de acorde a los estatutos jurídicos que nos rigen.

7.2 Cultural:

En República Dominicana, muchos cargan con el costo de cuidar a sus padres ya mayores ya que no toda la población tiene acceso a pensiones y en el caso de aquellos que la poseen muchas veces no alcanzan para cubrir todos los gastos, al mismo tiempo que estos adultos cuidan de sus padres, mantienen, cuidan y educan a sus hijos. Estos factores combinados con la tradición observada por muchas familias de vivir en el mismo hogar con padres mayores pueden causar altos niveles de estrés tanto en los padres mayores como en sus hijos. A nivel cultural los hijos no asumen en su totalidad el mantenimiento de sus padres, siendo más común turnarse la presencia de los padres, por meses e incluso años, el manejo casi siempre es igual, toda la familia logra verse afectada por la angustia que sufre un familiar de edad avanzada ante los cambios que experimenta tales como el deterioro de la salud y la mudanza a una residencia de la tercera edad o a la casa de sus hijos.

Es por esto que Medclinick puede lograr resolver estos dilemas, siendo una solución para las familias que tienen la necesidad de tener a su familiar con asistencia humanizada y personalizada, Medclinick es una opción factible para liberarlos de la tensión del cuidado que ameritan y la asistencia a citas médicas, otro plus a nivel cultural es que todos los hijos tienden a compartir gastos cubriendo la necesidad de su envejeciente

7.3 Económico

La atención a las personas de la tercera edad en la actualidad constituye un reto en todas las esferas; desde el punto económico es cada día mayor la demanda de recursos económicos para el cuidado a este grupo etario (atendiendo al aumento de la esperanza de vida y cambios en patrones de enfermedades).

La república dominicana ha experimentado un crecimiento económico constante a través de los últimos 50 años, los últimos años este crecimiento ha alcanzado alrededor de un 7 % anual (el mayor de la región), el estado Dominicano a través de la Ley 87-01 (vista en anteriormente) garantiza una pensión a todas las personas laboraron en su vida productiva indistintamente el sector (público o privado) que se desempeñaron.

Recientemente el poder ejecutivo ordenó un aumento salarial del 14 % para las personas que reciben salarios mínimos y un 10 % a aquellos que presentan pensiones por debajo de RD\$ 20,000.00 (USD 400.00), medidas que contribuyen a solucionar parcialmente el problema.

Si bien el país se encuentra ubicado dentro de los países en vía de desarrollo, la estabilidad macroeconómica del país incita a la realización de inversión.

7.4 Sociodemográfico:

República Dominicana, situada en América Central, tiene una superficie de 48.670 Km² con lo que se encuentra entre los países más pequeños, con una población de 10.627.165 personas, se encuentra en la posición 87 de la tabla de población, compuesta por 196 países y tiene una densidad de población de 218 habitantes por Km². Su capital es Santo Domingo de Guzmán y su moneda los pesos dominicanos, presenta un PBI al 2018 de 80 mil millones de dólares ubicándose como la sexta economía en América Latina, de este se invierte alrededor de 6% en el sector salud.

Un 4,04% de la población de República Dominicana son inmigrantes, según los últimos datos de inmigración publicados por la ONU. República Dominicana es el 93° país del mundo por porcentaje de inmigración.

La República Dominicana durante más de 50 años ha visto incrementar estas migraciones del campo a la ciudad sin que ningún gobierno dentro de la democracia tome medidas reales para evitarlas, comunidades enteras se han quedado vacías, trasladándose de una manera u otra sus moradores hacia zonas urbanas, lo que provoca sobrepoblación de las ciudades; estas migraciones vienen acompañadas de cambios sociales en las costumbres y estilos de vida (especialmente, familias y viviendas más pequeñas, mujeres trabajando fuera del hogar, menor tiempo de ocio y vida familiar). Estas mudanzas traen como consecuencia que también se produzcan migraciones de las personas de la tercera edad que si bien traen sus familiares adultos mayores a convivir con ellos paradójicamente no cuentan con el tiempo para hacerlo.

Al año 2015 se estimó que la población rondaba los 10,6 millones de habitantes, de estos el Distrito Nacional contaba con alrededor de 2, 540,546 habitantes. Según los datos de la ONE el Distrito Nacional cuenta con alrededor de 85, 745 personas mayores de 60 años.

La esperanza de vida en el país actualmente esta en 74.05 con unas tasas de natalidad de 22,91 nacimientos/1000 personas y tasa de mortalidad en 5,32 muertes/1000 personas.

El aumento de la esperanza de vida, los cambios en el patrón epidemiológico (predominio de enfermedades crónicas no transmisibles) y la demanda laboral han venido a constituir una preocupación en los hijos con relación al cuidado de sus padres.

7.5 Tecnológico

Nuestro país ha presentado grandes avances en el ámbito tecnológico, rompiendo barreras y permitiendo la comunicación en tiempo real sin importar el punto del país o el exterior, reduciendo cada vez más la brecha digital por lo que esta nos ofrece una plataforma excelente para el desarrollo de proyectos empresariales de diversa índole, sin excepción al nuestro.

En 1995 se introdujo comercialmente el servicio de internet en República Dominicana. Y considerando que la primera página web se creó en 1991 y el primer buscador en 1993, los dominicanos no tuvieron que esperar mucho para montarse en el tren tecnológico.

En la actualidad la republica dominicana posee un desarrollo crucial en las plataformas de internet, por lo que, para cuantificar el desarrollo de la tecnología actual, se usa el mismo como plataforma de medición transversal. La cantidad de usuarios que hoy pueden conectarse al mismo se estima que es alrededor de 7 millones de cuentas, según el informe que emite el INDOTEL, donde expone la cantidad de cuentas con accesos permitidos en la República Dominicana.

Esto provoca un contexto que quizá se ve y se observa mejor en las redes sociales; existen prácticamente 6 millones de dominicanos en la red social Facebook, 2 millones utilizan Instagram y Twitter –sus indicadores están muy limitados porque la compañía no comparte datos públicos– se estima un millón de usuarios.

En fin, el avance tecnológico de las redes sociales y el manejo de la información están a la vuelta de la esquina aprovechando todos estos recursos en el mercado de negocios añadiendo a todo esto el manejo de la información con el desarrollo del big data, el machine learning y la inteligencia artificial prometen cambios idóneos.

La cobertura sigue siendo prometedora y para el próximo año se provee la cobertura 5G. El mismo organismo indica que los niveles de apropiación del 4G en Latinoamérica alcanzan un 35 por ciento. El 5G llegará a partir del año 2020 a la región, estimándose una penetración de un 62 por ciento al año 2025. Datos ofrecidos por la GSMA.

En conclusión, nuestro país muestra interés y esfuerzo para mantenerse dinámicos y acorde a los cambios que se presentan, con el desarrollo de diversos programas los cuales son regulados por el Indotel (como es el caso de la iniciativa Republica Digital, Desarrollo de las Tics, Aplicaciones digitales de fácil uso). Como hemos visto el país presenta una base adecuada que pueden servir de base para el desarrollo de los aplicativos sobre los que se van a sostener los servicios previstos por Medclinick (especialmente de acompañamiento).

8 PLAN ESTRATÉGICO.

8.1 Análisis DAFO

Después de haber desarrollado el análisis de las variables vistas en los epígrafes anteriores consideramos necesario la realización de un análisis DAFO que nos sirve de base para nuestro plan estratégico.

DEBILIDAD La poca costumbre de la población en pagar lo necesario por el buen cuidado al paciente geriátrico. Alta dependencia de los recursos humanos. Posición débil en el mercado Poco conocimiento (difusión) de los servicios y sus costos. Nuestra cultura latina ve como abandono estos centros de cuidado	AMENAZA Resistencia al cambio al ser servicios innovadores y desconocidos. Nuevos proyectos de centro de cuidado geriátrico que imiten nuestra cartera de servicios personalizados. Empresa nueva en el mercado Variación continua de los precios de productos gastronómicos
FORTALEZA Equipo de trabajo capaz de afrontar el proyecto propuesto Estrategias y objetivos bien definidos. Calidad con estándares de cuidados y accesibilidad. Un centro de cuidado personalizado y humanizado donde prima el respeto. Flexibilidad y costes competitivos Fácil contacto e interacción con los usuarios y sus familiares a través de nuestras plataformas tecnológicas para una atención más personalizada. Servicio de acompañamiento de las citas medicas	OPORTUNIDAD Buena y rápida aceptación del servicio a ofrecer Tendencia al crecimiento del mercado debido a un envejecimiento de la población y una mayor prevalencia de las enfermedades crónicas. Ningún competidor directo actualmente en nuestro ámbito geográfico

8.2 Plan Estratégico para Medclinick

Luego de conocer todas las variables involucradas que concertarán el buen desarrollo o el fracaso de Medclinick para alcanzar los objetivos propuestos procedemos a planteamos estrategias que permita la mantenimiento y crecimiento de esta en el tiempo.

El presente Plan se orientó a cumplirse en un periodo de tres años (2020-2023)

➤ **Estrategias enfocadas al cumplimiento del brindar cuidados de salud durante el día a adultos mayores de la población del Distrito Nacional Republica Dominicana:**

1. Ofrecer un ambiente cómodo, con atención personalizada donde se respete la integralidad del usuario.
2. Crear un departamento de asistencia médica que garantice el seguimiento constante a todos nuestros usuarios de la tercera edad (llevando un llenado de historia clínica periódicamente, controles de Tensión Arterial, Glicemia, etc.)
3. Seleccionar un personal capaz y capacitarlo a fin de lograr que la menor cantidad posible de personas logren manejar los servicios demandados por el centro.
4. Establecer Medclinick en un área geográfica con alta incidencia de envejecientes ofreciendo precios competitivos y descuento a los usuarios que incentiven el ingreso de nuevos usuarios.

• **Estrategias enfocadas al acompañamiento a controles médicos a aquellos los adultos mayores que sus familiares por asuntos laborales no pueden acompañarlos:**

1. Brindar un servicio de transporte confortable.
2. Política de RRHH enfocada para evitar la excesiva rotación de los mejores talentos de acompañamientos.

• **Estrategias enfocadas al cumplimiento y crecimiento de los dos objetivos que persigue Medclinick:**

1. Crear planes de pagos atractivos para la fidelización de clientes.
2. Establecer programas de formación continua mediante capacitaciones para el desarrollo personal y profesional de nuestros colaboradores.
3. Realizar acciones de marketing para promover la clínica dar a conocer nuestra cartera de servicios
4. Prestar un servicio flexible que permita al usuario acomodarse a sus necesidades.
5. Actualizar constantemente nuestra plataforma digital.
6. Realizar campañas publicitarias y reuniones con juntas de vecinos o presidente de comunidades para dar a conocer los beneficios que ofrece Medclinick.

PLAN DE MARKETING MEDCLINICK

Nuestro plan de marketing busca dar a conocer los servicios que podemos ofertar a nuestros posibles clientes. Este plan de marketing ha sido elaborado con base en los resultados obtenidos en nuestro análisis D.A.F.O. y en las respuestas suministradas por los entrevistados en la fase de validación de nuestro proyecto.

La idea que tenemos para nuestro marketing es hacer que las personas interesadas en nuestra propuesta de servicios consideren seriamente los méritos o las cualidades que ofreceremos, a través de una estrategia de comunicación lo más enfocada posible para maximizar los recursos que se destinarán a estas actividades.

El enfoque de marketing de nuestra empresa consiste en identificar bien el mercado, se centra en sus necesidades, coordina sus propias actividades en torno a dichas necesidades y comunicar eficazmente el servicio.

Básicamente, las personas que pagan la estancia diaria de los adultos mayores son personas que mayormente por causas laborales no pueden atenderlos como desearían, ya que en muchas ocasiones suelen viajar mucho, o bien la familia no está capacitada para algunos cuidados sociosanitarios especiales que puedan llegar a requerir.

Asimismo, se considera dentro de la promoción que las personas mayores puedan hacer uso de nuestras instalaciones ya sea mientras sus familiares trabajan, o vayan de compras, o cuando salgan de vacaciones, o en casos de enfermedades.

Como parte del marketing que queremos direccionar está el que una estancia como la que estamos proyectando puede ayudar a la recuperación de la autoestima y devolver la certeza de que todo ser humano es productivo y que puede mejorar su calidad de vida, con algunos cuidados básicos. Muchas veces lo que el anciano necesita es convivir con personas de su edad y no necesariamente separarse de su familia por completo.

Daremos énfasis en aspectos esenciales que les interesan a las personas mayores, así como a sus familiares que nos harían depositarios de ellos, es decir, que nuestra estancia priorizaría:

- 1.- Altos estándares de limpieza.
- 2.- Alimentación acorde a las necesidades de los adultos mayores.
- 3.- Personal altamente motivado y con vocación de servicio.

Público Objetivo

Nuestro plan de marketing está basado en dos públicos:

- Población de la tercera edad de 60 a 80 años.
- Población adulta de 35 a 55 años (Familiares o responsables)

¿Quiénes son nuestros clientes?

El primer paso considerado fue identificar a los mercados meta, los cuales abarcan una gama de la población adulta mayor en todo el espectro de niveles de ingresos. No obstante, y de acuerdo con el resultado de las encuestas, nuestro mercado primario son aquellas personas de nivel socioeconómico medio alto con un salario superior a 800 dólares y que están dispuestos a pagar para que sus padres sean cuidados en una clínica de respiro.

Analizando las encuestas aplicadas a personas de 60 a 80 años (Ver Sprint 1: 80 % de los entrevistados respondieron que le gustaría contar con un lugar donde compartan con personas de la misma edad) siendo estos otros clientes potenciales.

Luego de la validación de las encuestas aplicadas a las personas mayores de 60 años el 76 % de los entrevistados le gustaría recibir acompañamiento en su consulta médica (65,166).

8.3 Planificación estratégica: Marketing Mix

8.3.1 Producto/Servicio

A continuación, se presentan el portafolio de servicios de Medclinick:

1-Cuidados de personas de la tercera edad: Nuestra clínica fomentará la mayor independencia posible, el autodesarrollo y autocuidado (valerse por uno mismo hasta donde se pueda), respetar la privacidad de sus residentes y tratar no sólo las necesidades físicas, sino también las psicológicas porque todas estas características pueden determinar que la última etapa de la vida de una persona sea digna o desolada; que tenga probabilidades de vivir más años o menos años.

-**Terapia ocupacional:** Las terapias ocupacionales pueden representarles una potencial fuente de pequeños ingresos. Se trata de dos o tres talleres como bisutería, bordados y tejidos.

- **Bailoterapia:** Uno de los inversionistas impartirá clases de baile dos veces por semana.

- **Minitour manos arrugadas:** Se promoverán visitas para conocer las instalaciones, las cuales serán transmitidas como un lugar acogedor, alegre, vivo, optimista. Que sientan que no es un hospital ni tampoco un hotel, sino un segundo hogar en donde van a conocer más gentes, hacer actividades que les agraden, y ¿Por qué no?... Hacer amigos.

- **Alimentación** acorde a las necesidades de los adultos mayores.

-**Actividades recreativas:** El juego de Dominó, Damas, Ajedrez y Bingo son de las actividades recreativas que realizarán nuestros usuarios que tienen multitud de beneficios: mejora la capacidad para resolver problemas, favorece la creatividad y potencia la memorización.

-**Intervención psicomotriz:** musicoterapia, manualidades, baile, gimnasia suave, expresión corporal, todas estas actividades tienen el objetivo de ayudar a la persona que la realiza a expresar sus sentimientos y emociones, a coordinar movimientos y mejorar sus habilidades cognitivas, físicas y sensoriales.

2-Acompañamiento a las consultas médicas:

Servicio de acompañamiento que permite solicitar el acompañante a través de la página web o vía telefónica hasta 24 horas antes de la consulta médica.

- Transporte para el traslado de pacientes a las consultas médicas: El transporte será ofrecido por una empresa por servicios prestados.

3-Asistencia sanitaria: -Asistencia en cuanto a la organización y seguimiento de consultas médicas y “mantenimiento” preventivo de aspectos de salud de rutina.

-**Apoyo psicológico:** Factor que de no ser debidamente atendido puede repercutir adicionalmente en la salud física de las personas de edad avanzada, propensas a cuadros de depresión o de disminución de la autoestima.

-**Regulación y administración de medicamentos:** Para este servicio contaremos con enfermeras capacitadas que llevaran un registro de los medicamentos usados por cada persona de la tercera edad y el horario a ser administrados.

-**Toma y registros de presión arterial, glucosa, peso y aspectos nutricionales:** Contando con un personal capacitado para la realización y control de los mismos.

-**Realización de consultas médicas:** Realización de consultas médicas, prevención y promoción de salud. Para este servicio uno de los inversionistas brindará, el su servicio como médico familiar.

4-Página web: <http://Medclinick.care.org>: Nuestra página web pretende ofrecer la cartera de servicios, solicitar nuestros servicios, contactar personal de la empresa, emitir consejos, sugerencias y quejas.

5-Medclinick Apps: nuestra aplicación multitareas, la cual es muy fácil de acceso rápido, en la que tendrá a solo un clic de distancia toda la información de la empresa de una forma sencilla y eficaz.

Esta App contará con las funciones:

- Monitoreo de las actividades del adulto mayor donde los datos le llegan al pariente.
- Envío de las informaciones de la cita médica de acompañamiento.
- Envío de la hora de recogida del adulto luego de la cita.
- Envío de recordatorio de la hora y día de la consulta médica y el horario de la recogida antes de la cita médica.

Publicidad y Promoción

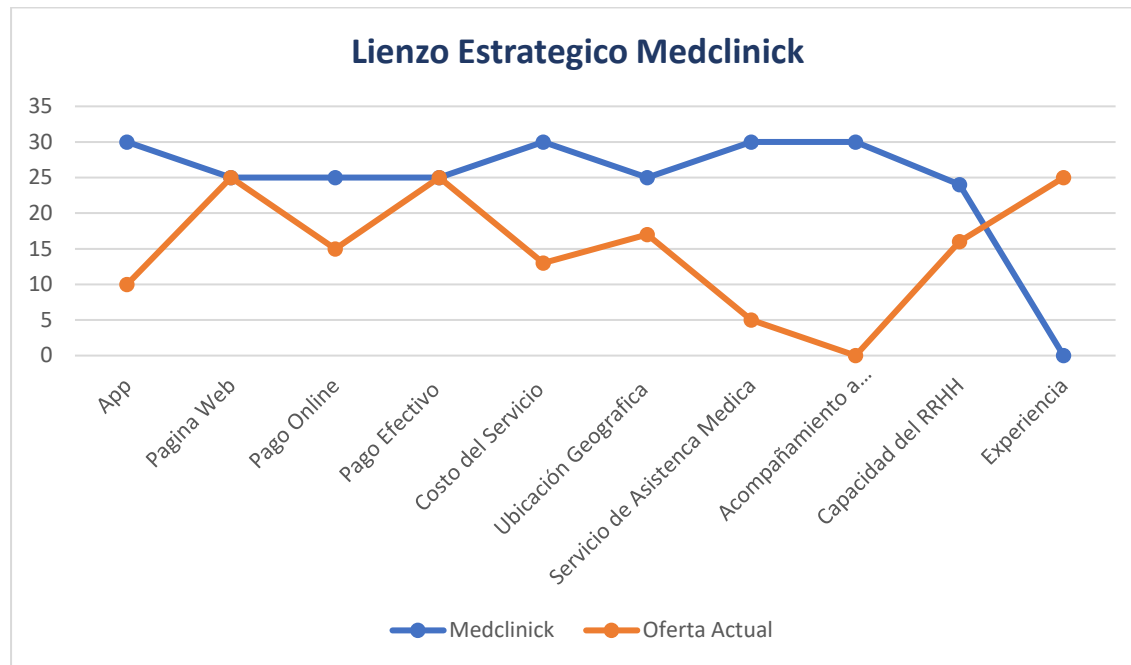
Medclinick Llevará a cabo una campaña de publicidad con el fin de dar a conocer su cartera de servicios y los beneficios que brinda a la familia y al adulto mayor a través de varias plataformas de uso cotidiano en nuestro medio, entre estas citamos:

- Internet (Página Web, App, Twitter, Instagram y Facebook)
- Periódicos de circulación nacional y local.
- Charlas de sensibilización sobre la importancia del cuidado en el envejeciente.
- Distribución de volantes con nuestras novedades de apertura y cartera de servicios
- Mediante visitas a diversas asociaciones sociales (junta de vecinos, asociaciones de madres, etc.)

Lienzo Estratégico

A continuación, presentamos un gráfico el cual muestra la comparación de los diversos factores sobre los que la empresa compete y el nivel de oferta que los usuarios reciben.

Como podrán darse cuenta Medclinic presenta un alto potencial en relación a la competencia actual, si a esto le sumamos los esfuerzos que irá realizando la parte directiva de Medclinic obtendremos una empresa capaz de mantenerse en el tiempo.



Fuente: Propia

Políticas de Precios

Medclinic cuenta con diferentes fuentes de ingreso (Ver Modelo de Negocios) que garantizarán la subsistencia económica de la empresa.

Nuestra política de precio es un elemento de suma importancia para el bienestar económico de la empresa. Los precios de los servicios que ofertamos si bien oscilaran dentro de un rango específico variarían en dependencia del servicio demandado y las características de este, las especificaciones de los mismo se plasmarán en la parte relativa al presupuesto.

Estrategia de Distribución y Comercialización

Los canales principales de contacto serán vía la asistencia telefónica y mediante la solicitud de información vía nuestra página web, el cual tendrán disponible en el horario de 8 a 6pm, el sitio web y vía nuestra App, los cuales estarán a cargo de un personal técnico que se ocuparán de los servicios requeridos de acuerdo con las necesidades de los clientes actuales y potenciales y sus turnos. La distribución del personal se realizará de acuerdo con los horarios comprometidos de los cuidadores, quienes utilizarán como medio de traslado el transporte contratado por la empresa dependiendo de la situación y servicio que requiera el cliente.

La Comercialización será a través de llamadas entrantes y salientes, y con visitas un representante de Medclinick a los diferentes puntos estratégicos pautados, como serían las clínicas, hospitales, junta de vecinos, etc., ofreciéndoles sin ningún tipo de compromiso las orientaciones relacionadas a nuestra cartera de servicios, que en caso de que luego de dada la información decidan adquirir el servicio recibirían un reconocimiento médico que se adaptara al servicio contratado, como también contaremos con la distribución de brochures, anuncios en los periódicos. Contando con un protocolo de venta para las posteriores cotizaciones de acuerdo con las necesidades y los servicios requeridos.

El abordaje de los posibles clientes se realizará de manera orientada tanto al cliente como al usuario, ofreciendo un servicio que se ajuste al tipo de cuidado que requiere el usuario como sería el adulto mayor, con el objetivo de lograr una relación de clientes de largo plazo en nuestra clínica.

PLAN DE COMUNICACION PARA CONSUMIDOR FINAL

La comunicación de Medclinick está dirigida principalmente a los Familiares o cuidadores, quienes toman la decisión de contratar nuestros servicios para su familiar adulto mayor como también va dirigido a nuestro usuario que sería el adulto mayor, el cual debe ser nuestro aliado y conocer las facilidades que nuestra clínica le ofrecería, como es que podrán seguir viviendo con su familiar, permitiendo que su cuidador pueda compatibilizar su trabajo con el cuidado de los mayores.

Dicha comunicación sería a través de materiales promocionales de marketing directo y telemarketing, a través de llamados a clientes potenciales, como también se considera importante la publicitaria digital debido al gran alcance que tienen las redes a nuestros potenciales clientes, que si bien pueden ver un canal de tv o escuchar una emisora, también utilizan los medios digitales.

Etapas de penetración

El potencial segmento de cliente que proyectamos tener a pesar de no ser una propuesta nueva, pero si muy innovadora en varios aspectos, por lo que será una ardua labor comunicarles que no se trata de la típica estancia de cuidado de adulto mayor, sino más bien un lugar de acompañamiento y una estancia diurna para lograr impactar en nuestro objetivo de cautivar ese segmento de público que tenemos como objetivo. Para lograrlo se establecerá una campaña promocional masiva que denote que somos la opción más acertada que pueden tomar.

Tiempo de duración de la campaña de unos dos meses aproximadamente.

Para establecer una campaña que impacte estableceremos las siguientes estrategias.

- Difusión masiva de brochures publicitarios en zonas aledañas.
- Realizar spots publicitarios en lugares estratégicos de santo Domingo.
- Enfocarnos con los detalles innovadores de la propuesta.
- Incentivar con especiales en precios de apertura y fidelidad durante el primer año.
- Ofrecer planes múltiples ` para que puedas elegir el que más adapte a ti.

Entre las estrategias a desarrollar para nuestra campaña esta las siguientes:

Comunicación

Establecer campañas publicitarias para difundir los detalles de MEDCLINCK de manera tal que todos empiecen a tener nociones de ellos y así ir haciendo la plataforma idónea previa a nuestro lanzamiento.

- Desarrollar nuestra tarjeta de Gero puntos acumulables y canjeables para cualquiera de nuestros servicios
- Desarrollar tarjeta de membresía para clientes preferenciales. Esta tarjeta se le otorgara a los clientes que asuman el contrato por un año, en esta se encontraran los descuentos de los primeros 3 meses y puntos acumulables por cada 100dls pagados.
- Asociarse a geriatra y diabetólogos y otros médicos del área que atiendan esa población.

Campaña de expectación

En un periodo relativamente prudente iniciar con una estimulación local de la apertura de Mediclinck, el cual se retro estimularán los atributos y además se harán actividades para cautivar nuestro segmento de cliente.

- Ofrecer descuentos a nuestros primeros clientes.
- Ofrecer descuentos a nuestros clientes referidos, por clientes en el centro.
- Planes promocionales a quien asuman un contrato de permanencia de un año, ofreciendo permanecer en el plan premium sin coste adicional por los primeros 3 meses
- Asesoría nutricional personalizada gratis
- Ofrecer asesoría de alimentación en nuestro primer mes gratis.
- Ofrecer servicios de psicología, terapia cognitivo conductual en el primer mes del paciente gratis para facilitar el proceso de adaptación al nuevo entorno.

En las calles

- Usar calcomanías en nuestro vehículo de transporte, así como también en nuestros vehículos personal de modo que hagamos una actividad publicitaria libre de costo
- Distribución de brochures en zonas aledañas.

Campaña de apertura

Establecer una campaña masiva en redes sociales y medios de comunicación, donde se resalten las cualidades distintivas y así, además, de difundir las ofertas motivo a apertura de nuestra institución y denotando nuestro compromiso social.

Etapas de Fidelización

Medclinick se auxiliara de varios métodos de fidelización ampliamente conocidos en el Mercado y otros creados por sus inversionistas tomando en consideración el gusto y la necesidad de los clientes y usuarios. Entre los que destacan:

“invita un amigo”

- 10% de descuento en la inscripción y 1er mes de los nuevos clientes que lleguen al centro por referimientos de otros clientes del lugar, así como el mismo beneficio reflejado para el cliente referido.

Loyalty card

Esta tarjeta se les otorgara a los clientes que asuman el contrato por un año, en esta se encontraran los descuentos de los primeros 3 meses y puntos acumulables por cada 100dls pagados.

“Servicios gratuitos de acompañamiento por recurrencia en su uso”

- Una vez alcanzado el 3er servicio de acompañamiento por parte de los usuarios, estos se beneficiarán de 1 servicio extra de manera gratuita que pondrán utilizar cuando gusten

“GERO-puntos”

- Se creará una tarjeta de pagos donde por cada 100 dólares consumidos se le retribuirá 5
- GERO puntos que representaran dinero en efectivo aplicable a descuentos en uno de los servicios extras que ofrecemos.
- Tiempo estimado: mientras el cliente permanezca en la institución.

Etapas de desarrollo

Puesto en ejecución los planes de fidelización, esto generará buenos niveles de servicio y satisfacción de los clientes. En la etapa de desarrollo nuestra empresa contara con más actividades de temporada (domino, masajes) así como nuevos servicios médicos especializados (nutrición, diabetología) por lo que se incentivara el buen comportamiento de los usuarios, así como su correcta dedicación al bienestar de

su salud, teniendo como beneficio participar en ofertas de temporadas y descuentos en actividades para todo aquel que cumpla con lo requerido.

En cuanto a la estrategia de comunicación estará enfocada en: spots publicitarios, así como actividades al aire libre que demuestren a la población buena calidad de vida a las personas de 3era edad.

Actividades	Programa acciones de marketing																							
	Etapa Penetracion				Etapa de Fidelizacion								Etapa de Desarrollo											
	Año 1												Año 2y3											
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
1) Diseño de campaña y marketing plan																								
Agencia publicitaria																								
estudio de mercado o benchmarking																								
2) Marketing en la red																								
Blogueador en redes sociales																								
Campañas de publicidad online																								
informes de posicionamiento en buscadores																								
marketing consumidor final																								
Posicionamiento de confrontacion directa																								
Campañas de expectativas																								
Presencia en las calles																								
Campañas apertura																								
Geropuntos canjealos por servicios																								
difusion camapaña sensibilizacion																								
invita un amigo y recibe descuento																								
entrevista con lideres del sector																								
reuniones comerciales																								
seguimiento y monitoreo																								
Mejora continua e inovacion a tu servicio																								

Descripción logo

El color azul representa la paz que venimos a brindar a nuestros pacientes y sus familiares

El corazón: el amor con el que serán atendidos

Los ancianos: al público que vamos dirigido

La casa: para transmitir que somos un segundo hogar.

La palma de la mano: el servicio personalizado que brindaremos



Presupuesto

Aquí se presentará el estimado de precios que ofreceremos por nuestros servicios en base a nuestra cartera de servicio.

Tomando en cuenta las necesidades de nuestro segmento de mercado, la cual es particular;

- Personas de la tercera edad que necesite cuidados personalizados.
- Que residan el santo Domingo, D.N.
- Precio que maneja nuestra competencia

Inscripción	\$ 350 x 25	\$ 8750
Plan Básico (cuido de 8-6pm)	\$400 x 15	\$ 6000
Plan premium (el cuidado más acceso a todos los servicios).	\$500 x10	\$ 5000
Cuidado de media tanda (8-2pm)	\$250 x8	\$ 2000
Acompañamiento de citas de 3	\$50x 10 servicios mensuales	\$500

horas y un cargo de un 10% adicional por cada hora.	10% por hora= \$ 15	Es sugestivo a cuanto se prologue la espera de la atención.
Servicio adicional, bailoterapia y entre otros.	\$ 100 por cada Actividad adicional x 5	\$ 500

Total: \$22,750

Toda esta cartera de servicio nos representa nuestro ingreso bruto, para sustentar el proyecto de clínica de respiro, Medclinick. Con miras a su crecimiento.

Presupuesto para gastos de Marketing

Proyección para los recursos de nuestro plan de marketing

Marketing publicidad con afiches	50 afiches	\$ 110
Brochure	200 brochures	\$ 40
Lanzamiento con anuncio radial (dos semanas previas al lanzamiento)	2 semana	\$ 500
Calcomanías para socios y empleados, colocar en sus respectivos vehículos	30 Calcomanías	\$ 50
Promociona profesionales de la salud que atiendan esta población (geriatras, cardiólogos, etc.).	Lapiceros con el nombre de la empresa (200 unidades). 100 pisa papeles.	\$ 70
		\$ 100
Promocion de lanzamiento en los periodicos	10% de descuento de inscripción a los primeros 10 clientes. Por un mes	\$ 350
Estudio de Mercado	Un mes (listín Diario, esa información la saque de su portal)	\$300
Agencia Publicitaria		\$500
		\$600

Publicidad en Plataformas diitales		\$350
		\$380
Presupuesto total		\$3350

Mapa de Procesos

Para lograr obtener mejores resultados Medclinic há segmentado los procesos en estratégico, operativo y de apoyo.

- Los procesos estratégicos están orientados al cumplimiento de los objetivos a largo plazo de Medclinic. Este abarcará la planificación estratégica (columna vertebral del proyecto) y la gestión de calidad.
- Los procesos operativos van orientados al desarrollo propio de las actividades diarias de Medclinic, es decir son los que aportarán valor a la empresa. Este abarcará un grupo de proceso más numeroso que la anterior, los mismos lo expondremos más adelante.
- Los procesos de apoyo brindaran sustento a las actividades primarias de la empresa, al igual que los procesos operativos los iremos exponiendo a continuación.

Descripción de los procesos Medclinic

Procesos	Descripción del Proceso	Tipo de Proceso
Planificación Estratégica	Esta se encarará de articular y coordinar el plan de trabajo de manera que estén siempre enfocados hacia la consecución de los objetivos establecidos	Estratégico
Gestion de Calidad	Enfocado a garantizar el apego a normativas de calidad en todos los procesos llevado a cabo por Medclinic.	Estratégico
Gestión Financiera	Constituir y dar seguimiento a al presupuesto financiero con la finalidad de cumplir con las actividades propuestas sin exceder el mismo.	Apoyo

Asistencia Médica	Se responsabilizará de hacer las valoraciones medicas correspondiente, realizará el llenado de record médicos y sus evoluciones, programación de chequeos periódicos y llevará a cabo las labores educativos enfocada a la cuidados en la tercera edad.	Operativo
Recreación y Esparcimiento	Coordinará todas las actividades recreativas y de espaciamento de los usuarios (tomando en cuenta las características físicas y patologías agregadas de cada uno de los usuarios)	Operativo
Gastronomía	Se encargará de realizar el menú de nuestros usuarios buscando siempre que el mismo se adapte a las patologías de nuestros pacientes, que aporten los elementos nutritivos necesarios y que a la vez sean de buena aceptación por los comensales.	Operativo
Citas Médicas	Será responsable de coordinar todo lo relativo al servicio de citas médicas (disponibilidad de RRHH, reservaciones, coordinación del pago, etc.)	Operativo
Gestión de RRHH	Gestionar todo lo relacionado al talento humano de Medclinic, desde su reclutamiento y selección hasta la evaluación y seguimiento por competencias, aplicación de encuesta de clima laboral, aplicación de incentivos, programar programas de capacitación continua, etc. Responsable de que los colaboradores de Medclinic sean los más idóneos para realizar las labores propias de sus puestos de trabajo y cuenten con ambiente de estabilidad, crecimiento y desarrollo.	Apoyo
Tecnología	Gestionar todo lo relacionado con la parte tecnológica, búsqueda de nuevas innovaciones para el mejoramiento continuo de la infraestructura tecnológica de la empresa en relación con la aplicación de estas en el mercado. Mantenimiento y soporte a las plataformas Medclinic para un adecuado y eficiente funcionamiento.	Apoyo

Atención al Usuario	Responsable de ser el punto de interacción de nuestros usuarios y Medclinic. Este será responsable de dar curso a las quejas o sugerencias de nuestros clientes, así como suministrar toda la información requerida por los usuarios.	Apoyo
Compra y Contrataciones	Realizar y llevar control de las compras realizadas (entradas y salidas), además será responsables de establecer condiciones y especificaciones para los acuerdos de contratación y negociación con los proveedores.	Apoyo

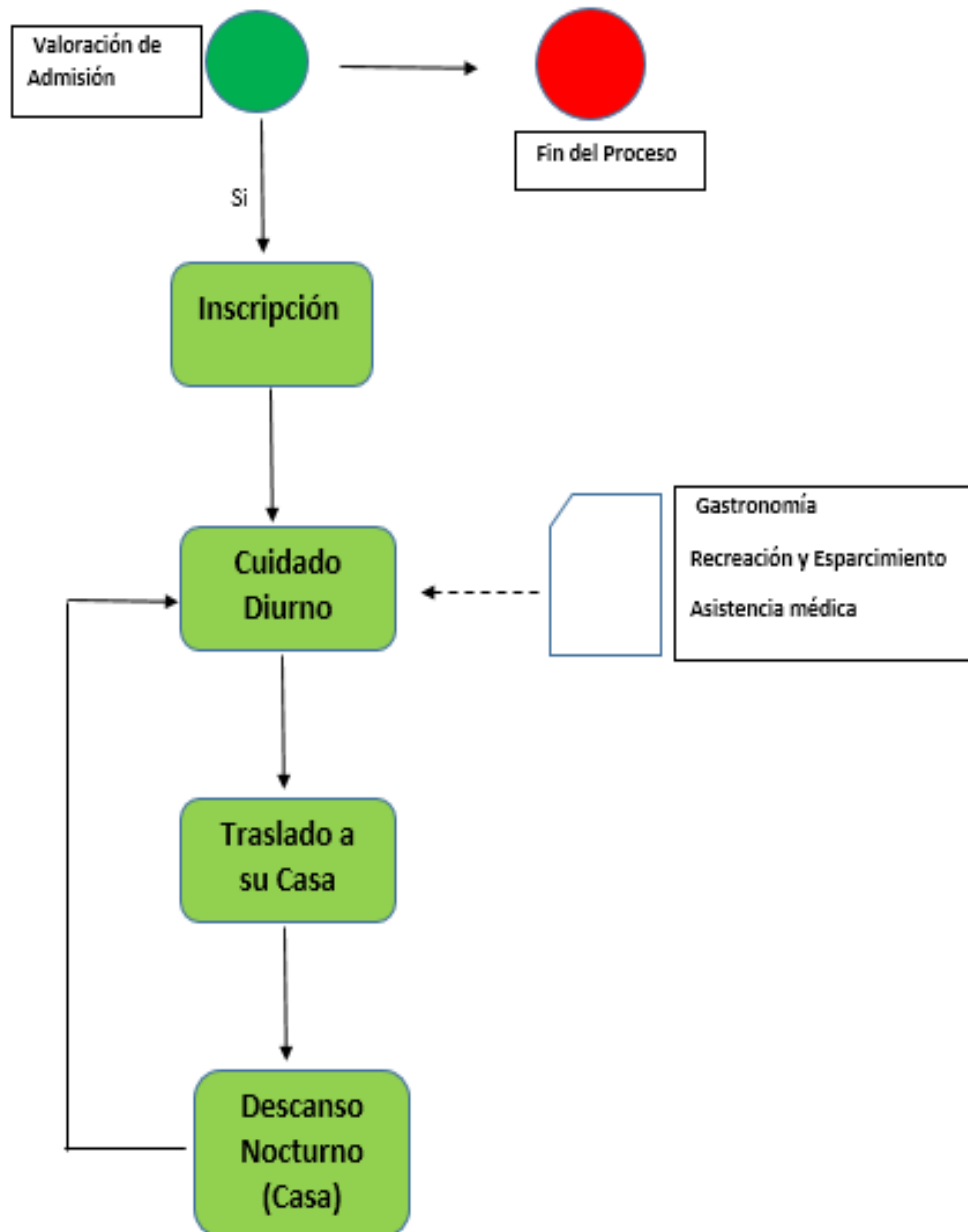
Fuente: Propia

Representación gráfica de los procesos Medclinic

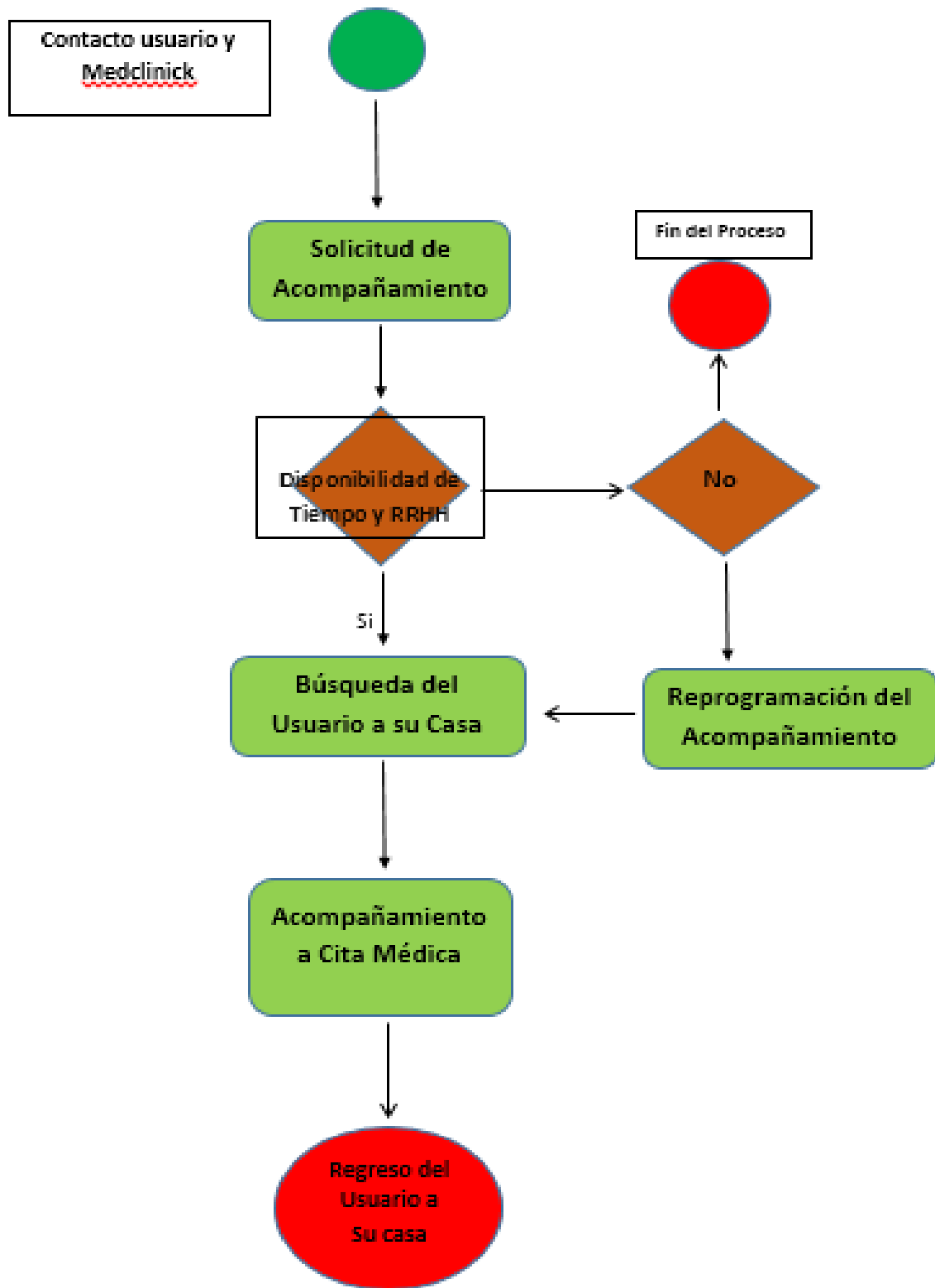
Medclinic busca ofrecer a sus usuarios la mejor experiencia posible, es por eso que hemos graficado los dos procedimientos (son los que expresan el desarrollo de cada proceso) que se constituyen en la razón de ser de Medclinic.

A continuación, presentamos los gráficos de dichos procedimientos:

- Cuidados Diurno



- Acompañamiento



	Descripción	Publico Objetivo	Fase de realización
1- http://Medclinick.ca.re.org	Nuestra página web pretende ofrecer la cartera de servicios, permitir la solicitud de nuestros servicios por el usuario, contactar con el personal de la empresa, emitir consejos, sugerencias y quejas.	Población de la tercera edad de 60 a 80 años. Población adulta de 35 a 55 años (Familiares o responsables).	En la fase de implementación del Negocio.
2-Medclinick apps privadas para los usuarios de nuestros servicio de cuidados	De acceso rápido, en la que tendrá a solo un clic de distancia toda la información de la empresa de una forma sencilla y eficaz. Esta app contará con las funciones: - Monitoreo de las actividades del adulto mayor donde los datos le llegan al paciente.	Población de la tercera edad de 60 a 80 años. Población adulta de 35 a 55 años (Familiares o responsables).	En la fase de implementación del Negocio.

<p>Medclinick apps privadas para los usuarios de nuestros servicio de acompañamiento</p>	<p>Envío de las informaciones de la cita médica de acompañamiento.</p> <p>-Envío de la hora de recogida del adulto luego de la cita.</p> <p>-Envío de recordatorio de la hora y día de la consulta médica y el horario de la recogida antes de la cita media</p>		
<p>3-Cuidados de personas de la tercera edad:</p> <p>Terapia ocupacional</p> <p>Bailoterapia</p> <p>Minitour manos arrugados</p> <p>Alimentación</p>	<p>Las terapias ocupacionales pueden representarles una potencial fuente de pequeños ingresos. Se trata de dos o tres talleres como bisutería, bordados y tejidos.</p> <p>Se impartirán Clases de baile dos veces por semana.</p> <p>Se promoverán visitas para conocer las instalaciones.</p> <p>Alimentación acorde a las necesidades de los adultos mayores.</p>	<p>Población de la tercera edad de 60 a 80 años</p>	<p>En la fase de implementación del negocio.</p>
<p>Actividades Recreativas</p>	<p>El juego de Dominó, Damas, Ajedrez y Bingo: mejoran la capacidad para resolver problemas, favorece la creatividad y potencia la memorización.</p> <p>Actividades para coordinar movimientos y mejorar las habilidades cognitivas, motoras y</p>		

Intervención psicomotriz	sensoriales tales como: Musicoterapia, manualidades, baile, gimnasia suave, expresión corporal.		
4-Acompañamiento a las consultas médicas: Transporte para el traslado de pacientes a las consultas médicas	Servicio de acompañamiento que permite solicitar el acompañante a través de la página web o vía telefónica hasta 24 horas antes de la consulta médica. Ofrecido por una empresa por servicios prestados	Población de la tercera edad de 60 a 80 años	En la fase de implementación del negocio.
5-Asistencia sanitaria:	. Asistencia en cuanto a la organización y seguimiento de consultas médicas y “mantenimiento” preventivo de aspectos de salud de rutina.	Población de la tercera edad de 60 a 80 años	En la fase de implementación del negocio.
- Apoyo psicológico:	Con el objetivo de prevenir cuadros de depresión y aumentar la autoestima.		

<p>-Realización de consultas médicas:</p>	<p>Realización de consultas médicas, prevención y promoción de salud. Este servicio será brindado por uno de los inversionistas que es Médico Familiar.</p>		
<p>- Regulación y administración de medicamentos:</p>	<p>Para este servicio contaremos con enfermeras capacitadas que llevaran un registro de los medicamentos usados por cada persona de la tercera edad y el horario a ser administrados.</p>		
<p>-Toma y registros de presión arterial, glucosa, peso y aspectos nutricionales</p>	<p>Contando con un personal capacitado para la realización y control de los mismos.</p>		
<p>6-Publicidad y Promoción</p>	<p>Realizaremos una campaña de publicidad con el fin de dar a conocer su cartera de servicios y los beneficios que brinda a la familia y al adulto mayor a través de varias plataformas de uso cotidiano en nuestro medio, entre estas citamos: - Internet (Página Web, App, Twitter, Instagram y Facebook)</p> <p>-Periódicos de circulación nacional y local.</p> <p>-Mediante visitas a diversas asociaciones sociales (junta de vecinos, asociaciones de madres, etc.)</p> <p>-Charlas de sensibilización sobre la importancia del cuidado en el envejeciente.</p> <p>-Distribución de volantes con nuestras novedades de apertura y cartera de servicios.</p>		

<p>7-Fidelización</p>	<p>Métodos de fidelización ampliamente conocidos en el Mercado y otros creados por sus inversionistas tomando en consideración el gusto y la necesidad de los clientes y usuarios. Entre los que destacan:</p> <p>Invita un amigo</p> <p>-10% de descuento en la inscripción y 1er mes de los nuevos clientes que lleguen al centro por referimientos de otros clientes del lugar, así como el mismo beneficio reflejado para el cliente referidor.</p> <p>Loyalty card</p> <p>Esta tarjeta se le otorgará a los clientes que asuman el contrato por un año, en esta se encontraran los descuentos de los primeros 3 meses y puntos acumulables por cada 100dls pagados.</p> <p>Servicios gratuitos de acompañamiento por recurrencia en su uso</p> <p>Una vez alcanzado el 3er servicio de acompañamiento por parte de los usuarios, estos se beneficiarán de 1 servicio extra de manera gratuita que pondrán utilizar cuando gusten.</p> <p>GERO-puntos</p> <p>-Se creará una tarjeta de pagos donde por cada 100 dólares consumidos se le retribuirá 5 GEROpuntos que representaran dinero en efectivo aplicable a descuentos en uno de los servicios extras que ofrecemos</p>		
-----------------------	---	--	--

	Tiempo estimado: mientras el cliente permanezca en la institución.		
--	--	--	--

-Identificación y descripción de los componentes de la oferta

Medclinick promete presentar al mercado una oferta innovadora y flexible enfocada también a la mejora de la salud y bienestar del adulto mayor, la cual considerará los siguientes servicios:

Definición de infraestructura

Infraestructura Física

Medclinick es un lugar de atención al envejecientes, dentro de ella tendremos una amplia cartera de servicios (citados en este documento, esta se ubicará en un lugar del sector Ensanche Quisqueya que garantiza la tranquilidad necesaria para lograr el descanso de nuestros usuarios.

A parte de la ubicación geográfica el local (la infraestructura) deberá garantizar elementos básicos para el buen desarrollo de los servicios brindados y a la vez garantizar la seguridad de nuestros usuarios, entre los elementos a tomar en cuenta a continuación citamos algunos que consideramos de suma importancia a tener en cuenta: área de esparcimiento, jardín, consultorio médico, área de juego, cocina, área de descanso; además se deberá tomar en cuenta que las escaleras cuenten con barandas, la existencia de rampas, inodoros bajos, duchas con superficies rugosas, etc.

La infraestructura para el centro debe cubrir una serie de requisitos, entre los que se destacan

- se encuentra ubicado en una amplia área de construcción, donde podemos alojar cómodamente a nuestros huéspedes y proveerles todos los ambientes y espacios necesarios para su bienestar integral.
- amplios jardines para realizar actividades de recreación, caminatas asistidas etc.
- consultorios médicos
- aparcamiento de vehículo destinado al servicio de acompañamiento

Infraestructura Tecnológica

MedCliCare App y <http://Medclinick.care.org> constituyen la base de nuestra plataforma tecnológica, esta servirá de apoyo a la gestión de varios procesos y la interacción con nuestros usuarios.

Mediante estas plataformas los usuarios tendrán la facilidad de conocer quiénes somos, que servicios brindamos, realización de citas, pago de servicios prestados entre otros.

Al finalizar su experiencia podrán expresar sus opiniones y posibles recomendaciones calificando con estrellas el servicio brindado a su familiar.

Detalles Funcionales

El sistema dispondrá de varios módulos orientados a distintos perfiles, A nivel de interfaces medclinick tendrá un portal web y una aplicación móvil con distintas funcionalidades. Portal Web El portal <http://Medclinick.care>, permitirá a los clientes ver nuestra cartera de servicios, personal y disponibilidad del centro en nuestro calendario online el tiempo de duración para la aprobación acceder a todos nuestros servicios, será de menos de 24 horas, vía correo electrónico. Además, será compatible con los principales navegadores de internet que hay en el mercado (Google Chrome, Firefox, Internet Explorer, Safari, entre otros). Aplicación Móvil La aplicación estará disponible para los sistemas operativos Android, IOS y Windows Mobile. Su contenido estará orientado al perfil de usuario que la utilice para el monitoreo de su familiar y acceder a todos los servicios que ya posee el portal web.

Características de la Plataforma medclinck

Tomando en cuenta las tendencias tecnológicas y las preferencias de los usuarios, dispondrá en su plataforma una serie de características esenciales, las cuales incluyen las siguientes:

Dominio: El Portal web tendrá como dirección web principal <http://Medclinick.care.org> tiene un costo de registro de US\$120.00 por dos años. El Registro de Nombres de Dominio “.org” es gestionado por el Public Interest Registry.

Escalabilidad: La plataforma estará en una infraestructura que permita ajustar los recursos a medida que la demanda de usuarios vaya aumentando y se necesite una expansión del mismo.

Compatibilidad con dispositivos móviles: Para que los usuarios tengan una experiencia única el portal web tendrá un diseño totalmente responsivo y con capacidad para adaptarse a cualquier pantalla de los dispositivos móviles (celulares, tabletas, etc.) de la actualidad.

Gestión de cuentas: Los usuarios podrán visualizar en un espacio privado información sobre sus familiares, comentarios realizados por los médicos.

Gestión del catálogo de productos: Para facilitar el acceso y selección mantendremos actualizada y clasificada la cartera de nuestros servicios, Entre las principales características del servicio tenemos los siguientes:

- Alojamiento.
- Alimentación.
- Cuidado médico.
- Terapia física.
- Terapia psicológica y psicomotriz
- Actividades recreacionales.
- Paseos y visitas guiadas.

Con nuestros diferentes planes y servicios de manera detallada permitiendo así que el cliente seleccione lo que más se ajuste a sus posibilidades y necesidades del momento.

Búsquedas filtradas: Los usuarios podrán realizar distintos tipos de búsquedas en la plataforma para explorar el catálogo de servicio. Además, podrán aplicar filtros de su preferencia, como por ejemplo horarios, plan básico, plan premium, entre otros.

Facilidad para configuración de ofertas: La plataforma permitirá que de forma fácil se pueda configurar ofertas y promociones en tiempos limitados. **Gestión de pagos:** La plataforma será capaz de aceptar múltiples opciones de pago tanto de manera electrónica (tarjeta de crédito y débito, transferencias bancarias, PayPal, tpago) como presenciales. El proceso de checkout del cliente será sumamente ágil y cumplirá con las características de seguridad necesarias, brindando un informe del comportamiento, alimentación y actividades realizadas

Servicio al cliente: medclinick tendrá las herramientas en su plataforma para que los clientes puedan comunicarse con nosotros y conocer el estatus de su pariente de manera rápida. Además, tendrán acceso a una base de conocimiento con preguntas frecuentes e instructivas.

Gestión de pedidos: Mediante las funcionalidades de este módulo se llenar una solicitud, marcando las fechas que requiera el servicio y brindaremos respuesta via correo electrónico de aceptación y disponibilidad, donde solo tendrá que concluir la solicitud con el método de pago de su preferencia. **Páginas informativas:** En esta colocaremos informaciones de la empresa, cómo funciona Medclinick los beneficios para los clientes y para el paciente, como contactarnos, entre otras.

Zona de administración: y reportes, entre otras actividades.

Seguridad: Las principales sesiones del portal como son la de registro, acceso, panel administrativo, configurar accesos, realizar solicitudes y la de pagos estará bajo una comunicación segura, encriptada, mediante tecnología SSL.

Control de enfermería

En esta área estarán las enfermeras habilitados para sus funciones específicas-cocina.

Próximo a la zona de comedor, el cual será extenso de 16 sillas, estará cocina de la residencia. En este espacio se emplatarán y manipularán los alimentos y finalmente servirán para la limpieza de la vajilla.

Zona de estar o de actividad

Dispondrá del equipamiento adaptado necesario para su uso, sillones, dotación de TV, etc.

Zona de visitas

Existirá un espacio donde se garantice la intimidad del familiar con el residente en un local distinto ubicado en nuestro jardín para que el familiar pueda caminar o participar en las actividades recreativas con su pariente

Aseos comunes

Se dispondrá un bloque de aseos por unidad o módulo, situado con vinculación directa y en las proximidades de la zona de estar, comedor y sala de visitas.

El número y dimensión de estos aseos viene determinado por la normativa específica sobre servicios residenciales de la Comunidad Autónoma. Normalmente se exige un inodoro y un lavabo por cada 15 personas usuarias.

Baño geriátrico

Se dispondrá un baño geriátrico, adaptado preferentemente mediante una camilla de ducha con barandas, un inodoro bajo y un lavabo, permitiendo la maniobra de una grúa geriátrica.

Aseo personal

Deberá preverse un pequeño aseo para uso exclusivo del personal del centro. Compuesto de lavabo e inodoro será de uso independiente del de los residentes.

Aparcamiento grúas

Habrà una zona para estacionamiento de un mínimo de dos grúas. El estacionamiento tendrá tomas de corriente suficiente para su recarga, y se ubicará en una zona de fácil acceso, siendo preferible ubicarlos cercanos a la zona de circulación. Se evitará que las grúas estacionadas invadan el pasillo.

Zonas exteriores

Zonas pavimentadas, diseñadas para la circulación de sillas de ruedas, formando un recorrido.

Como requisito para el alquiler del local que albergará las instalaciones de la empresa están: que cumpla con la legislación existente en aspectos de seguridad, medioambiente, entre otras, además del lugar y precio de alquiler.









Inversión Necesaria

A continuación, presentamos un cuadro donde expresamos la inversión necesaria a realizar por áreas específicas, los precios de los mismos serán referidos en el acápite que aborda lo relativo a presupuesto.

Requisitos legales	Inscripción ONAPI
Costos generales y administrativos	Computadora, escritorio, sillón, estante, impresora.
Local commercial	Pago de alquiler
Equipos y artículos operativos del área asistencial	Estetoscopio, esfigmomanómetro, glucómetros, escritorio, camilla, peso, sillón
Utensilios del área de cocina	Platos, cucharas, cuchillo, tenedor, vasos, nevera, estufa microondas
Equipamiento de los baños	Toalla, espejos inodoros bajos, barras de seguridad

Equipos y artículos del área de recreación	TV, muebles, sillones, juego de domino, parchís, agujas e hilos de tejer+
Equipos de Lavandería	Lavadoras, secadora hampers,
Equipos y artículos del área de jardín	Banco, jardineria accesorios
Soporte tecnológica	Computadora, routers.

Proveedores claves

Medclinick gestionara eficientemente sus operaciones, la cual lo haremos apoyados en proveedores idóneos que garantice un servicio de calidad y calidez para todos nuestros clientes.

Entre nuestros proveedores claves se destacan los siguientes:

- **Empresas de servicio tecnológico;** que se encargara del desarrollo y mantenimiento de nuestra aplicación y además el mantenimiento e innovación de nuestro sitio web.
- **Equipos y tecnología;** compra de equipos tecnológicos (computadoras, Tablet, etc.) y demás equipo de oficina.
- **Empresa contratista de transporte;** para nuestro servicio subcontratado de acompañamiento.
- **Empresa de preparación de alimentos;** la cual nos suplirás las dietas que serán emitidas para cada grupo de clientes.
- **Agencia publicitaria;** estudio de mercado y publicidad.
- **Empresas de telecomunicaciones;** empresas que suplirán los servicios de internet y demás servicios.
- **Empresa de bienes raíces;** que nos rentara el local.

CONTROL, PLANIFICACIÓN Y SOSTENIMIENTO DE LA GESTIÓN DE LAS OPERACIONES

La familia Medclinick contara con un enfoque integral al servicio del cuidado del adulto mayor y acompañamiento, con una gestión organizacional para lograr nuestros objetivos ya mencionados anteriormente, implementando estándares de calidad y humanización de los servicios u, como también usara la promoción de la educación continua tanto de nosotros como socios y del resto del personal para lograr mejor eficacia en nuestra clínica, con un espíritu de innovación en la gestión por procesos.

Logística

- Personal para llevar a cabo las tareas de acompañamiento del paciente.
- Subcontratación de una empresa de transporte.
- Espacios al aire libre y equipado para las actividades de recreación del personal, como equipo de música para las bailo terapias, juego de cartas, domino, etc.
- Nutricionista, manutención, alimentos, etc.
- Médicos para los servicios de consultas, como también personal de enfermería.
- Subcontratación de empresa de limpieza.

Recursos por utilizar

La estructura física del centro de respiro medclinick se obtendrá mediante el alquiler de un local que cumpla con el espacio y la distribución requerida por este tipo de empresa. Teniendo en cuenta un espacio con múltiples habitaciones, salas, baños, comedor, áreas verdes y terrazas. Dicho pago se realizará de manera mensual.

El horario de servicios de Medclinick comprende desde las 8:00 a.m. hasta las 6:00 p.m. entre lunes a viernes. Para calcular la cantidad de recursos humanos necesarios para ofrecer el servicio del centro de respiro hemos considerado como base la supuesta cantidad de 15 usuarios al inicio de los primeros meses de apertura hasta llegar a un total de 25 usuarios a fin de año. Dichos usuarios utilizaran nuestras instalaciones 5 veces por semana con un total de 20 días al mes. Con un pago aproximado de USD 400 mensual.

Para darle soporte a esta cantidad de usuarios proyectamos en un inicio contar con 3 cuidadores que se harán cargo de 5 usuarios cada uno para un total de cobertura de 15 usuarios. Luego de la apertura y de aumentar la cantidad de usuarios inscritos podremos aumentar los cuidadores a 5 para cubrir el cuidado de 25 usuarios simultáneamente.

En cuanto al servicio de acompañamiento medico iniciáramos con la contratación de un solo personal encargado de esta área con la capacidad de realizar 4 acompañamientos por días para un total de 20 a la semana y 80 al mes. De ser necesario por la demanda podríamos incluir más personal de acompañamiento solo si está justificado el uso.

Contaremos con un servicio de catering que nos proporcionara la alimentación correspondiente a la hora de almuerzo y la merienda vespertina. Se realizará una subcontratación del mismo que permita la

ventaja de no tener que asumir gastos de inversión en cocina sino más bien permita el beneficio de ganar ingresos gracias al uso de empresas aliadas.

Con relación al servicio de transporte es un recurso que no demandará inversión sino más bien generará beneficios económicos ya que se trata de la subcontratación de un chofer con su guagua el cual correrá con los gastos de mantenimiento y combustible. Se llegará a acordar un precio estimado para el cliente que utilice este servicio en el cual sea suficiente el pago del subcontratado, así como el pago a la misma empresa medclinck por ser de conexión entre usuario y subcontratado.

Otro recurso que no conlleva gastos es la función de los inversionistas como médicos propios de la empresa. Contamos con un cirujano general que se encargara del cuidado de heridas que se pudiesen manifestar en alguno de nuestros usuarios como consecuencia de inmovilización prolongada o incluso algún evento traumático durante su estadía en el centro. Se contará con un médico familiar encargada de llevar prevención de enfermedades a nuestros usuarios, así como manejar cualquier alteración metabólica que sea característica de esta población (hipertensión, diabetes) y por último contaremos con la capacidad de un auditor que se encargaran de la parte administrativa del centro.

Coste de operaciones

Las operaciones de Medclinick resultan en los siguientes costos fijos mensuales según las estimaciones:

Alquiler

La ubicación de Medclinick se ubicará en un punto estratégico donde según las encuestas hayamos notado mayor población de envejecientes con potenciales clientes. Nuestra empresa pretende alquilar una casa amplia con al menos 1000 mts/2 que este localizado en el sector Ensanche Quisqueya con poblaciones alrededor de varios poderes adquisitivo en cuanto a las clases sociales. El costo promedio de un local para estas zonas ronda los **\$800 dólares mensuales**.

Seguros

Para garantizar la tranquilidad de los socios en la inversión a realizar se utilizará una póliza de seguros que incluye los activos de la empresa. Así como cualquier mejora hecha en la infraestructura en el futuro. Esta póliza protege ante situaciones de robo, incendio, daños o responsabilidad civil. El costo de este servicio es de **2,000 mil dólares al año**. Dividido en 12 cuotas de 167 dólares.

Limpieza

Para mantener en excelentes condiciones de higiene del centro geriátrico, se procederá a contratar 2 personales de limpieza que permanecerá en las instalaciones diariamente. El costo de este servicio es de \$400 dólaresal mes suministrándole el pago mínimo estipulado por la ley a cada trabajador. Mas el

gasto mensual de productos de limpieza que ronda los 100 dólares al mes tenemos un total de **\$500 dólares al mes.**

Electricidad

Como el centro laborara de 8 am a 6 pm proyectaremos un cálculo de consumo de energía restringido a ese horario y de lunes a viernes. Entre los electrodomésticos que más generan energía estarán al menos 2 AIRE ACONDICIONADO SPLIT 20,000 BTU, 5 abanicos de techo, una nevera, uso ocasional de microondas, un bebedero, computadora, televisión, sistema de cámara, lavadora y secadoras. Todo esto genera aproximadamente un consumo de aproximadamente 1,200 KWH que multiplicado por 0.16 dólares por KWH (precio actual de la energía en el mercado dominicano) hace un total de **\$192 dólares al mes.**

Central telefónica, cable e Internet

Se contratará un servicio denominado Triple PLAY el cual combina los 3 servicios en un solo pago. Eligiendo el plan básico que consta de 150 minutos para llamadas locales, 10 Mbps de internet y más de 100 canales de televisión a un precio de **\$35 dólares al mes.**

Resumiendo, los costos operativos tenemos:

SERVICIOS	DOLARES MENSUALES
ALQUILER	\$800
POLIZA DE SEGURO	\$167
LIMPIEZA	\$500
ELECTRICIDAD	\$192
SERVICIOS DE CABLE, INTERNET, ETC	\$35
TOTAL AL MES:	\$1,695

Formación

Una vez identificadas las carencias de cada persona en relación con su perfil de competencias, la tarea principal tiene que ver con la formación que en muchos casos interpretamos como la realización de cursos, impartidos por centros especializados, ajemos a la residencia.

La formación es el camino para reducir las carencias de conocimiento de las personas, desarrollaremos un programa de capacitación y motivación para el crecimiento personal y profesional de nuestros colaboradores para potencializar sus habilidades, tales como:

- Programa de liderazgo
- Manipulación de alimentos
- Resolución de conflictos y habilidades de comunicación
- Charlas de bioética
- Cuidado de la espalda
- Capacitación de informática
- Capacitación de cuidados de personas de la tercera edad

Para tales capacitaciones que forman parte del programa de capacitación semestral, contrataremos una empresa externa por servicios prestados,

Además de la realización de cursos externos implementaremos:

- Sesiones de formación interna, en las que las personas que tienen los conocimientos explican al resto del personal lo que éstas necesitan para la realización de su trabajo.
- Creación de documentos sencillos y accesibles, en los que se expliquen los conocimientos necesarios para la realización del trabajo.
- Tutoría con la que, a partir de la identificación de las carencias individuales, se efectúa un trabajo de acompañamiento de cada persona para la mejora de sus habilidades y conocimientos.

La tarea es conseguir que estos conocimientos, localizados en personas concretas, se difundan al resto y se enriquezcan. Con la gestión del conocimiento ya no partimos de las carencias, sino que buscamos compartir en un nivel colectivo de lo que mejor sabemos hacer a nivel personal.

Perfil de Puestos

Especialmente al principio, se puede dar el caso de que una misma persona pueda estar encargada de varias tareas a un tiempo. La idea es optimizar la carga de trabajo, pero siempre ha de asegurarse que se tienen los conocimientos mínimos necesarios.

1-Dirección

La representación de la dirección del centro competará a dos socios, quienes se encargarán de realizar todas las gestiones de coordinación internas (en relación con la plantilla). Se presupone entre los socios máxima disponibilidad para atender la necesidad de la clínica.

Por supuesto, a medida que el proyecto avance se irá considerando la necesidad de ir incorporando personal y delegando tareas entre el resto de los socios que así lo deseen.

Las funciones que realizará el equipo de dirección serán, por tanto:

- -Organización, control, coordinación y seguimiento de todos los servicios existentes en la clínica.
- Proporcionar una adecuada recepción y acogida a los residentes.
- -Informar a los residentes sobre las características del servicio, dependencias, normas de convivencia y funcionamiento de la residencia.

- -Contactar y mantener comunicación fluida con los familiares de los residentes para favorecer la relación personal entre residentes y familiares.
- Dotar a los trabajadores de los medios y procedimientos necesarios para la buena conservación y mantenimiento del centro.
- -Funciones propias de Recursos Humanos: elaboración de estrategias de RRHH (formación del personal, desarrollo profesional, etc.), anticipar las necesidades de recursos, soporte a la realización de entrevistas.
- -Realización de las tareas administrativas requeridas por el centro.

2-Médico (especializado en geriatría o Medicina Familiar)

Uno de los socios de la empresa será también el coordinador médico, por lo que compaginará las actividades de dirección de la empresa y del servicio médico. Desde el punto de vista asistencial, será responsable de las siguientes tareas que irá delegando en la medida de lo posible:

-Supervisar las labores del personal sanitario (auxiliares de enfermería, enfermería y controlar la dieta alimenticia de los residentes.

-Desarrollar programas de educación sanitaria para los residentes y para los trabajadores, en coordinación con el director general.

-Prestar asistencia a los residentes y en la medida de lo posible acompañarlos en los traslados sanitarios si así lo amerita.

-Para los nuevos ingresos, realizar el historial clínico. Elaborar los escritos, informes y/o documentos que el servicio requiera.

- Informar de toda incidencia observada en los residentes y recoger y transmitir la información recibida de los familiares.

-Responder a aquellas preguntas que profesionales y familiares le hagan en virtud de sus funciones. Solicitar a los demás responsables la información precisa.

No tendrá un horario fijo para la atención del público, estando a disposición de cualquier usuario para atender las consultas que quieran realizar.

3-Enfermería

Dependientes del cuadro médico, las funciones principales de las enfermeras serán:

- Atención personalizada a los usuarios en cuidados de enfermería.
- Ayudar a las auxiliares de enfermería con el desayuno y las comidas.
- Realizar curas, controles y preparar medicación.

4-Terapeuta ocupacional

Dependiente de servicios sociales, y en coordinación con el cuadro médico, un inversionista que es médico general realizará:

- -La valoración de las capacidades y limitaciones de los residentes.

- -El entrenamiento y reeducación de las actividades de la vida diaria (autocuidado, movilidad, habilidades sociales...).
- La adaptación y readaptación funcional a través de actividades terapéuticas.
- -La evaluación y análisis de la evolución del tratamiento rehabilitador.
- -Estímulo de la realización de actividades recreativas... y nuevas formas de ocupación del tiempo libre.
- El desarrollo de actividades de autoayuda y de la vida cotidiana.

5-Auxiliar de Enfermería

Dada su estrecha relación con los residentes, la auxiliar de enfermería cuidadora de personas de tercera edad desempeñará un papel clave en la residencia. Son el punto de apoyo de los residentes y juegan un papel de psicólogos.

Funciones:

- Atención directa con el residente, interactuando en los cuidados físicos (higiene, alimentación) y fomentando en lo posible el mantenimiento de la autonomía.
- Servir de apoyo/enlace entre el resto de los profesionales y sus familiares.
- Ayudar en el traslado de usuarios dentro del mismo centro.
- Realización de controles prescritos por el servicio médico (Verificación de Presión Arterial, control de glucosa.
- Aseo geriátrico.
- Ayudar en terapia ocupacional.
- Administración de medicamentos por vía oral y subcutánea.
- Movilizaciones.

6-Informática

Para los servicios de informática se firmará un contrato de servicios informáticos con un proveedor externo, por un periodo inicial de 1 año y posterior renovación con carácter anual.

El suministrador instalaría un número suficiente de equipos (ordenadores, servidores, impresoras y otros elementos) que serían de su propiedad, y gestionaría la instalación y actualización del software necesario para el funcionamiento de la residencia.

Proporcionaría soporte in-situ durante el período de puesta en marcha del servicio, y tendrá habilitada una dirección de correo electrónico para atender cuestiones en un horario a determinar.

Las tareas que realizará la empresa son las siguientes:

- Creación y actualización de una página web.
- Soporte a las incidencias que puedan suceder en la red y los diferentes ordenadores de la residencia.
- Realización de cursos básicos de informática hacia los colaboradores para que posteriormente estos puedan ayudar a los residentes interesados en cuestiones informáticas.
- Familiarización con el paquete informático adquirido para la gestión de la residencia.

La persona subcontratada deberá acudir a la clínica con el siguiente horario:

- Impartir capacitaciones sobre informática durante una hora, dos días a la semana, los tres primeros meses.
- Disponibilidad para acudir al centro en caso de anomalía en ordenadores y/o red, aceptándose el soporte técnico de manera remota.

7-Limpieza y jardinería

Para el correcto mantenimiento y conservación de todas las dependencias del Centro, se contará con los servicios de una empresa de limpieza.

Además de la limpieza habitual del edificio (habitaciones, consultorios, salas, etc.) se requerirá la limpieza de cristales y el pulido y abrillantado de suelos con la periodicidad según lo acordado con la empresa y la dirección de la clínica.

También se encargarán de la realización de tareas de desinfección y control de plagas, que podrá hacerse bimensualmente.

Para la limpieza del edificio se requerirá la presencia de al menos una persona entre las 8 de la mañana y las 6 de la tarde que pueda atender cualquier incidente. La limpieza general del edificio deberá realizarse siempre en los horarios: 9:00-14:00 y 16:00-17:00 para minimizar las molestias a los residentes.

Se debe contar con los servicios de un jardinero que efectúe los cuidados necesarios para la correcta conservación de los jardines de la residencia. No será necesario que esta persona acuda diariamente a la residencia, siendo necesaria su presencia tan sólo dos días a la semana durante 4 horas.

El jardinero podría involucrarse en el desarrollo de un huerto en las instalaciones del centro, en el caso de que los residentes estuvieran interesados en participar en este tipo de actividades como parte de la oferta hecha por el centro. Considerando que existe un porcentaje elevado de personas mayores del pueblo que suele explotar su propio huerto, es una forma de mantenerles entretenidos y facilitar su integración en el centro.

8-Lavandería

Esta actividad será subcontratada a una empresa externa con la que se acordarán las condiciones del servicio: calidad deseada, horario de recogida y entrega del material.

9-Cocina

Desde un punto de vista dietético y nutricional, los menús en las residencias necesitan tener unas derivaciones para atender a las dietas con mayor incidencia (diabética, hipocalórica etc.). Pero tan importante como eso, o más, es el dar respuesta a las necesidades de los residentes en materia de adaptación de texturas de los alimentos (dieta blanda, dieta triturada, etc.). Una persona mayor con problemas de masticación o de deglución que no tenga una alimentación adaptada a sus necesidades es muy probable que caiga en un estado de malnutrición.

El reto diario para este servicio consiste en adaptar y personalizar la alimentación para conseguir que las personas mayores estén bien nutridas y, además, puedan disfrutar del hecho de alimentarse, contribuyendo de esta forma a mantener y mejorar su calidad de vida.

El servicio de alimentación en las residencias implica, entre otras cosas, el uso de materias primas de calidad, la transformación de las mismas por parte de personal profesional y una presentación cuidada y adaptada a las necesidades del residente, todo ello en un ambiente de máxima seguridad higiénico-sanitaria. Sólo así se conseguirá una buena calidad percibida por parte del residente y de sus familiares.

Cumplir estas cuatro condiciones exige de unos medios materiales, técnicos y humanos que no podemos escatimar en aras de un supuesto ahorro.

Los servicios que ha de prestar el servicio de cocina serán los siguientes:

1. Organización, control y gestión del servicio de cocina de la residencia.
2. Menús especiales.
3. Dietas hiposódicas e hipocalóricas.
4. Dietas diabéticas y blandas.
5. Selección de proveedores, gestión de compras y pago a proveedores.
6. Planificación y elaboración del servicio de comidas para el centro-residencia de:

Merienda

Almuerzo

Merienda

Se elaborará una propuesta de menú cada mes incluyendo un menú normalizado, una dieta hipocalórica y/o dieta blanda. Dicha propuesta será revisada, corregida y aprobada por el servicio médico de la residencia.

El servicio de cocina será siempre supervisado por la dirección para que se pueda realizar el servicio de distribución de comidas, control de regímenes, servicios especiales, montaje, limpieza y retirada del servicio.

10-Servicio de psicología

Dependiente del cuadro médico realizará las tareas de evaluación, diagnóstico y tratamiento de problemas específicos de la tercera edad, tales como el Alzheimer. Adicionalmente será requerido para las siguientes actividades:

- Valorar el estado cognitivo y mental de los residentes, facilitando una distribución óptima de habitaciones.
- Realizar un seguimiento regular (inicialmente semanal) de los residentes, con el claro propósito de permitir detectar problemas incipientes.
- Intervenir en las actividades grupales, así como en las actividades de estimulación cognitiva. Participará en la programación de talleres, actividades, etc.
- Tratar con las familias, junto con la dirección, especialmente durante el proceso de ingreso y en los primeros días.

Al inicio este servicio lo realizará un médico general que es uno de los inversionistas.

11-Acompañante a las consultas médicas:

Para este servicio contrataremos un personal auxiliar de enfermería que se encargará de acompañar a las consultas médicas a los pacientes que soliciten el servicio.

Funciones:

- Apoyo emocional y compañía en las consultas médicas.
- Registrar en una ficha individual la situación de salud del paciente.
- Registro de Medicamentos de uso continuo.
- Registrar la fecha de retorno a la consulta médica.
- Facilitar el tratamiento individual: mayor comprensión del tratamiento y ayuda al mejor cumplimiento de las indicaciones médicas.

OTROS SERVICIOS - SUBCONTRATACIONES

Se desea ofrecer las características de un centro geriátrico de calidad y de excelente servicio hacia los residentes. Para conseguir este objetivo, no todas las actividades de la residencia han de ser realizadas necesariamente por personal propio. En aquellas actividades, en las que no se disponga un conocimiento profundo por parte de los socios, tras un estudio de viabilidad, se procederá a su contratación por empresas externas tales como subcontratación de servicios de limpieza, de suministros de alimentos (restaurante), mantenimiento.

Periódicamente se realizarán auditorías en la residencia de manera que se pueda contrastar tanto la calidad del servicio como el adecuado acatamiento del proveedor del servicio a la normativa aplicable.

Descripción de Prestos

NOMBRE DEL PUESTO	FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES	
Director	Servir de soporte para el cumplimiento y deberes de cada departamento.	
	Administrar los costos e ingresos de la empresa	
	Flexibilidad de horarios	
FORMACION	EXPERIENCIA	COMPETENCIAS
-Médico General -Master en Gestión Hospitalaria.	Minima 2 años	Liderazgo
		Planificación y organización
		Trabajo por objetivos

NOMBRE DEL PUESTO	FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES	
Medico (Geriatra o Médico Familiar)	Realizar los controles médicos periódicos a los usuarios	
	Llevar control del llenado de las historias clínicas, así como la calidad de misma.	
	Atender alguna emergencia de presentarse	
	Realizar toma de glicemia y TA periódicamente.	
FORMACION	EXPERIENCIA	COMPETENCIAS
-Medicina Familiar -Geriatría	Mínima 2 años	-Trabajo en equipo
		-Atención a detalles.
		-Buenas relaciones humanas.
		-Comunicación efectiva

NOMBRE DEL PUESTO	FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES	
Enfermería	Atención personalizada a los usuarios	
	Realizar curas, controles y preparar medicación	
	Administrar medicamentos	
	Supervisar el aseo personal de los usuarios	
FORMACION	EXPERIENCIA	COMPETENCIAS

Licenciada o auxiliar en enfermería	Mayor a 1 años	-Comunicación efectiva
		Planificación y organización

NOMBRE DEL PUESTO	FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES	
Terapeuta ocupacional	El desarrollo de actividades de autoayuda y de la vida cotidiana	
	Estímulo de la realización de actividades recreativas y nuevas formas de ocupación del tiempo libre	
	La evaluación y análisis de la evolución del tratamiento rehabilitador	
FORMACION	EXPERIENCIA	COMPETENCIAS
Médico general Diplomado en Terapia Ocupacional		Planificación y organización
		Comunicación efectiva
		Trabajo en equipo
		Liderazgo

NOMBRE DEL PUESTO	FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES
	Creación y actualización de nuestra plataforma web
	Actualización y mantenimiento de los

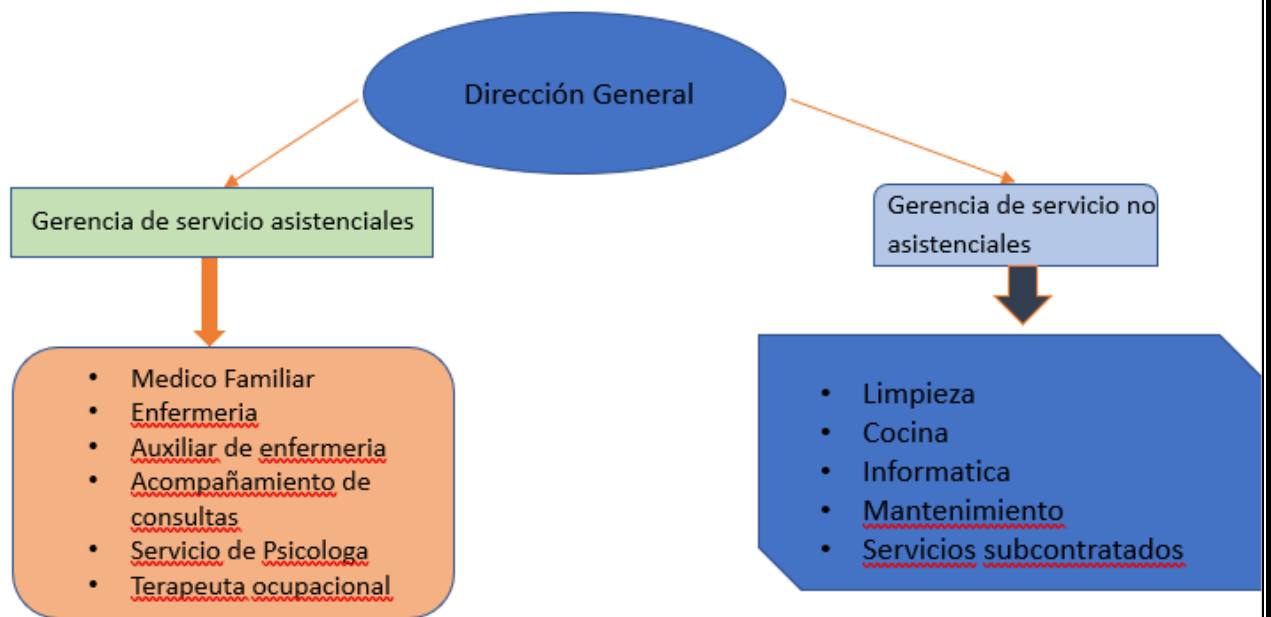
Informático	diferentes ordenadores de la residencia	
FORMACION	EXPERIENCIA	COMPETENCIAS
Técnico Informático	6 meses	Planificación y Organización
		Innovación
		Flexibilidad
		Coordinación

NOMBRE DEL PUESTO	FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES	
Limpieza y jardinería	Mantener la higiene del centro.	
	Realizar las labores propias de jardinería	
FORMACION	EXPERIENCIA	COMPETENCIAS
	6 meses	Disponibilidad
		Comunicación
		Empatía
		Adaptabilidad

NOMBRE DEL PUESTO	FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES	
Encargada de Cocina	Organización, control y gestión del servicio de cocina de la residencia	
	Regular las dietas de los usuarios	
	Garantizar la higiene del área	
FORMACION	EXPERIENCIA	COMPETENCIAS
	6 meses	Planificación y Organización
		Toma de decisiones
		Coordinación

NOMBRE DEL PUESTO	FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES	
Servicio de psicología	Valorar el estado cognitivo y mental de los residentes	
FORMACION	EXPERIENCIA	COMPETENCIAS
Psicólogo	1 año	Capacidad analítica
		Toma de decisiones
		Comunicación
		Orientado al paciente

NOMBRE DEL PUESTO	FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES	
<p style="text-align: center;">Gestor de acompañantes a las consultas médicas</p>		
FORMACION	EXPERIENCIA	COMPETENCIAS
		Empatía
		Orientado al paciente
		Toma de decisiones
		Comunicación



Necesidades de personal planteadas

Medclinick tendrá un centro de servicio ajustado estrictamente al nivel de operaciones planificados.

Puestos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Director	1	1	1	1
Médicos (nutricionista/Familiar)	2	2	2	2
Psicólogos	0	1	1	1
Enfermeras	1	2	2	3
Fisioterapistas	0	1	1	1
Auxiliar de enfermería	2	4	4	6
Técnico de Informática	1	1	1	1
Conserje	1	2	2	3
Jardinería	1	1	1	1
Cocina	1	2	2	3
Personal de acompañamiento	1	2	3	4

Total	11	15	20	26
-------	----	----	----	----

El área de mayor cambio en nuestra planificación de recursos humanos es el uso del personal de enfermería y personal de acompañamiento, debido a que pretendemos ir ganando clientes y usuarios en el transcurso de los años manteniendo los estándares de calidad en el servicio.

En cuanto a la parte de informática serán subcontratadas como Outsourcing.y algunos servicios médicos se pagarán por pacientes atendidos.

Gastos de personal

Basándonos en la estructura del personal, nuestros gastos para suplir a dicho personal en cuanto a salarios y aportaciones a la Seguridad Social incurren en lo detallado a continuación:

Gastos Recursos Humanos	Salario fijo (Bruto)	ANUAL
Salarios	3,830 UDS	45,960 USD
Seguridad Social	845.5908 USD	10,147.0896 USD
Total Gastos Recursos Humanos	4,675.5908 USD	56,107.0896 USD

Política retributiva

Medclinick una empresa con un compromiso social elevado y un personal calificado en sus áreas de trabajo, cuenta con políticas retributivas competitivas y acorde a la vanguardia y estándares de nuestros tiempos con lo que se busca un personal satisfecho y comprometido con los objetivos de la empresa que nos garantizan el éxito.

Como sabemos la retribución familiar es un pilar importante en el desarrollo y sostén del núcleo familiar por lo que se establecen políticas competentes y los beneficios propios del código de trabajo contribuyendo al desarrollo social.

Las asignaciones de retribución salarial sería las siguiente las cuales pueden verse sujetas a cambios con el crecimiento de nuestra familia a través del tiempo:

Puesto	Salario fijo (Bruto)
Recepcionista	\$ 235
Geriatra o familiar (Dra. Gladys, socia)	\$ 600
Nutricionista (Dr. Arias, Socio)	\$ 600

Director	\$ 800
Limpieza	\$ 200
Mayordomía	\$ 150
Enfermería	\$ 200
Aux. enfermería	\$ 27
Terapia ocupacional	\$ 250
Psicología	\$ 500
Asistente social para acompañamiento a citas Camarero	\$ 170 Mas comisiones, \$ 265

Tipo de sociedad y forma jurídica de la empresa

La identidad que asumirá legalmente la empresa teniendo en cuenta, a su titularidad y la responsabilidad de los propietarios en términos legales, es lo que definirá la forma jurídica de la misma, valorando para ello los instrumentos y alternativas que nos proporciona la disciplina del Derecho

En base a la Ley General de Sociedades Comerciales y Empresas Individuales de Responsabilidad Limitada No. 479-08, modificada por la Ley 31-11, se reconocen y se regulan distintos tipos de sociedades, siendo Mediclinick una Sociedad Anónima Simplificada (SAS), en este caso una Sociedad de médicos inversionistas dotada de una libertad contractual y constituida por seis (6) socios, con un capital social de USD\$ 60,000.00. La administración de la misma residirá en un Consejo de Administración.

Procedimientos referentes a la constitución de una empresa

La legislación relativa a las compañías en República Dominicana está contenida en:

- Código de comercio
- Ley General de las Sociedades Comerciales y Empresas Individuales de Responsabilidad Limitada No. 479-08

Pasos esenciales para el registro de empresas en República Dominicana

1. Para incorporar la sociedad en el país, lo primero es registrar el nombre comercial ante la Oficina Nacional de la Propiedad Industrial (ONAPI), en el departamento de signos distintivos previo cumplimiento de los requisitos exigidos por dicha entidad. Es necesario realizar una comunicación

solicitando el nombre comercial o llenar el formulario en la Oficina Nacional de la Propiedad Industrial ONAPI.

Requerimientos o requisitos:

Formulario electrónico aprobado por la ONAPI, conteniendo los siguientes datos:

- Denominación solicitada.
- Indicar el tipo de signo (nombre comercial).
- Breve descripción de la actividad comercial.
- Nombre(s) y apellido(s) del solicitante.
- Domicilio para fines de notificación.
- Teléfono y/o correo electrónico.
- Número y copia de documento de identidad.
- Si posee representante, los datos generales y Poder de Representación.
- Firma del solicitante o representante.
- Pago de la tasa correspondiente.

El horario de prestación de servicios es de 8:00 a.m. a 3:30 p.m., ya sea presencial o vía electrónica, tiene un costo de USD\$ 96,11 y conlleva un tiempo de realización de 5 días laborables, obteniendo luego un Certificado de Registro.

2. Luego en la Dirección General de Impuestos Internos (DGII), pagar el impuesto por constitución de compañía, vía departamento de Sociedades Comerciales. El pago del mismo dependerá del capital social autorizado (equivale al 1% del Capital Social Autorizado), el cual al ser efectivo genera una autorización. Se puede acceder a la página Web www.dgii.gov.do.

3. Registrar los Documentos Legales en la Cámara de Comercio y Producción de Santo Domingo

Prosiguiendo con el depósito de los documentos corporativos ante la Cámara de Comercio y Producción de la provincia o ciudad en donde estará ubicada la empresa para solicitar el Registro Mercantil.

Requisitos:

- Depositar los documentos legales y originales y tres copias.
- Llenar formulario de solicitud de Registro Mercantil.
- Copia de cédulas y/o pasaportes de los accionistas de la compañía.
- Copia del registro de Nombre Comercial.
- Copia del recibo de pago de impuesto por Constitución de Compañía.

4. Por último, se debe solicitar el Registro Nacional de Contribuyentes (RNC) ante la Dirección General de Impuestos Interno (DGII), vía el departamento de Sociedades Comerciales, y es un servicio gratuito.

Requisitos:

- Formulario de Registro Nacional de Contribuyente (RNC).
- Copia de registro de Nombre Comercial.
- Copia del Registro Mercantil.

Costo y duración para la constitución de la compañía.

Procedimiento	Duración	Costo
Solicitar el registro del Nombre Comercial en la Oficina Nacional de Propiedad Industrial (ONAPI)	Cinco (5) días laborales.	USD\$ 96.11
Pagar el impuesto de constitución en la Dirección General de Impuestos Internos (DGII).	Un (1) día (simultáneo con el trámite anterior).	USD\$ 600.00
Registrar la empresa en el registro mercantil de la Cámara de Comercio y Producción.	Cinco (5) días laborables, o en 24 horas si es servicio VIP.	USD\$ 81.00 (Virtual) USD\$ 162.00 (Presencial)
Solicitar la inscripción en el Registro Nacional de Contribuyente (RNC) a la Dirección de Impuestos Internos (DGII) y solicitar comprobantes fiscales.	Siete (7) días laborables.	Gratuito
Honorarios del Abogado	17 días laborables. 13 días laborables (si se opta por servicio vip para el registro mercantil).	USD\$ 200.00

Fuente: DGII, ONAPI y Cámara de Comercio y Producción.

Luego de Constituida la empresa se procede a registrarla en el Consejo Nacional de la Persona Envejeciente (Conape)siendo este servicio gratuito

CAPITULO I

NOMBRE. DURACIÓN, RADIO DE ACCIÓN. DOMIÓLO Y OBJETO

ARTICULO.1. La entidad que por medio de estos estatutos se reglamenta se denomina MEDCLINICK, es una entidad de derecho privado sin ánimo de lucro, constituida dentro de la Constitución, la Ley y los presentes estatutos.

ARTICULO 2. El término de duración de la empresa será indefinido, pero podrá ser disuelta solo cuando los socios fundadores dispongan.

ARTICULO 3. En el cumplimiento de los fines para las cuales ha sido creada la clínica geriatra de MEDCLINICK tendrá su Jurisdicción en el Distrito Nacional.

ARTICULO-4. La clínica MEDCLINICK tendrá como sede y domicilio principal el Distrito Nacional, en el Ensanche, y podrá establecer dependencias en las demás ciudades del país donde se reúnan las condiciones necesarias para su funcionamiento, de conformidad con la reglamentación que se establezca. Dirección: Calle Juana Méndez No.12, Ensanche Quisqueya.

ARTICULO 5. El objeto principal de la clínica MEDCLINICK es el servicio de cuidado del adulto mayor, como acompañamiento del mismo a sus citas médicas, ETC.

CAPITULO II

DISPOSICIÓN SOBRE EL PATRIMONIO

ARTICULO 6. El patrimonio de la clínica estará constituido por: (1) La totalidad de los bienes muebles e inmuebles, tangibles e intangibles de lo cual se tendrá un inventario detallado, con su valor comercial o estimado, (2) Ingresos por servicios prestados a la población objeto.

PARÁGRAFO: El capital inicial con el que contará MEDCLINICK, será la suma de SESENTA MIL DOLARES. (\$60.000. 00) recursos que serán aportados por los SOCIOS y consignados en la cuenta abierta para tal fin.

ARTICULO 7. Los bienes de la Empresa no serán destinados para fines distintos a los autorizados por las normas estatutarias, sin perjuicio de utilizarlos para acrecentar el patrimonio y rentas, con miras a un mejor logro de sus objetivos.

ARTICULO 8. Son deberes de los miembros:

- a) Compartir los principios y objetivos de la Empresa y propender por el cumplimiento de sus fines.

b) Someterse a los Estatutos y reglamentos de la Empresa y a las decisiones de los órganos administrativos.

c) Asistir a las reuniones.

d) Participar activamente en los programas de la Empresa.

ARTICULO 9. Son derechos de los socios:

De los socios fundadores/ adherentes: 1. Elegir y ser elegidos para desempeñar cargos de conformidad a la preparación y en las diferentes actividades de prestación de servicios que planifique la Empresa.

2. Participar con voz y voto en las reuniones y Asambleas de la Empresa directamente o mediante delegado debidamente acreditado.

Impuestos

Como en toda nación estamos obligados a cumplir ciertas obligaciones tributarias el cual de no ser aceptado conllevaría a sanciones y otros métodos monetarios que obliga nuestra carta magna y entre los impuestos caben destacar los siguientes.

- Impuesto sobre la renta (ISR), Es el impuesto que grava toda renta, ingreso, utilidad o beneficio, obtenido por personas físicas, sociedades y sucesiones indivisas, en un período fiscal determinado. Base Legal: Título II Ley 11-92 d/f 16/05/1992 y sus modificaciones. Este en una persona física ronda alrededor del 27%.
- Impuestos sobre activos, es un impuesto anual aplicable sobre los bienes en poder del contribuyente, sean estos personas jurídicas o personas físicas con negocios de único dueño.
- Impuesto selectivo al consumo (ISC), Es el impuesto que grava las transferencias de algunos bienes de producción nacional a nivel de fabricación, así como su importación; servicios de telecomunicaciones y de seguros.

- Servicios de Telecomunicaciones.
- Seguros en general.
- Emisión de Cheques y Transferencias Electrónicas.
- Base legal: Título IV Ley 11-92 d/f 16/05/92 y sus modificaciones.
- Su tasa dependerá del tipo de consumo o servicio.
- Impuesto a la transferencia de bienes industrializados y servicios (ITBIS), Es un impuesto general al consumo tipo valor agregado que se aplica a la transferencia e importación de bienes industrializados, así como a la prestación de servicios. En otros países este impuesto es llamado Impuesto al Valor Agregado (IVA). A partir del 2015 paso de ser de un 16% a un 18%.

Firma digital

Para la autorización de la firma digital, el instituto Dominicano de telecomunicaciones INDOTEL ha certificado a la cámara de comercio y producción de Santo Domingo

Requisitos solicitud certificado firma digita

Copia del documento de identidad solicitante

Copia del registro nacional de contribuyente de la organización solicitante

Copia del registro mercantil

Formulario solicitud

Autorización de la organización solicitante a la cámara de comercio y producción de Santo Domingo, para emitir el certificado de firma digital a favor del solicitante

Legislación Vigente

Son diversas las legislaciones vigentes sobre las cuales nuestra empresa se apoya para su correcto funcionamiento, las mismas las expresamos a continuación:

- Ley 479-08 sobre sociedades Comerciales
- Ley 3-02 sobre registro mercantil
- Ley 392-07 sobre competitividad e innovación industrial
- Ley 20-00 sobre propiedad industrial

- Ley 14-92 sobre Código Laboral dominicano
- Ley 87-01 sobre seguridad social

PLAN FINANCIERO

Después de haber realizado una panorámica pormenorizada de cómo está compuesto nuestro plan de negocio a continuación procederemos a detallar toda la información económica y financiera de Medclinick para calcular nuestros posibles ingresos y egresos, de esta forma podremos conocer la viabilidad y rentabilidad de nuestra empresa.

1. Supuestos y premisas

Nuestro plan financiero se realizará en base a la realidad económica, se tomara en cuenta la política fiscal, monetaria y cambiaria, establecida por el Banco Central de la República Dominicana y el gobierno dominicano.

Actualmente la republica dominicana tiene un valor cambiante del dólar a 51 por 1, se presenta una tasa de inflación de $4 \pm 1 \%$; la Ley 253-12 especifica que los contribuyentes deben pagar un 27 % de sus utilidades por concepto de impuesto sobre la renta.

2. Inversión en Inmovilizado

Los activos de Medclinick, al igual que en cualquier otra organización, constituyen un elemento clave e imprescindible en la etapa inicial y posterior desenvolvimiento de sus operaciones.

Al ser Medclinick una empresa de servicio y de cierta manera de características muy particulares tendremos una inversión elevada en inmovilizado material.

Al inmovilizado material corresponden el conjunto de elementos que forman parte de la estructura de la empresa y que le son necesarios para desarrollar su actividad con normalidad.

En las tablas siguientes presentamos la inversión tanto en inmovilizado material e inmaterial que realizara Medclinick.

Tabla Inmovilizado Material

Inversión Annual	Precio Unitario USD \$	Cantidad Necesaria	Año 1 USD \$	Año 2 USD \$	Año 3 USD \$	Año 4 USD \$	Año 5 USD \$
Acondicionamiento de las áreas	3189.2	1	3189.2				
Nevera Cocina	941.2	1	941.2				
Estufa	686.3	1	686.3				
Micro ondas	253.3	1	253.3				
Cafetera	235.3	3	188.49				
Vasos	0.69	50	34.50				
Tazas de Café	0,98	24	23.52				
Platos	1.48	50	74.00				
Cuchara	0.41	50	20.50				
Cubierto	0.49	50	24.50				
Cuchillo	0.49	50	24.50				
Termo de Café	9.8	4	39.20				
Cilindro de Gas	101.97	4	407.88				
Licuadaora	50.98	1	50.98				
Bebedero	235.30	3	705.90				
Aire Acondicionado	882.36	3	2647.08				
Sillas	18.83	50	941.50				
Mesas	62.75	12	753				
Sillones	294.20	15	4413				

reclinables							
Equipo de Música	235.29	2	470.58				
Teléfonos	39.22	4	156.88				
Smart TV	470.59	3	1411.77				
Computadoras	490.20	2	980.40				
Planta electica	882.36	1	882.36				
Cartuchos (Tonel)	54.92	3	164.76				
Impresora	219.60	2	439.20				
Router	74.51	1	75.51				
Bocinas Bluetooth	274.50	2	549				
Muebles	294.12	4	1176.48				
Calentadores	564.71	1	564.71				
Toallas	8.83	80	706.4				
Abanicos de pared	62.75	8	502				
Alfombras	15.69	12	188.28				
Silla de ruedas	221.56	4	886.24				
Muletas	37.26	3	111.78				
Andadores	70.59	3	211.77				
Almohadas	15.49	45	697.05				
Mesa de Domino	41.18	2	82.36				
Domino	7.84	3	23.52				
Casinos	1.47	4	5.88				
Parchís	1.47	3	4.41				
Manguera	14.80	2	29.60				
Aspersores jardín	23.53	4	94.12				

Escritorios	213.73	3	641.19				
Sillón de Escritorio	117.64	3	352.92				
Sillas de escritorio	37.31	6	223.86				
Camilla	113.72	1	113.72				
Balanza (Peso)	34.32	1	34.32				
Esfigmomanómetro	62.75	2	125.50				
Estetoscopio	22.55	2	45.10				
Glucómetro y tirillas	81.37	3	244.11				
Otoscopio	162.75	1	162.75				
Orinales	4.90	10	49				
Sábanas	4.92	50	246				
Nevera para medicamento	352.94	1	352.94				
Casilleros	141.18	5	705.90				
Vitrina	178.43	1	178.43				
Archivero	117.6	3	352.8				
Olla esterilizadora	221.57	1	221.57				
Cama	134.28	1	134.28				
Total USD \$			30000	-----	-----	-----	-----

Tabla Inmovilizado Inmaterial

Inversión Anual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Tramites leales por constitución (DGII)	USD \$ 600				
Consultoría Legal	USD \$ 200				

Nombre Comercial (ONAPI)	USD \$ 96.11				
Registro Mercantil (Cámara y Comercio)	USD \$ 81				
Creación de Mediclinick App	USD \$ 310				
Creación de página web	USD \$ 250				
Registro página Web	USD \$ 120		USD \$ 120		USD \$ 120
Mantenimiento de la App y Web	USD \$ 907.20	USD \$ 907.20	USD \$ 907.20	USD \$ 907.20	USD \$ 907.20
Total	USD \$ 2564.11	USD \$ 907.20	USD \$ 1027.27	USD \$ 907.20	USD \$ 1027.27

3. Plan de Financiación

Nuestra estrategia para la financiación inicial (para los primeros 5 años) consistirá en fondos propios que nos permitan arrancar el proyecto y darnos los resultados previstos de crecimiento. El financiamiento está conformado por un 100% de fondos propios equivalentes a un monto de US 60,000.00 dicho monto será devuelto a los inversionistas a razón de cuotas mensuales con interés del 9% a un plazo de 5 años.

Datos sobre préstamo en base a fondos propios

Monto solicitado	USD\$ 60,000.00
Valor de las cuotas	USD\$ 1,245.50
Duración	5 años
Tipo de interés a aplicar	9 %
Frecuencia de pago	Mensual

Amortización.

Años	Intereses	Amortización
1	4,996.05	9,924.75
2	4,062.86	10,883.15
3	3,041,93	11,904.08
4	1,925.25	13,020,76
5	703,81	14,242,2

Quando el proyecto muestre algún nivel de estabilidad y recurrencia en sus ingresos, recurriremos al préstamo bancario para impulsar el crecimiento y la expansión de la empresa.

Desde el inicio procederemos a trabajar en el perfil o historial crediticio de nuestra empresa.

Estableceremos una tarjeta de crédito a nombre de la empresa, logrando que el crédito de los proveedores se registre en el buró de crédito de la empresa, además aseguraremos mantener un historial de pago siempre impecable, de tal forma que cuando precisemos un préstamo bancario para expandir la clínica el crédito personal servirá de garantía complementaria y no de limitante.

4. Ingresos por prestaciones de Servicios

A continuación, expresaremos la proyección de ingresos por prestación de servicio basado siempre en el análisis de mercados expresado en acápite anteriores del presente documento. Se ha tomado en cuenta en el mismo las proyecciones de crecimiento para los próximos 5 años.

Nuestras previsiones de ingresos varían de acuerdo a los Servicios que ofrecemos en medclinick para nuestros clientes y usuarios. El precio podría aumentar según a inflación anual.

PREVISION VENTAS	Años de servicio				
	1er año de servicio	2do año de servicio	3er año de servicio	4to año de servicio	5to año de servicio
Numero de clientes	20	25	31	39	49
Pago de Inscripcion	\$350 USD X 20 usuarios: 8,750 USD	\$350 USD a 5 nuevos usuarios: 1,750 USD	\$350 USD a 6 nuevos usuarios: 2,100 USD	\$350 USD a 8 nuevos usuarios: 2,800 USD	\$350 USD a 10 nuevos usuarios: 3,550 USD
Plan basico	\$400 USD a 13 usuarios: 5,200 USD mensuales x12 meses: 62,400 USD anuales.	\$400 USD a 16 usuarios: 6,400 USD mensuales x12 meses: 76,800 USD anuales.	\$400 USD a 20 usuarios: 8,000 USD mensuales x12 meses: 96,000 USD anuales.	\$400 USD a 25 usuarios: 10,000 USD mensuales x12 meses: 120,000 USD anuales.	\$400 USD a 31 usuarios: 12,400 USD mensuales x12 meses: 148,800 USD anuales.
Plan premium	\$500 USD a 7 usuarios: 3,500 USD mensual x 12 meses:	\$500 USD a 9 usuarios: 4,500 USD mensual x 12 meses: 54,000	\$500 USD a 11 usuarios: 5,500 USD mensual x 12 meses: 66,000	\$500 USD a 14 usuarios: 7,000 USD mensual x 12 meses: 84,000	\$500 USD a 18 usuarios: 9,000 USD mensual x 12 meses: 108,000

	42,000 USD	USD	USD	USD	USD
Acompañamiento de citas	\$75 USD por cada servicio con 480 servicios al año: 36,000 USD	\$75 USD por cada servicio con 600 servicios al año: 45,000 USD	\$75 USD por cada servicio con 750 servicios al año: 56,250 USD	\$75 USD por cada servicio con 938 servicios al año: 70,350 USD	\$75 USD por cada servicio con 1,173 servicios al año: 87,975 USD
Servicio adicionales (bailoterapia y servicios médicos extras)	\$100 USD mensual por servicio. Uso de 5 usuarios al mes de este servicio: 500 USD por 12 meses: 6,000	\$100 USD Mensual por servicio. Uso de 6 usuarios al mes de este servicio: 600 USD por 12 meses: 7,200 USD	\$100 USD mensual por servicio. Uso de 8 usuarios al mes de este servicio: 800 USD por 12 meses: 9,600	\$100 USD mensual por servicio. Uso de 10 usuarios al mes de este servicio: 1,000 USD por 12 meses: 12,000	\$100 USD mensual por servicio. Uso de 13 usuarios al mes de este servicio: 1,300 USD por 12 meses: 15,600 USD
<u>Total, ingresos anual:</u>	155,150 USD	184,750 USD	229,950 USD	289,150 USD	363, 925 USD

Enfocados en el público de santo domingo y con el objetivo de mantener una atractiva oferta al mercado geriátrico, donde los clientes que pagan este servicio puedan sentirse a confianza de recibir un buen trato por el mismo precio que se exige desde el inicio de la apertura de medclinic. Nos propusimos realizar una proyección de ingresos a 5 años. Donde el precio del servicio no se vea aumentado, si no que podamos como empresa ir elevando la capacidad de demanda, a modo de garantizar mayor ingresos económicos en el futuro sin lesionar la confianza de aquellos clientes que desde nuestra apertura confiaron en nosotros.

Se le cobraría inscripción a todo nuevo cliente que quiera utilizar el servicio solo una vez. Luego de inscrito puede durar todos los años necesarios en la empresa sin necesidad de reinscripción.

Contando con dos tipos de paquete: plan básico y Premium (que incluye más tiempo de cuidado y acceso a actividades recreativas extras) logramos crear mayor capacidad de atracción a este último plan que ayuda en el aumento de los ingresos mensuales.

El servicio de acompañamiento a citas medica tiene un precio por servicio que se limita a 3 horas máximas. Luego de pasada la misma se cobrará un 20% del valor inicial del servicio por cada hora extra en espera de la consulta. Lo que contribuirá al aumento de los ingresos estimados.

Si logramos mantener el número de clientes desde el inicio de la apertura y trabajamos para incrementar los usuarios en los próximos años preveemos un aumento de los ingresos del 25% en cada año de la empresa a partir de su creación.

5. Gastos

En la tabla que presentamos a continuación podemos visualizar el comportamiento de los gastos de Medclinic.

Inversión Anual	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de Explotación o Fijos					
Gastos de Alquiler	USD \$ 9600	USD \$ 10560	USD \$ 11616	USD \$ 12777.60	USD \$ 14055.36
Gasto de Sueldo	USD \$ 56107.00	USD \$ 58912.35	USD \$ 61858	USD \$ 64950.85	USD \$ 68198
Gastos de Dieta	USD \$ 44200	USD \$ 48720	USD \$ 58224	USD \$ 70896	USD \$ 86736
Gasto de Publicidad	USD \$ 3350	USD \$ 2352	USD \$ 1175	USD \$ 1000	USD \$ 1000
Gasto de Mantenimiento	USD \$ 907.20	USD \$ 952.56	USD \$ 1000.19	USD \$ 1050.20	USD \$ 1102.71
Gasto de Servicios Públicos	USD \$ 3321	USD \$ 2724	USD \$ 2724	USD \$ 2724	USD \$ 2724
Gasto de Transporte	USD \$ 4512	USD \$ 5640	USD \$ 7050	USD \$ 8817.20	USD \$ 16666.20
Gasto de Seguros	USD \$ 2000	USD \$ 2100	USD \$ 2205	USD \$ 2315.25	USD \$ 2431.01
Gasto Varios	USD \$ 500	USD \$ 500	USD \$ 605	USD \$ 665.5	USD \$ 732
Gasto de Constitución de Compañía	USD \$ 1287.11				
Gasto por Depreciación de Activos Fijos	USD \$ 6000	USD \$ 12000	USD \$ 18000	USD \$ 24000	USD \$ 300000
Gastos Financiero	USD \$ 14920.80	USD \$ 14946.01	USD \$ 14946.01	USD \$ 14946.01	USD \$ 14946.01
Total USD \$	146705.11	159456.92	179403.2	204142.61	238591.29

6. Cuenta de Resultados.

En la tabla a continuación presentamos nuestra cuenta de resultados, esta nos permitirá visualizar la presencia de pérdidas o ganancias fruto de nuestras operaciones diarias.

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS:						
INGRESO POR SERVICIOS		155.150,00	184.750,00	229.950,00	289.150,00	363.925,00
MENOS GASTOS OPERACIONALES:						
Gastos de alquiler		9.600,00	10.560,00	11.616,00	12.777,60	14.055,36
Gasto de sueldo		56.107,00	58.912,35	61.858,00	64.950,85	68.198,00
Gastos de dieta		44.200,00	48.720,00	58.224,00	70.896,00	86.736,00
Gasto de publicidad		3.350,00	2.352,00	1.175,00	1.000,00	1.000,00
Gasto de mantenimiento		907,20	952,56	1.000,19	1.050,20	1.102,71
Gastos de servicios públicos		3.321,00	2.724,00	2.724,00	2.724,00	2.724,00
Gasto de transporte		4.512,00	5.640,00	7.050,00	8.817,20	16.666,20
Gasto de seguros		2.000,00	2.100,00	2.205,00	2.315,25	2.431,01
Gastos varios		500,00	550,00	605,00	665,50	732,00
Gastos de constitución de Compañía		1.287,11	-	-	-	-
Gasto por depreciación de activos fijo		6.000,00	12.000,00	18.000,00	24.000,00	30.000,00
Total de gastos operacionales		131.784,31	144.510,91	164.457,19	189.196,60	223.645,28
Sub total Resultado de Explotación		23.365,69	40.239,09	65.492,81	99.953,40	140.279,72
Menos: gastos financieros:						
Amortización de préstamo		9.924,75	10883,15	11904,08	13020,76	14242,2
Gasto por interés		4.996,05	4.062,86	3.041,93	1.925,25	703,81
Total gastos financieros		14.920,80	14.946,01	14.946,01	14.946,01	14.946,01

Utilidad antes de impuesto		8.444,89	25.293,08	50.546,80	85.007,39	125.333,71
Menos: impuesto a la utilidad (27 %)		2.280,12	6.829,13	13.647,64	22.952,00	33.840,10
RESULTADO/ UTILIDAD O PERDIDA NETA		6.164,77	18.463,95	36.899,17	62.055,40	91.493,61

7. Balance de Situación Previsional

La composición y valoración en términos monetarios de la situación patrimonial de la empresa en un momento dado, es lo que se pretende expresar en las siguientes informaciones, con la descripción del conjunto de bienes, derechos y obligaciones que posee Medclinick.

- Activos: los activos de Medclinick están constituido en su totalidad en los mobiliarios tangibles e intangibles necesarios para brindar un servicio adecuado así como la reserva de efectivo en banco y caja (Tesorería)
- Patrimonio Neto: el valor patrimonial de la empresa está básicamente conformado por las aportaciones en forma de capital de los socios la de misma y por el resultado del ejercicio actual.
- Pasivos: los compromisos u obligaciones financieras de Medclinick corresponderán a alunas cuentas por para a nuestros suplidores.

A continuación, procedemos a presentar el balance previsional de Medclinick.

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS:						
Activoscirculantes:	-					
Efectivo en caja y Banco	37.000,00	27.956,70	66.000,31	62.121,07	77.009,10	112.202,91
Cuentasporcobrarclients		23.272,50	-	34.492,50	43.372,50	54.588,75
Inventario de materiales	3.000,00	3.000,00	3.150,00	3.307,50	3.472,88	3.646,52
TOTAL ACTIVO CIRCULANTE	40.000,00	54.229,20	69.150,31	99.921,07	123.854,48	170.438,18
Activosfijo:	-					
Mobiliarios y equipos	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00
Depreciación acumulada de mobiliarios y equipos		(6.000,00)	(12.000,00)	(18.000,00)	(24.000,00)	(30.000,00)
TOTAL ACTIVO FIJO						-

	30.000,00	24.000,00	18.000,00	12.000,00	6.000,00	
Activosdiferidos:	-					
Seguros pagados por anticipados		2.000,00	2.100,00	2.205,00	2.315,25	2.431,01
Gastos anticipados (dep. de alquiler)		2.400,00				
TOTAL ACTIVO DIFERIDO	-	4.400,00	2.100,00	2.205,00	2.315,25	2.431,01
Activos intangibles		-				
TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES		-				
TOTAL ACTIVOS	70.000,00	82.629,20	89.250,31	114.126,07	132.169,73	172.869,19
PASIVOS						
Cuentas por pagar, suplidores	10.000,00	8.000,00	6.000,00	4.000,00	2.000,00	
Préstamo por pagar						
Sueldo por pagar		5.065,66		5.585,00		6.157,00
Impuesto por pagar						2.730,26
Interés por pagar						
Alquileres por pagar				968,00		1.178,28
TOTAL PASIVOS	10.000,00	13.065,66	6.000,00	10.553,00	2.000,00	10.065,54
CAPITAL SOCIAL	60.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00
UTILIDAD NO DISTRIBUIDA		9.108,13	18.463,95	36.899,17	62.055,40	91.493,61
RESERVA LEGAL (10% de Capital Social)		455,41	923,20	1.844,96	2.362,52	
TOTAL CAPITAL	60.000,00	69.563,54	79.387,15	98.744,12	124.417,92	151.493,61
TOTAL PASIVO Y CAPITAL	70.000,00	82.629,20	85.387,15	109.297,12	126.417,92	161.559,15

8. Análisis de Ratios

Para tener información objetiva de cómo será el desempeño a nivel económico y financiero en función de los presupuestos establecidos, calculamos las ratios financieras de Medclinick.

Ratios Financieros de Liquidez

Ratios	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
Solvencia	4.15	11.52	9.48	61.90	16.93
Tesorería (Prueba acida)	3.92	11.00	9.15	60.19	16.57
Disponibilidad	2.19	11.00	5.88	38.50	11.14

De acuerdo a los datos arrojados, nuestros activos más líquidos cubren los pasivos circulantes, lo cual nos indica que Medclinick tiene la capacidad de satisfacer sus necesidades inmediatas y obligaciones a corto plazo.

Ratios de Rentabilidad

Ratios	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
Rendimiento Activo Total (ROA)	7.4 %	20.6 %	32.3 %	46.9 %	52.9 %
Rendimiento de Inversión de los accionistas (ROE)	8.8 %	23.2 %	37.3 %	49.8 %	60.3 %
EBITDA Sobre Ventas	5.4 %	13.6 %	21.9 %	29.3 %	34.4 %

9. Rentabilidad

La inversión a colocar en Medclinick generará el retorno exigido por los accionistas y adicional tiene un retorno de **85.896,40**, lo cual nos indica que la inversión en emprender este negocio es aceptable, pues los flujos de efectivo son suficientes para recuperar el capital invertido.

Es decir, el VPN genera un rendimiento mayor que lo que se necesita para reembolsar los fondos invertidos. La TIR es **22 %** superior a la tasa de retorno exigida por los accionistas.

VAN Y TIR

	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
Beneficio Explotación	23.365,69	40.239,09	65.492,81	99.953,40	140.279,72
Impuestos	-2.280,12	6.829,13	13.647,64	22.952,00	33.840,10

Amortización	9.924,75	10.883,15	11.904,08	13.020,76	14.242,20
Inversión	60.000,00				
Flujo de Caja Neto	95.570,56	44.293,11	51.845,17	90.022,16	120.681,82

VAN **85.896,40**

TIR **22%**

RESUMEN EJECUTIVO

Nuestra Empresa

Medclinick, surge como la primera clínica de atención geriátrica con servicios de día en República Dominicana basada en un modelo de negocios *Business intelligence*, la misma oferta servicios de acompañamiento a los clientes de la tercera edad a las consultas médicas. La misma en su etapa inicial se establecerá en Santo Domingo, Rep. Dom.

Propuesta

El proyecto propone una mejoría al problema de atención del adulto de la tercera edad, la misma presenta dos enfoques:

- Acompañamiento a citas médicas que se ofertará a toda la población que presente necesidad de un acompañante responsable para que acompañe a sus familiares envejecientes a las consultas médicas.
- Clínica de atención geriátrica con servicios de día: esta brindará diversos servicios y se enfoca en dos grupos fundamentales.
 1. A los envejecientes que son la piedra angular de la empresa. Los servicios a ofertar incluyen asistencia en cuanto a la organización y seguimiento de consultas médicas y prestación de servicios de salud de rutina tales como toma y registros de presión arterial, glucosa, peso y aspectos nutricionales, de igual forma Medclinick busca crear espacios en donde los adultos mayores puedan convivir y participar en actividades diversas adecuadas al estado físico y mental de cada uno de ellos, bajo la supervisión de personal especializado, enfocados también a la mejora de su salud y bienestar.
 2. El segundo grupo beneficiado serán los familiares directos cuidadores de nuestros usuarios envejecientes, este segundo grupo podrá desarrollar sus actividades diarias sin la ansiedad; sabiendo que su familiar envejeciente está recibiendo atención de calidad.

El Equipo

El equipo está constituido por 6 inversionistas todos del área de la salud con conocimiento en gestión de servicios sanitarios que vieron la oportunidad de crecer en este campo tan poco explotado en nuestro país.

¿Qué nos Motiva?

El incremento de la expectativa de vida en la República Dominicana, la prevalencia de las patologías crónicas, así como los costes elevados para los ingresos de los hijos de los adultos mayores y pensiones muy bajas, ha traído la necesidad de demandar cuidados geriátricos con precios asequibles a la población. También son cada vez mayores las dificultades para compatibilizar la vida familiar y laboral, que impide que los familiares se puedan hacer cargo durante el día de los adultos mayores.

Nuestros Clientes

El primer paso considerado fue identificar a los mercados meta, los cuales abarcan una gama de la población adulta mayor en todo el espectro de niveles de ingresos. Analizando las encuestas aplicadas a personas de 60 a 80 años, el 80 % de los entrevistados respondieron que le gustaría contar con un lugar donde compartan con personas de la misma edad, siendo estos otros clientes potenciales.

Luego de la validación de las encuestas aplicadas a las personas mayores de 60 años el 76 % de los entrevistados le gustaría recibir acompañamiento en su consulta médica (65,166).

Por lo que nuestros clientes son tanto los adultos mayores como sus familiares (cuidadores) directos.

Servicios

Los servicios de Medclinick, se distribuyen en cuatro grandes bloques, cada uno de ellos son servicios diferenciales respecto a otros servicios de asistencia geriátrica (residencias):

1-Cuidados de personas de la tercera edad: Nuestra clínica fomentará la mayor independencia posible, el autodesarrollo y autocuidado, respetar la privacidad de sus residentes y tratar no sólo las necesidades físicas, sino también las psicológicas.

-Terapia ocupacional: Las terapias ocupacionales pueden representarles una potencial fuente de pequeños ingresos. Se trata de dos o tres talleres como bisutería, bordados y tejidos.

- Bailoterapia: Uno de los inversionistas impartirá clases de baile dos veces por semana.

- Minitour manos arrugadas: Se promoverán visitas para conocer las instalaciones, para que sientan que no es un hospital ni tampoco un hotel, sino un segundo hogar en donde van a conocer más personas como ellos, hacer actividades que les agraden, y ¿Por qué no?... Hacer amigos.

- Alimentación acorde a las necesidades de los adultos mayores.

-Actividades recreativas: El juego de Dominó, Damas, Ajedrez y Bingo son de las actividades recreativas que realizaran nuestros usuarios.

-Intervención psicomotriz: musicoterapia, manualidades, baile, gimnasia suave, expresión corporal, todas estas actividades tienen el objetivo de ayudar a la persona que la realiza a expresar sus sentimientos y emociones.

2-Acompañamiento a las consultas médicas:

Servicio de acompañamiento que permite solicitar el acompañante a través de la página web o vía telefónica hasta 24 horas antes de la consulta médica.

- Transporte para el traslado de pacientes a las consultas médicas.

3-Asistencia sanitaria:- Asistencia en cuanto a la organización y seguimiento de consultas médicas y “mantenimiento” preventivo de aspectos de salud de rutina.

-Apoyo psicológico: Factor que de no ser debidamente atendido puede repercutir adicionalmente en la salud física de las personas de edad avanzada.

-Regulación y administración de medicamentos.

-Toma y registros de presión arterial, glucosa, peso y aspectos nutricionales.

-Realización de consultas médicas, prevención y promoción de salud.

4- Medclinick apps: nuestra aplicación multitareas, la cual es muy fácil de acceso rápido, en la que tendrá a solo un clic de distancia toda la información de la empresa de una forma sencilla y eficaz.

Esta app contará con las funciones:

- Monitoreo de las actividades del adulto mayor donde los datos le llegan al pariente.
- Envío de las informaciones de la cita médica de acompañamiento.
- Envío de la hora de recogida del adulto luego de la cita.
- Envío de recordatorio de la hora y día de la consulta médica y el horario de la recogida antes de la cita médica.

Estrategias de marketing

Nuestra estrategia de marketing tiene como objetivo principal atraer los clientes y al consumidor final, mostrando nuestra cartera de múltiples servicios y distintos planes que se adapten a cada necesidad, a través de múltiples incentivos, como acumulación de puntos, que podrán ser canjeados por nuestros servicios y porcentaje de descuento por pacientes referidos, originando así un beneficio mutuo entre el cliente y el centro.

Este plan de marketing está bajo la conducción del encargado de marketing, quien tendrá la tarea de llevar a cabo todas nuestras estrategias de marketing como son: dispensar brochure, volanteo en lugares estratégicos, y nos apoyaremos en las redes sociales más a la vanguardia con múltiples publicaciones y propagandas.

PLAN DE COMUNICACION PARA CONSUMIDOR FINAL

La comunicación de Medclinick está dirigida principalmente a los Familiares o cuidadores, quienes toman la decisión de contratar nuestros servicios para su familiar adulto mayor como también va dirigido a nuestro usuario que sería el adulto mayor, el cual debe ser nuestro aliado y conocer las facilidades que nuestra clínica le ofrecería, como es que podrán seguir viviendo con su familiar, permitiendo que su cuidador pueda compatibilizar su trabajo con el cuidado de los mayores.

Para establecer una campaña que impacte estableceremos las siguientes estrategias.

- Difusión masiva de brochures publicitarios en zonas aledañas.
- Realizar spots publicitarios en lugares estratégicos de santo Domingo.
- Enfocarnos con los detalles innovadores de la propuesta.
- Incentivar con especiales en precios de apertura y fidelidad durante el primer año.
- Ofrecer planes múltiples ` para que puedas elegir el que más adapte a ti.

Datos Financieros

Nuestra estrategia para la financiación inicial (para los primeros 5 años) consistirá en fondos propios que nos permitan arrancar el proyecto y darnos los resultados previstos de crecimiento. El financiamiento está conformado por un 100% de fondos propios equivalentes a un monto de US 60,000.00 dicho monto será devuelto a los inversionistas a razón de cuotas mensuales con interés del 9% a un plazo de 5 años.

Para una mejor ilustración de los ingresos, considerando los gastos a incurrir para la ejecución de las operaciones, a continuación, se presenta el estado de cuenta de resultado durante los cinco años presupuestado:

Cuenta de Resultados

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS:						
INGRESO POR SERVICIOS		155.150,00	184.750,00	229.950,00	289.150,00	363.925,00
MENOS GASTOS OPERACIONALES:						
Gastos de alquiler		9.600	10.560,00	11.616,00	12.777,60	14.055,36
Gasto de sueldo		56.107,00	58.912,35	61.858,00	64.950,85	68.198,00
Gastos de dieta		44.200,00	48.720,00	58.224,00	70.896,00	86.736,00
Gasto de publicidad		3.350,00	2.352,00	1.175,00	1.000,00	1.000,00
Gasto de mantenimiento		907,20	952,56	1.000,19	1.050,20	1.102,71
Gastos de servicios públicos		3.321,00	2.724,00	2.724,00	2.724,00	2.724,00
Gasto de transporte		4.512,00	5.640,00	7.050,00	8.817,20	16.666,20
Gasto de seguros		2.000,00	2.100,00	2.205,00	2.315,25	2.431,01
Gastos varios						

		500,00	550,00	605,00	665,50	732,00
Gastos de constitución de Compañía		1.287,11	-	-	-	-
Gasto por depreciación de activos fijo		6.000,00	12.000,00	18.000,00	24.000,00	30.000,00
Total de gastos operacionales		131.784,31	144.510,91	164.457,19	189.196,60	223.645,28
Sub total Resultado de Explotación		23.365,69	40.239,09	65.492,81	99.953,40	140.279,72
Menos: gastos financieros:						
Amortización de préstamo		9.924,75	10883,15	11904,08	13020,76	14242,2
Gasto por interés		4.996,05	4.062,86	3.041,93	1.925,25	703,81
Total gastos financieros		14.920,80	14.946,01	14.946,01	14.946,01	14.946,01
Utilidad antes de impuesto		8.444,89	25.293,08	50.546,80	85.007,39	125.333,71
Menos: impuesto a la utilidad (27 %)		2.280,12	6.829,13	13.647,64	22.952,00	33.840,10
RESULTADO/ UTILIDAD O PERDIDA NETA		6.164,77	18.463,95	36.899,17	62.055,40	91.493,61

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS:						
Activoscirculantes:	-					
Efectivo en caja y Banco	37.000,00	27.956,70	66.000,31	62.121,07	77.009,10	112.202,91
Cuentasporcobrarclients		23.272,50	-	34.492,50	43.372,50	54.588,75
Inventario de materiales	3.000,00	3.000,00	3.150,00	3.307,50	3.472,88	3.646,52
TOTAL ACTIVO CIRCULANTE	40.000,00	54.229,20	69.150,31	99.921,07	123.854,48	170.438,18
Activosfijo:	-					
Mobiliarios y equipos	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00
Depreciación acumulada de mobiliarios y equipos		(6.000,00)	(12.000,00)	(18.000,00)	(24.000,00)	(30.000,00)
TOTAL ACTIVO FIJO	30.000,00	24.000,00	18.000,00	12.000,00	6.000,00	-

Activosdiferidos:	-					
Seguros pagados por anticipados		2.000,00	2.100,00	2.205,00	2.315,25	2.431,01
Gastos anticipados (dep. de alquiler)		2.400,00				
TOTAL ACTIVO DIFERIDO	-	4.400,00	2.100,00	2.205,00	2.315,25	2.431,01
Activos intangibles		-				
TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES		-				
TOTAL ACTIVOS	70.000,00	82.629,20	89.250,31	114.126,07	132.169,73	172.869,19
PASIVOS						
Cuentas por pagar, suplidores	10.000,00	8.000,00	6.000,00	4.000,00	2.000,00	
Préstamo por pagar						
Sueldo por pagar		5.065,66		5.585,00		6.157,00
Impuesto por pagar						2.730,26
Interés por pagar						
Alquileres por pagar				968,00		1.178,28
TOTAL PASIVOS	10.000,00	13.065,66	6.000,00	10.553,00	2.000,00	10.065,54
CAPITAL SOCIAL	60.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00
UTILIDAD NO DISTRIBUIDA		9.108,13	18.463,95	36.899,17	62.055,40	91.493,61
RESERVA LEGAL (10% de Capital Social)		455,41	923,20	1.844,96	2.362,52	
TOTAL CAPITAL	60.000,00	69.563,54	79.387,15	98.744,12	124.417,92	151.493,61
TOTAL PASIVO Y CAPITAL	70.000,00	82.629,20	85.387,15	109.297,12	126.417,92	161.559,15

Análisis de Ratios

Los ratios financieros nos presentan un escenario de la empresa desde la perspectiva de la liquidez, solvencia y rentabilidad.

Ratios Financieros de Liquidez

Ratios	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
Solvencia	4.15	11.52	9.48	61.90	16.93
Tesorería (Prueba acida)	3.92	11.00	9.15	60.19	16.57
Disponibilidad	2.19	11.00	5.88	38.50	11.14

De acuerdo con los datos arrojados, nuestros activos más líquidos cubren los pasivos circulantes, lo cual nos indica que Medclinick tiene la capacidad de satisfacer sus necesidades inmediatas y obligaciones a corto plazo.

Ratios de Rentabilidad

Ratios	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
Rendimiento Activo Total (ROA)	7.4 %	20.6 %	32.3 %	46.9 %	52.9 %
Rendimiento de Inversión de los accionistas (ROE)	8.8 %	23.2 %	37.3 %	49.8 %	60.3 %
EBITDA Sobre Ventas	5.4 %	13.6 %	21.9 %	29.3 %	34.4 %

Rentabilidad

Según nuestras cuentas, Medclinick será un negocio rentable ya que los flujos de efectivo son suficientes para recuperar el capital invertido. Es decir, el valor presente neto (VPN) genera un rendimiento mayor de lo que se necesita para reembolsar los fondos invertidos.

VAN **85.896,40**

TIR **22%**

Anexos.

CANVAS

MODELO DE NEGOCIO

Socios claves	Actividades claves	Propuesta de valor	Relación con el cliente	Segmento de clientes
Inversionistas del proyecto. Proveedores	Cuidado de las personas de la tercera edad. Acompañamiento a las consultas médicas. Servicio de asistencia médica. Apoyo psicológico y terapia ocupacional. Regulación y administración de medicamentos. Medios de transporte para el traslado. Actividades recreativas.	Medclinick, es la primera clínica de atención integral geriátrica con servicios de día en República Dominicana basada en un modelo de negocios <i>Business Intelligence</i> con servicio de acompañamiento a los clientes de la tercera edad a las consultas médicas	Asistencia personal. Reconocimiento médico de acceso Autoservicio (Web y Medclinick App)	Cliente de la tercera edad
	Recursos claves		Canales	
	Instalación física. Fondo monetario necesario para insumos. Personal calificado para lograr las actividades. Alianzas estratégicas establecidas y firmes. Medclinick App.		A través de la oficina de admisión de Medclinick. Medclinick Apps. Sitio web: http://Medclinick.care.org Líneas telefónicas	

	Página web			
Estructura de coste			Fuentes de Ingreso	
Plataforma Virtual. Compra de material gastable y alimentos. Alquiler de transporte. Logística. Marketing Soporte de atención al cliente. Alquiler del local. Mantenimiento y mejoras de adaptación del local. Subcontratación de Recurso Humano. Compra de equipamiento			Pago de los pacientes Actividades internas pro fondo	

Validación de modelo de negocios.

ENTREVISTAS

Formulario 1 para personas entre 35-55

1.1. Datos de identi

1.-
DATO
S
PERS
ONAL
ES:

Encuesta sobre las preferencias de los ciudadanos en ingresar a su familiar a un centro de la tercera edad y acompañamiento a servicios médicos.

En esta ocasión nos gustaría conocer las necesidades y preferencias de los ciudadanos interesados en un centro de cuidado integral a la persona de la tercera edad para intentar adaptar nuestros recursos a la demanda del entorno.

Sus respuestas nos ayudan a mejorar y solo le llevará unos minutos

ficación:

Edad:

1) ¿Alguna vez ha necesitado que alguien cuide de sus padres o a algún familiar de la tercera edad?

Si No

2) ¿Usted ha olvidado alguna cita médica a la que debía llevar a uno de sus padres o familiar de la 3era edad?

Si No

3) ¿Se ha ausentado en alguna ocasión de su trabajo por tener que cuidar de sus padres o familiar de la 3era edad?

Si No

4) ¿Ha sentido la necesidad en algún momento de contar con una empresa que se encargue del cuidado de sus padres?

Si No

5- ¿Les gustaría contar con un personal para que acompañe a su familiar a sus citas al médico?

Si No

6) ¿Qué porcentaje de sus ingresos mensuales considera razonable para ser utilizados en el pago del cuidado de sus padres?

- Menos del 10%
- De 11 a 24%
- Más de 25%

7- ¿Cuál de estas necesidades es más importante para usted?

A) Servicios de Cuidado en el día para su familiar

B) Servicios de cuidado las 24 horas de su familiar.

8) DATOS SOCIOECONÓMICOS

Ingresos mensuales:

➤ Menos de 400 USD

➤ De 400 USD a 800 USD

➤ Más de 800 USD

Formulario 2 para las personas entre 60-80 años

-DATOS PERSONALES:

Si No

1.1 Datos de identificación:

5- Le gustaría realizar actividades recreativas en su tiempo libre?

Edad:

Si No

1- ¿Ha olvidado alguna vez tomarse sus medicamentos?

Si No

6- ¿Les gustaría contar con un personal capacitado para que lo acompañe a sus citas médicas?

Si No

2- ¿Se ha sentido solo cuando sus familiares están laborando?

Si No

7- ¿Cuál de estas necesidades es más importante para usted?

A) Servicios de Cuidado en el día

3- ¿Ha perdido usted alguna cita médica porque sus hijos no lo han podido llevar?

Si No

B) Servicios de cuidado las 24 horas

4- ¿Le gustaría contar con un lugar donde pueda compartir con otros de la misma edad?

8-DATOS SOCIOECONÓMICOS

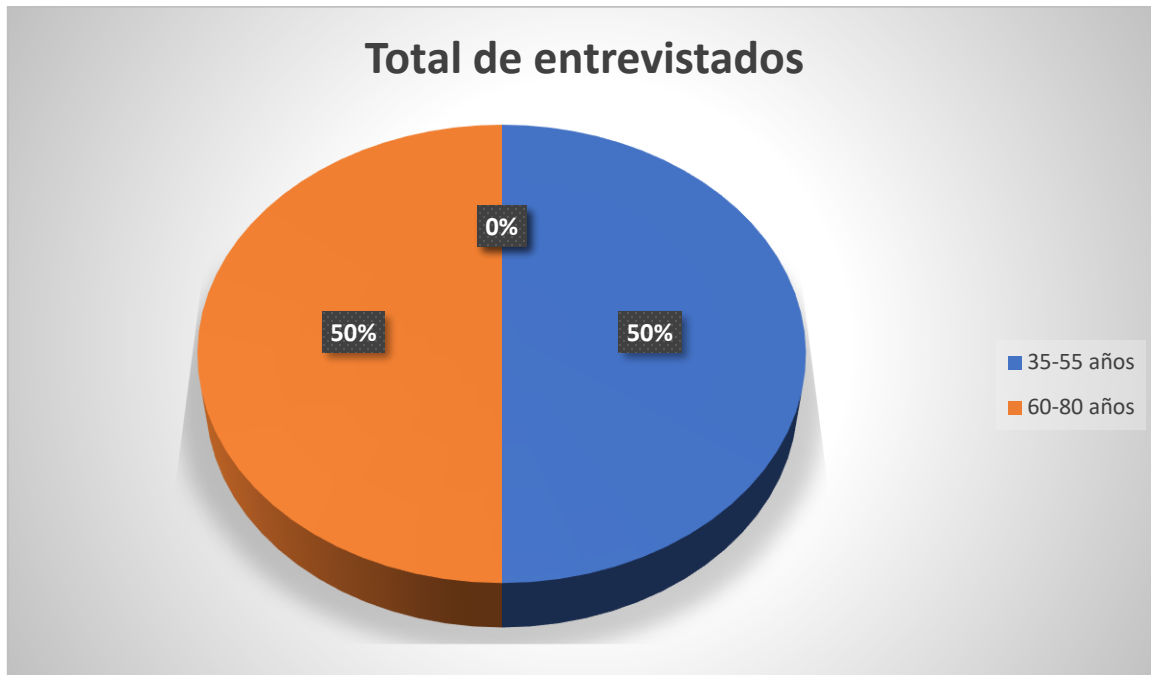
Ingresos mensuales:

- **Menos de 400 USD**
- **De 400 USD a 800 USD**
- **Más de 800 USD**

Tabulación de datos

Número total de entrevistas:

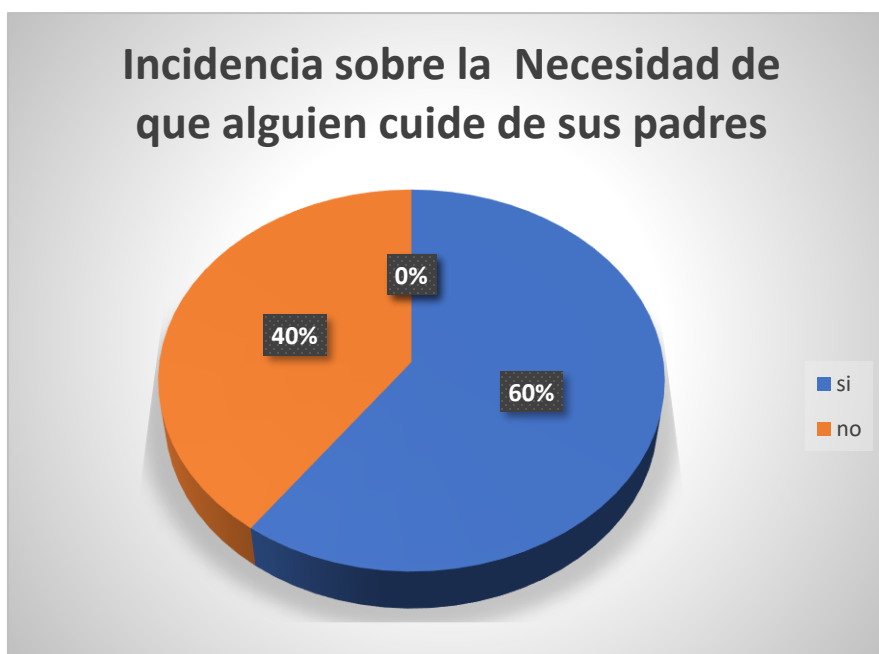
Entrevistados de 35-55 años	50
Entrevistados de 60-80 años	50
Total entrevistados	100



Formulario 1 para personas entre 35-55 años

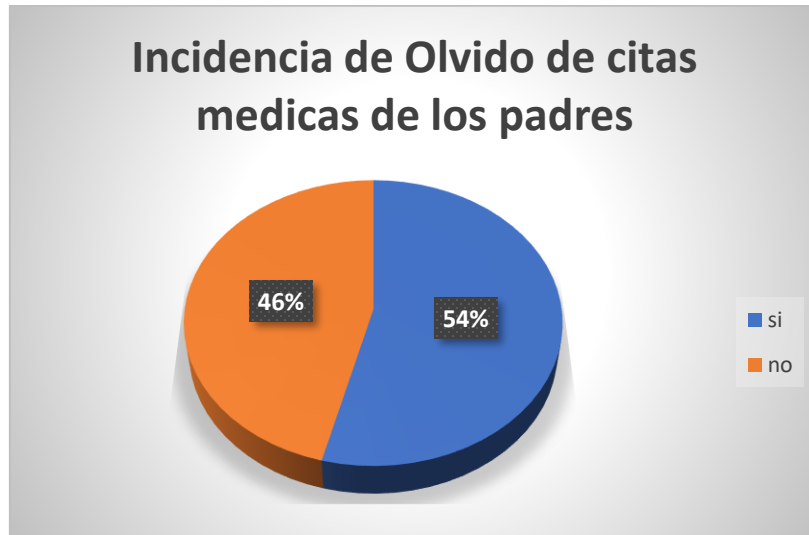
1) ¿Alguna vez ha necesitado que alguien cuide de sus padres o a algún familiar de la tercera edad?

SI	30 entrevistados
NO	20 entrevistados
TOTAL	50 entrevistados



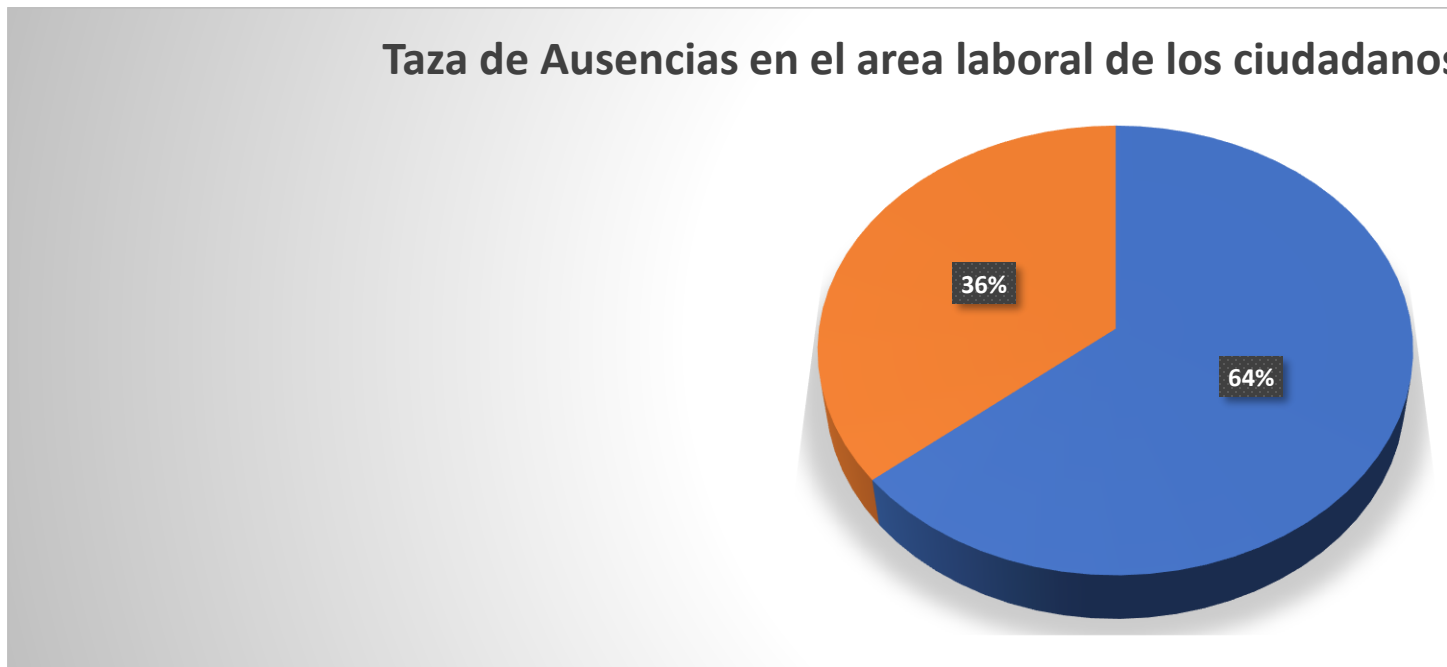
2) ¿Usted ha olvidado alguna cita médica a la que debía llevar a uno de sus padres o familiar de la 3era edad?

SI	27 entrevistados
NO	23 entrevistados
TOTAL	50 entrevistados



3) ¿Se ha ausentado en alguna ocasión de su trabajo por tener que cuidar de sus padres o familiar de la 3era edad?

SI	32 entrevistados
NO	18 entrevistados
TOTAL	50 entrevistados



4) ¿Ha sentido la necesidad en algún momento de contar con una empresa que se encargue del cuidado de sus padres?

SI	28 entrevistados
NO	22 entrevistados
TOTAL	50 entrevistados



5) ¿Les gustaría contar con un personal para que acompañe a su familiar a sus citas al médico?

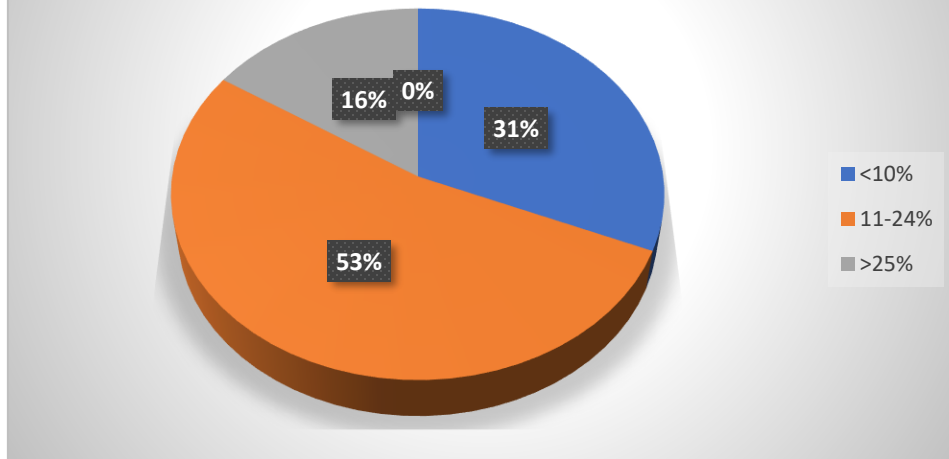
SI	29 entrevistados
NO	21 entrevistados
TOTAL	50 entrevistados



6) ¿Qué porcentaje de sus ingresos mensuales considera razonable para ser utilizados en el pago del cuidado de sus padres?

Menos del 10%	16 entrevistados
De 11 a 24%	27 entrevistados
Más de 25%	8 entrevistados
Total	50 entrevistados

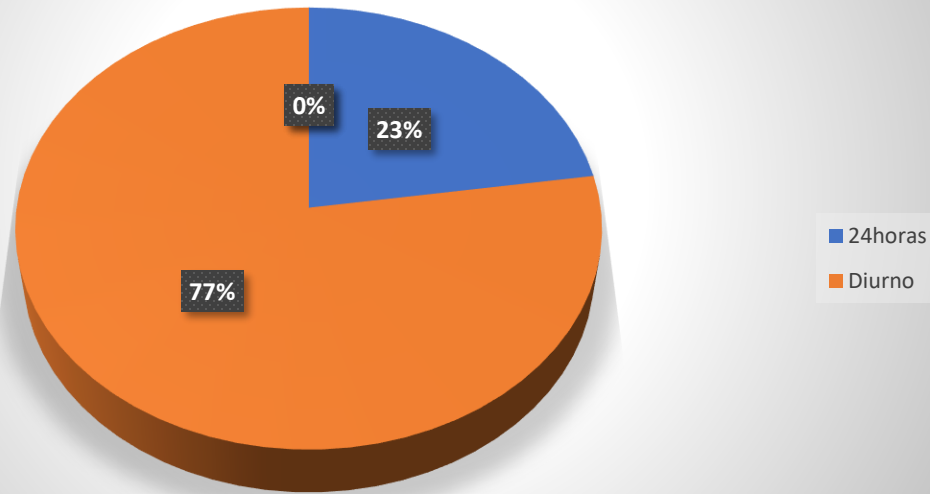
Ingresos mensuales a ser utilizados para el cuidado de los padres



7- ¿Cuál de estas necesidades es más importante para usted?

Servicios de Cuidado en el día para su familiar	28 entrevistados
Servicios de cuidado las 24 horas de su familiar durante todo el mes	22 entrevistados
Total	50 entrevistados

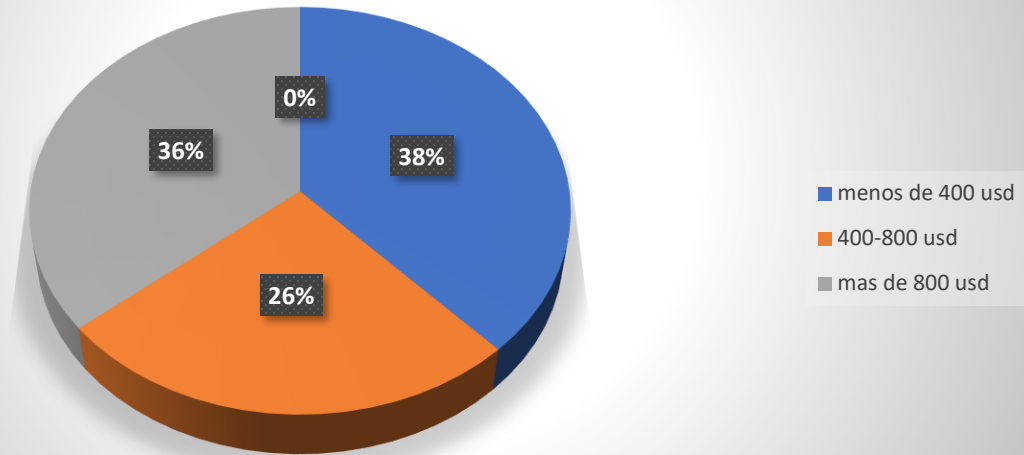
Tandas de uso de la clinica de envejeciente por parte del potencial cliente.



8- DATOS SOCIOECONÓMICOS DE 35 A 55 Años

Menos de 400 USD	19 entrevistados
De 400 a 800 USD	13 entrevistados
Más de 800 USD	18 entrevistados
Total	50 entrevistados

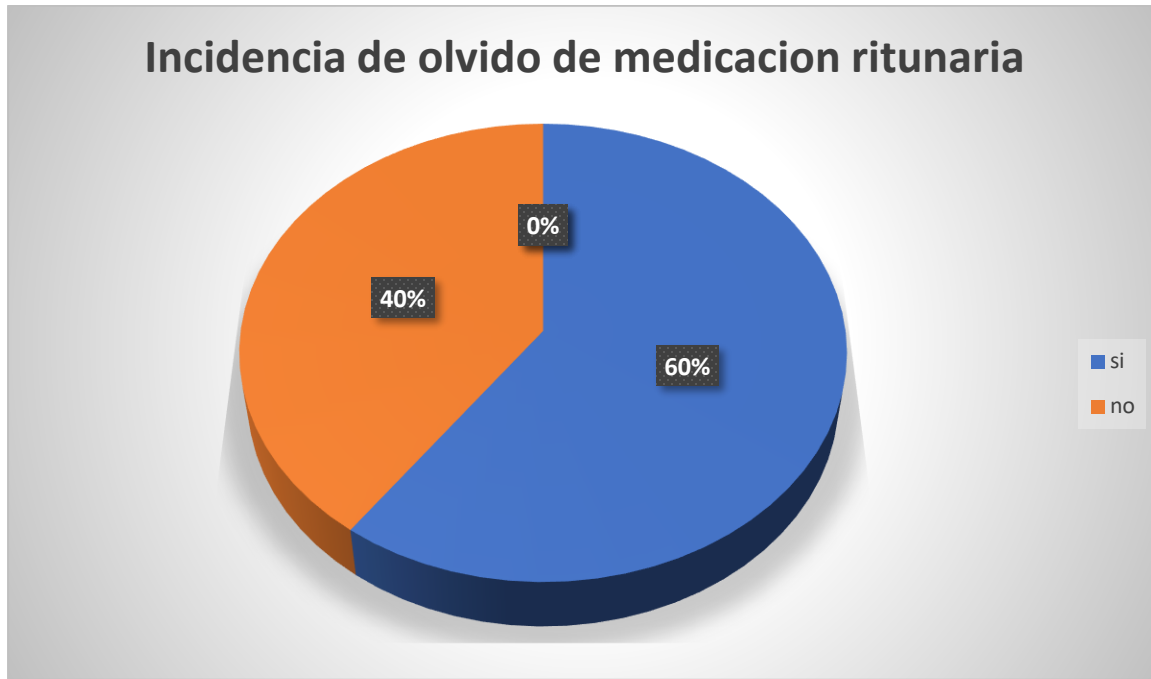
INGRESOS ECONOMICOS ADULTO ENTRE 35-55 AÑOS



Formulario 2 para las personas entre 60-80 años

1-¿Ha olvidado alguna vez tomarse sus medicamentos?

Si	30 entrevistados
No	20 entrevistados
Total	50 entrevistados



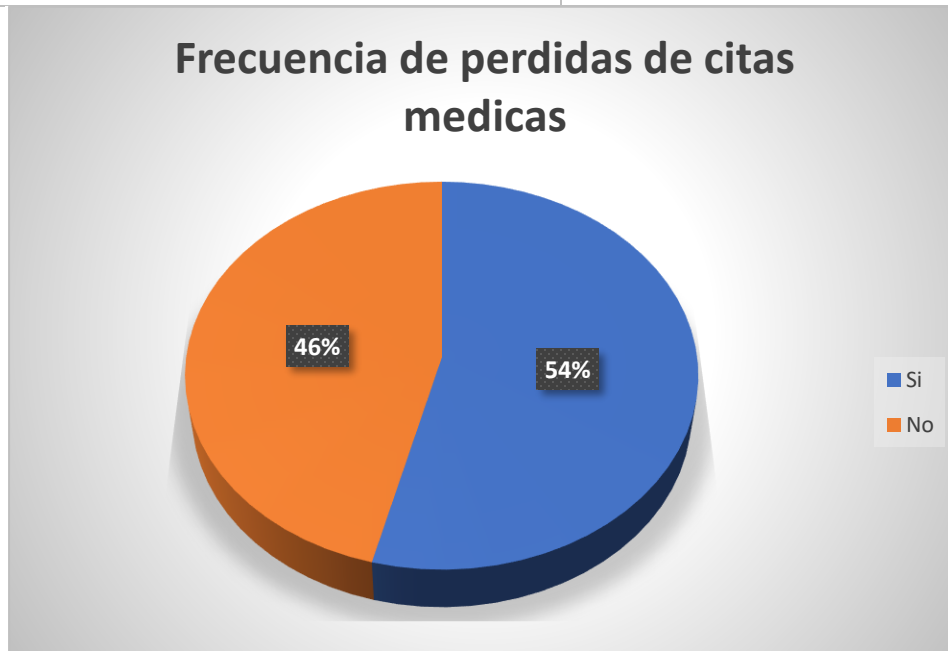
2-¿Se ha sentido sólo cuando sus familiares están laborando?

Si	26 entrevistados
No	24 entrevistados
Total	50 entrevistados



3-¿Ha perdido usted alguna cita médica porque sus hijos no lo han podido llevar?

Si	27 entrevistados
No	23 entrevistados
Total	50 entrevistados



4-¿Le gustaría contar con un lugar donde pueda compartir con otros de la misma edad?

Si	40 entrevistados
No	10 entrevistados
Total	50 entrevistados



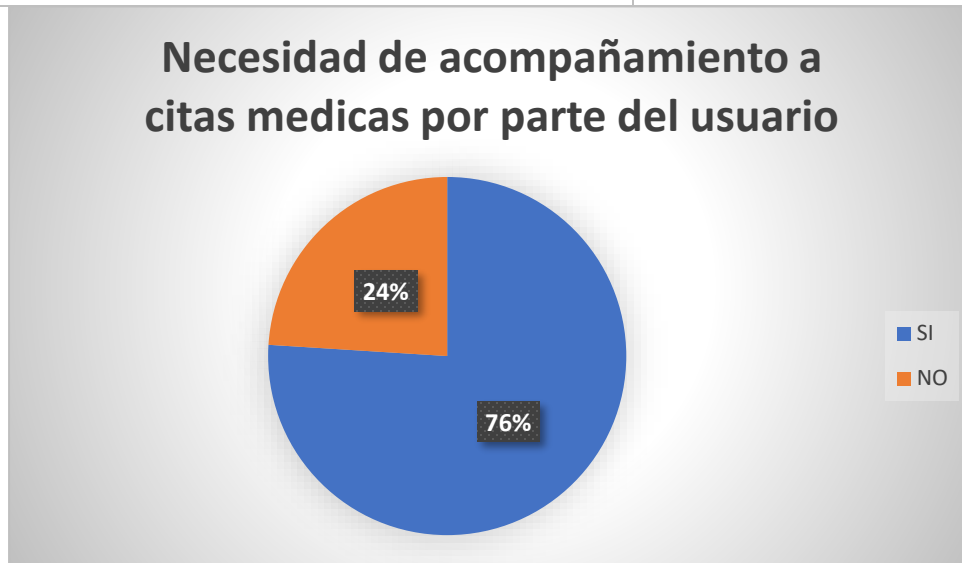
5-¿Le gustaría realizar actividades recreativas en su tiempo libre?

Si	47 entrevistados
No	3 entrevistados
Total	50 entrevistados



6) ¿Les gustaría contar con un personal capacitado para que lo acompañe a sus citas médicas?

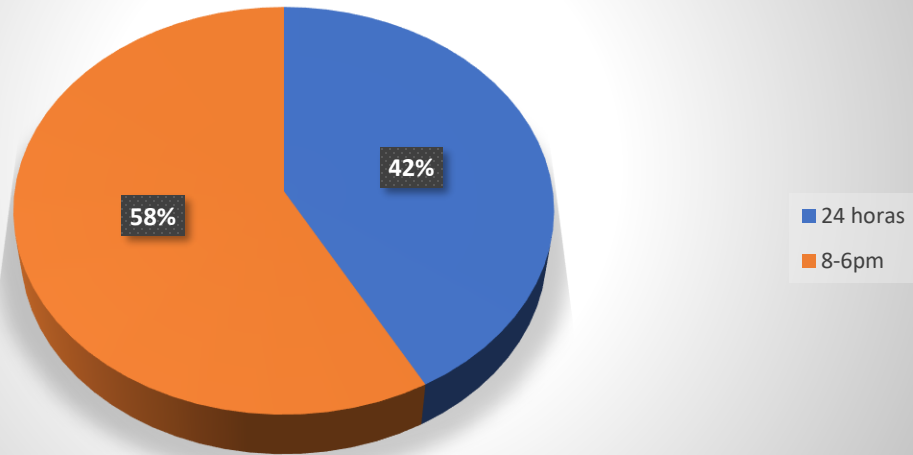
SI	38 entrevistados
NO	12 entrevistados
TOTAL	50 entrevistados



7- ¿Cuál de estas necesidades es más importante para usted?

Servicios de Cuidado en el día para su familiar	29 entrevistados
Servicios de cuidado las 24 horas de su familiar	21 entrevistados
Total	50 entrevistados

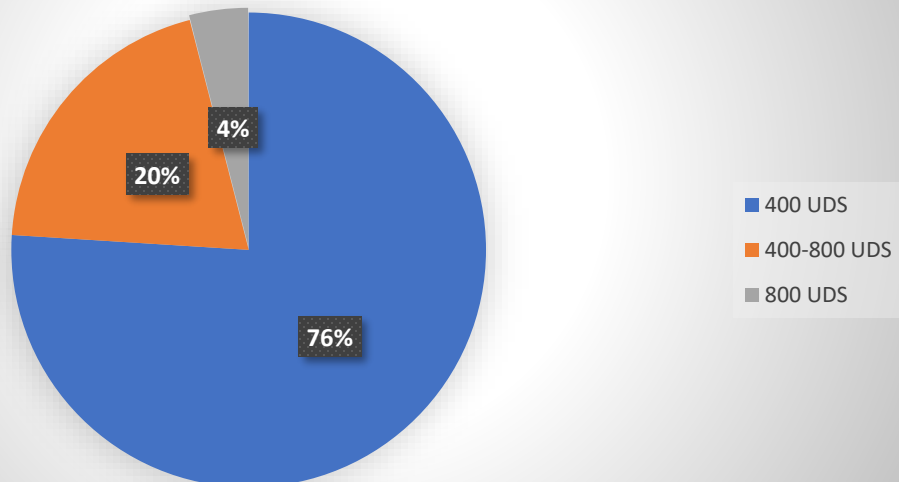
Tandas de uso de la clinica de envejeciente por parte del usuario



8- DATOS SOCIOECONÓMICOS DE 60 A 80 Años

Menos de 400 USD	38 usuarios
De 400 a 800 USD	10 usuarios
Más de 800 USD	2 usuarios
Total	50 usuarios

Ingresos economicos de los entrevistados entre 60-80 años



Conclusión

Luego de analizar los diferentes ámbitos y valorar los resultados obtenidos de nuestra entrevista hemos llegado a concluir las siguientes premisas.

A pesar de que nuestro país se caracteriza por predominar una población joven, presentamos la problemática común que afectan otros países, como es la dificultad en el cuidado de las personas de la tercera edad. Actualmente es un tema poco debatido, pero con mucha incidencia en la población dominicana, donde se vive un estilo de vida agitado, pudiendo constatar que el 60% de la población ha requerido de una persona para que cuide a su familiar de la 3era. Edad y en ese mismo tenor ha olvidado la medicación en algún momento con un porcentaje ligeramente menor

A través de nuestra encuesta se comprobó que más de la mitad de la población ha sentido la necesidad de requerir un servicio de cuidados integrales para su familiar. El 54% de la población está dispuesto a destinar de un 11 a 20% de sus ingresos para el cuidado de estos. Dato que demuestra la necesidad de contar con una empresa capaz de proporcionar estos tipos de servicio. Otros factores que se suman a la problemática es que se pierden citas médicas ambulatorias de los envejecientes por la gran carga a la que el adulto dominicano está expuesta, así como a la falta de medicación oportuna y correcta, la cual conlleva a descompensaciones innecesarias en la salud y mala calidad de vida de esta población ligeramente marginada para nuestros gobernantes.

En un principio la visión de nuestra potencial empresa contemplaba ofrecer múltiples servicios, incluyendo una residencia de 24 horas. Pero luego de evaluar las necesidades y estudiar nuestro segmento de cliente optamos por solo ofrecer un servicio diurno teniendo como base la idea de un centro de respiro o guardería del adulto. Donde se integran los servicios de acompañamiento a citas médicas y múltiples actividades de recreación y rehabilitación. Se suman ofertas atractivas que nos diferenciarían de la competencia como flexibilidad de pagos y uso de la clínica de acuerdo a la necesidad del cliente. Proporcionando así un servicio totalmente humanizado y que tome en cuenta la experiencia del usuario.