

EXPORTACIÓN DE SERVICIOS DE TURISMO MÉDICO ESPECIALIZADO

LUIS FELIPE MONCADA LONDOÑO

JUAN PABLO MONCADA LONDOÑO



INTERmedical Trip
Turismo Médico Especializado

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESUMER
FACULTAD DE ESTUDIOS INTERNACIONALES
TECNOLOGÍA EN COMERCIO INTERNACIONAL
MEDELLÍN
2010

EXPORTACIÓN DE SERVICIOS DE TURISMO MÉDICO ESPECIALIZADO

LUIS FELIPE MONCADA LONDOÑO

JUAN PABLO MONCADA LONDOÑO

Informe Final de Trabajo de Grado, presentado como requisito parcial para optar al título de Tecnólogo en Comercio Internacional



Asesora Empresarial
GLORIA PATRICIA AVALOS

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESUMER
FACULTAD DE ESTUDIOS INTERNACIONALES
TECNOLOGÍA EN COMERCIO INTERNACIONAL
MEDELLÍN
2010

CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN	6
1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO	8
2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS	9
3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA	10
3.1 NOMBRE DE LA EMPRESA	10
3.2 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	10
3.3 MISIÓN	10
3.4 OBJETIVOS	11
3.5 VENTAJAS COMPETITIVAS	12
3.6 NECESIDADES QUE SE VAN A SATISFACER	12
3.7 RELACIÓN PRODUCTO – SERVICIO	12
3.8 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	16
3.9 ANÁLISIS DEL ENTORNO Y DEL SECTOR	17
3.9.1 Macro Entorno.	17
3.9.2 Análisis del sector servicios.	19
3.10 CONOCIMIENTOS PARA DESARROLLAR LA IDEA DE NEGOCIO	21
4. ANÁLISIS DEL MERCADO	22
4.1 OBJETIVOS DE MERCADEO	22
4.2 DESCRIPCIÓN DEL PORTAFOLIO SERVICIOS	22
4.3 EL MERCADO META DE LOS BIENES Y/O SERVICIOS	27
4.3.1 El Mercado Meta.	27
4.3.2 Estudio del Mercado Consumidor.	27
4.4 MERCADO PROVEEDOR	32
4.4.1 Proveedores.	32
4.4.2 Estudio del mercado del proveedor.	34
4.5 EL MERCADO COMPETIDOR	39
4.5.1 Competidores.	39
4.5.2 Estudio del mercado competidor.	39
4.6 EL MERCADO DISTRIBUIDOR	42
4.6.1 Distribución.	42
4.6.2 Distribución Directa.	45
4.6.3 Comunicación.	46
4.6.4 Actividades de promoción y divulgación.	48
4.7 PRECIOS DE LOS SERVICIOS	49
4.7.1 Factores que influyen en la determinación de los precios de los servicios.	49

	pág.
4.7.2 Los precios de los servicios tomando como base los costos.	49
4.7.3 Los precios de los servicios propuestos.	50
4.7.4 Política de Precios.	50
4.8 COSTOS ASOCIADOS A LAS ACTIVIDADES DE COMERCIALIZACIÓN	50
4.9 RIESGOS Y OPORTUNIDADES DEL MERCADO	50
4.10 PLAN DE VENTAS	51
5. MODULO TÉCNICO - OPERACIÓN	52
5.1 OBJETIVOS DE OPERACIÓN	52
5.2 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN	52
5.3 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN	58
5.4 PLAN DE PRODUCCIÓN	58
5.5 RECURSOS MATERIALES Y HUMANOS PARA LA PRODUCCIÓN	61
5.5.1 Locaciones.	61
5.5.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.	61
5.5.3 Requerimientos de servicios.	62
5.5.4 Requerimientos de personal.	63
5.6 PROGRAMA DE PRODUCCIÓN	64
6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	66
6.1 PROCESOS ADMINISTRATIVOS	66
6.1.1 Descripción de los procesos administrativos.	66
6.1.2 Procesos administrativos externalizados.	68
6.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEL NEGOCIO	69
6.2.1 Organigrama.	69
6.2.2 Descripción funcional de la Organización.	69
6.3 RECURSOS MATERIALES Y HUMANOS PARA LA ADMINISTRACIÓN	70
6.3.1 Locaciones.	70
6.3.2 Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.	71
6.3.3 Requerimientos de servicios.	72
6.3.4 Requerimientos de personal.	72
6.4 PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN.	74
7. ASPECTOS LEGALES	77
7.1 TIPO DE ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL	77
7.2 CERTIFICACIONES Y GESTIONES ANTE ENTIDADES PÚBLICAS	78
8. MÓDULO FINANCIERO	81
9. CONCLUSIONES	90
CIBERGRAFÍA	91

RESUMEN

El informe final del Trabajo de Grado presentado a continuación, para el programa académico “Tecnología en Comercio Internacional”, titulado “Exportación de Servicios de Turismo Médico Especializado”, se basa en la propuesta de la creación de una empresa prestadora de servicios de exportación, en el sector salud, con énfasis en las cirugías faciales estéticas y/o reconstructivas, la cual lleva por nombre INTERmedical Trip Ltda., y que estará ubicada en la ciudad de Medellín, Antioquia, prestando, además, sus servicios, en la ciudad de Barcelona, España.

La empresa, se plantea, entre otros objetivos, fortalecer un servicio ya existente en el mercado nacional, procurando no sólo la satisfacción del cliente, sino, además, dando a conocer el gran potencial profesional, humano, turístico y pluricultural de nuestro territorio.

Dentro de esta propuesta, se presenta un estudio de mercado, que incluye los factores más importantes a la hora de seleccionar el mercado objetivo, como son: estudios del consumidor, de la competencia, de los proveedores y distribuidores y de la rentabilidad del proyecto. Adicionalmente, se presenta el portafolio de servicios de la empresa, donde se incluyen las cirugías faciales a realizar (Rinoplastia, Mentoplastia y Blefaroplastia).

Palabras claves: cirugía plástica, estudio de mercado, Rinoplastia, Mentoplastia, Blefaroplastia, exportación servicios salud.

INTERmedical Trip
Turismo Médico Especializado

INTRODUCCIÓN

Con base en el trabajo desarrollado a lo largo de la asignatura “Práctica Plan y Proyecto de Negocios” y con base en los conocimientos adquiridos en la Tecnología en Comercio Internacional y en información consultada a través de internet y en entrevistas personales, con la competencia local de exportación de servicios de cirugía estética, se llevó a cabo la propuesta de “Exportación de Servicios de Turismo Médico Especializado”, con el fin de crear una empresa que bien pudiera llevarse a la práctica, para generar empleo y posibilitar el ser futuros empresarios.



INTERmedical Trip
Turismo Médico Especializado



INTERmedical Trip
Turismo Médico Especializado


INTERmedical Trip
Turismo Médico Especializado


EXPORTACIÓN DE SERVICIOS DE TURISMO MÉDICO ESPECIALIZADO

INTERmedical Trip Ltda.

Nuestra Sede se encuentra ubicada en la Carrera 79 # 45 GG 48, en Medellín, Antioquia, Colombia y su teléfono es 412 28 12.

1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

 <p>INTERmedical Trip Turismo Médico Especializado</p>	Luis Felipe Moncada Londoño	
	Identificación: 1.037.591.959 de Envigado Antioquia	
Dirección: Car. 79 # 45gg48	Barrio: Floresta	Ciudad: Medellín
Teléfono: 412 28 12 – 250 03 66		Celular: 300 659 87 60
Correo: felipe1117@hotmail.com		

 <p>INTERmedical Trip Turismo Médico Especializado</p>	Juan Pablo Moncada Londoño	
	Identificación: 1.037.599.235 de Envigado Antioquia	
Dirección: Car. 79 # 45gg48	Barrio: Floresta	Ciudad: Medellín
Teléfono: 412 28 12 – 250 03 66		Celular: 301 489 89 33
Correo: juan__moncada@hotmail.com		

INTERmedical Trip
Turismo Médico Especializado

2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

Posicionar a INTERmedical Trip Ltda., como una empresa Colombiana fuerte, confiable y muy comprometida con los clientes.

Fortalecer un servicio ya existente en el mercado nacional, aprovechando la creciente demanda de cirugías estéticas a nivel mundial y la excelente calidad de los procedimientos y de los profesionales de la salud, en Colombia, dejando en alto el nombre de nuestro país, por sus bellos paisajes, la amabilidad de su gente y su hermosa cultura, con el fin de expandir y abrir nuevos mercados y que pueda llegar a convertirse en una gran ventana comercial, que muestre, ante el mundo, algo más que violencia y narcotráfico.

Procurar no sólo la satisfacción del cliente, sino, además, dar a conocer el gran potencial profesional, humano, turístico y pluricultural de nuestro territorio, mostrando fuera del país, todo lo que nosotros podemos brindarles. Con esta actividad es seguro que no sólo se verá favorecido el sector médico, sino también, el hotelero, el turístico y hasta el comercial, pues si las cosas se dan, según lo planeado, nuestros clientes potenciales, serán cada vez más.

Generar no sólo ganancias económicas, sino también, empleos directos o indirectos, mejorando, así, la calidad de vida de las personas que trabajen con o en conjunto con INTERmedical Trip Ltda. y contribuyendo, así, a solucionar, aunque sea en forma mínima, el alto índice de desempleo que aqueja a nuestra sociedad.

Aplicar todos los conocimientos adquiridos durante nuestro período de formación académica y aplicar estos mismos, en la realización de este proyecto, para proyectarlo en un futuro cercano como proyecto de vida.

Turismo Médico Especializado

3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

3.1 NOMBRE DE LA EMPRESA

La empresa tiene por nombre INTERmedical Trip Ltda.

3.2 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

INTERmedical Trip Ltda., es una microempresa dedicada al Turismo Médico Especializado y perteneciente al sector servicios, ubicada en la ciudad de Medellín, Antioquia, Colombia, la cual, se destacará por su eficiencia, eficacia, calidad humana y en el servicio, encargándonos de todo el proceso pre y posquirúrgico del paciente y aprovechando su estadía en el país, para que pueda conocer los maravillosos sitios turísticos y de interés.

La empresa estará constituida, inicialmente, por siete (7) personas capacitadas para el desarrollo de esta actividad; dicho personal sería:

Cargo	Número de personas
Junta de Socios	2
Gerente General	1
Contador	1
Director del Departamento de Ventas	1
Vendedores	2
Total	7

3.3 MISIÓN

INTERmedical Trip Ltda., es una empresa especializada en la prestación de servicios de Turismo Médico, comprometida con el mejoramiento de la calidad de vida de sus clientes, a través de un portafolio de servicios médicos, ligados al turismo y velando por la satisfacción de sus clientes, por medio de un servicio eficaz y eficiente.

3.4 OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Ser líderes en el mercado del Turismo Médico, en Colombia, gracias a la calidad de los profesionales con quienes trabajamos, para garantizar un óptimo servicio.

Ser líderes en el mercado Español, en un término de cinco (5) años y reconocidos por nuestros excelentes servicios; comprometidos, siempre, a brindarle al cliente, la mejor atención posible, para lograr la satisfacción de su necesidad y proyectar una excelente imagen de Colombia y de sus hermosos paisajes, ante el mundo.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

A Corto Plazo

- Dar a conocer a INTERmedical Trip Ltda., en el mercado Español, como la mejor empresa de Turismo Médico, en Colombia
- Implementar la estrategia de CEM (Manejo de Experiencia con los Clientes), por medio de la experiencia que tengan nuestros clientes, al adquirir nuestros servicios, mediante un servicio postventa y seguimiento de clientes.
- Obtener credibilidad en el mercado, a través de la excelente calidad en la prestación del servicio, por medio de los buenos hospitales, cuerpo médico y los mejores hoteles, a nivel nacional.

A Mediano Plazo

- Posicionar a INTERmedical Trip Ltda., en el mercado, como una de las empresas de Turismo Médico, más fuertes, a nivel nacional.
- Implementar sinergias con hospitales y cirujanos certificados y avalados por la Sociedad Colombiana de Cirugía Plástica, Estética y Reconstructiva, con hoteles y empresas del sector transporte, en toda Colombia, para brindar el mejor servicio posible, a nuestros clientes.
- Incrementar el nivel de clientes de la empresa, en un plazo cercano a dos años.

A Largo Plazo

- Ser reconocidos, en el ámbito internacional, como la mejor empresa de Turismo Médico, en Colombia.

- Expandir nuestros servicios y hacer presencia en las ciudades de Bilbao, Valencia y Madrid.
- Ser una empresa generadora de empleo y desarrollo, para la región de Antioquia.

3.5 VENTAJAS COMPETITIVAS

- La principal competencia de nuestra empresa, a nivel local, es GEOMEDIC, la cual lleva, aproximadamente, cuatro (4) años en el mercado, pero no se dedica a comercializar o vender, específicamente, un servicio tan completo como el de nuestra empresa. GEOMEDIC, que es una división de GEOTOURS, se inclina más hacia el lado turístico, tanto nacional como internacional; por tal razón, INTERmedical Trip Ltda., es una empresa que estará dedicada, exclusivamente, al Turismo Médico Especializado.
- En GEOMEDIC, solamente, hay una (1) persona que coordina todo este proceso, mientras que en INTERmedical Trip Ltda., seremos tres (3) personas, en un principio; esto, con el fin de abrir más mercado.
- Todos los servicios que ofrece INTERmedical Trip Ltda., van en un solo paquete, en cambio, los de nuestra competencia, van separados.

3.6 NECESIDADES QUE SE VAN A SATISFACER

En otros países, las cirugías, en general, son de unos costos muy elevados, en comparación con las cirugías realizadas en Colombia, en una relación de 7 a 1; Colombia, actualmente, cuenta con tecnología láser de punta y excelentes profesionales, que permiten ofrecer un servicio óptimo. Por éste motivo, la gente, viene a Colombia, a realizarse sus procedimientos quirúrgicos, por económicos y por la alta calidad de los mismos y, también, sacándole provecho al viaje, en el cual pueden disfrutar de maravillosos paisajes, la hermosa gente y los diversos lugares turísticos y de interés.

3.7 RELACIÓN PRODUCTO – SERVICIO

INTERmedical Trip Ltda., desea enfocarse en la parte estética facial.

Lo que la empresa ofrecerá será: todo el procedimiento hasta que el paciente llegue al país, ofrecerá todo el tratamiento posoperatorio, spas, alojamiento, transporte y alimentación, con la recomendación a las mejores clínicas, en donde

el paciente, desee hacerse la cirugía. Aparte de esto, se ofrecerá el paquete TODO INCLUIDO, el cual contiene spa, alimentación en Medellín y transporte, en un solo paquete.

RINOPLASTIA



Descripción básica:
Cirugía estética o correctiva de la forma de la nariz, armonizando el rostro, para brindar al paciente, un aspecto más apropiado

Especificaciones y Características Técnicas	<p>Intervención quirúrgica, en la que se resuelven, principalmente, los problemas estéticos de la nariz, tales como la giba ósea, el hueso que sobresale del dorso de la nariz a semejanza de una joroba, las desviaciones hacia la derecha o izquierda de la nariz.</p>
Aplicación y/o Uso (Consideraciones Especiales de Conservación)	<ul style="list-style-type: none"> •El tratamiento pre-quirúrgico es, primordialmente, para dar una valoración al paciente. •La Simulación de Imagen, no tiene costo, ya que está incluida en su cita de valoración; aquí, se le hará una proyección tridimensional de los resultados de este procedimiento quirúrgico. •Los exámenes de laboratorio, se practican en ayunas. •Solicitar, en nuestro consultorio, una cita con el Médico Internista; ésta, incluye electrocardiograma. •Solicitar una cita con el Médico Anestesiólogo. •Después de pasar con los especialistas, quienes determinarán, si usted, es un candidato apto para practicarse esta intervención quirúrgica, se programará su cirugía, teniendo en cuenta sus necesidades. •El tratamiento posquirúrgico es un proceso complementario, que le ayuda a desinflamar, regularizar, mantener y optimizar los resultados de la cirugía, para una recuperación más rápida y eficaz. •Evite el consumo de cigarrillos y bebidas alcohólicas, ya que interfieren con su proceso de cicatrización. •Aliméntese, sanamente, ingiera verduras, frutas, carnes magras y abundante agua. •El proceso de recuperación varía según cada organismo; éste, puede tardar hasta varias semanas.
Beneficios	<p>Mejora la respiración, da una apariencia más armónica al rostro, restablece la confianza y aumenta la autoestima del paciente, puede corregir malformaciones a causa de paladar hendido o labio leporino, corrige la</p>

	postura de la nariz, ya sea una protuberancia o tabique desviado.
Componentes del servicio	Transporte España - Colombia – Colombia – España. Hospedaje en el hotel, alimentación y tours. Recomendación de hospitales, cirujanos y anesthesiólogos. Hospedaje posoperatorio. Recorridos turísticos a los sitios de interés y sitios turísticos más representativos de Colombia.
Garantías	La garantía se extenderá hasta una vez terminado el posoperatorio

BLEFAROPLASTIA

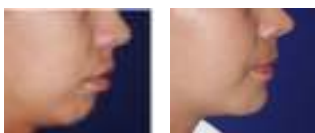


Descripción Básica:
Cirugía correctiva cuyo fin es realzar la mirada, evitar que los ojos luzcan cansados y devolver naturalidad al rostro

Especificaciones y Características Técnicas	Este procedimiento mejora la apariencia de los ojos cansados; está destinado a remover el exceso de piel en los párpados superiores y retira el exceso de grasa, tanto en el párpado superior como en el inferior, con incisiones mínimas
Aplicación y/o Uso (Consideraciones Especiales de Conservación)	<ul style="list-style-type: none"> •El tratamiento pre-quirúrgico es, primordialmente, para dar una valoración al paciente. •La Simulación de Imagen, no tiene costo, ya que está incluida en su cita de valoración; aquí, se le hará una proyección tridimensional de los resultados de este procedimiento quirúrgico. •Los exámenes de laboratorio, se practican en ayunas. •Solicitar, en nuestro consultorio, una cita con el Médico Internista; ésta, incluye electrocardiograma. •Solicitar una cita con el Médico Anestesiólogo. •Después de pasar con los especialistas, quienes determinarán, si usted, es un candidato apto para practicarse esta intervención quirúrgica, se programará su cirugía, teniendo en cuenta sus necesidades. •El tratamiento posquirúrgico es un proceso complementario, que le ayuda a desinflamar, regularizar, mantener y optimizar los resultados de la cirugía, para una recuperación más rápida y eficaz. •Evite el consumo de cigarrillos y bebidas alcohólicas, ya que interfieren con su proceso de cicatrización. •Aliméntese, sanamente, ingiera verduras, frutas, carnes

	<p>magras y abundante agua.</p> <ul style="list-style-type: none"> •El proceso de recuperación varía según cada organismo; éste, puede tardar hasta varias semanas.
Beneficios	Mejora la apariencia de los ojos cansados, devuelve naturalidad al rostro
Componentes del Producto	<p>Transporte España - Colombia – Colombia – España. Hospedaje en el hotel, alimentación y tours. Recomendación de hospitales, cirujanos y anestesiólogos. Hospedaje posoperatorio. Recorridos turísticos a los sitios de interés y sitios turísticos más representativos de Colombia.</p>
Garantías	La garantía se extenderá hasta una vez terminado el posoperatorio

MENTOPLASTIA



Descripción Básica:
Cirugía estética, en donde se moldea el mentón, según las necesidades del paciente, ya sea aumentarlo o reducirlo para dar armonía al rostro

Especificaciones y Características Técnicas	Este procedimiento permite mejorar la armonía facial, mediante la introducción de un implante en el mentón cuyo tamaño se define según las necesidades de cada paciente
Aplicación y/o Uso (Consideraciones Especiales de Conservación)	<ul style="list-style-type: none"> •El tratamiento pre-quirúrgico es, primordialmente, para dar una valoración al paciente. •La Simulación de Imagen, no tiene costo, ya que está incluida en su cita de valoración; aquí, se le hará una proyección tridimensional de los resultados de este procedimiento quirúrgico. •Los exámenes de laboratorio, se practican en ayunas. •Solicitar, en nuestro consultorio, una cita con el Médico Internista; ésta, incluye electrocardiograma. •Solicitar una cita con el Médico Anestesiólogo. •Después de pasar con los especialistas, quienes determinarán, si usted, es un candidato apto para practicarse esta intervención quirúrgica, se programará su cirugía, teniendo en cuenta sus necesidades. •El tratamiento posquirúrgico es un proceso complementario, que le ayuda a desinflamar, regularizar, mantener y optimizar los resultados de la cirugía, para una recuperación más rápida y eficaz.

	<ul style="list-style-type: none"> •Evite el consumo de de cigarrillos y bebidas alcohólicas, ya que interfieren con su proceso de cicatrización. •Aliméntese, sanamente, ingiera verduras, frutas, carnes magras y abundante agua. •El proceso de recuperación varía según cada organismo; éste, puede tardar hasta varias semanas.
Beneficios	La Mentoplastia, puede hacer que un mentón poco definido, aumente hasta conseguir dar más fuerza a su personalidad, o bien, que un mentón excesivamente prominente, se reduzca, suavizando sus facciones
Calidad	Colombia, cuenta con procesos quirúrgicos muy avanzados y con personal especializado en cirugía plástica, con equipos modernos y procedimientos laser.
Componentes del Producto	<p>Transporte España - Colombia – Colombia – España.</p> <p>Hospedaje en el hotel, alimentación y tours.</p> <p>Recomendación de hospitales, cirujanos y anesthesiólogos.</p> <p>Hospedaje posoperatorio.</p> <p>Recorridos turísticos a los sitios de interés y sitios turísticos más representativos de Colombia.</p>
Garantías	La garantía se extenderá hasta una vez terminado el posoperatorio

3.8 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

INTERmedical Trip Ltda., desea brindar a sus clientes, la mejor atención posible, trabajando con los mejores cirujanos especializados en cirugías estéticas faciales, para brindar un servicio óptimo y de acuerdo con las necesidades del cliente.

La necesidad de verse bien y modificar partes del cuerpo, mediante cirugía plástica, se ha vuelto una práctica, cada vez, más común y utilizada por más personas, lo cual hace que miles de personas, de diversas nacionalidades, viajen al extranjero, aprovechando unos días de vacaciones, para practicarse operaciones de cirugía plástica de todo tipo. La existencia de tarifas más económicas que en los países de origen, ha permitido a sectores relativamente modestos, económicamente, acceder a tratamientos que requieren de tecnología de punta y cuyos costos son inaccesibles para ellos, es la motivación fundamental.

En España, la Rinoplastia, oscila entre los 5000 y los 6000 euros, es decir, entre unos \$12'765.000 y \$15'250.000 pesos, respectivamente; en Colombia, se encuentran procedimientos con la misma o mejor tecnología, por un precio de alrededor de 3000 ó 3300 euros, unos \$7'623.000 y \$8'385.000 pesos, respectivamente.

Algunas de las razones más fuertes, se enumeran a continuación:

- En operaciones de cirugía estética, España, es líder Europeo.
- Más de 400000 Españoles, se sometieron a operaciones de cirugía estética, el año pasado.
- Los tratamientos de cirugía estética, se convirtieron en el regalo estrella de estas Navidades.
- La venta de productos Light, un record: creció un 21%, en un año.
- La venta de productos contra la caída de pelo, se ha triplicado, en otoño.
- La psicosis por la obesidad, dispara un 15% el consumo de fármacos adelgazantes, cada año.
- Uno de cada diez Españoles, ha recurrido, alguna vez, a la cirugía estética.
- En el 2006, se vendieron 33000 prótesis mamarias, 30000 de ellas, con fines estéticos (<http://www.stop-obsesion.com/index.php?page=page.showPage&anchor=mercado>, consultado el 10 de noviembre de 2010).

La tendencia actual de la sociedad Europea, hacia la juventud, la cual le da una gran importancia al aspecto físico, joven y dinámico, como condición para el triunfo profesional, así como la inversión financiera, constituyen la meta de millones de Españoles.

Por estas razones, los Europeos, han comenzado a buscar sus tratamientos, en los países donde las tasas de servicios de salud, son más bajas, pero con alta calidad; una muestra de la aceptación que tiene Colombia, en materia de Turismo Médico, es el apoyo que le ha brindado la OMS (Organización Mundial de la Salud), brindando confiabilidad y seriedad de estas prácticas.

INTERmedical Trip Ltda., se destacará por su eficiencia, eficacia, calidad humana y en el servicio, encargándonos de todo el proceso pre y posquirúrgico del paciente, y aprovechando su estadía en el país, para que pueda conocer los maravillosos sitios turísticos y de interés, brindándole al cliente, una grata experiencia, en la cual, se lleve los mejores recuerdos de nuestro hermoso país.

3.9 ANÁLISIS DEL ENTORNO Y DEL SECTOR

3.9.1 Macro Entorno.

- **Político:** España, se caracteriza por ser una democracia, donde cada comunidad, posee un Parlamento; el Estado, se organiza, territorialmente, en municipios, provincias y comunidades autónomas; está considerada como uno de los países Europeos más descentralizados, ya que todos sus diferentes territorios,

administran, de forma local, sus sistemas sanitarios y educativos y, en muchos, España, se encuentra en una situación de estabilidad política.

- **Legal:** existen tres (3) tipos de Impuestos sobre el Valor Añadido (IVA): el general del 16%, el reducido del 7% y el súper reducido del 4%. Algunas transacciones quedan exentas. El IVA, no es aplicable en las Islas Canarias, Ceuta y Melilla. En Canarias, se aplica el Impuesto General Indirecto Canario, cuyo tipo general es del 5%, y en Ceuta y Melilla, el Impuesto sobre la Producción, los Servicios y la Importación.

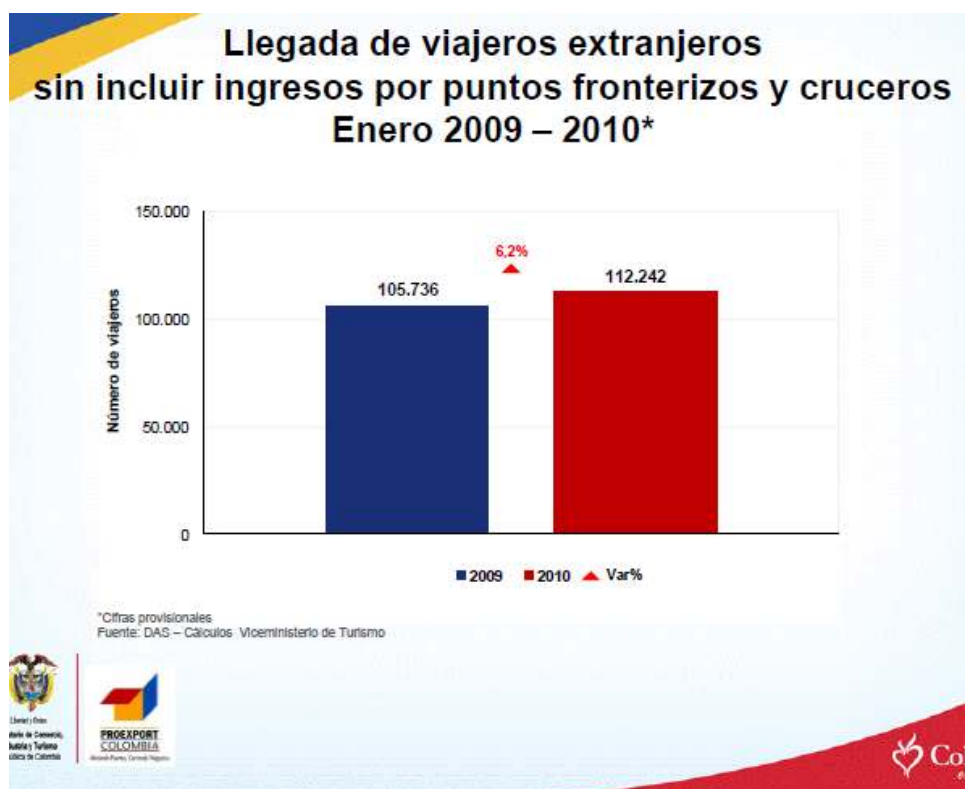
- **Económico:** la economía Española, no es la mejor de hoy día, debido a la recesión que ha sufrido Grecia, en el último período, pero no es cosa de hace algunos meses, es una situación que ha venido dándose desde hace algún tiempo atrás, y la solución a esta problemática, no es fácil de hallar, pues la economía está amenazada por el desempleo; en Agosto de 2010, llegó al 20.09%, cifra alarmante y que sigue en ascenso, a diferencia de la inflación que ha tenido una mejora desde febrero de 2010, ubicándose en 0.9%, que en comparación al mismo mes, en 2009, fue de 1.2%.

- **Competencia:** España, posee un desarrollo tecnológico de punta, aplicable a cirugías de estética y procedimientos quirúrgicos de alto nivel y de excelente calidad, pero con altos costos, haciendo que una persona promedio, con medianos ingresos, se vea en aprietos para realizarse una cirugía de este tipo; Colombia, cuenta con profesionales altamente capacitados e instituciones reconocidas, la calidad de los procedimientos es igual o, incluso, mejor, con precios mucho más módicos y competitivos y con una tecnología de punta. Muestra de ello, es el respaldo que brinda la OMS sobre el desempeño global de los sistemas de salud, al ubicar a Colombia, primera en Latinoamérica y vigésimo segunda, a nivel mundial.

- **Social:** existe una auténtica obsesión Española, por los viajes turísticos y por las vacaciones caras, cualquier puente o período de vacaciones o descanso, a lo largo del año, es aprovechada para el ocio. Los viajes en avión, especialmente, se han disparado. En Madrid y Barcelona, es difícil encontrar reservaciones de hotel o de restaurantes, algunos son muy costosos. El gasto en ocio, se dispara y, con ello, se disparan los precios. La clase media, paga una educación cara para sus hijos y los colegios de alto nivel; la tendencia actual de nuestra sociedad hacia la juventud, la cual le da una gran importancia al aspecto físico, joven y dinámico, como condición para el triunfo profesional, así como la inversión financiera, constituyen la meta de millones de Españoles. Incluso, se imponen las modas y aficiones caras, como el gusto por el buen vino, la buena mesa, la decoración y los coches de lujo.

3.9.2 Análisis del sector servicios.

- **Sector salud:** analizando el panorama económico, debe quedar claro que, todos los actores del sector salud, deben concentrarse en volverse más eficientes y en cuidar, prolijamente, su mercado interno, el cual no cabe duda que aunque crezca, lo hará de manera paulatina y sin sorpresas. La tecnología en materia de cirugía, en Colombia, ha avanzado mucho; hoy por hoy, tenemos cirugías láser, procedimientos quirúrgicos por medio de brazos mecánicos, manipulados a distancia, por especialistas.

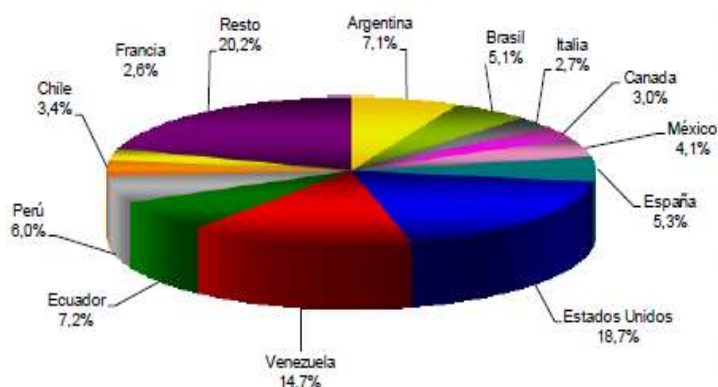


Fuente:

<http://www.mincomercio.gov.co/eContent/documentos/turismo/Boletin/2010-TurismoEnero.pdf>, consultado el 20 de agosto de 2010.

- **Sector turismo:** se dio un incremento en el turismo, del 6.2%, en enero de 2010, comparado con enero de 2009; el principal afluente de personas proviene de Estados Unidos, con un porcentaje de 18.7%, seguido de Venezuela, con 14.7%.

Llegada de viajeros extranjeros sin incluir ingresos por puntos fronterizos y cruceros, participación según nacionalidad Enero 2010*



*Cifras provisionales
Fuente: DAS – Cálculos Viceministerio de Turismo.



Libertad y Oportunidad
Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo
República de Colombia



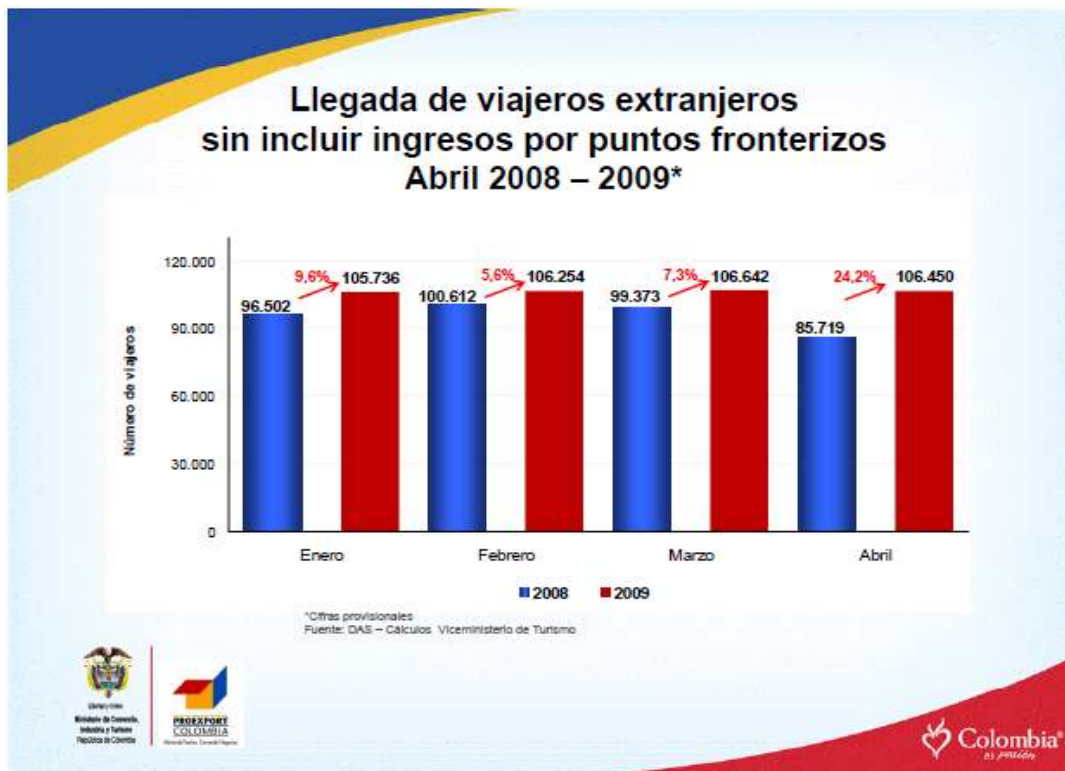
PROEXPORT
COLOMBIA
Ministerio de Comercio, Industria y Turismo



Fuente:

<http://www.mincomercio.gov.co/eContent/documentos/turismo/Boletin/2010-TurismoEnero.pdf>, consultado el 20 de agosto de 2010.

- **Tendencia de crecimiento:** la tendencia es al alza, pues en los últimos años, se ha observado un crecimiento constante, en el arribo de extranjeros al país, como lo indica la siguiente figura.



Fuente:

<http://www.mincomercio.gov.co/eContent/documentos/turismo/Boletin/2010-TurismoEnero.pdf>, consultado el 20 de agosto de 2010.

3.10 CONOCIMIENTOS PARA DESARROLLAR LA IDEA DE NEGOCIO

- Estudios en hotelería y turismo.
- Manejo de clientes.
- Negociación internacional.
- Conocimientos básicos sobre las cirugías.
- Obtener un contador.
- RUT, cámara de comercio, NIT, certificado de representación y existencia legal.
- Administrador comercial.
- Mercadeólogo.
- Publicista.

4. ANALISIS DEL MERCADO

4.1 OBJETIVOS DE MERCADEO

De Ventas a Corto Plazo

- Obtener un valor de ventas neto de USD \$15000
- Posicionar nuestra marca en el mercado de Barcelona
- Penetrar el mercado Español y generar posicionamiento de la marca, por medio de buenos precios y buen servicio

De Ventas a largo Plazo

- Acaparar, al menos, el 2% del mercado de Barcelona
- Introducir el servicio a Madrid, Valencia y Bilbao
- Aumentar en un 20%, las ventas totales
- Ser uno de los mayores exportadores de Turismo Médico, a nivel nacional
- Posicionar la marca **INTERmedical Trip Ltda.**, en el mercado Español

De Mercadeo

- Promocionar los servicios en los principales periódicos, revistas y radio estaciones de Barcelona.
- Utilizar la publicidad electrónica como medio masivo de promoción.

De Servicio Al Cliente

- Brindar un servicio posventa, para monitorear la experiencia del cliente
- Ofrecer nuestro portafolio de servicios especializado.
- Brindar asesorías personalizadas

4.2 DESCRIPCIÓN DEL PORTAFOLIO SERVICIOS

RINOPLASTIA (Cirugía de nariz)



Descripción básica:

Cirugía estética o correctiva de la forma de la nariz, armonizando el rostro, para brindar al paciente, un aspecto más apropiado

Especificaciones y Características Técnicas	Intervención quirúrgica en la que se resuelven, principalmente, los problemas estéticos de la nariz, tales como la giba ósea, el hueso que sobresale del dorso de la nariz, a semejanza de una joroba, las desviaciones hacia la derecha o izquierda de la nariz.
Necesidades que Satisface	Esta cirugía está orientada a mejorar la forma y tamaño de la nariz, dando, así, una mejor apariencia al rostro, en general, ayudar a mejorar problemas respiratorios, secuelas de trauma, ancho de las fosas nasales, ángulo entre la nariz y el labio superior.
Aplicación y/o Uso (Consideraciones Especiales de Conservación)	<ul style="list-style-type: none"> •El tratamiento pre-quirúrgico es, primordialmente, para dar una valoración al paciente. •La Simulación de Imagen, no tiene costo, ya que está incluida en su cita de valoración; aquí, se le hará una proyección tridimensional de los resultados de este procedimiento quirúrgico. •Los exámenes de laboratorio, se practican en ayunas. •Solicitar, en nuestro consultorio, una cita con el Médico Internista; ésta, incluye electrocardiograma. •Solicitar una cita con el Médico Anestesiólogo. •Después de pasar con los especialistas, quienes determinarán, si usted, es un candidato apto para practicarse esta intervención quirúrgica, se programará su cirugía, teniendo en cuenta sus necesidades. •El tratamiento posquirúrgico es un proceso complementario, que le ayuda a desinflamar, regularizar, mantener y optimizar los resultados de la cirugía, para una recuperación más rápida y eficaz. •Evite el consumo de de cigarrillos y bebidas alcohólicas, ya que interfieren con su proceso de cicatrización. •Aliméntese, sanamente, ingiera verduras, frutas, carnes magras y abundante agua. •El proceso de recuperación varía según cada organismo; éste, puede tardar hasta varias semanas.
Beneficios	Mejora la respiración, da una apariencia más armónica al rostro, restablece la confianza y aumenta la autoestima del paciente, puede corregir malformaciones, a causa de paladar hendido o labio leporino, corrige la postura de la nariz, ya sea una protuberancia o tabique desviado.
Tipo de Consumo	Directo

Diseño y/o Presentaciones	<p>Los paquetes serán cotizados dependiendo de la ciudad a la cual viaje el paciente, el hotel donde se alojará, la clínica donde se realizará el procedimiento, y el especialista que elija, para realizar el procedimiento.</p> <p>Incluirá la recomendación de los hospitales y cirujanos, estadía posoperatoria, y si el paciente lo desea, un tour turístico, en donde lo desee, de acuerdo con la complejidad de la cirugía.</p>
Calidad	Colombia, cuenta con procesos quirúrgicos muy avanzados y con personal especializado en cirugía plástica, con equipos modernos y procedimientos láser.
Componentes del servicio	<p>Transporte España - Colombia – Colombia – España.</p> <p>Hospedaje en el hotel, alimentación y tours.</p> <p>Recomendación de hospitales, cirujanos y anestesiólogos.</p> <p>Hospedaje posoperatorio.</p> <p>Recorridos turísticos a los sitios de interés y sitios turísticos más representativos de Colombia.</p>
Garantías	La garantía se extenderá hasta una vez terminado el postoperatorio

BLEFAROPLASTIA (Cirugía de párpados)



	<p>Descripción Básica: Cirugía correctiva, cuyo fin es realzar la mirada, evitar que los ojos luzcan cansados y devolver naturalidad al rostro</p>
Especificaciones y Características Técnicas	Este procedimiento mejora la apariencia de los ojos cansados; está destinado a remover el exceso de piel, en los párpados superiores y retira el exceso de grasa, tanto en el párpado superior como en el inferior, con incisiones mínimas
Necesidades que Satisface	Brindar a los ojos, un aspecto más juvenil y menos cansado, que se produce como consecuencia del envejecimiento y la acción de la gravedad sobre los diferentes tejidos.
	<ul style="list-style-type: none"> •El tratamiento pre-quirúrgico es, primordialmente, para dar una valoración al paciente. •La Simulación de Imagen, no tiene costo, ya que está incluida en su cita de valoración; aquí, se le hará una proyección tridimensional de los resultados de este

Aplicación y/o Uso (Consideraciones Especiales de Conservación)	<p>procedimiento quirúrgico.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los exámenes de laboratorio, se practican en ayunas. • Solicitar, en nuestro consultorio, una cita con el Médico Internista; ésta, incluye electrocardiograma. • Solicitar una cita con el Médico Anestesiólogo. • Después de pasar con los especialistas, quienes determinarán, si usted, es un candidato apto para practicarse esta intervención quirúrgica, se programará su cirugía, teniendo en cuenta sus necesidades. • El tratamiento posquirúrgico es un proceso complementario, que le ayuda a desinflamar, regularizar, mantener y optimizar los resultados de la cirugía, para una recuperación más rápida y eficaz. • Evite el consumo de cigarrillos y bebidas alcohólicas, ya que interfieren con su proceso de cicatrización. • Aliméntese, sanamente, ingiera verduras, frutas, carnes magras y abundante agua. • El proceso de recuperación varía según cada organismo; éste, puede tardar hasta varias semanas.
Beneficios	Mejora la apariencia de los ojos cansados, devuelve naturalidad al rostro
Tipo de Consumo	Directo
Diseño y/o Presentaciones	<p>Los paquetes serán cotizados dependiendo de la ciudad a la cual viaje el paciente, el hotel donde se alojará, la clínica donde se realizará el procedimiento, y el especialista que elija, para realizar el procedimiento.</p> <p>Incluirá, la recomendación de los hospitales y cirujanos, estadía posoperatoria, y si el paciente lo desea, un tour turístico, en donde lo desee, de acuerdo con la complejidad de la cirugía.</p>
Calidad	Colombia, cuenta con procesos quirúrgicos muy avanzados y con personal especializado en cirugía plástica, con equipos modernos y procedimientos láser.
Componentes del servicio	<p>Transporte España - Colombia – Colombia – España.</p> <p>Hospedaje en el hotel, alimentación y tours.</p> <p>Recomendación de hospitales, cirujanos y anestesiólogos.</p> <p>Hospedaje posoperatorio.</p> <p>Recorridos turísticos a los sitios de interés y sitios turísticos más representativos de Colombia.</p>
Garantías	La garantía se extenderá hasta una vez terminado el posoperatorio

MENTOPLASTIA (Cirugía de mentón)



Descripción Básica:
Cirugía estética en donde se moldea el mentón, según las necesidades del paciente, ya sea aumentarlo o reducirlo, para dar armonía al rostro

Especificaciones y Características Técnicas	Este procedimiento permite mejorar la armonía facial, mediante la introducción de un implante en el mentón cuyo tamaño, se define según las necesidades de cada paciente
Necesidades que Satisface	Mejora la armonía facial, mediante la introducción de un implante en el mentón, cuyo tamaño se define según las necesidades de cada paciente
Aplicación y/o Uso (Consideraciones Especiales de Conservación)	<ul style="list-style-type: none"> •El tratamiento pre-quirúrgico es, primordialmente, para dar una valoración al paciente. •La Simulación de Imagen, no tiene costo, ya que está incluida en su cita de valoración; aquí, se le hará una proyección tridimensional de los resultados de este procedimiento quirúrgico. •Los exámenes de laboratorio, se practican en ayunas. •Solicitar, en nuestro consultorio, una cita con el Médico Internista; ésta, incluye electrocardiograma. •Solicitar una cita con el Médico Anestesiólogo. •Después de pasar con los especialistas, quienes determinarán, si usted, es un candidato apto para practicarse esta intervención quirúrgica, se programará su cirugía, teniendo en cuenta sus necesidades. •El tratamiento posquirúrgico es un proceso complementario, que le ayuda a desinflamar, regularizar, mantener y optimizar los resultados de la cirugía, para una recuperación más rápida y eficaz. •Evite el consumo de de cigarrillos y bebidas alcohólicas, ya que interfieren con su proceso de cicatrización. •Aliméntese, sanamente, ingiera verduras, frutas, carnes magras y abundante agua. •El proceso de recuperación varía según cada organismo; éste, puede tardar hasta varias semanas.
Beneficios	La Mentoplastia puede hacer que un mentón poco definido, aumente, hasta conseguir dar más fuerza a su personalidad, o bien, que un mentón, excesivamente, prominente, se reduzca, suavizando sus facciones
Tipo de Consumo	Directo

Diseño y/o Presentaciones	Los paquetes serán cotizados, dependiendo de la ciudad a la cual viaje el paciente, el hotel donde se alojará, la clínica donde se realizará el procedimiento, y el especialista que elija para realizar el procedimiento. Incluirá, la recomendación de los hospitales y cirujanos, estadía posoperatoria, y si el paciente lo desea, un tour turístico, en donde lo desee, de acuerdo con la complejidad de la cirugía.
Calidad	Colombia, cuenta con procesos quirúrgicos muy avanzados y con personal especializado en cirugía plástica, con equipos modernos y procedimientos laser.
Componentes del servicio	Transporte España - Colombia – Colombia – España. Hospedaje en el hotel, alimentación y tours. Recomendación de hospitales, cirujanos y anestesiólogos. Hospedaje posoperatorio. Recorridos turísticos a los sitios de interés y sitios turísticos más representativos de Colombia.
Garantías	La garantía se extenderá hasta una vez terminado el posoperatorio

4.3 EL MERCADO META DE LOS BIENES Y/O SERVICIOS

4.3.1 El Mercado Meta.

- Nuestro mercado meta está ubicado en Barcelona, España, cuyo número de habitantes es de 3.218.071. Nuestros servicios están dirigidos a hombres y mujeres, en edades comprendidas entre los 18 y los 55 años, aproximadamente, con un poder adquisitivo medio alto, ubicados en Barcelona, con metas de acaparar un mínimo del 2% de la población, que desee realizarse alguna cirugía facial.

4.3.2 Estudio del Mercado Consumidor.

a) Objetivos del Estudio del Mercado Consumidor

- Conocer la cantidad de clientes potenciales que están en capacidad de utilizar este servicio.
- Tipificar el tipo de cliente, según rango de edades, sexo y capacidad adquisitiva.
- Identificar y cuantificar las oportunidades que poseemos para llegar a los clientes, de la mejor manera posible.
- Obtener información acerca de la aceptación del servicio
- Optimizar el cumplimiento de las necesidades del cliente.

VARIABLES QUE SE ESTUDIARON DE LOS POSIBLES CLIENTES.

- **Tipos de consumidores**

Nos sirve para determinar a qué tipo de público, podemos llegar a ofrecer nuestros servicios.

- **Ubicación**

Nos sirve para ubicar la población y determinar dónde pueden estar los clientes, con mayor poder adquisitivo.

- **Magnitud de la necesidad** (consumo promedio que llegan o llegarían a utilizar)

Nos sirve para conocer el tamaño o cantidad de personas que estarían dispuestas, a realizarse una cirugía estética.

- **Capacidad de compra**

Esta variable, nos sirve para identificar qué tan factible es, para una persona ubicada en España, tener acceso a una cirugía estética.

- **Precio que está dispuesto el consumidor a pagar**

Esta variable, nos ayuda para determinar el precio que pudiera tener el servicio.

- **Empresas o países donde adquiere el servicio**

Nos ayuda para conocer nuestros competidores, saber qué tanta fuerza tienen en el mercado y su portafolio de servicios.

b) Medios a través de los cuales se realizó el Estudio del Consumidor

- Internet
- Bases de datos
- Entrevistas con agencia de viajes GEOTOURS

c) Aplicación de los medios

A	CÓMO	DÓNDE	INFORMACIÓN OBTENIDA
Agencias de viajes	Publicidad electrónica y escrita (panfletos)	Barcelona España	Promedio de gente que se interesa en el servicio
Hospitales	Publicidad electrónica	Barcelona	Servicios que ofrecen, horarios y capacidad instalada
Revistas	Publicación de avisos	España	Alcance, número de lectores, ranking de popularidad, sector al cual se dirige, precio de la publicidad
Periódicos	Publicación de avisos	España	Número de lectores a los cuales tiene acceso, precio de los clasificados
Emisoras	Cuñas radiales	Barcelona España	Lugares en los cuales tienen presencia, rango de edades de los radioescuchas, precios de las pautas

d) Resultados del Estudio de los Consumidores

- Población Consumidora

Tipos de consumidor

En España, alrededor de 142340 cirugías son realizadas, anualmente, en donde la gran mayoría son mujeres, con edades comprendidas entre los 18 y los 50 años, con un 85%, y el 15% restante, son hombres, con edades entre los 18 hasta los 45 años.

Relación de los posibles consumidores, definidos después de la investigación

Consumidores o Clientes	Ubicación	Cantidad promedio de consumo	Especificaciones del producto que requiere	Uso del producto
Hombres y mujeres	Barcelona España	142340	Cirugías estéticas	Directo

Criterios de compra que considerarán los posibles clientes

- Precio:

Los precios preestablecidos de los servicios, son determinados de acuerdo con la temporada en la cual se cotice el servicio o según el precio de la divisa, se basan en la calidad y la tecnología de los procedimientos, el equipo médico y las instituciones médicas, en las cuales, se realizan los procedimientos quirúrgicos.

- Forma de pago:

Nuestra empresa y nuestros aliados estratégicos, no manejan planes para pago a crédito, por lo que el cliente, deberá pagar, por anticipado, el servicio.

- Garantía:

Todos nuestros servicios tienen garantía; ésta es de acuerdo con el tiempo de la recuperación de cada cirugía y mientras el paciente se encuentre, todavía, bajo supervisión médica, en Colombia.

- Descuentos:

La política de los descuentos, se maneja por clientes referidos, por recompra de nuestros servicios o por número de clientes familiares, que se operen al mismo tiempo.

Perfil de los consumidores indirectos

En esta categoría, están todos aquellos padres y madres o familiares, que asumirán el costo de este servicio, mas no lo usan, es decir, serán quienes costean todo el gasto de la cirugía, pero no gozan de los beneficios del servicio.

Perfil de los consumidores directos

Hombres y mujeres, que deseen realizarse algún procedimiento estético y que cumplan con los siguientes requisitos:

- Mayores de 18 años y menores de 55 años
- Poder adquisitivo medio alto
- Que vivan en Barcelona

Ubicación de los consumidores



Destino de las exportaciones

Nuestro destino es la ciudad de Barcelona, España, con una población de 1.621.537 habitantes; es la segunda ciudad Española, más poblada.

- **Determinación de la demanda**

Necesidades reales promedio de los consumidores

Hoy en día, la necesidad de verse bien por fuera es una necesidad en aumento, pues brinda mayor autoestima y confianza a la persona; mediante la cirugía estética, se pueden corregir defectos o malformaciones, en diversas partes del cuerpo, que el cirujano trata a partir de las especificaciones del cliente.

Tamaño del segmento de mercado

El tamaño del segmento del mercado Español, a cubrir, es de, aproximadamente, 143000 cirugías anuales, cuyo crecimiento está en alrededor del 15% anual.

Consumo Aparente

La mayoría de las cirugías son realizadas en Madrid, Valencia y Barcelona

Segmentación demográfica de los clientes

En Barcelona, habitan 3.218.071 de personas

Capacidad de Compra

Esta variable, nos sirve para identificar la cantidad de clientes potenciales, según los ingresos per cápita que es de USD 33600 al año; este valor es del año 2009.

Exigencias sobre el servicio

El cliente, espera que todas sus necesidades, sean satisfechas; por eso, en INTERmedical Trip Ltda., trabajamos con los mejores especialistas, los hoteles más prestigiosos, los mejores hospitales y clínicas certificadas con normas ISO 9001, 14001 e ICONTEC, para poder brindarle, un íntegro servicio, al cliente.

Demanda potencial

En España, se realizan, anualmente, alrededor de 143000 cirugías estéticas, con una tasa promedio de crecimiento del 15%, en donde la mayoría de las cirugías son realizadas para mujeres y un bajo porcentaje, alrededor del 15% a 20 % de la totalidad de las cirugías, es para hombres.

4.4 MERCADO PROVEEDOR

4.4.1 Proveedores. Los proveedores que se mencionan a continuación, son parte de una gran base de datos; los aquí mencionados, son algunos de los más importantes hospitales y clínicas del país, en cuanto a salas de cirugía, instrumentación, equipos y tecnología en los procedimientos.

Base de datos de posibles proveedores de Rinoplastia, Blefaroplastia y Mentoplastia

PROVEEDORES	UBICACIÓN	INSUMOS O MATERIA PRIMA POSIBLE A SUMINISTRARNOS	EXIGENCIAS ESPECÍFICAS SI LAS TIENE
Clínica Medellín	Medellín	Cirugías estéticas	ISO 9001/ certificación del INVIMA BPM
Clínica Las Vegas	Medellín	Cirugías estéticas	Certificación ICONTEC
Clínica Las	Medellín	Cirugías estéticas	No posee

Américas			
Hospital Pablo Tobón Uribe	Medellín	Cirugías plásticas	ISO 14001
Clínica Alzahar	Cartagena	Cirugías estéticas	No posee
Clínica Medihelp Services	Cartagena	Cirugías plásticas	No posee
Clínica Santa Cruz de Boca Grande	Cartagena	Cirugías plásticas	No posee
Montes Cirugía Estética	Cartagena	Cirugías estéticas	Miembro de la SCCP (sociedad colombiana de cirugía plástica)
Clínica Santillana	Cali	Cirugías plásticas y estéticas	Miembro de la SCCP (Sociedad Colombiana de Cirugía Plástica)
Clínica Farallones	Cali	Cirugías plásticas	No posee
Clínica Sebastián de Belalcázar	Cali	Cirugías estéticas	El mejoramiento continuo (MCC)
Clínica Santiago de Cali	Cali	Cirugías plásticas	No posee
Clínica Shaio	Bogotá	Cirugías faciales y estéticas	No posee
Clínica Palermo	Bogotá	Cirugías plásticas y estéticas	No posee
Instituto de Ortopedia y Cirugía Plástica	Bogotá	Cirugías plásticas	No posee
Clínica CORPOLÁSER	Bogotá	Cirugía estética láser	No posee

4.4.2 Estudio del mercado del proveedor.

Objetivo:

Determinar cuáles proveedores son los más confiables para prestar el servicio, cuáles poseen la mejor capacidad instalada, los mejores procedimientos, el mejor personal capacitado y la tecnología de punta más especializada y avanzada, para brindar al paciente, la confiabilidad y la seguridad que necesita, en los procedimientos quirúrgicos.

a) Variables estudiadas del mercado proveedor: cirugías

- Prestigio de la clínica u hospital
- Certificaciones o acreditaciones
- Capacitación y especialización y trayectoria de los profesionales
- Calidad de los procedimientos
- Recursos y capacidad instalada

b) Medios a través de los cuales, se realizó el estudio del mercado proveedor

MEDIOS	DESCRIPCIÓN	ESPECIFICACIÓN
Páginas Web	La información se recolectó, en su mayoría, por este medio	Por medio del buscador Google, se recolectó la información de los proveedores
Entrevista Personal	Un empleado de la agencia GEOTOURS, nos brindó bastante información, acerca de bases de datos y contactos en el exterior.	La agencia GEOTOURS, nos brindó información verídica, acerca de contactos y precios, en el exterior.

c) Aplicación de los medios

A	CÓMO	DÓNDE
Clínicas	Portales web	Google
Hoteles	Portales web	Google
Transportadoras	Portales web	Google

d) Resultados del estudio de los proveedores

Proveedores de Mentoplastia

PROVEEDOR	Clínica Las Américas					
Ubicación	Diagonal 75 B No. 2 A 120 oficina 309					
Teléfonos	342-1010 ext. 1227					
E-mail	serviciosalud@lasamericas.com.co					
Personas de contacto	N/A					
Productos o Servicios	Unidad de Medida	Capacidad Instalada	Formas de Pago	Garantías	Especificaciones del Servicio	Costo Unidad
Sala de cirugía, anesthesiólogo e instrumentador	Horas	2	100%	Durante la prestación del servicio	Sala de cirugía con monitoreo cardíaco e instrumentación, al igual que el personal a cargo (Instrumentista y Anesthesiólogo)	\$2'000.000

Proveedores de Rinoplastia

PROVEEDOR	Hospital Pablo Tobón Uribe					
Ubicación	Calle 78 B No. 69-240 Medellín Colombia					
Teléfonos	445 90 00					
E-mail	hptu@hptu.org.co					
Personas de contacto	Dr. Juan David Ángel Tel: (574) 4459502					
Productos o Servicios	Unidad de Medida	Cantidad	Formas de Pago	Garantías	Especificaciones del Servicio	Costo Unidad
Sala de cirugía, anesthesiólogo e instrumentador	Hora	1	100%	Durante la prestación del servicio	Sala de cirugía con monitoreo cardíaco e instrumentación, al igual que el personal a cargo (Instrumentista y Anesthesiólogo)	\$2'000.000

Proveedores de Blefaroplastia

PROVEEDOR	Clínica Medellín					
Ubicación	Centro : calle 53 No.46 – 38/ poblado: calle 7 No. 39 - 290					
Teléfonos	356 85 85 / 311 28 00					
E-mail	N/A					
Personas de contacto	N/A					
Productos o Servicios	Unidad de Medida	Cantidad	Formas de Pago	Garantías	Especificaciones del Servicio	Costo Unidad
Sala de cirugía, anesthesiólogo e instrumentador	Hora	1	100%	Durante la prestación del servicio	Sala de cirugía con monitoreo cardíaco e instrumentación, al igual que el personal a cargo (Instrumentista y Anesthesiólogo)	\$1'800.000

Proveedores de transporte 1

PROVEEDOR	Aerotaxi					
Ubicación	Cr. 65 No. 16 a- 13					
Teléfonos	235 71 71 – 235 76 76					
E-mail	N/A					
Personas De Contacto	N/A					
Productos o Servicios	Unidad de Medida	Cantidad	Formas de Pago	Garantías	Especificaciones del Servicio	Costo Unidad
Transporte aeropuerto - hotel	Viaje	2	Contado o anticipado	Durante el trayecto del aeropuerto al hotel y viceversa	Transporte desde el aeropuerto de llegada, hasta el hotel y del hotel al aeropuerto.	\$48.000

Proveedores de Transporte 2

PROVEEDOR	Cooperativa Sertrans					
Ubicación	Calle 8b 59 A- 13					
Teléfonos	448 43 30					
E-mail	N/A					
Personas de Contacto	N/A					
Productos o Servicios	Unidad de Medida	Cantidad	Formas de Pago	Garantías	Especificaciones del Servicio	Costo Unidad
Transporte en Medellín,				Durante el recorrido,	Recorridos por la ciudad y sitios de	\$270.000

del hotel a la clínica y recorridos turísticos	Recorridos	Sin especificar	Anticipado	se garantizará la seguridad del pasajero, y la totalidad del recorrido, por los diferentes sitios de interés	interés. Transporte del hotel a las citas previas a la cirugía y a los centros donde se realizarán los exámenes clínicos	
--	------------	-----------------	------------	--	---	--

Proveedores de Hotelería

PROVEEDOR	Hotel Intercontinental Medellín					
Ubicación	Calle 16 #28-51 variante Las Palmas, Colombia					
Teléfonos	319 44 50 - 3154402					
E-mail	N/A					
Personas de Contacto	N/A					
Productos o Servicios	Unidad de Medida	Cantidad	Formas de Pago	Garantías	Especificaciones del Servicio	Costo Unidad
Hospedaje	Días	Según lo requiera la recuperación	Efectivo o pago con tarjeta	Se garantiza la total discreción y atención al cliente, como la alimentación y masajes relajantes en el spa, durante toda la estadía.	Hospedaje con alimentación incluida, según especificaciones médicas	\$120.000

Análisis de las Fortalezas y Debilidades de los Proveedores Posibles, en términos generales

Proveedor de Rinoplastia	
Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Certificación ISO 14001 • Gran reconocimiento en el medio • Personal especializado en cirugía plástica • Excelente capacidad instalada • Atención personalizada 	<ul style="list-style-type: none"> • 3 cirugías por día en la misma sala • Mucho tiempo para reservar • Elevados costos de alquiler

Proveedor de Blefaroplastia

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none">• Certificación ISO 9001• Reconocida en el medio• Personal capacitado y especializado en cirugía plástica• Excelente equipamiento	<ul style="list-style-type: none">• Demora en reservas• Elevados costos• Elevados costos de alquiler

Proveedor de Mentoplastia

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none">• Prestigio en la ciudad• Excelente manejo de personal• Excelente capacidad instalada• Instrumentación y monitoreo cardíaco	<ul style="list-style-type: none">• No posee certificaciones• Demora en las reservas• No utiliza cirugía láser• Elevados costos de alquiler

Proveedor de Hotelería

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none">• Hotel 5 estrellas• Excelente ubicación• Excelente alimentación de acuerdo a la dieta médica• Masajes posoperatorios• Reservación por internet	<ul style="list-style-type: none">• No posee transporte propio• Poco personal en recepción

Turismo Médico Especializado

Proveedor de Transporte

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none">• Excelente servicio• Recorridos turísticos por toda la ciudad• Personal capacitado y experimentado• Transporte hacia los centros médicos y a las citas con los especialistas• Los recorridos incluyen guía turístico	<ul style="list-style-type: none">• Demora por contratiempos• Los vehículos no son muy nuevos• Un poco costoso

4.5 EL MERCADO COMPETIDOR

4.5.1 Competidores.

Relación de posibles competidores nacionales a investigar

COMPETIDOR	UBICACIÓN
Agencia de viajes GEOTUORS	Medellín - Colombia
Hospital Pablo Tobón Uribe	Medellín - Colombia
Clínica Shaio	Bogotá – Colombia
Clínica Sebastián belalcázar	Cali – Colombia
Clínica Palermo	Bogotá – Colombia
Clínica Santillana	Cali – Colombia
Clínica Las Américas	Medellín - Colombia

Relación posibles competidores internacionales a investigar

COMPETIDOR	UBICACIÓN
Agencia de viajes GEOTOURS	Medellín – Colombia
Clínica planas	Barcelona – España
Policlínica de Barcelona	Barcelona – España
Clínica Rinos	Barcelona – España
Clínica Londres	Barcelona España

La agencia de viajes GEOTOURS, posee una oficina ubicada en Barcelona, España, en donde ofrece sus servicios de Turismo Médico, hacia Colombia.

4.5.2 Estudio del mercado competidor.

Objetivo:

Determinar qué cantidad de clínicas o institutos dedicados a la estética y cirugías faciales, ofrecen servicios de Turismo Médico, qué grado de competencia hay y qué nivel de tecnología se maneja en los procedimientos, al igual que los profesionales que realizan estos mismos.

a) Variables estudiadas del mercado competidor

Clínicas y hospitales

- Infraestructura y capacidad instalada
- Acreditaciones o certificaciones

- Capacitación y especialización del personal
- Prestigio de la institución

Hoteles

- Infraestructura
- Reconocimiento
- Atención al cliente
- Ubicación
- Planes y alimentación
- Comodidad de las habitaciones
- Atención personalizada

Transporte

- Portafolio de servicios
- Rapidez y eficacia en la prestación del servicio
- Capacidad de respuesta
- Modernización de los automotores
- Satisfacción de la necesidad
- Cubrimiento de todos los recorridos

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado competidor

MEDIOS	ESTRATEGIAS
Internet	Ubicar las mejores clínicas, médicos y hoteles, que brindan los mismos servicios que ofrecemos en Colombia.
Bases de datos suministradas	Ubicar las mejores clínicas, médicos y hoteles, que brindan los mismos servicios que ofrecemos en Colombia.

c) Aplicación de los medios

A QUIEN	COMO	DONDE
GEOTOURS Medellín	Entrevista	Sede principal
Internet	virtualmente	Buscador Google

d) Resultados del estudio de la competencia

Las investigaciones realizadas para determinar qué posee nuestro servicio, en comparación con la competencia

Competidores Directos Nacionales

COMPETIDOR	GEOTOURS Medellín					
Ubicación	Diag. 75 B # 32 BB 13 (Laureles Nogal) Medellín - Colombia					
Teléfonos	448 05 70 - 580 40 11 - 448 13 00					
E-mail	reservas@viajesgeotours.com - viajesgeotours@gmail.com					
Imagen o Confiabilidad	Empresa con varios años de presencia en el mercado; actualmente, cubre el mercado de España, Estados Unidos y Aruba					
Productos o Servicios	Unidad de Medida.	Especificaciones del servicio	Mercado Objetivo	Países a los que Exporta	Valor Agregado	Precio aproximado de Venta
Turismo Médico	Unidad o paquete turístico	Paquete turístico que incluye tours por la ciudad, seguro médico las 24h, fajas moldeadoras, masajes posquirúrgicos, transporte en destino, alimentación, alojamientos, exámenes médicos y consultas posoperatorias	Hombres y mujeres	España, Aruba y USA	Seguro médico, tarjeta preferencial, descuentos en pacientes regulares y posibilidad de planes prepagados	Depende de la cirugía que se cotice o del plan que escoja el paciente.

Competidores Directos Internacionales

COMPETIDOR	GEUTOURS España					
Ubicación	Madrid, España					
Teléfonos	(316) 525 47 84					
E-mail	reservas@viajesgeotours.com - viajesgeotours@gmail.com					
Imagen o Confiabilidad	Oficina alterna para España, con tres (3) años, aproximadamente, de existencia en el mercado Español.					
Políticas de Facturación	No se posee esta información					
Productos o Servicios	Unidad de Medida	Especificaciones del Servicio	Mercado Objetivo	Países a los que Exporta	Valor Agregado	Precio Aproximado de Venta
Asesorías personalizadas en Turismo Médico	Unidad	Asesorías acerca de los servicios que presta GEOTOURS Medellín e información de los diferentes planes turísticos.	Hombres y mujeres	Colombia	Asesorías personalizadas, Seguro médico, tarjeta preferencial, descuentos en pacientes regulares y posibilidad de planes prepagados	Depende de la cirugía que se cotice o del plan que escoja el paciente.

El siguiente esquema contiene un breve análisis de las “Fortalezas y Debilidades” de la Competencia, en relación con las de nuestra propuesta de Empresa.

Fortalezas y debilidades.

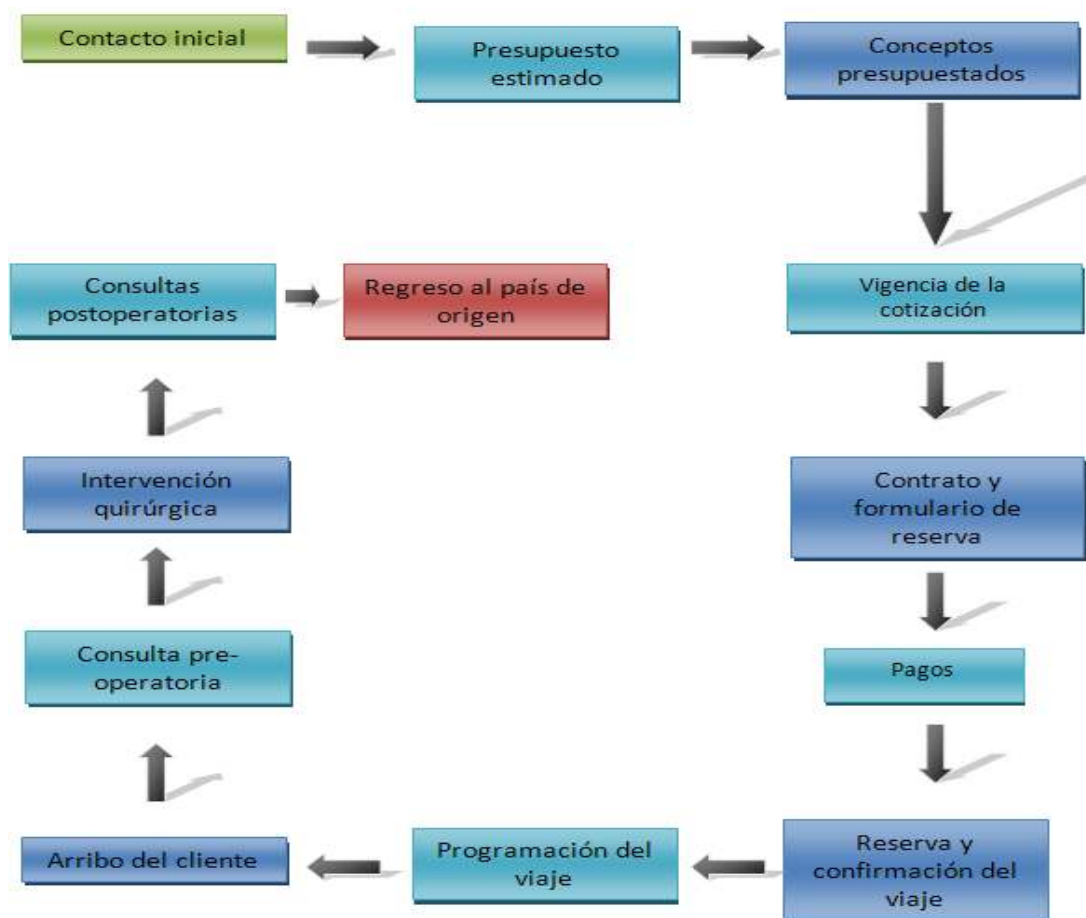
Geomedic		INTERmedical Trip Ltda.	
Fortalezas	Debilidades	Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Varios años en el medio • Conocimiento del medio • Reconocido en el medio • Actualmente, maneja más de 50 clientes por mes • El servicio es aceptado y reconocido • Posee alianzas con reconocidos institutos y clínicas • Portafolio de servicios muy amplio • Alta capacidad de respuesta • Satisfacción de la necesidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de personal • Manejan los mismos mercados • Cambian mucho de ubicación • No se especializan en Turismo Médico 	<ul style="list-style-type: none"> • Nos especializamos en Turismo Médico • Nos abrimos a nuevos mercados potenciales • Servicio posventa y monitoreo de clientes 	<ul style="list-style-type: none"> • Empresa recién creada • No se posee experiencia • No se poseen alianzas • No se conoce el medio • No tiene instalaciones fijas

4.6 EL MERCADO DISTRIBUIDOR

4.6.1 Distribución.

Distribución a nivel internacional

Para la exportación de servicios de Turismo Médico, se planea utilizar la publicidad electrónica, publicación en revistas médicas, cuñas radiales y avisos publicitarios, en los más importantes periódicos Españoles.



Según el esquema, para hacer llegar a los clientes el servicio, se seguirán los siguientes pasos:

- **Contacto inicial con el cliente:** aquí, el cliente, nos contacta, para ser asesorado sobre los servicios.
- **Presupuesto estimado:** se da al cliente un precio estimado, pero este mismo, puede variar, levemente, dependiendo de los cambios que se puedan realizar, al momento de la valoración del especialista.
- **Conceptos presupuestados:** aquí, se incluyen honorario del médico, estudio pre-quirúrgico, clínica, alojamiento y alimentación, traslados estipulados, seguro de viaje y servicios complementarios posquirúrgicos, dependiendo de la intervención médica a realizar, recorridos turísticos, entre otros, teniendo en cuenta que estos paquetes, se conforman a pedido del cliente.

- **Vigencia de la cotización:** esta vigencia tiene un período de tres (3) meses; si el cliente, no toma el servicio en este período, perderá vigencia y deberá pedir una nueva cotización, para renovar la fecha de viaje.
- **Contratos y formulario de reserva:** el cliente, deberá, antes de realizar cualquier depósito, revisar, aprobar y firmar el contrato, que deberá ser autenticado en una notaría (país de procedencia) y enviados por correo, para su aprobación.
- **Pagos:** los pagos deben realizarse por medio de consignación
- **Reserva y confirmación del viaje:** la reservación del viaje, se hace con un abono del 30%, con una anterioridad de tres (3) semanas como mínimo; en este período, también, se reserva el quirófano, el alojamiento y el transporte. Posteriormente, se informa al cliente, la fecha del vuelo.
- **Programación del viaje:** se organiza el itinerario de viaje personalizado y se entregan al cliente, las fechas de las citas y tours.
- **Arribo del cliente:** el cliente llega a Medellín y se le proporciona el transporte desde el aeropuerto, hasta el hotel donde se alojará.
- **Consulta preoperatoria:** en este punto, se hace la confirmación del día, la hora y el lugar de la cirugía.
- **Intervención quirúrgica:** un asistente de INTERmedical Trip Ltda., acompañará al cliente, hasta el lugar de la intervención.
- **Consultas posoperatorias:** este período, es luego de la intervención, en donde se hace un riguroso seguimiento a la recuperación del cliente; si el cliente lo desea, puede consultarlo cuantas veces quiera, sin costo adicional.
- **Regreso al país de origen:** el cliente será acompañado por un asistente de INTERmedical Trip Ltda., hasta el aeropuerto, y una vez éste llegue a su casa, se hará un monitoreo telefónico (servicio posventa), para verificar la evolución y la recuperación del paciente.

4.6.2 Distribución Directa.

a) Medios de distribución a utilizar

Para la exportación de servicios de Turismo Médico, se planea utilizar la publicidad electrónica, la publicación en revistas médicas, las cuñas radiales y los avisos publicitarios, en los más importantes periódicos Españoles.

b) Fuerza de Ventas

CARGO	Nº PERSONAS	SUELDO BASICO	AUXILIO DE TRANSPORTE	CESANTIAS	INTERES CESANTIAS	VACACIONES	PRIMA	SALUD Y PENSIONES	PARAFISCAL	ARP	COSTO TOTAL
			\$ 61.500	8,33%	1,00%	4,17%	8,33%	18,13%	9,00%	1,04%	
Gerente	1	\$ 2.000.000	\$ 0,00	\$ 166.600	\$ 1.666	\$ 83.400	\$ 166.600	\$ 362.600	\$ 180.000	\$ 20.800	\$ 2.981.666
Director Ventas	1	\$ 900.000	\$ 61.500,00	\$ 74.970	\$ 750	\$ 37.530	\$ 74.970	\$ 163.170	\$ 81.000	\$ 9.360	\$ 1.403.250
Contador	1	\$ 515.000	\$ 61.500,00	\$ 42.900	\$ 429	\$ 21.476	\$ 42.900	\$ 93.370	\$ 46.350	\$ 5.356	\$ 829.279
Vendedor 1	1	\$ 515.000	\$ 61.500,00	\$ 42.900	\$ 429	\$ 21.476	\$ 42.900	\$ 93.370	\$ 46.350	\$ 5.356	\$ 829.279
Vendedor 2	1	\$ 515.000	\$ 61.500,00	\$ 42.900	\$ 429	\$ 21.476	\$ 42.900	\$ 93.370	\$ 46.350	\$ 5.356	\$ 829.279
Gran total	5	\$ 4.445.000	\$ 246.000,00	\$ 370.269	\$ 3.703	\$ 185.357	\$ 370.269	\$ 805.879	\$ 400.050	\$ 46.228	\$ 6.872.753

NOMINA DEMAS EMPLEADOS	
Asesor Jurídico	\$ 150.000
AUXILIO DE TRANSPORTE	\$ 0,00

Política de comisiones sobre venta a vendedores.

Porcentaje sobre ventas	
1 a 3 unidades	2%
4 unidades	3%
5 ó más unidades	5%

Competencias

Perfil del personal y funciones

Director de ventas

Perfil:

- Tres (3) años de experiencia en el mercado de servicios
- Manejo de personal
- Capacidad de liderazgo y trabajo en equipo
- Profesional en marketing y ventas

Funciones:

- Coordinar el proceso de ventas
- Crear estrategias de publicidad
- Determinar las metas de venta
- Calcular la demanda y ventas potenciales
- Reclutamiento, selección y capacitación de los vendedores
- Evaluación de la ejecución del plan de ventas

Vendedores

Perfil:

- Estudios relacionados con hotelería y turismo
- Jóvenes de 22 a 30 años
- Técnicos en servicio al cliente
- Conocimientos de técnicas de ventas

Funciones:

- Realizar seguimiento de clientes
- Cerrar operaciones del itinerario
- Asesorar técnica, comercial y promocionalmente, a sus clientes
- Crear oportunidades y facilitar la llegada de promoción técnica al cliente
- Controlar la evolución del consumo de los clientes
- Asesorar al cliente sobre la mejor forma de comprar y utilizar los servicios
- Comunicar al cliente, las novedades sobre precios y condiciones
- Llevar un control detallado de las operaciones de cada cliente

4.6.3 Comunicación. El siguiente esquema, ilustra aspectos relevantes que se tendrán en cuenta para aplicar las estrategias de difusión, en el mercado extranjero:

Nombre Comercial del Servicio	Turismo Médico
Especificaciones del Logo	El logo de INTERmedical Trip Ltda., está caracterizado por llevar el bastón de Esculapio, también, conocido, como el símbolo de la salud; va en color azul turquesa y el nombre INTERmedical Trip Ltda. debajo
Nombre de la Empresa	INTERmedical Trip Ltda.
Slogan	Turismo médico especializado
Colores Corporativos del Nombre	Azul turquesa y negro
Logo de la Empresa	

Estrategias de Comunicación

a). Difusión del servicio

El servicio, se ofrecerá por medio radial y medio impreso, en la ciudad de Barcelona, España; algunos de los periódicos más importantes, que circulan, allí, son:

- Vanguardia, ABC, El País, El Mundo, Público, El Economista, El Insurgente, El Confidencial, 20 minutos, ADN, Que!, La Nueva España, Diario Vasco.

Algunas revistas y periódicos deportivos:

- AS, Deporte 365, NBA, ACB, Sportec, Mundo Deportivo, Euro Sport, ESPN Deportes.

Algunas revistas especializadas en salud:

- El Mundo Salud, Infosalud, Mujeres y Salud, Correo Médico, El Médico Interactivo, Magazín Médico, Cuerpo de Mujer.

Algunas importantes radio estaciones:

- Radio Barcelona, 40 Principales Barcelona, Club 25, Cope Barcelona, Digital FM, Exa Radio, Máxima FM Barcelona, Radio Barcelona, Radio La Mina, Radio Carmel, Radio Nacional de España Barcelona 3, Rock and Gol Barcelona.
- Ferias
- Internet (publicidad electrónica)

b). Medios de comunicación o difusión a utilizar y su alcance

MEDIO	ALCANCE
Radio	Oyentes hasta 65 años. (517000), aproximadamente
Revistas de deportes	Hombres hasta los 65 años
Revistas de salud	Hombres y mujeres de 16 a 55 años
Periódicos	Lectores de 18 a 65 años, aproximadamente

c). Presupuesto de costos de la estrategia de comunicación

DETALLE	COSTO MES
Volantes	\$760.000
Publicidad en revistas	\$960.000
Publicidad en periódicos	\$780.000
Cuñas radiales	\$700.000
Total Presupuesto	\$3'200.000

4.6.4 Actividades de promoción y divulgación.

a). Estrategia de promoción dirigida a clientes y canales

- Se hará promoción por número de clientes remitidos
- Se dará descuento por clientes referenciados, en familiares o conocidos
- En temporadas como verano o de vacaciones, se implementarán tarifas especiales

b). Cubrimiento geográfico inicial y expansión

- Inicialmente, estaremos introduciendo el servicio, a Barcelona, España, con miras a llegar al mercado de Madrid.
- Posteriormente, estaremos ofreciendo el servicio en Madrid, Valencia y Bilbao.

c). Presupuesto costo estimado de las actividades de promoción y divulgación

DETALLE	COSTO MES
Publicidad	\$3'200.000
Total Presupuesto	\$3'200.000

4.7 PRECIOS DE LOS SERVICIOS

4.7.1 Factores que influyen en la determinación de los precios de los servicios.

Variables para la determinación de precio
Transporte
Hotelería
Reservación quirófano
Honorarios de los cirujanos
Plan turístico
Fecha o temporada
Revisiones postoperatorias
Asistencia y traslados

4.7.2 Los precios de los servicios tomando como base los costos.

Costos variables	Pesos (\$)
Publicidad	\$3'200.000
Personal Humano	
Gerente	\$ 2'000.000
Vendedor 1	\$515.000
Vendedor 2	\$515.000
Jefe de ventas	\$900.000
TOTAL:	\$7'130.000

Costos fijos	Pesos (\$)
Arriendo	\$200.000
Servicios publicos	\$573.000
Telefonia	\$200.000
TOTAL:	\$973.000

4.7.3 Los precios de los servicios propuestos.

Los precios presentados a continuación, representan un rango de valores aproximados y éstos incluyen el costo del paquete turístico.

SERVICIO	PRECIO DE COMERCIALIZACIÓN
Rinoplastia	USD 3600
Blefaroplastia	USD 3360
Mentoplastia	USD 3240

4.7.4 Política de Precios.

- Se realizarán descuentos a personas que repitan el uso de nuestros servicios.
- Se harán descuentos por referidos
- Habrán descuentos en ciertas temporadas del año, es decir, temporadas bajas
- Los precios subirán y bajarán sin previo aviso, dependiendo de la fluctuación de la divisa.

4.8 COSTOS ASOCIADOS A LAS ACTIVIDADES DE COMERCIALIZACIÓN

- Publicidad
- Proveedores
- Transporte aeropuerto-hotel/hotel-aeropuerto
- Arriendo
- Servicios públicos
- Papelería

4.9 RIESGOS Y OPORTUNIDADES DEL MERCADO

Riesgos del mercado:

- Recesión de la economía Europea
- Desempleo en España
- Disminución de los precios en España
- Competencia desleal
- Somos nuevos en el mercado
- No aceptación del producto

Oportunidades del mercado:

- Temporadas de vacaciones
- Economía de los procedimientos
- Tecnología en los procedimientos
- Ubicación y sitios turísticos
- Aumento de la demanda de cirugías estéticas

4.10 PLAN DE VENTAS

<i>Mes</i>	<i>Mes</i>	<i>Mes</i>	<i>Mes</i>	<i>Mes</i>	<i>Mes</i>	<i>Mes</i>	<i>Mes</i>	<i>Mes</i>	<i>Mes</i>	<i>Mes</i>	<i>Mes</i>	<i>Mes</i>	<i>Total</i>
<i>Servicio</i>	<i>1.</i>	<i>2.</i>	<i>3.</i>	<i>4.</i>	<i>5.</i>	<i>6.</i>	<i>7.</i>	<i>8.</i>	<i>9.</i>	<i>10.</i>	<i>11.</i>	<i>12.</i>	
Rinoplastia	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	4	32
Blefaroplastia	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	4	4	32
Mentoplastia	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	3	18
Total	5	5	5	5	5	6	7	8	8	8	9	11	82

Este plan de ventas, se estructuró con base en las ventas de la competencia; la cantidad enunciada es una estimación de las ventas de cada mes, de cada cirugía, teniendo en el primer mes, una totalidad de cinco (5) cirugías vendidas.

INTERmedical Trip
Turismo Médico Especializado

5. MODULO TÉCNICO - OPERACIÓN

5.1 OBJETIVOS DE OPERACIÓN

Corto y mediano plazo:

- Obtener una cantidad superior a cinco (5) cirugías mensuales
- Crear alianzas con hospitales o clínicas especializadas, en cirugía plástica
- Lograr convenios con empresas de transporte, para la movilización de los clientes, en su estadía en el país
- Capacitar al personal para ofrecer un óptimo servicio a los clientes
- Construir una excelente base de datos, con los cirujanos especializados en cirugías faciales, en todo el territorio nacional
- Crear convenios con los mejores hoteles de la ciudad y del país, para ofrecer una óptima recuperación y calidad en el servicio

Largo plazo:

- Lograr un reconocimiento en el medio, por la excelente calidad de las clínicas, con las cuales se contratan los servicios y los cirujanos que realizan los procedimientos quirúrgicos
- Atraer clientes de la competencia, gracias a la calidad del servicio y la confiabilidad que se ofrece
- Incrementar el tope de cirugías ofrecidas por mes

5.2 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN

Actividad	Cómo se hace	Tiempo	Maquinaria o equipo, herramienta de trabajo	Recursos materiales o humanos	Lugar donde se hace
Contacto Inicial	Contacto directo con el consumidor.	2 días aprox.	Computador y teléfono.	Un asesor comercial encargado de contactar y dar información verídica al consumidor y/o interesado.	Barcelona – España.

Actividad	Cómo se hace	Tiempo	Maquinaria o equipo, herramienta de trabajo	Recursos materiales o humanos	Lugar donde se hace
Presupuesto Estimado	Presupuesto que se da al cliente; éste, puede variar levemente, dependiendo de la evaluación del especialista.	1 día	Computador y teléfono.	A cargo del asesor comercial, ya que es quien maneja los precios de la compañía.	Barcelona – España.

Actividad	Cómo se hace	Tiempo	Maquinaria o equipo, herramienta de trabajo	Recursos materiales o humanos	Lugar donde se hace
Conceptos Presupuestados	Este presupuesto se hace de acuerdo con lo que el cliente desee, es decir, cómo quiere su paquete.	1 día	Computador y teléfono.	Asesor comercial, con base en los precios de la empresa.	Barcelona – España.

Actividad	Cómo se hace	Tiempo	Maquinaria o equipo, herramienta de trabajo	Recursos materiales o humanos	Lugar donde se hace
Vigencia de la Cotización	La cotización tendrá vigencia de 3 meses, dentro de los cuales el cliente podrá viajar, en caso de no tomar el servicio, se debe pedir nueva cotización.	3 meses.	Computador y teléfono.	Asesor comercial de acuerdo a lo estipulado en las políticas de la empresa.	Barcelona – España.

Actividad	Cómo se hace	Tiempo	Maquinaria o equipo, herramienta de trabajo	Recursos materiales o humanos	Lugar donde se hace
Contratos y Formularios de Reserva	El directo implicado, deberá revisar, aprobar y firmar el contrato y formularios, para luego, ser autenticado.	5 días.	Computador y teléfono.	Asesor, el cual maneja los contratos y se encarga de enviarlos.	Barcelona – España.

Actividad	Cómo se hace	Tiempo	Maquinaria o equipo, herramienta de trabajo	Recursos materiales o humanos	Lugar donde se hace
Pagos	Se realizan por medio de consignación bancaria o pago con tarjeta de crédito.	1 día.	N/A	N/A	Barcelona – España.

Actividad	Cómo se hace	Tiempo	Maquinaria o equipo, herramienta de trabajo	Recursos materiales o humanos	Lugar donde se hace
Reserva y confirmación de viaje	La reservación del viaje, se hace con un abono del 30%, con una anterioridad de tres (3) semanas, como mínimo; en este período, también, se reserva el quirófano, el alojamiento y transporte. Posteriormente, se informa, al cliente, la fecha del vuelo.	3 semanas.	Computador, teléfono.	Asesor.	Medellín - Colombia.

Actividad	Cómo se hace	Tiempo	Maquinaria o equipo, herramienta de trabajo	Recursos materiales o humanos	Lugar donde se hace
Programación del viaje	Se organiza el itinerario de viaje personalizado y se entregan, al cliente, las fechas de las citas y tours.	1 día.	Computador teléfono o fax.	Asesor, papelería.	Medellín – Colombia

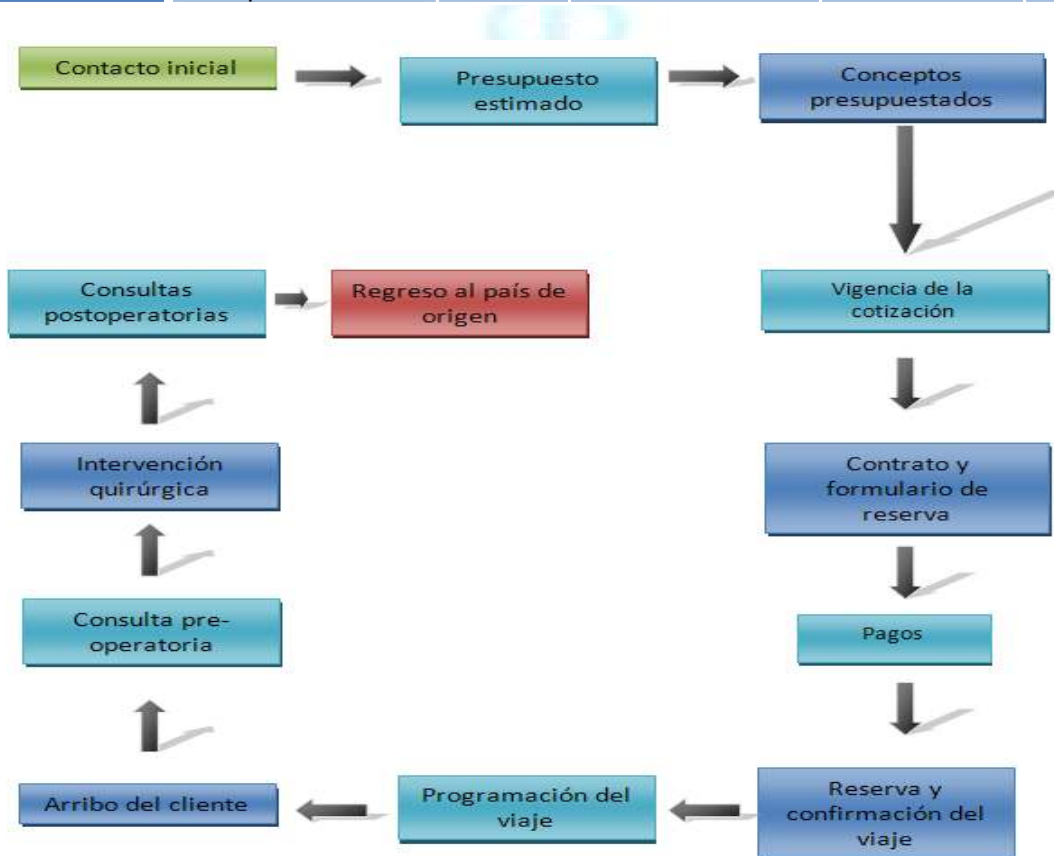
Actividad	Cómo se hace	Tiempo	Maquinaria o equipo, herramienta de trabajo	Recursos materiales o humanos	Lugar donde se hace
Arribo del cliente	El cliente, llega a Medellín y se le proporciona el transporte desde el aeropuerto, hasta el hotel donde se alojará.	1 día.	N/A	Asistente de INTERmedical Trip Ltda., transporte, hospedaje.	Colombia

Actividad	Cómo se hace	Tiempo	Maquinaria o equipo, herramienta de trabajo	Recursos materiales o humanos	Lugar donde se hace
Consulta preoperatoria	En este punto, se hace la evaluación con el médico que haya escogido el cliente y se confirma el día, la hora y el lugar de la cirugía.	1 día.	N/A	Asistente de INTERmedical Trip Ltda., transporte y papelería.	Colombia

Actividad	Cómo se hace	Tiempo	Maquinaria o equipo, herramienta de trabajo	Recursos materiales o humanos	Lugar donde se hace
Intervención quirúrgica	Un asistente de INTERmedical Trip Ltda., acompañará al cliente, hasta el lugar de la intervención; en este punto, se procederá a la siguiente etapa, la cual es el posoperatorio.	1 día.	N/A	Asistente de INTERmedical Trip Ltda., transporte y papelería.	Colombia

Actividad	Cómo se hace	Tiempo	Maquinaria o equipo, herramienta de trabajo	Recursos materiales o humanos	Lugar donde se hace
Consultas posoperatorias	Luego de la intervención quirúrgica, se realiza un riguroso seguimiento a la recuperación del cliente; si el cliente lo desea, puede consultarlo cuantas veces quiera, sin costo adicional.	2 semanas.	N/A	Asistente de INTERmedical Trip Ltda., transporte y papelería.	Colombia

Actividad	Cómo se hace	Tiempo	Maquinaria, equipo, herramienta de trabajo	Recursos materiales o humanos	Lugar donde se hace
Regreso al país de origen	El cliente será acompañado por un asistente de INTERmedical Trip Ltda., hasta el aeropuerto, y una vez, éste, llegue a su casa, se hará un monitoreo telefónico (servicio posventa), para verificar la evolución y la total recuperación del paciente.	1 semana.	Computador, teléfono.	Asesor de INTERmedical Trip Ltda.	Colombia



5.3 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

<i>Mes</i> Servicio	Mes 1.	Mes 2.	Mes 3.	Mes 4.	Mes 5.	Mes 6.	Mes 7.	Mes 8.	Mes 9.	Mes 10.	Mes 11.	Mes 12.	Total
Rinoplastia	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	4	32
Blefaroplastia	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	4	4	32
Mentoplastia	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	3	18
Total	5	5	5	5	5	6	7	8	8	8	9	11	82

Este plan de ventas, se estructuró con base en las ventas de la competencia, la cantidad enunciada, es una estimación de las ventas de cada mes, de cada cirugía, teniendo en el primer mes una totalidad de cinco (5) cirugías vendidas..

5.4 PLAN DE PRODUCCIÓN

Servicio	Mes	Mes 1	Total
Rinoplastia		2	2
Blefaroplastia		2	2
Mentoplastia		1	1
Total		5	5

Esta cantidad fue establecida por las siguientes razones: la empresa es nueva en el medio, su competencia tiene una mayor trayectoria en el medio, de aproximadamente, 5 años y es la única que trabaja el Turismo Médico, en Medellín y con base en sus ventas mensuales, que están entre 20 y 22 cirugías.

Servicio	Mes	Mes 2	Total
Rinoplastia		2	2
Blefaroplastia		2	2
Mentoplastia		1	1
Total		5	5

Servicio	Mes	Mes 3	Total
Rinoplastia		2	2
Blefaroplastia		2	2
Mentoplastia		1	1
Total		5	5

Servicio	Mes	Mes 4	Total
Rinoplastia		2	2
Blefaroplastia		2	2
Mentoplastia		1	1
Total		5	5

Servicio	Mes	Mes 5	Total
Rinoplastia		2	2
Blefaroplastia		2	2
Mentoplastia		1	1
Total		5	5

Se estima que las ventas variarán en un lapso de 6 meses, aumentando, no considerablemente, pero sí, a un ritmo preestablecido por el mismo mercado y mientras INTERmedical Trip Ltda., fortalece su presencia y aumenta la confianza del cliente en el mercado Español.

Servicio	Mes	Mes 6	Total
Rinoplastia		3	3
Blefaroplastia		2	2
Mentoplastia		1	1
Total		6	6

Servicio	Mes	Mes 7	Total
Rinoplastia		3	3
Blefaroplastia		2	2
Mentoplastia		1	1
Total		6	6

La Rinoplastia es una de las cirugías realizadas con mayor frecuencia, por lo que se espera que en el mes 6 y 7, sea la primera cirugía con tendencia al aumento.

Servicio	Mes	Mes 8	Total
Rinoplastia		3	3
Blefaroplastia		3	3
Mentoplastia		2	2
Total		8	8

Servicio	Mes	Mes 9	Total
Rinoplastia		3	3
Blefaroplastia		3	3
Mentoplastia		2	2
Total		8	8

Servicio	Mes	Mes 10	Total
Rinoplastia		3	3
Blefaroplastia		3	3
Mentoplastia		2	2
Total		8	8

En los meses 8, 9 y 10, se espera un aumento de dos (2) cirugías, repartiéndolas de la siguiente manera: la blefaroplastia aumenta en 1 y la mentoplastia, que es la cirugía que menos se realiza de estas tres (3), aumenta en 1; la rinoplastia, continúa estable, pero con tendencia a aumentar, en los meses siguientes.

Servicio	Mes	Mes 11	Total
Rinoplastia		3	3
Blefaroplastia		4	4
Mentoplastia		2	2
Total		9	9

En este mes, hay un aumento considerable en el número de cirugías, pues en esta etapa del año, es cuando más cirugías se realizan; se puede hablar de temporada alta o temporada vacacional; en este período, la población es más propensa a adquirir el servicio.

Servicio	Mes	Mes 12	Total
Rinoplastia		4	4
Blefaroplastia		4	4
Mentoplastia		2	2
Total		10	10

Desde el mes 8, se da un crecimiento, en gran medida, de todas las cirugías, en especial la rinoplastia y la blefaroplastia, las cuales son las más realizadas; este aumento, se debe a que, constantemente, se trabaja, fuertemente, en la publicidad en Barcelona, para aumentar la confianza del cliente hacia el servicio.

5.5 RECURSOS MATERIALES Y HUMANOS PARA LA PRODUCCIÓN

5.5.1 Locaciones.

Descripción del local	Unidad de medida	Tamaño	Monto para la inversión	Valor
Casa unifamiliar ubicada en el barrio La Floresta, con 180 m ² aproximadamente, de los cuales se utilizarán 20 m ² , es un tercer piso, la casa es arrendada	Metros cuadrados (m ²)	20 m ²	\$450.000	\$200.000

TOTAL: \$ 200.000

5.5.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.

Equipos

Equipos	Descripción	Número de unidades	Capital para la inversión	Valor
Computador de escritorio	Computador de escritorio para cada vendedor y otro para el director de ventas	3	\$ 3'800.000	\$ 1.200.000
Teléfono	Teléfono de escritorio, alámbrico, sencillo	2	\$ 70.000	\$ 20.000
Teléfono celular	Celular sencillo, con plan empresarial de minutos (\$ 35000 x mes)	3	\$ 250.000	\$ 70.000
Impresoras multifuncional	Impresora con funciones de scanner y fotocopidora	2	\$260.000	\$ 259.000
Telefax	Teléfono con fax para enviar y recibir documentos o resultados de exámenes	1	\$ 80.000	\$ 60.000
Computador portátil	Portátil para manejo y almacenamiento de información y bases de datos	2	\$ 3'000.000	\$ 1'300.000

TOTAL: \$ 6'968.000

Muebles y enseres

Muebles y enseres	Descripción	Cantidad	Capital para la inversión	valor
Escritorios	Escritorios en donde estarán ubicados los computadores y los artículos de oficina	3	\$ 700.000	\$ 190.000
Archivador	Dos archivadores medianos, para el almacenamiento de documentación	2	\$ 500.000	\$ 250.000
Sillas de oficina	Sillas con graduación de altura y giratorias	3	\$ 200.000	\$ 55.000
Artículos de oficina	Artículos necesarios para manejo de la papelería como grapadora, perforadora, libreta de apuntes, borrador, lapicero, lápiz, clips, entre otros	2 de cada referencia	\$ 70.000	\$ 60.000
Mesas	Mesas que servirán de soporte para las impresoras y el fax	3	\$ 300.000	\$ 90.000
Papeleras	Papeleras plásticas para recolección de residuos	3	\$ 40.000	\$ 15.000

TOTAL: \$ 1'550.000

5.5.3 Requerimientos de servicios.

Servicios	Descripción	Proveedor	Costo
Arriendo	Arrendamiento del espacio en donde se encuentra ubicada la empresa.	Arrendamientos Monserrate	\$ 200.000
Acueducto	Servicio de agua potable para la vivienda	Empresas Publicas de Medellín	\$ 25.000
Energía	Servicio de energía con el cual operan el establecimiento y los equipos electrónicos	Empresas Publicas de Medellín	\$ 140.000
Telefonía	Plan de telefonía para realizar llamadas a todo Colombia y el exterior	UNE telecomunicaciones	\$ 200.000
Saneamiento	Servicio de recolección y disposición de basuras	Empresas Públicas de Medellín	\$ 8.000

TOTAL: \$ 573.000

Recursos materiales	Costo
Locaciones	\$ 200.000
Equipos	\$ 6'968.000
Muebles y enseres	\$ 1'550.000
Requerimiento de servicios	\$ 573.000
Total	\$ 9'291.000

5.5.4 Requerimientos de personal.

Vendedores:

Perfil:

- Estudios relacionados con hotelería y turismo
- Jóvenes de 22 a 30 años
- Técnicos en servicio al cliente
- Conocimientos de técnicas de ventas

Funciones:

- Realizar seguimiento de clientes
- Cerrar operaciones del itinerario
- Asesorar técnica, comercial y promocionalmente a sus clientes
- Crear oportunidades y facilitar la llegada de promoción técnica al cliente
- Controlar la evolución del consumo de los clientes
- Asesorar al cliente sobre la mejor forma de comprar y utilizar los servicios
- Comunicar al cliente, las novedades sobre precios y condiciones
- Llevar un control detallado de las operaciones de cada cliente

Director de ventas:

Perfil:

- 3 años de experiencia en el mercado de servicios
- Manejo de personal
- Capacidad de liderazgo y trabajo en equipo
- Profesional en marketing y ventas

Funciones

- Coordinar el proceso de ventas
- Crear estrategias de publicidad
- Determinar las metas de venta

- Calcular la demanda y ventas potenciales
- Reclutamiento, selección y capacitación de los vendedores
- Evaluación de la ejecución del plan de ventas

TABLA DE NOMINA

CARGO	Nº PERSONAS	SUELDO BASICO	AUXILIO DE TRANSPORTE	CESANTIAS	INTERES CESANTAS	VACACIONES	PRIMA	SALUD Y PENSIONES	PARAFISCAL	ARP	COSTO TOTAL
			\$ 61.500	8,33%	1,00%	4,17%	8,33%	18,13%	9,00%	1,04%	
Gerente	1	\$ 2.000.000	\$ 0,00	\$ 166.600	\$ 1.666	\$ 83.400	\$ 166.600	\$ 362.600	\$ 180.000	\$ 20.800	\$ 2.981.666
Director Ventas	1	\$ 900.000	\$ 61.500,00	\$ 74.970	\$ 750	\$ 37.530	\$ 74.970	\$ 163.170	\$ 81.000	\$ 9.360	\$ 1.403.250
Contador	1	\$ 515.000	\$ 61.500,00	\$ 42.900	\$ 429	\$ 21.476	\$ 42.900	\$ 93.370	\$ 46.350	\$ 5.356	\$ 829.279
Vendedor 1	1	\$ 515.000	\$ 61.500,00	\$ 42.900	\$ 429	\$ 21.476	\$ 42.900	\$ 93.370	\$ 46.350	\$ 5.356	\$ 829.279
Vendedor 2	1	\$ 515.000	\$ 61.500,00	\$ 42.900	\$ 429	\$ 21.476	\$ 42.900	\$ 93.370	\$ 46.350	\$ 5.356	\$ 829.279
Gran total	5	\$ 4.445.000	\$ 246.000,00	\$ 370.269	\$ 3.703	\$ 185.357	\$ 370.269	\$ 805.879	\$ 400.050	\$ 46.228	\$ 6.872.753

NOMINA DEMAS EMPLEADOS	
Asesor Jurídico	\$ 150.000
AUXILIO DE TRANSPORTE	\$ 0,00

Necesidades de Capacitación

El personal, se capacitará en temas relacionados con el Turismo Médico, con el turismo, servicios al cliente y técnicas de mercadeo y ventas, dos (2) veces al año, para incrementar las ventas y la calidad del personal.

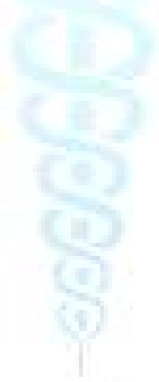
5.6 PROGRAMA DE PRODUCCIÓN

Actividades pre-operativas:

Semanas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Actividad												
Arrendamiento del local	X											
Adecuación del área de trabajo		X										
Compra de equipos		X	X									
Selección de proveedores		X	X	X	X							
Contratación de personal		X	X	X								

Actividades operativas:

Actividades	Meses											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Promocionar el servicio	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Asesorías personalizadas	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Visita a los proveedores	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Localizar bases de datos		X		X		X		X		X		X
Negociaciones en el exterior						X						
Promocionar en el exterior	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X



INTERmedical Trip
Turismo Médico Especializado

6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.1 PROCESOS ADMINISTRATIVOS

6.1.1 Descripción de los procesos administrativos.

- Junta de Socios

PROCESO	CÓMO SE HACE	LUGAR
Planeación	La junta de socios se encargará de dirigir los presupuestos y supervisar los balances, mes a mes. Las asambleas que se requieren para la toma de decisiones.	Oficina de INTERmedical Trip Ltda.
Dirección	La junta será la encargada de autorizar las medidas o nuevos métodos para implementar al interior de la empresa. Designar representantes	
Ejecución	La junta autorizará o no, las propuestas de gerencia, para optimizar los recursos o los procesos	
Control	La junta se encargará de la toma de decisiones, reunirse, al menos, una vez al mes	

- Gerente General

PROCESO	COMO SE HACE	EQUIPO
Planeación	Con base en la planeación establecida por la Junta de Socios, el Gerente, se encargará de fijar las metas organizacionales.	Computador portátil, teléfono celular
Dirección	El Gerente será el encargado de realizar evaluaciones periódicas, para establecer el porcentaje de cumplimiento de indicadores de gestión. Dirigir las acciones de reestructuración para la mejora de la gestión organizacional. Coordinar las relaciones de cooperación internacional e institucional.	Computador portátil, teléfono celular
Ejecución	Entre sus funciones estará la de crear y mantener excelentes relaciones bilaterales, para garantizar un óptimo desempeño comercial. Crear y mantener buenas relaciones con los clientes	Computador portátil, teléfono celular
Control	El Gerente coordinará los procesos administrativos, para asegurar que los registros y los análisis, se están ejecutando, correctamente. Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos, como también, el desempeño de los funcionarios. Supervisar la calidad del servicio.	Computador portátil, teléfono celular

- Director del Departamento de Ventas

PROCESO	CÓMO SE HACE	EQUIPO
Planeación	El director de ventas será el encargado de fijar las metas de ventas y captación de nuevos clientes. Elaboración y valoración de los objetivos comerciales. Elaboración de los presupuestos de gastos del departamento comercial. Definición de política de precios y condiciones comerciales.	Portátil, teléfono celular
Dirección	El director, se encargará de fijar precios y condiciones comerciales, apoyará a los vendedores, en la supervisión de los resultados al final de cada mes. Motivación del personal del departamento.	Portátil, teléfono celular
Ejecución	El Director, comunicará, oportunamente, a los vendedores, las metas para cada mes y los objetivos planteados por la Junta de Socios y el Gerente General y ordenará los métodos para el cumplimiento de estos objetivos. Acompañamiento a los vendedores.	Portátil, teléfono celular
Control	El Director, se encargará de supervisar los gastos comerciales y de ventas y las gestiones comerciales, velar por las buenas relaciones corporativas.	Portátil, teléfono celular

- Contador

PROCESO	CÓMO SE HACE	EQUIPO
Planeación		Portátil, teléfono celular
Dirección		Portátil, teléfono celular
Ejecución	Llevar los libros o registros de contabilidad de la empresa, elaborar los estados financieros, los presupuestos y las rendiciones de cuentas o balances de ejecuciones presupuestales.	Portátil, teléfono celular
Control		Portátil, teléfono celular

- Vendedores

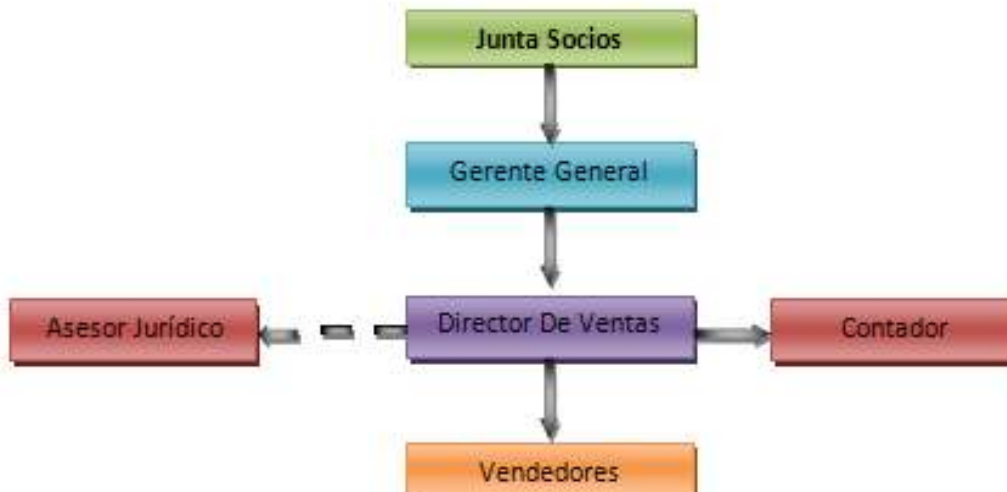
PROCESO	CÓMO SE HACE	EQUIPO
Planeación	Los vendedores se encargarán de realizar las ventas mensuales, planeadas con anterioridad, por el director de ventas. Formarse, constantemente, en las técnicas necesarias para su labor.	Computador, teléfono y fax
Dirección	Los vendedores direccionarán su labor al cumplimiento de las metas estipuladas y al logro de los objetivos. Administrar, eficientemente, su cartera de clientes.	Computador, teléfono y fax
Ejecución	Los vendedores dispondrán de las bases de datos, para ofrecer los servicios y contribuir al cumplimiento de ventas mensuales y, por consiguiente, el cumplimiento de las metas. Informar al jefe de área, cómo se comportan las ventas.	Computador, teléfono y fax
Control	Mensualmente, los vendedores, deberán hacer seguimiento de sus clientes y el reporte periódico de las ventas mensuales. Atención de reclamos o quejas.	Computador, teléfono y fax

6.1.2 Procesos administrativos externalizados.

Cargo	Perfil	Capacitación	Salario	Comisiones
Asesor jurídico	2 a 3 años de experiencia en el área jurídica. Debe estar orientado hacia la eficiencia. Debe tener confianza en sí mismo y en sus capacidades. Debe ser una persona íntegra y con un registro impecable.	N/A	\$150.000	N/A

6.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEL NEGOCIO

6.2.1 Organigrama.



6.2.2 Descripción funcional de la Organización.

Funciones Administrativas

Gerente General:

- Designar todas las posiciones gerenciales.
- Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos.
- Planear y desarrollar metas, a corto y largo plazo, junto con objetivos anuales y entregar las proyecciones de dichas metas, para la aprobación de los gerentes corporativos.
- Coordinar con las oficinas administrativas, para asegurar que los registros y sus análisis, se están ejecutando correctamente.
- Crear y mantener buenas relaciones con los clientes, gerentes corporativos y proveedores, para mantener el buen funcionamiento de la empresa.

Director de Ventas

- Coordinar el proceso de ventas
- Crear estrategias de publicidad
- Determinar las metas de venta
- Calcular la demanda y ventas potenciales

- Reclutamiento, selección y capacitación de los vendedores
- Evaluación de la ejecución del plan de ventas

Vendedores

- Realizar seguimiento de clientes
- Cerrar operaciones del itinerario
- Asesorar técnica, comercial y promocionalmente, a sus clientes
- Crear oportunidades y facilitar la llegada de promoción técnica, al cliente
- Controlar la evolución del consumo de los clientes
- Asesorar al cliente sobre la mejor forma de comprar y utilizar los servicios
- Comunicar al cliente, las novedades sobre precios y condiciones
- Llevar un control detallado de las operaciones de cada cliente

6.3 RECURSOS MATERIALES Y HUMANOS PARA LA ADMINISTRACIÓN

6.3.1 Locaciones.

Descripción del local	Unidad de medida	Tamaño	Monto para la inversión	Valor
Casa unifamiliar, ubicada en el barrio La Floresta, con 180 m ² , aproximadamente, de los cuales, se utilizarán 12 m ² , es un tercer piso, la casa es arrendada	Metros cuadrados (m ²)	20 m ²	\$ 450.000	\$200.000
TOTAL				\$200.000

El área necesaria para desarrollar las actividades comerciales de la empresa, será de 20 m²; dicha área, pertenece a una vivienda familiar y será subarrendada, el monto para el arriendo será, de máximo, \$200000 mensuales.

La única adecuación que se hará al lugar de trabajo, será una división en drywall, para separar la vivienda del negocio.

6.3.2 Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.

Equipos	Descripción	Número de unidades	Capital para la inversión	Valor
Computador de escritorio	Computador de escritorio para cada vendedor y otro para el director de ventas	3	\$3'800.000	\$1.200.000
Teléfono	Teléfono de escritorio alámbrico, sencillo	2	\$70.000	\$20.000
Teléfono celular	Celular sencillo, con plan empresarial de minutos (\$ 35.000 x mes)	3	\$250.000	\$70.000
Impresoras multifuncional	Impresora con funciones de scanner y fotocopidora	2	\$260.000	\$259.000
Telefax	Teléfono con fax, para enviar y recibir documentos o resultados de exámenes	1	\$80.000	\$60.000
Computador portátil	Portátil para manejo y almacenamiento de información y bases de datos	2	\$3'000.000	\$1'300.000
Total			\$6'968.000	

Muebles y enseres

Muebles Y Enseres	Descripción	Cantidad	Capital para La inversión	Valor	Proveedor
Escritorios	Escritorios, en donde estarán ubicados los computadores y los artículos de oficina	3	\$ 700.000	\$ 190.000	MAKRO
Archivador	Dos archivadores medianos para el almacenamiento de documentación	2	\$ 500.000	\$ 250.000	ESPACIO OPTIMO
Sillas de oficina	Sillas con graduación de altura y giratorias	3	\$ 200.000	\$ 55.000	MAKRO
Mesas	Mesas que servirán de soporte para las impresoras y el fax	3	\$ 300.000	\$ 90.000	MAKRO
Papeleras	Papeleras plásticas para recolección de residuos	3	\$ 40.000	\$ 15.000	MAKRO
TOTAL				\$ 1'550.000	

6.3.3 Requerimientos de servicios.

SERVICIOS	DESCRIPCIÓN	COSTO	PROVEEDOR
Arriendo	Arrendamiento del espacio en donde se encuentra ubicada la empresa.	\$ 200.000	Arrendamientos Monserrate
Acueducto	Servicio de agua potable para la vivienda	\$ 25.000	Empresas Públicas de Medellín
Energía	Servicio de energía, con el cual operan el establecimiento y los equipos electrónicos	\$ 140.000	Empresas Públicas de Medellín
Telefonía	Plan de telefonía para realizar llamadas a todo Colombia y el exterior	\$ 200.000	UNE Telecomunicaciones
Saneamiento	Servicio de recolección y disposición de basuras	\$ 8.000	Empresas Públicas de Medellín
TOTAL		\$ 573.000	

6.3.4 Requerimientos de personal.

CARGO	PERFIL	NECESIDADES DE CAPACITACIÓN	SALARIO	COMISIONES
Gerente General	5 años de experiencia en el sector de servicios. Motivación para dirigir. Tener capacidad de análisis y de síntesis. Dotes de psicología y capacidad de comunicación y escucha. Dotes de mando y capacidad de trabajo.	La capacitación para todos los empleados de la empresa, se realizará cada seis (6) meses, es decir, 2 veces al año.	\$ 2.000.000	N/A
Director de Departamento de Ventas	3 años de experiencia en el sector de servicios. Manejo de personal. Capacidad de liderazgo y trabajo en equipo. Profesional en Marketing y	La capacitación para todos los empleados de la empresa, se realizará cada seis (6) meses, es decir, 2 veces al año.	\$ 900.000	N/A

	ventas.			
Vendedor 1	Estudios relacionados con hotelería y turismo. Jóvenes de 22 a 30 años. Técnicos en servicio al cliente. Conocimientos de técnicas de ventas.	La capacitación para todos los empleados de la empresa, se realizará cada seis (6) meses, es decir, 2 veces al año.	\$ 515.000	5% sobre las ventas
Vendedor 2	Estudios relacionados con hotelería y turismo. Jóvenes de 22 a 30 años. Técnicos en servicio al cliente. Conocimientos de técnicas de ventas.	La capacitación para todos los empleados de la empresa, se realizará cada seis (6) meses, es decir, 2 veces al año.	\$ 515.000	5% sobre las ventas
Contador	3 años de experiencia en el área contable. Conocimientos de contabilidad en agencias de viaje. Habilidades para efectuar cálculos, con rapidez y precisión. Comunicarse en forma efectiva, tanto de manera oral como escrita. Excelente manejo de sistemas informáticos (Office).	N/A	\$ 515.000	N/A
Asesor Jurídico	2 a 3 años de experiencia en el área jurídica. Debe estar orientado hacia la eficiencia. Debe tener confianza en sí mismo y en sus capacidades. Debe ser una persona íntegra y con un registro impecable.	N/A	\$ 150.000	N/A
Total			\$ 4'595.000	

TABLA DE NOMINA

CARGO	Nº PERSONAS	SUELDO BASICO	AUXILIO DE TRANSPORTE	CESANTIAS	INTERES CESANTIAS	VACACIONES	PRIMA	SALUD Y PENSIONES	PARAFISCAL	ARP	COSTO TOTAL
			\$ 61.500	8,33%	1,00%	4,17%	8,33%	18,13%	9,00%	1,04%	
Gerente	1	\$ 2.000.000	\$ 0,00	\$ 166.600	\$ 1.666	\$ 83.400	\$ 166.600	\$ 362.600	\$ 180.000	\$ 20.800	\$ 2.981.666
Director Ventas	1	\$ 900.000	\$ 61.500,00	\$ 74.970	\$ 750	\$ 37.530	\$ 74.970	\$ 163.170	\$ 81.000	\$ 9.360	\$ 1.403.250
Contador	1	\$ 515.000	\$ 61.500,00	\$ 42.900	\$ 429	\$ 21.476	\$ 42.900	\$ 93.370	\$ 46.350	\$ 5.356	\$ 829.279
Vendedor1	1	\$ 515.000	\$ 61.500,00	\$ 42.900	\$ 429	\$ 21.476	\$ 42.900	\$ 93.370	\$ 46.350	\$ 5.356	\$ 829.279
Vendedor 2	1	\$ 515.000	\$ 61.500,00	\$ 42.900	\$ 429	\$ 21.476	\$ 42.900	\$ 93.370	\$ 46.350	\$ 5.356	\$ 829.279
Gran total	5	\$ 4.445.000	\$ 246.000,00	\$ 370.269	\$ 3.703	\$ 185.357	\$ 370.269	\$ 805.879	\$ 400.050	\$ 46.228	\$ 6.872.753

NOMINA DEMAS EMPLEADOS	
Asesor Jurídico	\$ 150.000
AUXILIO DE TRANSPORTE	\$ 0,00

6.4 PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN.

Actividades pre-operativas

Semanas	Actividad											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Arrendamiento del local	X											
Adecuación del área de trabajo		X										
Compra de equipos		X	X									
Selección de proveedores		X	X	X	X							
Contratación de personal		X	X	X								

- **Arrendamiento del local:** al ser una vivienda familiar, se subarrendará un espacio de 20 m², donde estarán ubicadas las instalaciones.
- **Adecuación del área de trabajo:** la única adecuación que se le realizará al área de trabajo, será la separación de la oficina, de la vivienda.

- **Compra de equipos:** los equipos que son necesarios, se comprarán luego de haber hecho las adecuaciones, al lugar de trabajo.
- **Selección de proveedores:** los proveedores, se seleccionarán, en un período de un (1) mes, de acuerdo con la preselección y variables estudiadas para cada proveedor.
- **Contratación de personal:** la contratación de personal, se realizará de acuerdo con lo estipulado, es decir, que cada persona, se adecúe al perfil previamente establecido.

Actividades operativas:

Meses												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Actividades												
Promocionar el servicio	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Asesorías personalizadas	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Visita a los proveedores	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Localizar bases de datos		X		X		X		X		X		X
Negociaciones en el exterior						X						X
Promocionar en el exterior	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

- **Promocionar el servicio:** mes a mes, se promocionarán los servicios que se ofrecen, con el fin de mantener informado y actualizado al mercado.
- **Asesorías personalizadas:** las asesorías personalizadas tienen como fin brindar la mayor claridad posible, al cliente, sobre los servicios que se ofrecen y poder solucionar cualquier duda o inquietud, que tenga toda persona interesada en adquirir nuestro servicio.
- **Visita a los proveedores:** las visitas a los proveedores, se realizarán, mes a mes, para actualización de datos y, de esta forma, realizar promociones o reajustes a los precios vigentes.

- **Localizar bases de datos:** para conformar nuestra base de datos, se recurrirá a la información que brinda la Alcaldía de la Ciudad de Medellín.
- **Negociaciones en el exterior:** se contactarán los laboratorios médicos, cada 6 meses, para actualizar precios.
- **Promocionar en el exterior:** se hará promoción de los servicios, por medio de publicaciones, en los principales medios escritos, en Barcelona, España, como periódicos, revistas médicas y cuñas radiales.



INTERmedical Trip
Turismo Médico Especializado

7. ASPECTOS LEGALES

7.1 TIPO DE ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

Sociedad limitada:

Se constituye mediante escritura pública, entre un mínimo de dos (2) socios y un máximo de veinticinco (25), quienes responden con sus respectivos aportes, y en algunos casos, según el Código de Comercio artículos 354, 355 y 357, se puede autorizar la responsabilidad ilimitada y solidaria, para alguno de los socios. Éstos, deben definir, en la escritura pública, el tiempo de duración de la empresa y podrán delegar la representación legal y administración, en un gerente, quien se guiará por las funciones establecidas en los estatutos. El capital, se representa en cuotas de igual valor, que para su cesión, se pueden vender o transferir en las condiciones previstas en la ley o en los respectivos estatutos. Cualquiera que sea el nombre de la sociedad, deberá estar seguido de la palabra "Limitada" o su abreviatura "Ltda", que de no aclararse en los estatutos, hará responsable a los asociados solidaria e ilimitadamente.

¿Cuáles son las causales de disolución de la Sociedad de Responsabilidad Limitada?

Son varias, entre las que se encuentran descritas en los artículos 370 y 218 del Código de Comercio:

- Cuando ocurran pérdidas que reduzcan el capital por debajo del 50%.
- Cuando el número de socios exceda de 25.
- Por vencimiento del término previsto para su duración en el contrato, si no fuere prorrogado, válidamente, **antes** de su expiración.
- Por la imposibilidad de desarrollar la empresa social, por la terminación de la misma o por la extinción de la cosa o cosas cuya explotación constituye su objeto.
- Por reducción del número de asociados, a menos del requerido en la ley, para su formación o funcionamiento, o por aumento que exceda del límite máximo fijado en la misma ley.
- Por la declaración de Liquidación Obligatoria (Ley 222 de 1995).

- Por las causales que expresa y claramente se estipulen en el contrato.
- Por decisión de los asociados, adoptada conforme a las leyes y al contrato social.
- Por decisión de autoridad competente, en los casos expresamente previstos en las leyes.

Otras características de la Sociedad de Responsabilidad Limitada son las citadas a continuación:

- El capital se divide en cuotas o partes de igual valor.
- El capital debe pagarse, totalmente, al momento de constituirse.
- La cesión de cuotas implica una reforma estatutaria.
- En caso de muerte de uno de un socio, continuará con sus herederos, salvo estipulación en contrario.
- La representación está en cabeza de todos los socios, salvo que éstos, la deleguen en un tercero.
- En principio es una sociedad de personas, los socios no desaparecen, jurídicamente, ante un tercero, hecho que permite conocer quienes conforman el capital social.

7.2 CERTIFICACIONES Y GESTIONES ANTE ENTIDADES PÚBLICAS

Trámites y certificaciones	Entidad	Costo
Registro de escritura pública	Notaría	250.000
RUT	DIAN	Ninguno
NIT	DIAN	Ninguno
Registro de industria y comercio	Cámara de comercio	192.000
Licencia de avisos y tablero	Cámara de comercio	28.800
Licencias de entidades de pensiones	Protección S.A.	No lo encontramos

RUE **Registro Único Empresarial**
Cámaras de Comercio

Inicio Registro Mercantil Expand Registro Mercantil Registro Proponentes Expand

Consultas de Homonimia

Instrucciones para realizar las consultas [\(Ver Más Detalles...\)](#)

- Se deben realizar las consultas del nombre de diferentes formas, ya que pueden existir nombres que fonéticamente suenen iguales, pero se escriben en forma diferente, ej. Sony, sonry, Zoni, casa, Haaa.
- Consulte los nombres compuestos, por ej. casaestrella y casa estrella, para asegurarse de que no existe una empresa con un nombre muy similar a ésta.
- Digite las palabras que el nombre va a contener, tener en cuenta que entre más cantidad de palabras escriba, más rápida será la búsqueda. Por ej. si desea consultar el nombre "Granero Central", puede obtener la búsqueda digitando solamente la palabra granero, pero para hacerlo más breve puede utilizar la otra palabra que existe dentro del nombre, así "Granero Central".
- Escriba la búsqueda del nombre tanto en plural como en singular, por ej. horizontes y horizonte. Contable y contible, por ejemplo: tecnológico y tecnológico.
- En los resultados de la búsqueda, los registros que aparecen en color rojo corresponden a rubricados mercantiles o proponentes cancelados o inactivos, por favor verifique en el detalle de la información y si existen inquietudes comuníquese con la Cámara de Comercio respectiva.

Consulta por nombre: Consultar

Consulta por palabra clave: Consultar

RUE **Registro Único Empresarial**
Cámaras de Comercio

Inicio Registro Mercantil Expand Registro Mercantil Registro Proponentes Expand

Consultas de Homonimia

Instrucciones para realizar las consultas [\(Ver Más Detalles...\)](#)

- Se deben realizar las consultas del nombre de diferentes formas, ya que pueden existir nombres que fonéticamente suenen iguales, pero se escriben en forma diferente, ej. Sony, sonry, Zoni, casa, Haaa.
- Consulte los nombres compuestos, por ej. casaestrella y casa estrella, para asegurarse de que no existe una empresa con un nombre muy similar a ésta.
- Digite las palabras que el nombre va a contener, tener en cuenta que entre más cantidad de palabras escriba, más rápida será la búsqueda. Por ej. si desea consultar el nombre "Granero Central", puede obtener la búsqueda digitando solamente la palabra granero, pero para hacerlo más breve puede utilizar la otra palabra que existe dentro del nombre, así "Granero Central".
- Escriba la búsqueda del nombre tanto en plural como en singular, por ej. horizontes y horizonte. Contable y contible, por ejemplo: tecnológico y tecnológico.
- En los resultados de la búsqueda, los registros que aparecen en color rojo corresponden a rubricados mercantiles o proponentes cancelados o inactivos, por favor verifique en el detalle de la información y si existen inquietudes comuníquese con la Cámara de Comercio respectiva.

Consulta por nombre: Consultar

Consulta por palabra clave: Consultar

La consulta no ha devuelto resultados.



[Inicio](#) | [SAP](#) | [www.CreaEmpresa.com.co](#) | [Escriba para otro email](#)

[www.creaempresa.com.co/Consultas/Preliquidador.aspx](#)

Tipo de Sociedad: PERSONA JURIDICA - SOCIEDAD LIMITADA
Capital a Invertir: 9000000 (No agregue separadores de miles, ni signo \$)
No. Establecimientos de Coexistencia: 1
Cámaras en las que desea cotizar: Capital establecimiento 1: 9000000

ARMENIA
 BARRANQUILLA
 BOGOTÁ
 BUCARAMENGA
 BUIA
 CALI
 CARTAGENA
 CALUCA
 CUCUTA
 FLORENCIA PARA EL CAQUETÁ
 IBAGUÉ
 MANIZALES
 MEDELLÍN
 NEIVA
 ORIENTE ANTIOQUEÑO
 PALMIRA
 PASTO
 PEREIRA
 SANTA MARTA
 SUR Y ORIENTE DEL TOLIMA
 TULLA
 VILLAVICENCIO

CAMARA DE COMERCIO NOTARIA MATRÍCULA MERCANTIL SHIP REGISTRO PROPIEDADES ALCALDIA ESTAMPILLAS Y FOM-ILARIDOS	TOTAL
MEDELLÍN	\$ 0,00 \$ 161.000,00 \$ 103.700,00 \$ 0,00 \$ 0,00 2500 \$ 267.200,00



 © 2006 - 2008 Conflicimano. Todos los derechos reservados.

Inicio | Ares 2.1.0.3006 | ASPECTOS LEGALES | www.CreaEmpresa... | estafa saatchi-cre... | 16:02

8. MÓDULO FINANCIERO

ESTIMADO DE VENTAS Y COSTO VARIABLE DEL PRODUCTO

Ingrese el Nombre del Producto:

Ventas Estimadas por Mes (Unidades)

Altas (optimista)	4	Unidad de Medida	Unidad
Medias (medio)	3	Precio Unitario Venta	\$ 9.234.000
Bajas (pesimista)	2	Consolidado (Medio)	3

Costos Unitarios de los Componentes del Producto				
Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
Paquete rinoplastia	\$ 6.840.000	1	Unidad	\$ 6.840.000
Precio en Euro: 3600				
Tipo de cambio: \$1900				
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 6.840.000

ESTIMADO DE VENTAS Y COSTO VARIABLE DEL PRODUCTO

Ingrese el Nombre del Producto:

Ventas Estimadas por Mes (Unidades)

Altas (optimista)	3	Unidad de Medida	Unidad
Medias (medio)	2	Precio Unitario Venta	\$ 8.618.400
Bajas (pesimista)	1	Consolidado (Medio)	2

Costos Unitarios de los Componentes del Producto				
Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
Paquete blefaroplastia	\$ 6.384.000	1	Unidad	\$ 6.384.000
Precio en Euro: 3360				
Tipo de cambio: \$1900				
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 6.384.000

ESTIMADO DE VENTAS Y COSTO VARIABLE DEL PRODUCTO

Ingrese el Nombre del Producto:

Ventas Estimadas por Mes (Unidades)

Altas (optimista)	4	Unidad de Medida	Unidad
Medias (medio)	3	Precio Unitario Venta	\$ 8.310.600
Bajas (pesimista)	2	Consolidado (Medio)	3

Costos Unitarios de los Componentes del Producto

Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
Paquete mentoplastia	\$ 6.156.000	1	Unidad	\$ 6.156.000
Precio en Euro: 3240				
Tipo de cambio: \$1900				
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 6.156.000



INTERmedical Trip
 Turismo Médico Especializado

INVERSIONES (EXIGIBLES y DISPONIBLES)	
Activos Fijos	

Activos Fijos Exigibles (Vida Util)	Valor	Depreciación Mensual	Activos Fijos Disponibles	Valor
Terrenos	\$ 200.000	\$ 0,0	Terrenos	\$ 0,0
Edificios (20 años)	\$ 0	\$ 0,0	Edificios	\$ 0,0
Equipos (5 años)	\$ 0	\$ 0,0	Equipos	\$ 0,0
Equipos y Comunicaciones (3 años)	\$ 6.968.000	\$ 193.555	Equipos y Comunicaciones	\$ 0,0
Maquinaria (5años)	\$ 0	\$ 0,0	Maquinaria	\$ 0,0
Herramienta (5 años)	\$ 0	\$ 0,0	Herramienta	\$ 0,0
Muebles y Enseres (10 años)	\$ 1.550.000	\$ 12.916	Muebles y Enseres	\$ 0,0
Vehiculos (5 años)	\$ 0	\$ 0,0	Vehiculos	\$ 0,0
Total Activos Fijos Exigibles	\$ 8.718.000		Total Activos Fijos Disponibles	\$ 0,0
Total Depreciación Mensual		\$ 206.471		

Gastos Preoperativos				
Gastos Preoperativos Exigibles	Valor	Amortización	Gastos Preoperativos Disponibles	Valor
Constitución y registro	\$ 0,0	\$ 0,0	Constitución y registro	\$ 250.000
Diseño organizacional	\$ 0,0	\$ 0,0	Diseño organizacional	\$ 0,0
Presentación y Promoción	\$ 0,0	\$ 0,0	Presentación y Promoción	\$ 0,0
Estudios financieros	\$ 0,0	\$ 0,0	Estudios financieros	\$ 0,0
Investigación y estudios	\$ 0,0	\$ 0,0	Investigación y estudios	\$ 0,0
Salarios	\$ 0,0	\$ 0,0	Salarios	\$ 0,0
Costos financieros	\$ 0,0	\$ 0,0	Costos financieros	\$ 0,0
Viaje y representación	\$ 0,0	\$ 0,0	Viaje y representación	\$ 0,0
Costos de Capacitación	\$ 0,0	\$ 0,0	Costos de Capacitación	\$ 0,0
Honorarios de Asesores	\$ 0,0	\$ 0,0	Honorarios de Asesores	\$ 0,0
Publicidad y Promoción	\$ 3.200.000	\$ 0,0	Publicidad y Promoción	\$ 0,0
Puesta en Marcha	\$ 0,0	\$ 0,0	Puesta en Marcha	\$ 0,0
Otros (Especificar)	\$ 0,0	\$ 0,0	Otros Gastos	\$ 0,0
Adecuaciones Locativas	\$ 670.000	\$ 11.167		\$ 0,0
Gastos de Registro	\$ 0	\$ 0		\$ 0,0
Certificados de salud y Bomberos	\$ 0,0	\$ 0,0		\$ 0,0
Total Gasto Preoperativos Exigibles	\$ 3.870.000,0		Total Gasto Preoperativos Disponible	\$ 250.000,0
Total Amortización Mensual		\$ 11.166,7		

CAPITAL DE TRABAJO				
Capital de Trabajo Exigible	Valor	Capital de trabajo Disponible	Valor	
Ingreso el Número de días que necesita cubrir sus COSTOS VARIABLES y FIJOS				
CUENTA	DIAS DE COBERTURA	VALOR		
Costos Variables	0	\$ 0		
Costos Fijos de Producción	30	\$ 2.431.562		
Costos Fijos de Administración	30	\$ 5.299.197		
Costos Fijos de Comercialización y Ventas	30	\$ 9.703.125	\$ 17.433.884	
Ingreso el Número de días que necesita cubrir sus VENTAS (Ventasa a credito) e INVENTARIOS de PRODUCTO Y MATERIA PRIMA				
CUENTA	DIAS DE COBERTURA	VALOR		
Cuentas por Cobrar	0	\$ 0		
Inventarios productos	0	\$ 0		
Inventario de Materia Prima	0	\$ 0	\$ 0	
Ingreso el Número de días que sus proveedores le dan para pagar				
CUENTA	DIAS DE COBERTURA	VALOR		
Materia Prima	0	\$ 0		
Fijos de Produccion	0	\$ 0		
Administrativos	0	\$ 0		
Comercialización y Ventas	0	\$ 0	\$ 0	
Total Capital de trabajo Exigible		\$ 17.433.884	Total Capital de trabajo Disponible	
INVERSION TOTAL EXIGIBLE		\$ 30.021.884	INVERSIÓN TOTAL DISPONIBLE	\$ 250.000

COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS
--

Salarios	\$ 4.445.000
Prestaciones Sociales	\$ 2.058.125
Publicidad y Mercadeo	\$ 3.200.000
TOTAL COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS	\$ 9.703.125

COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN MENSUALES

Salarios	\$ 3.415.000
Prestaciones Sociales	\$ 1.799.197
Papeleria	\$ 60.000
Mantenimiento (Equipos de Oficina)	\$ 25.000
TOTAL COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 5.299.197

COSTOS FIJOS DE PRODUCCIÓN MENSUALES

Salarios	\$ 1.030.000
Prestaciones Sociales	\$ 628.562
Arriendo	\$ 200.000
Servicios	\$ 573.000
TOTAL COSTOS FIJOS PRODUCCIÓN	\$ 2.431.562

DATOS GENERALES DEL PROYECTO	
Préstamo Bancario (Financiación)	

Monto del Préstamo:	\$ 29.771.884
Intereses (efectivo Mensual):	1,71%
Plazo (meses):	60
Modalidad del Préstamo:	Libre inversión
Cuota fija:	\$ 789.900

Requerimientos Financieros	\$ 29.771.884
Préstamo Bancario	\$ 29.771.884
Recursos Propios	\$ 0,00

Tabla de Amortización Préstamo (Mensual)

Periodo	Intereses	Capital	Saldo
0	\$ 509.099	\$ 280.801	\$ 29.491.083
1	\$ 504.298	\$ 285.602	\$ 29.205.481
2	\$ 499.414	\$ 290.486	\$ 28.914.994
3	\$ 494.446	\$ 295.454	\$ 28.619.541
4	\$ 489.394	\$ 300.506	\$ 28.319.035
5	\$ 484.255	\$ 305.645	\$ 28.013.391
6	\$ 479.029	\$ 310.871	\$ 27.702.519
7	\$ 473.713	\$ 316.187	\$ 27.386.333
8	\$ 468.306	\$ 321.594	\$ 27.064.739
9	\$ 462.807	\$ 327.093	\$ 26.737.646
10	\$ 457.214	\$ 332.686	\$ 26.404.960
11	\$ 451.525	\$ 338.375	\$ 26.066.584
12	\$ 445.739	\$ 344.161	\$ 25.722.423
13	\$ 439.853	\$ 350.047	\$ 25.372.376
14	\$ 433.868	\$ 356.032	\$ 25.016.344
15	\$ 427.779	\$ 362.121	\$ 24.654.224
16	\$ 421.587	\$ 368.313	\$ 24.285.911
17	\$ 415.289	\$ 374.611	\$ 23.911.300
18	\$ 408.883	\$ 381.017	\$ 23.530.283
19	\$ 402.368	\$ 387.532	\$ 23.142.751
20	\$ 395.741	\$ 394.159	\$ 22.748.592
21	\$ 389.001	\$ 400.899	\$ 22.347.693
22	\$ 382.146	\$ 407.754	\$ 21.939.938
23	\$ 375.173	\$ 414.727	\$ 21.525.211
24	\$ 368.081	\$ 421.819	\$ 21.103.393
25	\$ 360.868	\$ 429.032	\$ 20.674.361
26	\$ 353.532	\$ 436.368	\$ 20.237.992
27	\$ 346.070	\$ 443.830	\$ 19.794.162
28	\$ 338.480	\$ 451.420	\$ 19.342.742
29	\$ 330.761	\$ 459.139	\$ 18.883.603
30	\$ 322.910	\$ 466.990	\$ 18.416.612
31	\$ 314.924	\$ 474.976	\$ 17.941.637
32	\$ 306.802	\$ 483.098	\$ 17.458.539
33	\$ 298.541	\$ 491.359	\$ 16.967.180
34	\$ 290.139	\$ 499.761	\$ 16.467.418
35	\$ 281.593	\$ 508.307	\$ 15.959.111
36	\$ 272.901	\$ 516.999	\$ 15.442.112
37	\$ 264.060	\$ 525.840	\$ 14.916.272
38	\$ 255.068	\$ 534.832	\$ 14.381.440
39	\$ 245.923	\$ 543.977	\$ 13.837.463
40	\$ 236.621	\$ 553.279	\$ 13.284.184
41	\$ 227.160	\$ 562.740	\$ 12.721.443
42	\$ 217.537	\$ 572.363	\$ 12.149.080
43	\$ 207.749	\$ 582.151	\$ 11.566.929
44	\$ 197.794	\$ 592.106	\$ 10.974.824
45	\$ 187.669	\$ 602.231	\$ 10.372.593
46	\$ 177.371	\$ 612.529	\$ 9.760.064
47	\$ 166.897	\$ 623.003	\$ 9.137.061
48	\$ 156.244	\$ 633.656	\$ 8.503.405
49	\$ 145.408	\$ 644.492	\$ 7.858.913
50	\$ 134.387	\$ 655.513	\$ 7.203.401
51	\$ 123.178	\$ 666.722	\$ 6.536.679
52	\$ 111.777	\$ 678.123	\$ 5.858.556
53	\$ 100.181	\$ 689.719	\$ 5.168.838
54	\$ 88.387	\$ 701.513	\$ 4.467.325
55	\$ 76.391	\$ 713.509	\$ 3.753.816
56	\$ 64.190	\$ 725.710	\$ 3.028.106
57	\$ 51.781	\$ 738.119	\$ 2.289.987
58	\$ 39.159	\$ 750.741	\$ 1.539.246
59	\$ 26.321	\$ 763.579	\$ 775.667
60	\$ 13.264	\$ 776.636	\$ -969

\$ 5.710.140 \$ 3.768.660

\$ 4.859.770 \$ 4.619.030

\$ 3.817.519 \$ 5.661.281

\$ 2.540.093 \$ 6.938.707

\$ 974.425 \$ 8.504.375

DATOS GENERALES DEL PROYECTO

Tasa de Rentabilidad e Impuesto

Tasa de Rentabilidad Esperada:	35,00%
Impuesto sobre las Ventas	0,00%

Datos Generales del Proyecto

Nombre del Proyecto:	EXPORTACION DE SERVICIOS DE TURISMO MEDICO ESPECIALIZADO
----------------------	--

	Nombre	Identificación	Dirección	Teléfono
PROMOTORES	Luis Felipe Moncada Londoño	1,037,591,959	Cll 46 # 79-32	250 03 66
	Juan Pablo Moncada Londoño	1,037,955,235	Cll 46 # 79-32	250 03 66

Proyecto: EXPORTACION DE SERVICIOS DE TURISMO MEDICO ESPECIALIZADO
 Fecha: 2/12/2010 12:47
 Responsable: Luis Felipe Moncada Londoño

ESTADO DE RESULTADOS - CIFRAS MENSUALES

CUENTAS	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por concepto de Ventas	69.870.611	69.870.611	69.870.611	69.870.611	69.870.611	69.870.611	69.870.611	69.870.611	69.870.611	69.870.611	69.870.611	69.870.611
- Costo Variables	51.756.008	51.756.008	51.756.008	51.756.008	51.756.008	51.756.008	51.756.008	51.756.008	51.756.008	51.756.008	51.756.008	51.756.008
- Costos Fijos Producción	2.431.562	2.431.562	2.431.562	2.431.562	2.431.562	2.431.562	2.431.562	2.431.562	2.431.562	2.431.562	2.431.562	2.431.562
- Gastos Depreciación	206.471	206.471	206.471	206.471	206.471	206.471	206.471	206.471	206.471	206.471	206.471	206.471
= Utilidad Bruta en Ventas	15.476.570	15.476.570	15.476.570	15.476.570	15.476.570	15.476.570	15.476.570	15.476.570	15.476.570	15.476.570	15.476.570	15.476.570
- Costos fijos de Administración	5.299.197	5.299.197	5.299.197	5.299.197	5.299.197	5.299.197	5.299.197	5.299.197	5.299.197	5.299.197	5.299.197	5.299.197
- Costos Fijos de Ventas y Distribución	9.703.125	9.703.125	9.703.125	9.703.125	9.703.125	9.703.125	9.703.125	9.703.125	9.703.125	9.703.125	9.703.125	9.703.125
- Amortización de diferidos	11.167	11.167	11.167	11.167	11.167	11.167	11.167	11.167	11.167	11.167	11.167	11.167
= Utilidad Operativa	463.081	463.081	463.081	463.081	463.081	463.081	463.081	463.081	463.081	463.081	463.081	463.081
+ Otros Ingresos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
- Otros egresos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
- Costos de Financiación	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
= Utilidad Antes de Impuestos	463.081	463.081	463.081	463.081	463.081	463.081	463.081	463.081	463.081	463.081	463.081	463.081
- Impuestos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
= UTILIDAD NETA	463.081	463.081	463.081	463.081	463.081	463.081	463.081	463.081	463.081	463.081	463.081	463.081
- Utilidades Repartidas (Dividendos)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
= Utilidades no Repartidas	463.081	463.081	463.081	463.081	463.081	463.081	463.081	463.081	463.081	463.081	463.081	463.081
Utilidades no Repartidas Acumuladas	463.081	926.162	1.389.243	1.852.325	2.315.406	2.778.487	3.241.568	3.704.649	4.167.730	4.630.812	5.093.893	5.556.974

Proyecto: EXPORTACION DE SERVICIOS DE TURISMO MEDICO ESPECIALIZADO
 Fecha: 2/12/2010 12:47
 Responsable: Luis Felipe Moncada Londoño

CAPITAL DE TRABAJO

Requerimientos de Efectivo	CUENTA	DIAS DE COBERTURA	VALOR
	Costos Variables	0	\$ 0
	Costos Fijos de Producción	0	\$ 2.431.562
	Costos Fijos de Administración	0	\$ 5.299.197
	Costos Fijos de Comercialización y Ventas	0	\$ 9.703.125
			\$ 17.433.884

Activo Corriente	CUENTA	DIAS DE COBERTURA	VALOR
	Cuentas por Cobrar	0	\$ 0
	Inventarios productos	0	\$ 0
	Inventario de Materia Prima	0	\$ 0
			\$ 0

Pasivo Corriente	CUENTA	DIAS DE COBERTURA	VALOR
	Materia Prima	0	\$ 0
	Fijos de Produccion	0	\$ 0
	Administrativos	0	\$ 0
	Comercialización y Ventas	0	\$ 0
			\$ 0

INVERSION EN CAPITAL DE TRABAJO

\$ 17.433.884

Proyecto: EXPORTACION DE SERVICIOS DE TURISMO MEDICO ESPECIALIZADO
 Fecha: 2/12/2010 12:47
 Responsable: Luis Felipe Moncada Londoño

INVERSIONES (EXIGIBLES y DISPONIBLES)

Inversiones	Exigibles (Valor)	Disponible	Requerimiento Financiero
Activos Fijos	\$ 8.718.000	\$ 0	\$ 8.718.000
Gastos Preoperativos	\$ 3.870.000	\$ 250.000	\$ 3.620.000
Capital de Trabajo	\$ 17.433.884	\$ 0	\$ 17.433.884

Total Requerimientos Financieros

\$ 29.771.884

Proyecto: EXPORTACION DE SERVICIOS DE TURISMO MEDICO ESPECIALIZADO
 Fecha: 2/12/2010 12:47
 Responsable: Luis Felipe Moncada Londoño

FLUJO DE CAJA (MENSUAL) Y EVALUACION FINANCIERA

VENTAS PROYECTADAS (Unidades)	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	Mag.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Altas	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11
Medias	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8
Bajas	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Consolidado	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8

FLUJO DE CAJA	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	
Ingresos por venta		\$ 69.870.611	\$ 69.870.611	\$ 69.870.611	\$ 69.870.611	\$ 69.870.611	\$ 69.870.611	\$ 69.870.611	\$ 69.870.611	\$ 69.870.611	\$ 69.870.611	\$ 69.870.611	\$ 69.870.611	838.447.331
Costos variables		\$ 51.756.008	\$ 51.756.008	\$ 51.756.008	\$ 51.756.008	\$ 51.756.008	\$ 51.756.008	\$ 51.756.008	\$ 51.756.008	\$ 51.756.008	\$ 51.756.008	\$ 51.756.008	\$ 51.756.008	621.072.097
Costos fijos	\$ 0	\$ 17.433.884	\$ 17.433.884	\$ 17.433.884	\$ 17.433.884	\$ 17.433.884	\$ 17.433.884	\$ 17.433.884	\$ 17.433.884	\$ 17.433.884	\$ 17.433.884	\$ 17.433.884	\$ 17.433.884	209.206.608
Costos fijos de Producción		\$ 2.431.562	\$ 2.431.562	\$ 2.431.562	\$ 2.431.562	\$ 2.431.562	\$ 2.431.562	\$ 2.431.562	\$ 2.431.562	\$ 2.431.562	\$ 2.431.562	\$ 2.431.562	\$ 2.431.562	29.178.744
Costos fijos de Administración		\$ 5.299.197	\$ 5.299.197	\$ 5.299.197	\$ 5.299.197	\$ 5.299.197	\$ 5.299.197	\$ 5.299.197	\$ 5.299.197	\$ 5.299.197	\$ 5.299.197	\$ 5.299.197	\$ 5.299.197	63.590.364
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 9.703.125	\$ 9.703.125	\$ 9.703.125	\$ 9.703.125	\$ 9.703.125	\$ 9.703.125	\$ 9.703.125	\$ 9.703.125	\$ 9.703.125	\$ 9.703.125	\$ 9.703.125	\$ 9.703.125	116.437.500
No Desembolsables	\$ 0	\$ 217.638	\$ 217.638	\$ 217.638	\$ 217.638	\$ 217.638	\$ 217.638	\$ 217.638	\$ 217.638	\$ 217.638	\$ 217.638	\$ 217.638	\$ 217.638	2.611.652
Intereses Credito	\$ 0	\$ 504.298	\$ 499.414	\$ 494.446	\$ 489.394	\$ 484.295	\$ 479.029	\$ 473.713	\$ 468.306	\$ 462.807	\$ 457.214	\$ 451.525	\$ 445.739	5.710.140
Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	-\$ 41.216	-\$ 36.333	-\$ 31.365	-\$ 26.313	-\$ 21.174	-\$ 15.948	-\$ 10.632	-\$ 5.225	\$ 274	\$ 5.867	\$ 11.556	\$ 17.343	153.166
Impuestos	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	-
Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	-\$ 41.216	-\$ 36.333	-\$ 31.365	-\$ 26.313	-\$ 21.174	-\$ 15.948	-\$ 10.632	-\$ 5.225	\$ 274	\$ 5.867	\$ 11.556	\$ 17.343	153.166
Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 217.638	\$ 217.638	\$ 217.638	\$ 217.638	\$ 217.638	\$ 217.638	\$ 217.638	\$ 217.638	\$ 217.638	\$ 217.638	\$ 217.638	\$ 217.638	2.611.652
Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 29.491.083	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	27.410.232
Prestamos	\$ 29.491.083													-
Recuperación Capital de trabajo													\$ 17.433.884	17.433.884
Valor de Salvamento													\$ 9.976.348	9.976.348
Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 30.021.884	\$ 285.602	\$ 290.486	\$ 295.454	\$ 300.506	\$ 305.645	\$ 310.871	\$ 316.187	\$ 321.594	\$ 327.093	\$ 332.686	\$ 338.375	\$ 344.161	3.768.660
Activos Fijos	\$ 8.718.000													-
Pago Credito (Capital)		\$ 285.602	\$ 290.486	\$ 295.454	\$ 300.506	\$ 305.645	\$ 310.871	\$ 316.187	\$ 321.594	\$ 327.093	\$ 332.686	\$ 338.375	\$ 344.161	3.768.660
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 3.870.000													-
Capital de Trabajo	\$ 17.433.884													-
FLUJO DE CAJA	-\$ 530.801	-\$ 109.181	-\$ 109.181	-\$ 109.181	-\$ 109.181	-\$ 109.181	-\$ 109.181	-\$ 109.181	-\$ 109.181	-\$ 109.181	-\$ 109.181	-\$ 109.181	-\$ 109.181	26.100.058

Tasa Interna de Retorno	35,00%
Valor Presente Neto	86.224
Tasa Interna de Retorno	33,63%

INTERmedical Trip

Proyecto: EXPORTACION DE SERVICIOS DE TURISMO MEDICO ESPECIALIZADO
 Fecha: 2/12/2010 12:47
 Responsable: Luis Felipe Moncada Londoño

PUNTO DE EQUILIBRIO TOTAL					
Servicio	Cantidad a Vender por Mes	Costo Variable Unitario/CMV	Precio de Venta Unitario	Costo Variable Total	Venta Total
Rinoplastia	3	\$ 6.840.000	\$ 9.234.000	\$ 20.520.007	\$ 27.702.009
Mentolastia	3	\$ 6.156.000	\$ 8.310.600	\$ 18.468.001	\$ 24.931.801
Blefaroplastia	2	\$ 6.384.000	\$ 8.618.400	\$ 12.768.001	\$ 17.236.801
VALORES TOTALES				\$ 51.756.008	\$ 69.870.611

PUNTO DE EQUILIBRIO POR PRODUCTO			
Margen Contribucion Unitario	Participacion Ventas	Punto Equilibrio (Unidades)	Punto Equilibrio (Pesos)
\$ 2.394.000	39,65%	2,89	\$ 26.661.010
\$ 2.154.600	35,68%	2,89	\$ 23.994.902
\$ 2.234.400	24,67%	1,92	\$ 16.589.068

Costo Variable promedio =	74,07%	Punto de Equilibrio (%) =	96,24%
Margen de contribución (\$) =	\$ 18.114.603	Punto de Equilibrio (\$) =	\$ 67.244.981
Margen de contribución (%) =	25,93%		

Proyecto: EXPORTACION DE SERVICIOS DE TURISMO MEDICO ESPECIALIZADO
 Fecha: 2/12/2010 12:47
 Responsable: Luis Felipe Moncada Londoño

COSTOS TOTALES									
SERVICIOS	Total Costos Variables por servicio	Ventas Unidades	Costo Variable total	Participación Ventas	Costos Unitario Total Ponderado por Servicio	COSTOS FIJOS			
	Rinoplastia	\$ 6.840.000	3	\$ 20.520.007	39,65%	\$ 9.144.037,2	TOTAL COSTOS FIJOS PRODUCCION	\$ 2.431.562	
	Mentolastia	\$ 6.156.000	3	\$ 18.468.001	35,68%	\$ 8.229.633,5	TOTAL COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACION	\$ 5.299.197	
	Blefaroplastia	\$ 6.384.000	2	\$ 12.768.001	24,67%	\$ 8.534.434,7	TOTAL COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y	\$ 9.703.125	
							COSTOS FIJOS TOTAL (CFT)	\$ 17.433.884	
							RESUMEN COSTOS		
							Cuenta	Valor	Participación
							Total Costos Variables	\$ 51.756.008	74,80%
							Total Costos fijos de producción	\$ 2.431.562	3,51%
							Total Costos fijos de administración	\$ 5.299.197	7,66%
						Total Costos fijos de Comercialización y Ventas	\$ 9.703.125	14,02%	
COSTO VARIABLE TOTAL (CVT)			\$ 51.756.008			Costos Totales	\$ 69.189.892	100,00%	

Proyecto: EXPORTACION DE SERVICIOS DE TURISMO MEDICO ESPECIALIZADO
 Fecha: 2/12/2010 12:47
 Responsable: Luis Felipe Moncada Londoño

VENTAS TOTALES POR PRODUCTO			
	Ventas	Participación del Total Ventas	
SERVICIOS	Rinoplastia	\$ 27.702.009	39,65%
	Mentolastia	\$ 24.931.801	35,68%
	Blefaroplastia	\$ 17.236.801	24,67%
	VENTAS TOTALES (VT)	\$ 69.870.611	100,00%

9. CONCLUSIONES

INTERMEDICAL Trip Ltda., es una empresa de exportación de servicios de Turismo Médico Especializado.

En la actualidad, las cirugías faciales, se convierten en un importante renglón, dentro del sector salud, principalmente, en la juventud.

El estudio de mercado arrojó resultados positivos, para el establecimiento de la empresa, estableciéndose en la ciudad de Medellín y prestando sus servicios, en la ciudad de Barcelona, España.

La principal competencia de la empresa es Geomedic, la cual se estableció hace cinco años en el mercado, y es la única en su tipo, en la ciudad.

La empresa se hace rentable, en la medida en que estaría exenta de impuestos, por ser una empresa prestadora de servicios, exclusivamente, en el exterior.

La principal fortaleza de la empresa es la excelente calidad humana, la eficiencia y eficacia en la prestación del servicio y el servicio personalizado que se prestará.

Con la implementación de los servicios prestados por la empresa, se dará a conocer el gran potencial profesional, humano, turístico y pluricultural de nuestro territorio, mostrando la buena imagen de Colombia, en el exterior.

Con esta actividad, se verán favorecidos los sectores médico, hotelero, turístico y comercial.

Una vez constituida la empresa, ésta, pretende ser una fuente generadora de empleo y desarrollo para la región.

CIBERGRAFÍA

AFANADOR, Alejandro. La nariz. [En línea] [Colombia]. 2010. [Citado, agosto 2010]. Disponible en internet: <URL: <http://www.lanariz.com/>.

BANCOLOMBIA. Simuladores: simula tu crédito. [En línea] [Colombia]. 2010. [Citado, agosto 2010]. Disponible en internet: <URL: http://www.grupobancolombia.com/personal/necesidades/financianecesidades/creditoPesos/libranzaEstandar/sim_libranzaEstandar.asp.

BLAS, Luis. Cirugía masculina: las operaciones más demandadas II. [En línea] 2010. [Citado, agosto 2010]. Disponible en internet: <URL: <http://www.mensencia.com/estetica/cirurgia-masculina-las-operaciones-mas-demandadas-ii>.

BONILA. Servicios exentos de IVA. [En línea] [Colombia]. 2010. [Citado, agosto 2010]. Disponible en internet: <URL: http://www.bonila.com/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id=142.

CÁMARA DE COMERCIO DE MEDELLÍN PARA ANTIOQUIA. Trámites de funcionamiento empresarial. [En línea] [Colombia]. 2010. [Citado, agosto 2010]. Disponible en internet: <URL: <http://www.camamedellin.com.co/Registroempresarial/Creesuempresaaqu%C3%ADCAE/Tr%C3%A1mitesdefuncionamientoempresarial/tabid/549/Default.aspx>.

CIRUGÍA DE LA NARÍZ. [En línea] [España]. 2008. [Citado, agosto 2010]. Disponible en internet: <URL: http://www.clinicaplana.com/es/cirurgia_de_la_nariz.php?a0=1&a1=0&a2=-1&.

CIRUGÍA ESTÉTICA BARCELONA. Vistabel innovación en medicina estética. [En línea] [España]. 2010. [Citado, agosto 2010]. Disponible en internet: <URL: <http://cirugiaestetica-barcelona.wordpress.com/>.

CLÍNICA MEDIHELP SERVICES. [En línea] [Colombia]. 2010. [Citado, agosto 2010]. Disponible en internet: <URL: <http://www.medihelpservices.com/>.

COLOMBIA. MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO y PROEXPORT COLOMBIA. Turismo Enero 2010. [En línea] [Colombia]. 2010. [Citado, agosto 2010]. Disponible en internet: <URL: <http://www.mincomercio.gov.co/eContent/documentos/turismo/Boletin/2010-TurismoEnero.pdf>.

COLOMBIA SALUD & BELLEZA. Cuánto cuesta una cirugía plástica en Colombia?. [En línea] [Colombia. 2010. [Citado, agosto 2010]. Disponible en internet: <URL: <http://colombiasaludybelleza.com/articulos/cuanto-cuesta-una-cirurgia-plastica-en-colombia>.

COLOMBIA. SUPERINTENDENCIA FINANCIERA DE COLOMBIA. Resolución 1920 (30, septiembre, 2010). Por la cual se certifica el Interés Bancario Corriente para las modalidades de microcrédito y crédito de consumo y ordinario. Bogotá, D.C.: La Superintendencia, 2010. 1 p. [En línea] [Colombia]. 2010. [Citado, agosto 2010]. Disponible en internet: <URL: <http://actualicese.com/normatividad/etiqueta/interes-bancario-corriente/>.

CORPORACIÓN DE RADIO Y TELEVISIÓN ESPAÑOLA. Los paraísos de la cirugía estética: someterse a una operación disfrutando de unas vacaciones. [En línea] [España]. 2010. [Citado, agosto 2010]. Disponible en internet: <URL: <http://www.rte.es/noticias/20100828/paraisos-cirurgia-estetica-someterse-a-operacion-disfrutando-unas-vacaciones/345446.shtml>.

DOCTORES TRIANA. Proceso prequirúrgico. [En línea] [Colombia]. 2010. [Citado, agosto 2010]. Disponible en internet: <URL: <http://www.doctor triana.com/cirurgia-plastica-prequirurgico.html>.

EN LA ACTUALIDAD: EL MERCADO DE LA BELLEZA. [En línea] [España]. [Citado, noviembre 2010]. Disponible en internet: <URL: <http://www.stop-obsesion.com/index.php?page=page.showPage&anchor=mercado>.

INSTITUTO MÉDICO LÁSER. Turismo de bisturí. [En línea] [España]. 2010. [Citado, agosto 2010]. Disponible en internet: <URL: <http://turismodebisturi.com/>.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA – INE. Operaciones estadísticas. [En línea] [España]. 2010. [Citado, agosto 2010]. Disponible en internet: <URL: http://www.ine.es/inebmenu/mnu_analisoc.htm.

LATINPYME. Exportación de servicios transfronterizos no tendrá IVA para la pyme colombiana. [En línea] [Colombia]. 2010. [Citado, agosto 2010]. Disponible en internet: <URL: <http://latinpymes.com/site/2010/05/exportacion-de-servicios-transfronterizos-no-tendra-iva-para-la-pyme-colombiana/>

MAUGHAN. Jennifer. Average Cost of Plastic Surgery. [En línea] [United States]. 2010. [Citado, agosto 2010]. Disponible en internet: <URL: <http://www.life123.com/beauty/cosmetic-procedures/cosmetic-surgery/prices-for-plastic-surgery.shtml>.

MONTES CIRUGÍA ESTÉTICA. Cirugía estética facial. [En línea] [Colombia]. 2009. [Citado, agosto 2010]. Disponible en internet: <URL: <http://www.montescirugiaestetica.com/cifacial.php>.

REVISTAS DE SALUD EN ESPAÑA. [En línea] [España]. 2010. [Citado, agosto 2010]. Disponible en internet: <URL: <http://www.sitiosespana.com/revistas/salud.htm>.

SÁNCHEZ GARCÍA, Luis. Rinoplastia. Cirugía de la nariz. [En línea] [Colombia]. 2010. [Citado, agosto 2010]. Disponible en internet: <URL: <http://www.clinicalondres.es/cirugia-estetica-facial-rinoplastia>.

SUSMÉDICOS.COM. Cirugía plástica: clínicas. [En línea] [Colombia]. 2010. [Citado, agosto 2010]. Disponible en internet: <URL: <http://www.susmedicos.com/clinicas.htm>.

TNRELACIONES. Periódicos Españoles. [En línea] [Citado, agosto 2010]. Disponible en internet: <URL: <http://www.tnrelaciones.com/anexo/laprensa/>.

WIKIPEDIA. Anexo: comparativa de periódicos de España. [En línea] [España]. 2010. [Citado, agosto 2010]. Disponible en internet: <URL: http://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Comparativa_de_peri%C3%B3dicos_de_Espa%C3%B1a.

YASPE. RADIOESPAÑA.NET. Estaciones de radio Españolas. [En línea] [España]. 2010. [Citado, agosto 2010]. Disponible en internet: <URL: <http://www.radioes.net/provincia.asp?radio=Barcelona>.