

**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES PARA LA CONSULTA, LA
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO
COMPLETO**

Bogotá D.C., junio 28 de 2011

Tesis Trabajo de Grado

**Señores
BIBLIOTECA GENERAL
Cuidad**

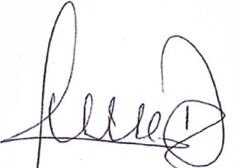
Estimados Señores:

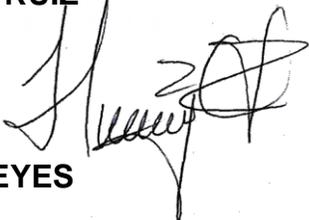
Nosotros, Alejandro Diaz Ruiz, Lizeth Gallo Gómez y Nury Quijano Reyes, identificados con cédulas de ciudadanía número 79.880.303, 52.518.381 y 52.539.338, autores del trabajo de grado titulado "*Creación de una empresa intermediadora de servicios de cirugía plástica estética y turismo en Colombia*", presentado y aprobado en el año 2011 como requisito para optar al título de Especialista en Gerencia de Mercadeo; autorizo a la Biblioteca General para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- Los usuarios puedan consultar el contenido de este trabajo de grado en la página Web de la Facultad, de la Biblioteca General y en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano.
- Permita la consulta, la reproducción, a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, ya sea en formato CDROM o digital desde Internet, Intranet, etc., y en general para cualquier formato conocido o por conocer.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, "***Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores***", los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.

Atentamente,


ALEJANDRO DIAZ RUIZ
C.C. 79.880.303


NURY QUIJANO REYES
C.C. 52.539.338


LIZETH GALLO GÓMEZ
C.C. 52.518.381

**CREACIÓN DE UNA EMPRESA INTERMEDIADORA DE SERVICIOS DE
CIRUGÍA PLÁSTICA ESTÉTICA Y TURISMO EN COLOMBIA**

**ALEJANDRO DIAZ RUIZ
LIZETH YURANY GALLO GÓMEZ
NURY HASSIBY QUIJANO REYES**



**UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ
JORGE TADEO LOZANO**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS - ADMINISTRATIVAS
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE MERCADEO
BOGOTÁ D.C.
2011**

**CREACIÓN DE UNA EMPRESA INTERMEDIADORA DE SERVICIOS DE
CIRUGÍA PLÁSTICA ESTÉTICA Y TURISMO EN COLOMBIA**

**ALEJANDRO DIAZ RUIZ
LIZETH YURANY GALLO GÓMEZ
NURY HASSIBY QUIJANO REYES**

**Trabajo de grado para optar al título de
Especialista en Gerencia de Mercadeo**

**Tutor
JOHN MORALES**



**UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ
JORGE TADEO LOZANO**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS - ADMINISTRATIVAS
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE MERCADEO
BOGOTÁ D.C.
2011**

CONTENIDO

	Pág.
1 ENTORNO	9
1.1 ENTORNO SOCIAL	9
1.2 ENTORNO GEOGRÁFICO	9
1.2.1 Internacional	9
1.2.2 Brasil	10
1.2.3 Argentina	10
1.2.4 Entorno de la cirugía plástica en Colombia	11
1.3 ENTORNO ECONÓMICO	13
1.4 ENTORNO POLÍTICO	15
1.5 ENTORNO CULTURAL	15
1.6 ENTORNO LEGAL	16
2 COMPETENCIA	18
2.1 CONDICIONES GENERALES	18
2.2 ENTORNO LEGAL DENTRO DE LA COMPETENCIA	19
2.3 REQUISITOS GENERALES MÍNIMOS PARA LOS QUE OFRECEN EL PRODUCTO	19
2.4 CENTROS DE ESTÉTICA	20
2.5 GIMNASIOS	20
2.6 TERAPIAS ALTERNATIVAS	20
2.7 ANÁLISIS ESTRÁTEGICO DE LA COMPETENCIA	21
3 BENCH MARKETING	23
3.1 LA FONT	23
3.2 CLÍNICA ESTÉTICA DE CALI	23
3.3 HOLOS MEDICINA INTEGRAL Y ESTÉTICA	24
3.4 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	24
4 MATRIZ DOFA	25
5 ESTUDIO DE MERCADO Y RESULTADOS	27
5.1 FICHA TÉCNICA	27
5.2 ENCUESTA	28
5.2.1 Resultados gráficos de la encuesta	29
5.2.2 Evaluación gráfica por pregunta	30
6 SEGMENTO	34
6.1 SEGMENTACIÓN	34

6.2	SEGMENTACIÓN SICOGRÁFICO Y DEMOGRÁFICO	34
6.3	POSICIONAMIENTO	35
6.4	OBJETIVOS DEL PLAN	36
6.4.1	Objetivo general	36
6.4.2	Objetivos específicos	37
7	PLAN DE MERCADEO	38
7.1	NUESTROS CLIENTES	38
7.2	OFERTA DE VALOR	38
7.3	DIAGNÓSTICO - PROBLEMA, OPORTUNIDAD Y RETO	38
7.4	ESTRATEGIAS PARA EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS	39
7.5	MEZCLA DE MERCADEO (MARKETING MIX DE LOS SERVICIOS)	40
7.5.1	Estrategia de producto	40
7.5.2	Estrategia de precio	49
7.5.3	Estrategia de plaza	49
7.5.4	Estrategia de comunicación	51
7.5.5	Estrategia de promoción	56
8	MODELO DE NEGOCIO	58
8.1	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	58
8.2	FUNCIONES	59
8.3	NUESTRA EMPRESA	59
8.4	MISIÓN	60
8.5	VISION	60
8.6	VALORES	60
8.7	RECURSO HUMANO	60
9	PLAN FINANCIERO	61
10	CONCLUSIONES	65

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Análisis estratégico de la competencia	21
Tabla 2. Matriz DOFA	25
Tabla 3. Planes básicos de estética sin fronteras	41
Tabla 4. Planes combinados de estética sin fronteras	43
Tabla 5. Otros planes de estética sin fronteras	45
Tabla 6. Estrategia de precio	49
Tabla 7. Inversiones para el proyecto	61
Tabla 8. Recursos de crédito	61
Tabla 9. Costos y gastos de operación	62
Tabla 10. Capital de la empresa	62
Tabla 11. Gastos administrativos	62
Tabla 12. Costos variables	63
Tabla 13. Precio oferta de servicios turísticos y de cirugías estéticas	63
Tabla 14. Análisis comparativo de precio	64
Tabla 15. Ventas primer año	64
Tabla 16. Proyecciones de incremento a las ventas año a año	64

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Número de cirujanos per cápita en las ciudades del país	12
Figura 2. Survey Monkey	29
Figura 3. ¿Qué cirugía plástica le gustaría practicarse?	30
Figura 4. ¿Le gustaría viajar a Colombia a realizarse este tipo de cirugías con precios competitivos?	30
Figura 5. ¿Cuándo desea realizarse la cirugía?	31
Figura 6. ¿Cuál sería su tiempo de estadía en Colombia?	31
Figura 7. ¿Qué es lo más importante para usted a la hora de realizarse una cirugía plástica?	32
Figura 8. ¿Le gustaría disfrutar un paquete de turístico antes de su cirugía?	32
Figura 9. Masaje facial	35
Figura 10. Planes de cirugía	48
Figura 11. Principales marcas de agencias en España	51
Figura 12. Estructura organizacional	58

RESUMEN EJECUTIVO

Estética sin fronteras

Nace de la necesidad y la oportunidad de brindar un servicio de turismo en salud en nuestro país, a mujeres españolas interesadas en realizar un viaje turístico y cambiar su imagen accediendo a servicios de cirugía plástica de alta calidad y a bajos costos.

Queremos con nuestra empresa acompañar de forma profesional y personalizada los viajes de todas las mujeres que deseen practicarse una cirugía estética, y adquirir no solo belleza y armonía si no felicidad. Estética sin fronteras estará trabajando permanentemente en Pro de los beneficios de sus clientes, identificando sus necesidades y contribuyendo a optimizar los recursos para que obtengan un servicio de la más alta calidad que supere sus expectativas.

La actividad principal de Estética sin fronteras será: La intermediación, comercialización y distribución de servicios de cirugía plástica complementados con un servicio de turismo y diversión para disfrutar en diferentes sitios turísticos de Colombia mediante la oferta de paquetes exclusivos y de gran valor agregados (básico, plus y Premium) especialmente diseñados para los clientes extranjeros luego de una profunda investigación.

La actividad principal de Estética sin fronteras será:

- La intermediación, comercialización y distribución de servicios de cirugía plástica complementada con un servicio de turismo y diversión para disfrutar en diferentes sitios turísticos de Colombia.

ABSTRACT

Aesthetics with no borders

It comes from the need and the opportunity in our country, of sharing a tourism and health service to Spaniard women interested in tourism trips and changing their appearance accessing to high quality plastic surgery services at low costs.

In our company, we want accompany at a professional and personal way, all women who wish to practice cosmetic surgery, and not only acquire beauty and harmony, but happiness. Aesthetics with no borders will constantly be working towards the benefits of their clients, identifying their needs and helping to optimize the resources to obtain a service of the highest quality that exceeds their expectations.

The main activity of Aesthetics with no borders will be: brokerage, marketing and distribution of plastic surgery services, supplemented by a tourism and fun service to enjoy different tourist places in Colombia through all the exclusive plans which are highly value added and specially designed to foreign clients.

1 ENTORNO

1.1 ENTORNO SOCIAL

En Colombia el boom de las cirugías estéticas "turismo de salud" a pacientes que vienen de fuera del país ha generado una alianza sin precedentes entre el sector médico y el turístico. La principal asociación hotelera¹. **Cotelco, registra 30 mil 'turistas estéticos' que visitan el país cada año.** El mercado que se ha desarrollado alrededor de la estética hace parte de un sector que se encuentra creciendo desde hace varios años y que ha logrado un reconocimiento especial, convirtiéndolo en parte de la economía y una atracción para otras actividades como la inversión y el turismo.

A nivel mundial este tipo de prestación de servicios presenta diferencias miradas como **la estructura de precios, la calidad, y el tipo de cirugías** frecuentes que se realizan, dentro de sus similitudes podemos encontrar, el paquete de servicios y la producción de insumos. A pesar de que el sector de turismo en salud aún no cuenta con las suficientes estadísticas oficiales, el crecimiento y origen de asociaciones que permiten un mayor control y regulación han logrado filtrar los principales prestadores de este tipo de servicios por calidad, servicio, precios, capital humano, entre otros. **La Sociedad Internacional de Cirugía Plástica (ISAPS)**², reconocida por ser la más importante a nivel mundial destaca a Estados Unidos como el país que más realiza cirugías estéticas, según la ISAPS la mayor competitividad del país norteamericano se encuentra en su investigación y desarrollo que ha logrado llevar al mercado hacia el uso de productos de mayor calidad y procedimientos más sofisticados.

1.2 ENTORNO GEOGRÁFICO

1.2.1 Internacional

La Federación ibero latinoamericana de cirugía plástica y reconstructiva que reúnen las principales sociedades y cirujanos de los países latinoamericanos, tiene dentro de sus **afiliados aproximadamente 4.500 cirujanos**³. Según estos datos, el país con mayor representación es Brasil, seguido de México, España, Colombia y Argentina.

¹ Tomado de: www.Cotelco.com. (16 de junio del 2011).

² Tomado de: <https://www.iisecure.com/ISAPS/Survey.asp>. (16 de junio del 2011).

³ Tomado de: http://www.filacp.org/espanol/boletin_informativo/boletin31.pdf

A nivel suramericano se destacan tres países por presentar el mayor reconocimiento a nivel mundial en la prestación de servicios de cirugía plástica. **Argentina, Brasil y Colombia se han consolidado como importantes plataformas y destinos** donde además de la elevada calidad, los precios son accesibles para todos.

En Suramérica se cuenta con aproximadamente 2.500 cirujanos reconocidos internacionalmente por asociaciones.³ La mayor cantidad se concentran en Brasil, Colombia y Argentina. Otros países como Venezuela, Ecuador, Perú, Chile, Bolivia y Paraguay se encuentran desarrollando el sector aunque aun no cuentan con la plataforma que les permita competir con los líderes del mercado.

1.2.2 Brasil

Es la mayor economía latinoamericana y quinto país más grande en territorio a nivel mundial, su crecimiento y desarrollo lo han posicionado como uno de los países de mayor influencia en el mundo. Su evolución en diferentes sectores además de contribuir al crecimiento de su economía le han permitido ser reconocidos por su investigación y desarrollo, en este aspecto, una de las áreas que ha logrado desarrollar notoriamente gracias a su **constante innovación y personal calificado es la medicina estética.**

En Brasil existen **más de 1.000 cirujanos plásticos** avalados por prestigiosas asociaciones a nivel internacional⁴. En este país el mayor volumen de cirugías plásticas y estéticas está localizado en la ciudad de Río de Janeiro y Sao Paulo, según la Sociedad Brasileña de cirugía plástica en el año 2007 aproximadamente 1.000.000 personas se realizaron operaciones por razones estéticas. En cuanto a los pacientes que son atendidos en Brasil aproximadamente **el 30 por ciento provienen de otros países lo que evidencian su importancia como destino turístico estético.**

1.2.3 Argentina

Argentina es uno de los países con mayor nivel de desarrollo en Suramérica y desde hace algunos años está experimentando un importante crecimiento en la prestación de servicios estéticos que han llamado varios medios el **“boom del bisturí” Según un estudio de la Sociedad Internacional de la Cirugía Plástica (ISAPS)**⁵ después de Estados Unidos y México, Argentina es el país con la mayor cantidad de cirugías estéticas, contando con aproximadamente **el 8 por ciento del mercado mundial.**

⁴ Ibíd.

⁵ Tomado de: <https://www.iisecure.com/ISAPS/Survey.asp>. (16 de junio del 2011).

Es importante destacar que este país es el más fuerte **competidor de Colombia** aunque presentan varias diferencias. Al compararlos en algunos aspectos; a pesar de tener una cantidad similar de habitantes, Argentina cuenta con la mitad de cirujanos plásticos (afiliados algún tipo de asociación a nivel internacional) que Colombia.

Entre los países es peculiar que la concentración de cirujanos en la capital Argentina es mucho mayor que en la capital de Colombia, donde encontramos que varias ciudades cuentan con una importante cantidad de prestadores de servicios. En Argentina la prestación de este tipo de servicios se concentra en gran medida en Buenos Aires.

En Argentina las más populares son las inyecciones de Botox, el lifting facial y las prótesis mamarias.

1.2.4 Entorno de la cirugía plástica en Colombia

Colombia es uno de los países más importantes en la prestación de este tipo de servicios. Según cifras de la Sociedad Colombiana de Cirugía Plástica, **en Colombia se realizan anualmente más de 300 mil cirugías plásticas y existen más de 800 clínicas para estas intervenciones en ciudades como Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla**, lo cual ha puesto a Colombia a la vanguardia en este tipo de operaciones quirúrgicas⁶.

Dentro de las principales ventajas del país se encuentra; el precio de las operaciones estéticas que en Colombia se encuentran entre un **20 y un 80 por ciento más bajos que en otros países**, los especialistas cuentan con un gran prestigio, la infraestructura cumple con elevados estándares y el crecimiento de servicios complementarios han permitido hacer un conjunto que permite ofrecer servicios integrales para los pacientes.

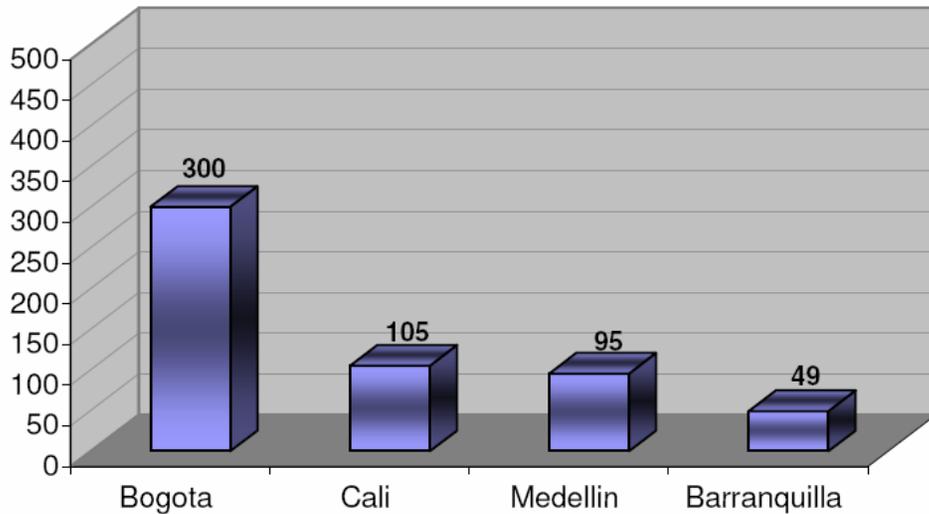
Al analizar el número de cirujanos en Colombia encontramos que existen entre **650 y 700 cirujanos plásticos avalados por sociedades** que se encargan de hacer un estudio minucioso garantizando su calidad y buen nombre.

En las principales ciudades del país

Según la **Sociedad Colombiana de Cirugía Plástica Estética y Reconstructiva** **La ciudad que cuenta con el mayor número de cirujanos**, teniendo en cuenta número de habitantes, es Cali.⁴ La capital vallecaucana es la ciudad líder a nivel nacional en contar con un mayor cubrimiento de cirujanos por número de habitantes. Seguido de Bogotá, Barranquilla, Medellín, Bucaramanga, por mencionar los primeros 5 lugares.

⁶ Tomado de: <http://www.CIRUGÍAplastica.org.co/>. (16 de junio del 2011).

Figura 1. Número de cirujanos per cápita en las ciudades del país



Fuente: DANE - Sociedad Colombiana de Cirugía Plástica Estética y Reconstructiva.

- En Cali por cada 100.000 habitantes se encuentra aproximadamente 5.1 cirujanos plásticos.
- En Medellín por cada 100.000 habitantes se encuentra aproximadamente 4.3 cirujanos plásticos.
- En Bogotá por cada 100.000 habitantes se encuentra aproximadamente 4.4 cirujanos plásticos.
- En Barranquilla por cada 100.000 habitantes se encuentra aproximadamente 4.4 cirujanos plásticos.

Se destaca el caso de ciudades como Pereira, Manizales y Neiva que cuentan con un buen crecimiento y desarrollo en la prestación de este tipo de servicios⁷.

Cirugía plástica en Cali

La ciudad de Cali, cuenta con una importante plataforma médica y científica, que la ha **posicionado a nivel nacional e internacional** como destino de consumo de servicios de salud estética, tales como la cirugía plástica, odontología, oftalmología, entre otros.

Aprovechando esta ventaja competitiva **FENALCO VALLE DEL CAUCA**, concibió como una estrategia de promoción de ciudad y de los servicios de salud estética el evento **CALIEXPOSHOW** que potencializa y promociona estos sectores a nivel

⁷ Tomado de: <http://www.dane.gov.co/>. (16 de junio del 2011).

nacional e internacional a través de la exposición de los servicios y los profesionales de la salud a los medios de comunicación y el público que lo visita.

A nivel nacional, Cali además de ser la ciudad más dinámica y con mayor participación per cápita de acuerdo al número de cirujanos avalados y clínicas del país, ha logrado posicionarse a nivel internacional como un importante destino turístico estético⁸.

La ciudad de Cali, cuenta con un gran nivel de calidad en sus especialistas, una **destacada infraestructura y precios competitivos**.

Experiencia y su impacto en la dinámica de otros sectores como el turístico, **FENALCO** Valle del Cauca, visualiza a través de **CALIEXPOSHOW** una **estrategia de promoción y posicionamiento de la ciudad, como epicentro nacional de la salud**⁹.

Es por ello que es importante conocer la oferta con que cuenta la ciudad que permite que Cali se proyecte como un destino de consumo de servicios de salud dirigido a lo estético.

En la ciudad de Cali se encuentran asentadas cerca de **40 clínicas de cirugía plástica y 102 cirujanos plásticos** avalados por la Sociedad Colombiana de Cirugía Plástica y Reconstructiva y **61 cirujanos miembros de la Federación iberolatinoamericana**¹⁰ de cirugía plástica y reconstructiva.

En Cali, se realizan más de **50.000 procedimientos de cirugía estética al año, de los cuales 14.400 son pacientes extranjeros**, procedentes principalmente de Estados Unidos, España, Sur América y centro América y el Caribe.

Comparando a Cali con el comportamiento del sector en las principales ciudades del país, se debe destacar que es la segunda ciudad con mayor cantidad de clínicas que realizan procedimientos de cirugía plástica después de **Bogotá que cuenta con cerca de 60 clínicas, en tercer lugar se encuentra Medellín con un promedio de 24 y por último Barranquilla con aproximadamente 9 clínicas** que realizan este tipo de procedimiento.

1.3 ENTORNO ECONÓMICO

Según FENALCO, con cifras de la Sociedad Colombiana de Cirugía Plástica, el año pasado (2010) se practicaron más de 230.000 intervenciones y, aunque no se

⁸ Tomado de: <http://www.cirurgíaplástica.org.co/>. (16 de junio del 2011).

⁹ Tomado de: www.fenalcovalle.com/index.php?p=resource/download&res. (16 de junio del 2011).

¹⁰ Tomado de: http://www.filacp.org/espanol/boletin_informativo/boletin31.pdf. (16 de junio del 2011).

conoce el valor de este negocio, se calcula que puede bordear los US\$300 millones¹¹. Pero, al lado de estas operaciones se mueve un negocio enorme en accesorios postoperatorios, masajes, productos y cremas, que le imprimen mayor fuerza al sector.

El negocio de cosmética en el país es mucho más grande de lo que la mayoría cree. La Cámara de Aseo y Cosmética de la Andi estima que el año pasado en Colombia se vendieron más de \$2,3 billones en estos productos de la Sociedad Colombiana de Cirugía Plástica, en promedio una cirugía puede costar cerca de \$4 millones¹², pero además el paciente debe invertir \$2 millones adicionales en los procesos y artículos, como fajas, que siguen a la operación". Las cirugías plásticas en Colombia se han triplicado-

La alta calidad y tecnología, el talento humano y los bajos costos que se manejan en nuestro país permiten que las personas alrededor del mundo se interesen por practicarse las cirugías estéticas en Colombia.

En los últimos diez años, la realización de **cirugías estéticas ha aumentado en un 70%** según la Sociedad Colombiana de Cirugía Plástica y Colombia ha sido reconocida internacionalmente como líder en esta área de la medicina estética.

El Centro Colombiano de Cirugía Plástica realiza consultas en línea y entrega un completo diagnóstico con costos incluidos. Durante su funcionamiento, varios cientos de personas del exterior han utilizado sus servicios¹³.

PROEXPORT

Sabe que en **2008 ingresaron al país un millón de viajeros, y que de ellos, cerca de 30.000 habrían venido por tratamientos médicos.** Complementariamente, el país facturó a Estados Unidos por concepto de servicios de salud US\$118,2 millones, pero se desconoce de esa cifra, cuánto corresponde a ciudadanos de ese país que vinieron a realizarse procedimientos estético-quirúrgicos¹⁴.

¹¹ Tomado de: <http://www.fenalco.com.co/content/indicadores-del-comerciohttp://www.andi.com.co/pages/comun/boletin.aspx?id=19&Tipo=2&clase=9>. (16 de junio del 2011).

¹² Ibíd.

¹³ Tomado de: <http://www.plasticayESTÉTICA.com/inicio.php>. (16 de junio del 2011).

¹⁴ Tomado de: http://www.proexport.com.co/es?quicktabs_2=0. (16 de junio del 2011).

1.4 ENTORNO POLÍTICO

El turismo en Colombia

Es regulado dentro de las funciones del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo del gobierno de Colombia, a veces con el asocio en implementación de políticas de los ministerios de Cultura y Hacienda para promover la economía del país y la generación de empleo para la sociedad colombiana¹⁵.

También para articular procesos de identificación, valoración, competitividad, sostenibilidad y difusión del patrimonio cultural colombiano.

El énfasis del gobierno en turismo se hace en siete sectores; sol y playa ya sea en las costas de los océanos Pacífico o Atlántico, o en las riveras de ríos, lagos y lagunas; exaltando historia y cultura; agroturismo; ecoturismo; deportes y aventura. Dentro del marco cultural las ferias y fiestas y ciudades capitales de departamento para **promover la economía local de sitios con potencial de desarrollo.**

También promover el trabajo conjunto entre los sectores públicos y privado de la economía, compartiendo las inversiones que demandan una **promoción y un mercadeo profesional del país.**

La mayoría de los turistas extranjeros que visitan Colombia provienen de países vecinos de Latinoamérica y el Caribe, Norteamérica y Europa.

Los extranjeros según cifras del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo del 2006 ingresaron al país cerca de dos millones de personas, la mayoría de éstos llegando por vía aérea, seguido por las vías terrestres y marítimas en la que se destacaban los incrementos en llegadas de cruceros¹⁶.

1.5 ENTORNO CULTURAL

Actualmente en los países occidentales cada vez se le da más importancia a la belleza exterior, los medios de comunicación y el entorno social han creado prototipos de mujeres con unas características físicas determinadas que se han convertido en el icono para las demás por eso no es extraño que las mujeres cada vez mas intenten parecerse a dichos iconos y tener figuras esbeltas y tonificadas por eso muchas de ellas acuden a la cirugía plástica como una solución, rápida y definitiva para mejorar su apariencia física.

¹⁵ Tomado de: <http://www.mincomercio.gov.co/eContent/home.asp>. (16 de junio del 2011).

¹⁶ Tomado de: <http://www.mincomercio.gov.co/eContent/home.asp>. (16 de junio del 2011)

La cirugía plástica en muchos casos es la solución para que las mujeres puedan eliminar o atenuar sus defectos, versen mejor y de este modo aumentar su autoestima.

Una persona jamás debe ser evaluada por las apariencias pero en general las personas conciben que la belleza externa sea un complemento de la interna¹⁷.

1.6 ENTORNO LEGAL

Colombia cuenta con disposiciones legales que exigen a las instituciones cumplir con los requerimientos básicos de funcionamiento.

En los factores Político y Legal debemos tener cierta importancia en siempre cumplir lo dispuesto con las normas legales emanadas del congreso de la Republica, Ministerio de Salud, y secretaria de salud pública.

Gracias al cumplimiento de dichas normas la clínica puede estar habilitada para su funcionamiento¹⁸.

Este procedimiento de cumplimientos de requisitos básicos se denomina habilitación y consiste en un **conjunto de normas, requisitos y procedimientos**, mediante los cuales se establece, se registra, **se verifica y se controla el cumplimiento de las condiciones básicas de capacidad tecnológica y científica (exigencias esenciales), suficiencia patrimonial y financiera y capacidad técnico administrativa de las clínicas y hospitales colombianos.**

La habilitación la otorgan las direcciones departamentales y distritales de salud. **La Secretaría de Salud de Bogotá** estiman que, en los **últimos cinco años**, aproximadamente **230 instituciones han sido cerradas** y/o sancionadas por no cumplir con dichos requerimientos¹⁹.

Según el Ministerio de la Protección Social, en la actualidad son cerca de 30 mil las instituciones habilitadas en Colombia, de las cuales 15 mil aproximadamente pertenecen a los niveles III y IV de complejidad, lo que significa que sus condiciones de funcionamiento son aptas para la realización de cirugías plásticas de alta calidad y atractiva por sus resultados²⁰.

¹⁷ Tomado de: <http://www.fluvium.org/textos/vidahumana/vid186.htm>. (16 de junio de 2011)

¹⁸ Tomado de: <http://www.minproteccionsocial.gov.co/Paginas/default.aspx>. (16 de junio de 2011)

¹⁹ Tomado de: <http://www.encolombia.com/medicina/enfermeria/Enfermvol120209/Editorial.htm>. (16 de junio del 2011).

²⁰ Tomado de: <http://www.minproteccionsocial.gov.co/Paginas/default.aspx>. (16 de junio del 2011).

Para la Sociedad Colombiana de Cirugía Plástica, Reconstructiva y Estética la imagen de las instituciones hospitalarias colombianas es excelente.

Tenemos un **buen nivel y un respeto académico en el contexto mundial** que ha provocado que en los últimos años asista un mayor número de personas a Colombia en búsqueda de servicios y prácticas quirúrgicas no solo de cirugía plástica, sino en otros campos de la cirugía.

La misma **SCCPER** confirma que si bien es cierto que el aumento en la demanda de cirugías plásticas ha fortalecido el negocio estético en el país, también queda claro que **el deseo de “hacer negocio” provoca que personas inescrupulosas ofrezcan sus servicios a muy bajo costo**, en instalaciones poco adecuadas que no brindan seguridad a quienes acceden a estos lugares y con estos “profesionales”²¹.

Las secretarías de salud municipal les corresponden realizar las inspecciones debidas a estos lugares para verificar su idoneidad. Pero, mientras esto ocurre, muchos centros funcionan sin los requerimientos de ley.

Existe una enorme cantidad de procedimientos ‘de garaje’ o en centros no adscritos que no son registrados y son muy difíciles de controlar; y que generalmente corresponden a centros de estéticas en las que se ofrecen procedimientos no quirúrgicos a muy bajos costos y resultan en una guerra del centavo que atenta directamente contra la seguridad de los pacientes y la reputación de la cirugía plástica.

Según cifras de la Sociedad Colombiana de Cirugía Plástica, en Colombia se realizan anualmente más de 300 mil cirugías plásticas y existen más de 800 clínicas para estas intervenciones en ciudades como Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla, lo cual ha puesto a Colombia a la vanguardia en este tipo de operaciones quirúrgicas²².

²¹ Tomado de: <http://www.CIRUGÍAplasticacolombia.org/pacifico/articulo1.html>. (16 de junio del 2011).

²² Tomado de: <http://www.CIRUGÍAplastica.org.co/>. (16 de junio del 2011).

2 COMPETENCIA

2.1 CONDICIONES GENERALES

Colombia se ha constituido en las últimas dos décadas en uno de los destinos de turismo médico de mayor referencia en Latinoamérica.

Campos como el de la cirugía plástica con fines estéticos ha cobrado especial relevancia, principalmente por el profesionalismo y la calidad de los cirujanos especialistas en el área y por los costos económicos.

Datos arrojados por una encuesta que adelantó la Sociedad Colombiana de Cirugía Plástica, Estética y Reconstructiva (SCCPER) en el año 2006 indican que en este período se realizaron 230.000 procedimientos de cirugía estética en el país²³.

Es decir, un promedio de **630 diarios, cifra voluminosa** si se tiene en cuenta que en su mayoría corresponden a procedimientos selectivos de pago particular.

Lastimosamente, paralelo al auge de este mercado, a cargo de manos expertas e instituciones idóneas para la práctica, ha proliferado vilmente **la piratería, hecho que ha arrojado numerosas víctimas, incluso mortales.**

Infortunadamente son estos casos los que se registran en la prensa diaria, lo cual va en detrimento de la práctica legal de la cirugía plástica, cuando más allá del **99% de los procedimientos en manos expertas e idóneas y en centros completamente habilitados para las operaciones seguras son exitosos.**

Por esta razón los expertos llaman la atención sobre los riesgos a los que podría enfrentarse un paciente que llega del extranjero cuando no se informa o no recibe la orientación adecuada por parte de profesionales capacitados.

Para la **SCCPER**, la principal recomendación recae en los propios pacientes: **“deben estar completamente informados sobre el procedimiento** al que se quieren someter, qué médico es el más apto para hacerlo y en qué institución se lo pueden realizar²⁴.

²³ Tomado de: http://www.filacp.org/espanol/boletin_informativo/boletin31.pdf. (16 de junio del 2011).

²⁴ Ibíd.

La Federación Nacional de Comerciantes (Fenalco), en el 2006, en las principales ciudades del país (Bogotá, Medellín y Cali), se abrieron 20 clínicas estéticas, y aunque estas cuentan con los estándares mínimos de calidad, siempre es inminente el riesgo de que las personas caigan en el mercado negro de las cirugías plásticas y la mala práctica, debido a la proliferación de información a través de medios como la Internet²⁵.

2.2 ENTORNO LEGAL DENTRO DE LA COMPETENCIA

Las personas deben elegir las instituciones que requieren para su intervención quirúrgica dependiendo del tamaño de la cirugía que se realizarán²⁶.

Esta es una decisión que depende directamente de **los tres actores involucrados en una cirugía plástica**: el médico cirujano, quien debe manejar de forma ética su proceder con el paciente, el cual tiene el derecho y la obligación de estar bien informado sobre lo que le van a realizar; y finalmente, la misma institución, que debe contar con todas las herramientas para prestar un servicio seguro y de óptima calidad²⁷.

Lo más importante es que las personas exijan que les den una información completa respecto del sitio donde los van a atender.

2.3 REQUISITOS GENERALES MÍNIMOS PARA LOS QUE OFRECEN EL PRODUCTO

- Si cumple con las normas de salubridad exigidas por las autoridades sanitarias.
- Si cuenta con unidad de urgencias o de atención para cuidados intensivos e intermedios.
- Si ofrece la posibilidad de hospitalización en caso de requerirse (muchos de estos procedimientos, y dependiendo de la complejidad, son ambulatorios).
- Si las salas de cirugía cuentan con todos la infraestructura, insumos y equipos de monitoreo necesarios para la práctica de estos procedimientos.
- Si cuenta con personal de asistencia al cirujano, idóneo y capacitado.

²⁵ Tomado de: <http://www.fenalco.com.co/content/indicadores-del-comercio>. (16 de junio del 2011).

²⁶ Tomado de: http://www.susmedicos.com/art_CIRUGÍA_plastica_barata.htm. (16 de junio del 2011).

²⁷ Tomado de: <http://auiobustos.com/2009/04/10/colombia-lider-en-consulta-de-CIRUGÍA-plastica-virtual-a-nivel-mundial/>. (16 de junio del 2011).

2.4 CENTROS DE ESTÉTICA

Son el principal sustituto actualmente, se caracteriza por que son procesos no invasivos que a través de terapias, masajes y productos naturales **ofrece beneficios a corto plazo y sin esfuerzo** como un método para conseguir el cuerpo deseado a unos costos más accesibles que la cirugía plástica, aunque los resultados son más limitados.

Se define como las unidades asistenciales en las que un médico es responsable de realizar tratamientos no quirúrgicos, con la **finalidad de mejorar la estética corporal o facial**.

La medicina estética incluye un conjunto de actos, técnicas y procedimientos médicos no quirúrgicos, dirigidos a mejorar totalmente o parcialmente los aspectos inestéticos o juzgados así por el mismo paciente²⁸.

Tanto si son constitucionales o adquiridos por cualquier causa, como los estados de **DISCONFORT** general que son consecuencia del envejecimiento fisiológico, con la finalidad de conseguir mejorar la calidad de vida y el bienestar físico y psíquico que tienen que configurar un estado óptimo de salud.

2.5 GIMNASIOS

Ofrecen mediante la práctica de **ejercicios y deportes alcanzar la figura deseada y un estado físico deseable**, los resultados son más lentos, se conoce como el método tradicional de alcanzar el cuerpo deseado, los costos son menores que la cirugía plástica pero exige dedicación y esfuerzo físico²⁹.

2.6 TERAPIAS ALTERNATIVAS

Acupuntura, medicina naturista y otras terapias alternativas las cuales ofrecen mediante métodos no tradicionales condicionar el metabolismo de las personas con el objetivo de que logren el cuerpo deseado.

²⁸ Tomado de: <http://www.multiESTÉTICA.com/articulos/aumento-del-numero-de-centros-de-ESTÉTICA-en-2010.html>. (16 de junio del 2011).

²⁹ Tomado de: <http://www.bodytech.com.co/content/view/214/87/>. (16 de junio del 2011).

2.7 ANÁLISIS ESTRÁTEGICO DE LA COMPETENCIA

Tabla 1. Análisis estratégico de la competencia

Rivalidad entre competidores	Amenaza nuevos competidores	Amenaza sustitutos	Poder de los compradores	Poder de los proveedores
Media/alta	Alta	Media	Alta	Media
La sociedad colombiana de cirugía plástica agrupa alrededor de 600 cirujanos plásticos, según el ministerio de protección social en Colombia hay alrededor de 116 clínicas acreditadas	Los nuevos competidores están enfocados específicamente a técnicas novedosa, sin pos-operatorios, sin anestesia, bajos costos pero todos enmarcadas dentro de la cirugía plástica regulada por la sociedad colombiana de cirugía plástica	A pesar de que los productos sustitutos manejan costos inferiores, ofertas mayores y la posibilidad de ser menos invasivos dentro de las personas hay claridad en que los resultados no son tan determinantes, más lentos y no soportados científicamente. En este punto el tiempo es un factor determinante para ver los cambios respectivo a nivel de estética	El cliente decide como quiere verse y proyectar su imagen en el menor tiempo posible.	la posibilidad de tener un portafolio amplio, instituciones acreditadas, profesionales reconocidos y trayectoria

Fuente: elaboración propia

Las barreras son medias. Por un lado, como primer aspecto podemos resaltar que la legislación colombiana a través de la federación colombiana de cirugía plástica protege y regula el ejercicio de dicha profesión posicionando su calidad a nivel de

sociedades internacionales de cirugía plástica además restringiendo la participación de profesionales de otros países, otro aspecto es que los profesionales y las clínicas colombianas cuentan con reconocimiento y respaldo lo cual garantiza que la cirugía plástica se posicione como un servicio de calidad y gran atractivo comercial.

Es necesario resaltar que aunque aparentemente hay gran cantidad de clínicas de cirugía plástica aun el mercado no tiene una sobreoferta y la demanda sigue siendo mayor, y mercados internacionales no están totalmente explotados por tal motivo la idea de nuestro plan de negocio es ofrecer un producto que permita a los clientes tener en un solo paquete la belleza y la diversión, así mientras se hace la o las cirugías plásticas deseadas puede disfrutar de un plan turístico en varios destinos de nuestro país con tres atributos de calidad muy significativos calidad, seguridad y precios justos.

Es importante reconocer que según **FENALCO** en el país el despegue y el posicionamiento tanto de la cirugía plástica como el turismo han sido evidentes, por tal motivo es un sector en crecimiento.

En Colombia el boom de las cirugías estéticas "turismo de salud" a pacientes que vienen de fuera del país ha generado una alianza sin precedentes entre el sector médico y el turístico. **La principal asociación hotelera, Cotelco, registra 30 mil 'turistas estéticos' que visitan el país cada año³⁰.**

El mercado que se ha desarrollado alrededor de la estética hace parte de un sector que se encuentra creciendo desde hace varios años y que ha logrado un reconocimiento especial, convirtiéndolo en parte de la economía y una atracción para otras actividades como la inversión y el turismo.

A nivel mundial este tipo de prestación de servicios presenta diferencias marcadas como la estructura de precios, la calidad, y el tipo de cirugías frecuentes que se realizan, dentro de sus similitudes podemos encontrar, el paquete de servicios y la producción de insumos.

³⁰ Tomado de: www.Cotelco.com

3 BENCH MARKETING

3.1 LA FONT

Es una fuente inagotable de belleza integral para la humanidad, cuya misión es mejorar la calidad de vida de las personas, creando patrones de bienestar físico y mental mediante la prestación de un servicio con excelencia.

En la actualidad es certificado con Norma ICONTEC los servicios con que cuenta son:

- Consulta especializada
- Cirugía estética facial y corporal
- Hotel
- SPA médico
- Academia tiene actualmente convenio con la Universidad CES de Medellín para llevar a cabo el programa de Especialización es cirugía Plástica Facial.

La Font es una clínica Universitaria privada la cual recibe anualmente numerosas especialistas, quiénes vienes de diferentes países del mundo como Estados Unidos, Brasil, Korea, Argentina México, España Dinamarca, Italia, Portugal, Inglaterra, Venezuela, Ecuador entre otros.

Cuenta con 28 años de trayectoria, y se le a otorgado premios tan importantes como: **PREMIO A LA EXCELENCIA EN SALUD** Cuenta con un personal altamente calificado.

3.2 CLÍNICA ESTÉTICA DE CALI

Actualmente esta Clínica ofrece los siguientes servicios:

- Lipoescultura
- Abdominoplastia
- Mamoplastia
- Glutéos o nalgas
- Cirugías faciales
- Tratamientos estéticos

3.3 HOLOS MEDICINA INTEGRAL Y ESTÉTICA

Es una Institución consagrada al bienestar integral del ser Humano dentro de los servicios ofrecidos por la Institución se encuentra:

- Medicina alternativa
- Cirugía plástica
- Cirugía general
- Genética
- Odontología integral
- Tratamientos estéticos

3.4 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

La sociedad colombiana de cirugía plástica agrupa alrededor de 600 cirujanos plásticos, según el ministerio de protección social en Colombia hay alrededor de 116 clínicas acreditadas donde se ofrece diferentes tipos de servicios, en algunas de ellas se destacan como un hotel 5 estrellas como es el caso de LA FONT.

Adicional se cuenta con un grupo de especialista altamente calificados y muchos de ellos acreditados por diferentes entes como es la **ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE CIRUGÍA PLÁSTICA, ACME** Academia Colombiana de la Medicina y la cirugía Estética.

Colombia ha alcanzado reconocimientos internacionales en complejos procedimientos como transplantes, cirugía refractiva, Cirugía Plástica, tratamientos cardiológicos y de cáncer, así como en el descubrimiento y uso de elementos como la válvula de Hakim. Ya varias instituciones, como la Fundación Santafé de Bogotá y la Fundación Cardiovascular de Bucaramanga, se han acreditado internacionalmente y son observadas por operadores de otros países para la prestación de servicios médicos a sus pacientes.

El potencial del sector que, de paso, jalona otras industrias, como el turismo y el transporte, hizo que el Gobierno, a través del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, lo considerara como uno de los sectores de clase mundial. Según esta cartera, en **2009 el país recibió US\$126 millones por cuenta del turismo de salud.**

4 MATRIZ DOFA

Tabla 2. Matriz DOFA

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Seguridad y Confianza para los extranjeros que están interesados en adquirir los servicios, según COFACE el clima para los Negocios que tiene nuestro País es B y en Riesgo País es A4. • El sistema de salud colombiano es el mejor de Latinoamérica y el número 22 en el mundo según la OMS. • Los procedimientos médicos en Colombia cuestan entre el 10% y el 35% de su precio en España y USA • Médicos Cirujanos acreditados por la Asociando de Cirujanos Plásticos, y personal idóneo calificado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Auge creciente por las cirugías plásticas. • Sector de Salud visto como un Cluster que permite el desarrollo del sector con servicios complementarios e integrales. • Interés por parte de los extranjeros en visitar nuestro país para con fines de belleza entre ellas las cirugías estéticas.
Estrategias Fortalezas	Estrategias Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Alta calidad e innovación en la prestación de Servicios de Salud, Hospitales, acreditados y asociación con el sector Turismo. • Crecimiento y expansión del sector Turístico a Nivel Nacional. • Confianza en la Legislación Nacional de Acuerdo con los requerimientos y Exigencias de la Asociación Colombiana de Cirugía. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ferias especializadas en cirugía estética y belleza como Cali ExpoShow, Eventos con Anato, ACCP. • Planes turísticos atractivos y económicos. • Utilización de medios interactivos de amplia cobertura, Internet, redes sociales. • Deseos de las personas por manejar estándares de belleza y estética más altos.

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • No existe cifras exactas sobre el Turismo en salud en Colombia • No hay agencias reconocidas que ofrezca esta clase de Servicios en Turismo de salud, ya que siempre se maneja a través de personales particulares o directamente con las clínicas que prestan este Servicio. 	<ul style="list-style-type: none"> • La Proliferación de Competidores indirectos que no cumple con las garantías mínimas legales para la prestación del servicio de Estética • Competir Con un mercado global en tratamientos de cirugía estética.
Estrategia Debilidades	Estrategia Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar un servicio integral para las mujeres Españolas donde puedan acceder a los planes de Cirugía estética y disfrutar de la Variedad turística que tiene nuestro País. 	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajar de la Mano con las Entidades Oficiales como Proexport, ANATO, ACCP en la consolidación de la información y la Divulgación de Nuestro Servicios.

Fuente: elaboración propia.

5 ESTUDIO DE MERCADO Y RESULTADOS

5.1 FICHA TÉCNICA

Persona natural o jurídica que realizo: Carma Web.

Persona natural o jurídica que la encomendo: Alejandro Diaz, Lizeth Gallo y Nury Quijano.

Fuente de financiación: Alejandro, Lizeth Gallo y Nury Quijano.

Tipo de muestra: muestra aleatoria estratificada.

Tamaño de la muestra: 60 entrevistas

Temas a los que se refiere: Intención de viaje a Colombia para cirugías plástica y estéticas.

Preguntas que se formularon: 6 preguntas

Cirugías por las que se les preguntó:

1. Abdominoplastia,
2. Lipoescultura,
3. Mamoplastia de aumento de pecho,
4. Liposucción con o sin lipectomía
5. Lifting fácil y de cuello,
6. Rinoplastia

Universo: mujeres mayores de 24 años que vivan en España con intención de realizar procedimientos de cirugías de estética en Colombia en los próximos meses.

Área: urbana.

Fecha en que se realizó: Abril 8 de 2011

Margen de error calculado: 4.0% con 95% de confianza

Técnica de recolección: Web

5.2 ENCUESTA

1. ¿Qué cirugía plástica le gustaría practicarse?

- Abdominoplastia – Lipoescultura
- Mamoplastia o aumento de pecho
- Liposucción con lipectomía o definición de contorno corporal
- Lifting facial y de cuello - Ritidoplastia eliminación de arrugas
- Rinoplastia o cirugía de la nariz
- Gluteoplastia o aumento de glúteos

2. ¿Le gustaría viajar a Colombia a realizarse este tipo de cirugías con precios competitivos?

Si

No

3. ¿Cuándo desea realizarse la cirugía?

1 mes

6 meses

1 año

Más de un año

4. ¿Cuál sería su tiempo de estadía en Colombia?

15 días

1 meses

2 meses

5. ¿Qué es lo más importante para usted a la hora de realizarse una cirugía plástica?

- Reconocimiento, Certificación y Experiencia del Cirujano Plástico
- Clínicas Acreditadas, Infraestructura y Tecnología
- Servicios Complementarios (Acompañante, SPA, Poliza, Turismo)
- Cumplir con las expectativas de Cambio deseado.

6. ¿Le gustaría disfrutar un paquete de turístico antes de su cirugía?

Si

No

5.2.1 Resultados gráficos de la encuesta

Numero de Encuestas Recopiladas: 60

Figura 2. Survey Monkey

The screenshot shows the SurveyMonkey interface for a survey titled "VIAJES Y CIRUGIAS PLASTICAS EN COLOMBIA". The top navigation bar includes the SurveyMonkey logo, user information (hasib79), and links for "Cerrar sesión" and "Ayuda". Below the navigation bar, there are links for "Mis encuestas", "Libreta de direcciones", "Mi cuenta", and "Planes y precios", along with a "Crear encuesta" button. A yellow banner at the bottom of the navigation bar states: "Tiene una cuenta BASIC | Para quitar los límites de una cuenta BASIC y realizar una cantidad ilimitada de preguntas, cambie a una categoría superior ahora".

The main content area shows the survey title "VIAJES Y CIRUGIAS PLASTICAS EN COLOMBIA" with an "Editar" link. Below the title are three tabs: "Diseñar encuesta", "Recopilar respuestas", and "Analizar resultados". The "Recopilar respuestas" tab is active.

On the left side, there is a sidebar menu with the following options: "Ver resumen", "Editar destinatarios", "Editar mensajes", "Cambiar configuración", "Cambiar restricciones", and "Cerrar el recopilador ahora".

The main content area displays the following information:

- "New Email Invitation" with an "Editar" link.
- "Invitación por correo electrónico" with the status "ABIERTO".
- A table for "Destinatarios" (Recipients) with the following data:

Destinatarios	
Cantidad total:	326
No enviados Nuevos:	1
Enviados:	325
Con respuesta (parcial/completar):	3 (0 / 3)
Sin respuesta:	323
Con pedido de exclusión:	0
Con mensajes devueltos:	27
- A table for "Mensajes" (Messages) with the following data:

Mensajes	
Total de mensajes:	2
Borrados:	1
Programados:	0
En curso:	0
Enviados por correo:	1

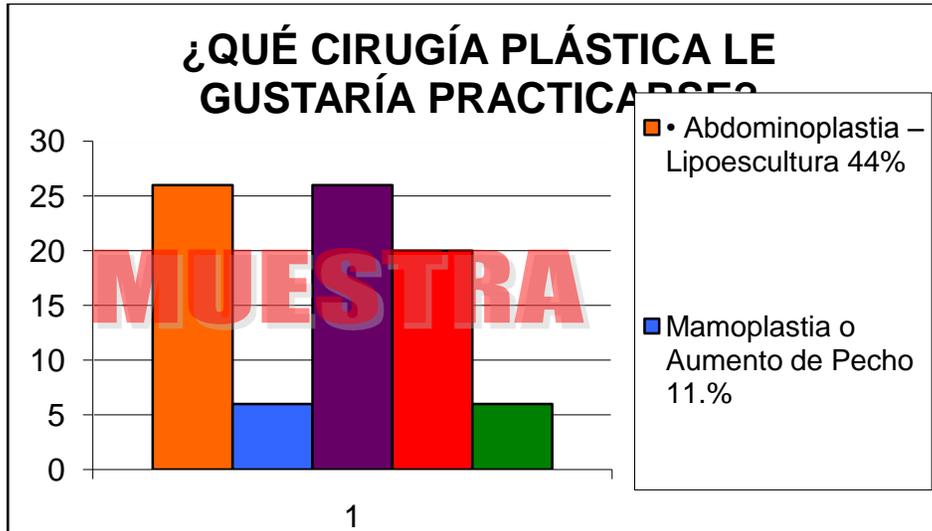
At the bottom of the main content area, there is a button labeled "Administrar recopiladores".

Fuente:

<http://es.surveymonkey.com/?cmpid=co:es:ps:google&mkwid=se90uO2gs&pcriid=9616886155>

5.2.2 Evaluación gráfica por pregunta

Figura 3. ¿Qué cirugía plástica le gustaría practicarse?



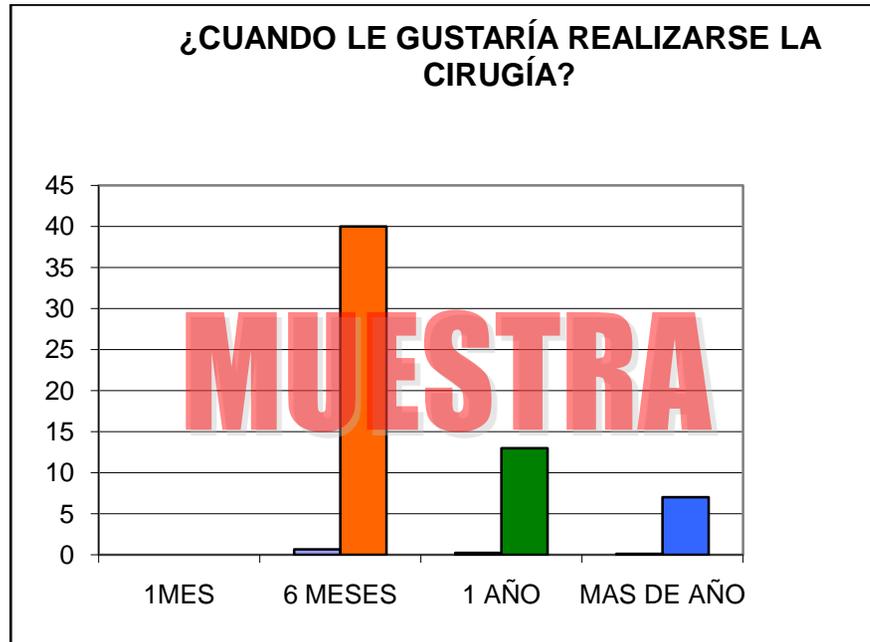
Fuente: elaboración propia.

Figura 4. ¿Le gustaría viajar a Colombia a realizarse este tipo de cirugías con precios competitivos?



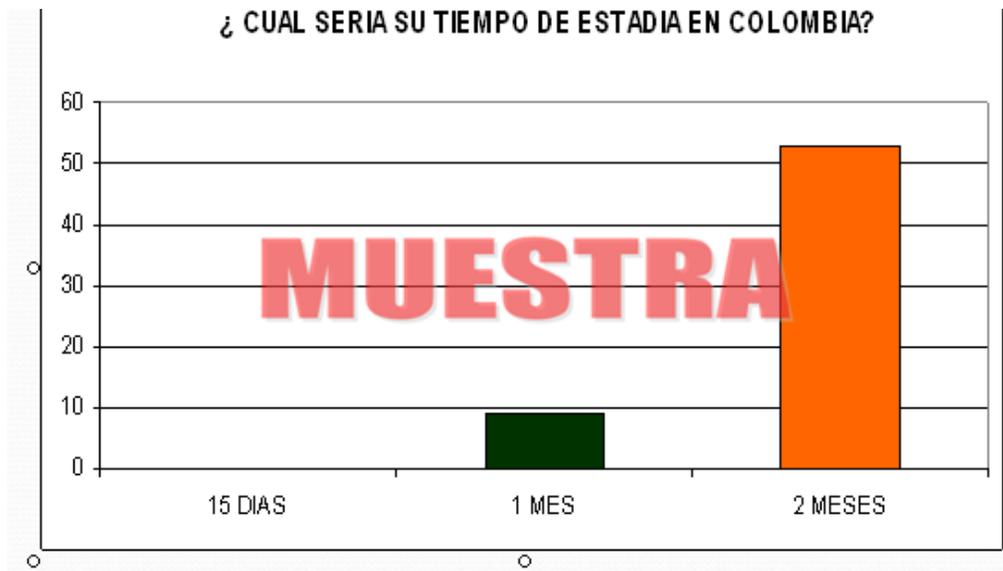
Fuente: elaboración propia.

Figura 5. ¿Cuándo desea realizarse la cirugía?



Fuente: elaboración propia.

Figura 6. ¿Cuál sería su tiempo de estadía en Colombia?



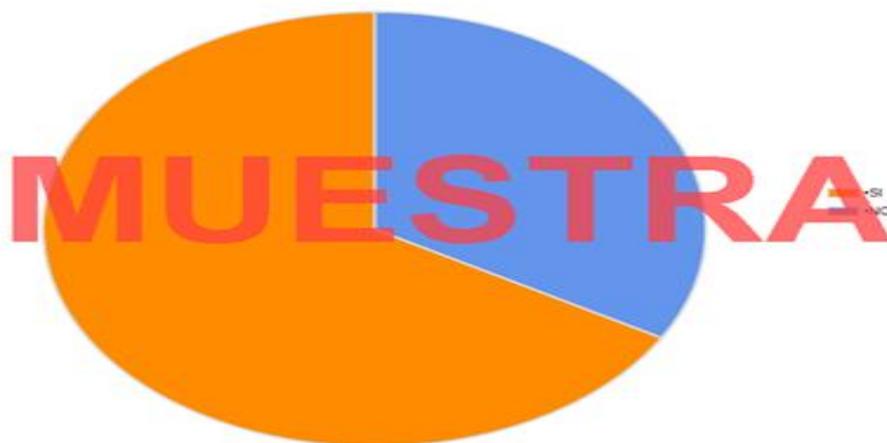
Fuente: elaboración propia.

Figura 7. ¿Qué es lo más importante para usted a la hora de realizarse una cirugía plástica?



Fuente: elaboración propia.

Figura 8. ¿Le gustaría disfrutar un paquete de turístico antes de su cirugía?



Fuente: elaboración propia.

Con los resultados de la encuesta podemos definir que el reconocimiento, certificación y experiencia del cirujano, es el atributo que más atrae a las encuestadas seguido por las Clínicas acreditadas, luego los servicios

Complementarios y en tercer lugar Cumplir con el cambio deseado, lo que nos ayuda a realizar el enfoque de nuestro plan de mercadeo y a deducir que los clientes desean información veraz, reconocimiento calidad lo cual se logra con la consecución de los cirujanos plásticos de más renombre, las clínicas más reconocidas, las agencias de viajes ya posicionadas y una página de Internet muy bien estructurada.

En la encuesta se determino que el tiempo que desearían estar en nuestro país los posibles clientes españoles estarían por 2 meses lo que nos ayuda a construir nuestros paquetes teniendo en cuenta los post operatorios y las actividades y atracciones ofrecidas en nuestro país.

Para el tipo de cirugías deseadas las encuestadas prefirieron la abdominoplastia y Liposucción seguido por la rinoplastia y en un último lugar Mamoplastia y gluteoplastia lo que nos ayuda a enfocar y a construir los paquetes su priorización, sus costos y sus beneficios.

En la encuesta se pregunto sobre lo atractivo de los costos de la cirugía plástica en Colombia y el 97% de los encuestados estuvo atraído por los costos competitivos.

Este parámetro nos ayudará con precios atractivos, que nos generará grandes expectativas sobre la acogida de los servicios ofertados.

6 SEGMENTO

6.1 SEGMENTACIÓN

Mujeres entre 18 y 54 años generalmente aquellas que se definen como muy activas, mujeres que trabajan, estudian son madres, esposas, hijas, mujeres que están preocupadas por su apariencia personal, quienes creen que el exterior es reflejo del interior y que tener un cuerpo atractivo les abre oportunidades laborales y sociales, son mujeres que buscan ser reconocidas no solo por su inteligencia, liderazgo, empuje, profesionalismo y dedicación sino también por su belleza y sus atributos físicos, ser reconocida como mujeres integrales, son mujeres en las que siempre dentro de sus planes esta viajar y divertirse.

Los procedimientos practicados con mayor frecuencia dependen del grupo de edad y el sexo.

En las adolescentes se realiza con mayor frecuencia la cirugía de orejas, mentón y nariz, cuando han completado su desarrollo del crecimiento. En las jóvenes las cirugías más solicitadas son la lipoescultura, mamoplastia de aumento, cirugía de nariz. En pacientes más mayores se realiza lipoescultura, mamoplastia de aumento, reducción o pexia (levantamiento de los senos), lipectomía, gluteoplastia, blefaroplastia y procedimientos de rejuvenecimiento facial.

6.2 SEGMENTACIÓN SICOGRÁFICO Y DEMOGRÁFICO

En cuanto a las características poblacionales, se destaca que el 51 por ciento de la población en el país son mujeres y que el 59 por ciento de las mujeres del país se encuentran entre los 15 y 54 años, edades entre las que se encuentra el mayor público para realizarse este tipo de cirugías (18 a 45 años).

De las principales ciudades analizadas es importante observar que el porcentaje de mujeres que se encuentran entre los 14 y 54 años, edades potenciales para los procedimientos quirúrgicos, se encuentran entre el 58 y 62 por ciento en Bogotá la ciudad con mayor porcentaje de mujeres entre estas edades.

Según algunos estudios, **el 90% de las mujeres españolas presenta un alto grado de insatisfacción con su cuerpo y el 84%** de las mujeres estadounidenses quisieran mejorar su apariencia física.

España es nuestro mercado meta en ventas, debido a la oleada de inmigrantes que recibe Europa es culpable de que las españolas se estén yendo a Colombia.

No se trata de una especie de “contra inmigración” sino de la obsesión por el cuerpo que ha hecho que las voluptuosas colombianas que desembarcan en el viejo continente se conviertan en embajadoras naturales del retoque artificial hecho en su patria, es decir, de la cirugía plástica. Ellas y sus curvas dieron el impulso para que naciera el turismo de quirófano, ése donde los pacientes además de pagar poco por las intervenciones -comparado con sus países de origen- aprovechan de conocer la ciudad que los acoge, con sus playas y sus atracciones turísticas³¹.

6.3 POSICIONAMIENTO

Figura 9. Masaje facial



Fuente: <http://www.maswoman.cl/mw/wp-content/uploads/2009/04/masajes-faciales.jpg>

Estética sin fronteras será una empresa de operación logística de gran eficiencia, rentabilidad y reconocimiento, dedicada a la gestión de comercializar servicios de turismo en salud dirigido principalmente a mujeres españolas que deseen practicarse una cirugía plástica en Colombia³².

Estética sin fronteras será reconocida por ser la empresa líder en ofrecer servicios de turismo en salud ofertando los mejores servicios de cirugía plástica con los mejores profesionales y en las mejores clínicas del país además de ofertar servicios únicos complementarios a la cirugía plástica como acompañamiento spa, sala de belleza, asesoría de imagen y turismo manejando un concepto de belleza integral en una experiencia única de entretenimiento y placer haciendo de su cirugía plástica una experiencia agradable, exclusiva e inolvidable.

³¹ Tomado de: http://www.veafotoaqui.com/Bogota_Tours/Espana_opina_CIRUGÍA_plastica.html. (16 de junio del 2011).

³² Tomado de: <http://www.todohotel.com/Agen/agen.html>. (16 de junio del 2011).

Estética sin fronteras pretende ser para el 2014 la empresa líder en Colombia en operación logística de servicios de turismo en salud siendo la empresa con más pacientes extranjeros atendidos en el país generando igualmente un reconocimiento en España entre todas las agencias de viajes y mujeres interesadas como la empresa número uno en comercialización de servicios de cirugía plástica en Colombia; con lo cual no pretendemos solo generar una rentabilidad sino contribuir al posicionamiento del país como líder en Latinoamérica en servicios de turismo en salud.

Todas las cirugías son realizadas con lo último en tecnología y métodos de punta en Cirugías Plásticas en Colombia, destacando por sus excelentes resultados naturales que aumentarán su seguridad. Mediante un trato amable y cordial, los profesionales de **Estética sin fronteras** están a su servicio para hacer lo más placentera su experiencia en nuestro país ofreciendo no solo el servicio de cirugía plástica sino todos los servicios complementarios como turismo y diversión.

¡MEJORE SU APARIENCIA CON ARMONÍA, BALANCE Y PRECISIÓN EN TODAS SUS CIRUGÍAS PLÁSTICAS EN COLOMBIA!

Nuestro personal médico está consciente de la importancia que para usted tiene someterse a una cirugía plástica. En **ESTÉTICA SIN FRONTERAS** hemos reunido a un selecto grupo de profesionales con un amplio entrenamiento y experiencia encargados de brindarles un paquete de cirugías plásticas y turismos que cumpla todas sus expectativas, además estaremos encargados de acompañarle y asistirle en todo el proceso para lograr los mejores resultados con un trato honesto y cálido.

“Hacer realidad los deseos de sentirnos y vernos mejor, ahora son posibles con los servicios de alta calidad en Cirugías Plásticas en Colombia a través de **Estética sin fronteras**”.

6.4 OBJETIVOS DEL PLAN

6.4.1 Objetivo general

Desarrollar un servicio de intermediación y operación logística que oferte servicios de cirugía plástica en Colombia unido a un plan turístico para todas las mujeres españolas que quieran practicarse una cirugía plástica de calidad, con óptimos resultados y a bajos costos.

6.4.2 Objetivos específicos

Ser en el 2014 reconocidos en España y Colombia como la empresa de intermediadora de turismo en salud con más clientes atendidos.

Por intermedio de ESTÉTICA SIN FRONTERAS Para el 2014 haber realizado en Colombia 3000 cirugías plásticas.

Alcanzar para el 2014 una participación en el mercado del turismo en salud del 25%.

Para cada año cumplir los presupuestos de ventas y rentabilidad propuestos y alcanzar el punto de equilibrio el tercer año de funcionamiento.

Realizar alianzas estratégicas con las principales agencias de viajes de España para potencializar la venta de servicios de turismo en salud proyectando a través de ellos la venta de 200 paquetes al año.

7 PLAN DE MERCADEO

7.1 NUESTROS CLIENTES

Clientes masivos: Todas las mujeres mayores de 18 años que quiera venir a Colombia principalmente de España a realizarse alguna cirugía de plástica de estética y de modo complementario disfrutar de unos días de descanso, paseo o vacaciones, desarrollando actividades turísticas en nuestro país ,estos clientes acceden directamente al servicio preferiblemente vía Internet.

Clientes corporativos: Todas las agencias de viaje mayoristas y operadores turísticos que se encuentren adscritas a (ANATO) Asociación Nacional de Agencias de Turismo y el ministerio de comercio de España.

Clínicas, y todos los centros médicos que se encuentren acreditados para la prestación de servicios de cirugía plástica.

7.2 OFERTA DE VALOR

- Planes de Cirugía que se ajustan a las necesidades del cliente con todos los servicios incluidos (Alimentación, transporte, seguro, Hoteles, Clínicas especializadas), mas planes de Turismo y diversión en las principales Ciudades del País.
- Promesa de Servicio y Calidad en la prestación del Servicio.

7.3 DIAGNÓSTICO - PROBLEMA, OPORTUNIDAD Y RETO

Problema

- La mayoría de los Extranjeros viajan al país, sin tener familia o alguien que los pueda asesorar, respecto a los diferentes procedimientos quirúrgicos a realizar y cuáles son las entidades más prestantes y reconocidas en Cirugías Plásticas, y sobre todo que estén avaladas por la Asociación Colombiana de Cirugía.
- Los mal llamados intermediarios, personas naturales (sin escrúpulos) que se dedican a contactar a los posibles clientes en el extranjero por la Web, muchas veces prometiendo precios muy cómodos por el servicio, buscan el cirujano más económico para transferir este precio sin que el servicio prestado sea el mejo
- La Mala imagen que pueda tener nuestro País.

Oportunidad

Proveer una solución a Mujeres Extranjeras, que estén interesadas en realizarse un tipo de Cirugía en nuestro país ofreciendo no sólo el servicio sino complementarlo con un paquete Turísticos de los diferentes destinos de nuestro País.

La intermediación, comercialización y distribución de servicios de cirugía plástica complementado con un servicio turismo y diversión por los diferentes sitios turísticos de Colombia

El Reto

Convertirnos en una Entidad reconocida como un intermediador y operador logístico por sus Servicios y valores agregados.

Contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de nuestras Extranjeras Españolas, fortaleciendo el sector de la Salud, y el Turismo en nuestro País ratificando nuestra posición como uno de los Mejores Países de América Latina.

7.4 ESTRATEGIAS PARA EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS

Acompañamiento en lo cotidiano: Los servicios ofrecidos garantizan el acompañamiento si la persona no posee ningún pariente cercano que lo pueda acompañar en el proceso.

Generación de vínculos a través de la confianza: La organización interactuará con el cliente y su acompañante con el fin de establecer lazos de comunicación que permitan el seguimiento y la retroalimentación permanente del Servicio de Cirugía Estética ofrecido. De igual manera, la atención será

100% personalizada, es decir, que se mantendrá el mismo profesional o ejecutivo a cargo de la relación con el cliente, fortaleciendo relaciones de confianza y prestación de servicios ajustada a las necesidades del cliente.

Generación de espacios de integración: Estos espacios se obtendrán de acuerdo con el plan turístico seleccionado por el cliente donde se involucrará y participará activamente de todas las actividades a desarrollar durante el tiempo que permanezca en nuestro país.

7.5 MEZCLA DE MERCADEO (MARKETING MIX DE LOS SERVICIOS)

7.5.1 Estrategia de producto

Cirugía plástica estética “Estética sin fronteras”

Somos una empresa dedicada a ofrecer los más completos paquetes quirúrgicos de cirugía plástica y planes turísticos a diversos destinos de nuestro país como un complemento ideal, para que nuestros clientes puedan disfrutar de un viaje que cambiará sus vidas, además de gozar de los cuidados pre y post operatorios en hospedajes especializados con personal capacitado, los usuarios de ESTÉTICA SIN FRONTERAS podrán acceder a diferentes paquetes que se ajustan a todas sus necesidades.

Los paquetes quirúrgicos, están diseñados para brindar comodidad, seguridad y una aproximación en costos respecto a la cirugía , incluye múltiples aspectos tales como son: valoración medica, valoración por anesthesiólogo, laboratorios clínico, fajas, cuidados postquirúrgicos por enfermería, costos de clínica, honorarios médicos, masajes postoperatorios y controles médicos postquirúrgicos; para lograr la mejor recuperación del paciente, buscando un excelente resultado. Es posible así mismo y propendiendo por la seguridad de los pacientes incluir seguro de complicaciones de acuerdo a o los procedimientos a realizar.

Paquete básico

Es por procedimientos o grupos de procedimientos requeridos y contiene todos los servicios y productos necesarios para que obtenga los mejores resultados con total satisfacción.

Paquete plus

Este paquete es ideal para pacientes que vienen fuera de la ciudad o del país en el cual obtiene el paquete básico y adicional: enfermera 24 hrs u hospitalización las primeras 24 hrs, seguro de complicaciones, hospedaje, traslados, atención medica o paramédica ambulatoria.

Paquete premium

El paquete premium incluye el o los procedimientos seleccionados del paquete básico incluidos los beneficios del paquete plus y tiene la siguiente ventaja especial:

En primer lugar, si usted tiene alguna duda acerca de la elección del cirujano, este paquete le da la posibilidad que se le aconsejen varios cirujanos especializados concretamente en el procedimiento que a usted le interese, porque si bien todos

los cirujanos que tenemos se encuentran entre los mejores del país, cada uno de ellos es particularmente exitoso en determinados procedimientos, y esa es la asesoría que le posibilita este paquete.

Planes de estética sin fronteras

Tabla 3. Planes básicos de estética sin fronteras

Planes Básicos	Características	Ventajas de estética sin fronteras	Beneficios
Lipoescultura	<p>Una técnica avanzada de cirugía sin bisturí, sin heridas.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Técnica sofisticada que modela la parte específica del cuerpo que se quiere en forma "artesanal", como esculpiendo (de ahí su nombre: Lipoescultura). - Utiliza anestesia local, complementada con frío, en las zonas a tratar. - Tiene un periodo postoperatorio muy corto y sin molestias. <p>Se requiere contar con unos 20 días de estadía en nuestra ciudad para las valoraciones, prequirúrgicos, procedimiento y controles.</p>	<p>Traslados a citas de valoración, cirugía y controles postquirúrgicos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Valoración por médico especialista en Cirugía Plástica • Exámenes de laboratorio - prequirúrgicos e imagenología según criterio del especialista • Valoración por médico anesthesiólogo • Honorarios médicos de especialistas • Honorarios sala de Cirugía ó Quirófano y Anestesia • Insumos y medicamentos intraoperatorios • Medias Antiembólicas • Faja, mangas ó soporte según zona • Hospitalización para cirugías NO ambulatorias según criterio médico • Seguro de complicaciones derivadas del procedimiento • Asistente auxiliar de enfermería (1 ó 2 días) después de la cirugía según opción del viajero médico • Controles post-quirúrgicos de 4 a 6 según criterio médico • Masajes post-quirúrgicos corporales (entre 10 y 15 sesiones según 	<p>Conocer nuestro País, a través de uno de los planes escogidos, para descansar, relajarse y prepararse antes de la cirugía.</p> <p>Nuestras Clientas se sentirán orgullosas y complacidas de los resultados obtenidos, una figura esbelta y armoniosa.</p> <p>Los resultados se empiezan a observar pasado un mes. Pasados 2 meses, los resultados finales son fácilmente visibles</p>
Blefaroplastia (Corrección de Párpados)	<p>Corrige el descolgamiento de la piel de los párpados tanto superiores como inferiores, por lo cual pueden ser para dos (2) párpados o para cuatro (4) párpados dependiendo de la</p>	<p>Traslados a citas de valoración, cirugía y controles postquirúrgicos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Valoración por médico especialista en Cirugía Plástica • Exámenes de laboratorio - prequirúrgicos e imagenología según criterio del especialista • Valoración por médico anesthesiólogo 	<p>Conocer nuestro País, a través de uno de los planes escogidos, para descansar, relajarse y prepararse antes de la cirugía.</p> <p>Nuestras Clientas se</p>

Planes Básicos	Características	Ventajas de estética sin fronteras	Beneficios
	<p>indicación médica. Usted debe contar con unos 12 días de estadía en nuestra ciudad para las valoraciones, prequirúrgicos, procedimiento y controles.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Honorarios médicos de especialistas • Honorarios sala de Cirugía ó Quirófano y Anestesia • Insumos y medicamentos intraoperatorios • Seguro de complicaciones derivadas del procedimiento • Asistente auxiliar de enfermería (1 ó 2 días) después de la cirugía según opción del viajero médico • Controles post-quirúrgicos (3) 	<p>sentirán orgullosas ya que mejorará la piel flácida y bolsas, inclusive puede mejorar la visión No hay evidencia de la cirugía ya que en los párpados superiores la cicatriz queda justa en el pliegue del párpado y en los inferiores debajo de las pestañas o dentro del párpado.</p>
Mamoplastia	<p>Con esta cirugía se consigue aumentar el tamaño de los senos una o varias copas introduciendo unas prótesis mamarias a través de una pequeña incisión periareolar. La ubicación de la prótesis (subglandular o submuscular) será recomendada por el especialista. Usted debe contar con unos 12 días de estadía en nuestra ciudad para las valoraciones, prequirúrgicos, procedimiento y controles.</p>	<p>Traslados a citas de valoración, cirugía y controles postquirúrgicos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Valoración por médico especialista en Cirugía Plástica • Exámenes de laboratorio - prequirúrgicos e imagenología según criterio del especialista • Valoración por médico anesthesiologo • Honorarios médicos de especialistas • Honorarios sala de Cirugía ó Quirófano y Anestesia • Insumos y medicamentos intraoperatorios • Medias Antiembólicas • Implantes de Gel de Silicona, avaladas por FDA • Faja brassier (2) • Seguro de complicaciones derivadas del procedimiento • Asistente auxiliar de enfermería (1 ó 2 días) después de la cirugía según opción del viajero médico • Controles post-quirúrgicos (4) • Masajes post-quirúrgicos (5) 	<p>Conocer nuestro País, a través de uno de los planes escogidos, para descansar, relajarse y prepararse antes de la cirugía.</p> <p>Nuestras Clientas se sentirán orgullosas su cirugía ya sea de Aumento o reducción por que en todo momento contaron con personal calificado en todo su proceso de valoración.</p>
Rinoplastia	<p>Se utiliza para mejorar los rasgos de la cara. Aumentar o disminuir el dorso, reducir el ancho y disminuir el tamaño, aumentar o</p>	<p>Traslados a citas de valoración, cirugía y controles postquirúrgicos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Valoración por médico especialista en Cirugía Plástica o Maxilofacial • Exámenes de laboratorio - 	<p>Conocer nuestro País, a través de uno de los planes escogidos, para descansar, relajarse y prepararse antes</p>

Planes Básicos	Características	Ventajas de estética sin fronteras	Beneficios
	disminuir la punta, enderezar el tabique entre otros. Además puede solucionar, en la misma cirugía problemas funcionales del flujo de aire. Usted debe contar con unos 14 días de estadía en nuestra ciudad para las valoraciones, prequirúrgicos, procedimiento y controles	prequirúrgicos e imagenología según criterio del especialista <ul style="list-style-type: none"> • Valoración por médico anesthesiólogo • Honorarios médicos de especialistas • Honorarios sala de Cirugía ó Quirófano y Anestesia • Insumos y medicamentos intraoperatorios • Seguro de complicaciones derivadas del procedimiento • Asistente auxiliar de enfermería (1 ó 2 días) después de la cirugía según decisión del viajero médico • Controles post-quirúrgicos (3) 	de la cirugía. Nuestras Clientas se sentirán orgullosas de su cirugía ya que su rostro se verá más armonioso con sus facciones.

Fuente: elaboración propia

Tabla 4. Planes combinados de estética sin fronteras

Planes combinados	Características	Ventajas de estética sin fronteras	Beneficios
Mamoplastia de aumento + Lipoescultura	Según las técnicas anteriormente mencionadas, nuestras clientes deberá contar con un tiempo de 35 días en nuestra ciudad Bogotá, para las valoraciones, prequirúrgicos, procedimiento y controles	Valoración por médico especialista en Cirugía Plástica <ul style="list-style-type: none"> • Exámenes de laboratorio prequirúrgicos • Valoración por médico anesthesiólogo • Honorarios (cirujano plástico, anesthesiólogo y quirófano) • Medicamentos intraoperatorios • Hospitalización (según criterio médico) • Seguro de complicaciones derivadas del procedimiento • Controles post-quirúrgicos (4) • Asistente auxiliar de enfermería por los dos primeros días de la cirugía • Traslados a citas médicas y cirugía. • Prótesis de gel de silicona avaladas por la FDA + Faja Brasier + medias antiembólicas + 2 Fajas senos libres con espuma y tabla huevo + 10 sesiones de postoperatorio corporal. 	Conocer nuestro País, a través de uno de los planes escogidos, para descansar, relajarse y prepararse antes de la cirugía. Nuestras Clientas se sentirán orgullosas de su cirugía porque se verán más bellas una figura completamente armoniosa.

Planes combinados	Características	Ventajas de estética sin fronteras	Beneficios
Rinoplastia + Mamoplastia de Aumento	Según las técnicas anteriormente mencionadas, nuestras clientes deberá contar con un tiempo de 28 días en nuestra ciudad Bogotá, para las valoraciones, prequirúrgicos, procedimiento y controles .	Valoración por médico especialista en Cirugía Plástica <ul style="list-style-type: none"> • Exámenes de laboratorio prequirúrgicos • Valoración por médico anesthesiologo • Honorarios (cirujano plástico, anesthesiologo y quirófano) • Medicamentos intraoperatorios • Hospitalización (según criterio médico) • Seguro de complicaciones derivadas del procedimiento • Controles post-quirúrgicos (4) • Asistente auxiliar de enfermería por los dos primeros días de la cirugía • Traslados a citas médicas y cirugía. • Prótesis de gel de silicona avaladas por la FDA + Faja Brassier + medias antiembólicas. 	Conocer nuestro País, a través de uno de los planes escogidos, para descansar, relajarse y prepararse antes de la cirugía. Nuestras Clientas se sentirán orgullosas de su cirugía. Rostro completamente armonioso y mejorará su Autoestima, reflejando un espíritu más joven.
Dermolipectomi a + Lipoescultura	Según las técnicas anteriormente mencionadas, nuestras clientes deberá contar con un tiempo de 40 días en nuestra ciudad Bogotá, para las valoraciones, prequirúrgicos, procedimiento y controles.	Valoración por médico especialista en Cirugía Plástica <ul style="list-style-type: none"> • Exámenes de laboratorio prequirúrgicos • Valoración por médico anesthesiologo • Honorarios (cirujano plastico, anesthesiologo y quirofano) • Medicamentos intraoperatorios • Hospitalización (según criterio médico) • Seguro de complicaciones derivadas del procedimiento • Controles post-quirúrgicos (4) • Asistente auxiliar de enfermería por los dos primeros días de la cirugía • Traslados a citas médicas y cirugía. • Medias antiembólicas + 2 Fajas senos libres con espuma y tabla sonrisa + 10 sesiones de postoperatorio corporal 	Conocer nuestro País, a través de uno de los planes escogidos, para descansar, relajarse y prepararse antes de la cirugía. Nuestras Clientas se sentirán orgullosas de su cirugía una figura totalmente esbelta

Fuente: elaboración propia

Tabla 5. Otros planes de estética sin fronteras

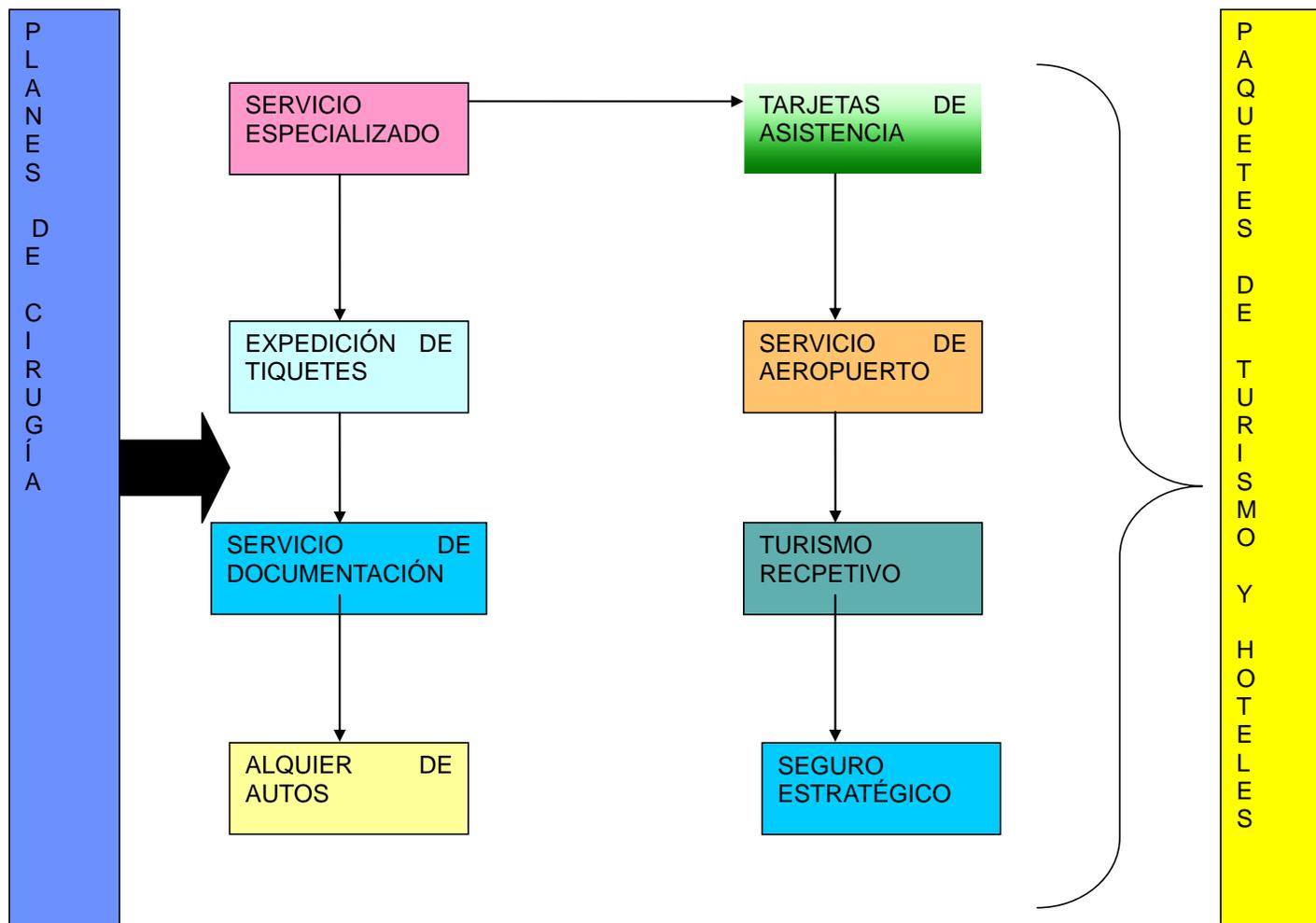
Planes	Características	Ventajas de estética sin fronteras	Beneficios
<p>PAQUETE PLUS</p>	<p>Este paquete es ideal para las mujeres españolas que quieren un servicio completo, en el cual obtiene el paquete básico y adicional: enfermera 24 hrs u hospitalización las primeras 24 hrs, seguro de complicaciones, hospedaje, traslados, atención medica o paramédica ambulatoria</p>	<p>Paquete básico el seleccionado por el paciente TRASLADO -Traslado desde y hacia el aeropuerto. -Traslado a las citas de valoración 1 Prequirúrgica y 1 Postquirúrgica. -Valoraciones Pre y Post quirúrgicas. -Valoraciones Preadestésica. HOSPEDAJE Ocupación sencilla o duplex en el Hotel de su preferencia dentro de nuestro catalogo Impuestos hoteleros. -Desayuno buffet. -Asistencia médica de urgencias 24 horas. -Nutrición dirigida. -Tour diurno o nocturno por la ciudad con opción de compras. -Tour sitios turísticos dentro y fuera de Bogotá -10 sesiones de terapia post-operatoria para las cirugías que lo requieran; este procedimiento agiliza el proceso curativo y mejora los resultados de la cirugía. -Masaje postquirúrgico especializado. - Ultrasonido terapéutico. -Cepillado de cabello, manicure y pedicure para su regreso.</p>	<p>Conocer nuestro País, a través de uno de los planes escogidos, para descansar, relajarse y prepararse antes de la cirugía.</p> <p>Nuestras Clientas se sentirán orgullosas su cirugía por que en todo momento contaron con personal calificado en todo su proceso de valoración.</p>
<p>PAQUETE PREMIUM</p>	<p>El PAQUETE PREMIUM incluye el o los procedimientos seleccionados del paquete básico incluidos los beneficios del paquete plus y tiene la siguiente ventaja especial: En primer lugar, si usted tiene alguna duda acerca de la elección del cirujano, este paquete le da la posibilidad que se le aconsejen varios</p>	<p>Se le buscará un hotel que esté de acuerdo con su presupuesto y preferencias en todo sentido, y en cuanto usted haya dado su aprobación, se le efectuarán las reservas que haya solicitado, quedando así usted completamente tranquilo de que en el hotel ya le están esperando. Se le envía por correo electrónico un cronograma completo, incluyendo fecha y hora de recogida en el aeropuerto, todas las citas médicas, de análisis de laboratorio y de cirugía, incluso con un programa para el post-operatorio.</p>	<p>Conocer nuestro País, a través de uno de los planes escogidos, para descansar, relajarse y prepararse antes de la cirugía.</p> <p>Nuestras Clientas se sentirán orgullosas su cirugía por que en todo momento contaron con SERVICIO PREMIUM acorde al Plan escogido con todo el personal</p>

Planes	Características	Ventajas de estética sin fronteras	Beneficios
	<p>cirujanos especializados concretamente en el procedimiento que a usted le interese, porque si bien todos los cirujanos que tenemos se encuentran entre los mejores del país, cada uno de ellos es particularmente exitoso en determinados procedimientos, y esa es la asesoría que le posibilita este paquete.</p>	<p>El paciente es buscado en el aeropuerto por una acompañante con amplia experiencia en el campo del turismo receptivo y en el trato con pacientes, para llevarle hasta su hotel y asegurarse de que queda el paciente satisfactoriamente instalado. Lo acompaña en sus primeros momentos en el hotel y le hace entrega de un teléfono celular en el que estarán pregrabados los números del Servicio Premium y del cirujano, con el fin de que en cualquier momento el paciente se sienta apoyado, respaldado, ayudado y sobre todo, acompañado. Para el día de la cirugía será llevado el paciente a la clínica y se harán por él todos los arreglos necesarios, de forma que el paciente no tenga que preocuparse por planear la logística que implica todo el plan. En el caso de que el paciente requiera del servicio de enfermería, PAQUETE PREMIUM le facilitará y además le coordinará toda la asesoría y las reservas necesarias, encargándose el paciente únicamente de cancelar los costos facturados por la empresa de enfermería. Adicionalmente, se le aconsejará sobre cualquier tema que pueda resultar de interés para el paciente y podrá contar con compañía todo el tiempo que lo desee, además de los servicios ilimitados de spa medico. NO está incluido los servicios extras que desee el paciente, tales como por ejemplo, el costo de restaurantes cuando el paciente desee ser acompañado (el paciente debe sufragar los gastos de su acompañante), tours, compras, etc. cubre un total de 8 días, pero si el paciente lo desea, puede ampliarse a los días que requiera. PAQUETE TRASLADO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tiquetes aéreos e internacionales. (Estas tarifas están sujetas a verificación al hacer la reserva y la forma de confirmar tarifa es expidiendo el tiquete - Cambios sin 	<p>calificado en todo momento inclusive a l momento de retornar a España.</p>

Planes	Características	Ventajas de estética sin fronteras	Beneficios
		previo aviso) • Aeropuerto - Hotel / Hotel - Aeropuerto (Incluido en hotelería) • Hotel - Spa – Hotel PAQUETE HOTEL • Ocupación sencilla o máster (Incluye: Desayuno, Internet, DirecTV, servicio de lavandería, caja fuerte con clave, información turística) • Impuestos • Almuerzo diario por persona • Cena diaria por persona • Tiquete de cortesía para gimnasio (Body Tech) • Teléfono celular • Llamadas locales por minutos PAQUETE TURISTICO • Tour diurno o nocturno por la ciudad con opción de compras (opcional) • Tour por sitios turísticos dentro y fuera de Bogotá (opcional) • Día de Spa de Subachoque (población a 45 minutos de Bogotá)	

Fuente: elaboración propia

Figura 10. Planes de cirugía



Fuente: elaboración propia

7.5.2 Estrategia de precio

Tabla 6. Estrategia de precio

N	Plan/paquete	Costo promedio en pesos \$
1	Lipoescultura	2.870.000
2	Lipectomia	2.000.000
3	Rinoplastia	3.270.000
4	Mamoplastia	4.300.000
5	Blefroplastia	3.840.000
6	Mamoplastia y lipoescultura	6.740.000
7	Rinoplastia y mamoplastia	7.000.000
8	Lipoescultura y lipectomia	4.200.000
9	Paquete plus con 1 y 4	8.400.000
10	Paquete plus con 1	4.200.000
11	Paquete plus con 2	3.800.000
12	Paquete plus con 3	4.200.000
13	Paquete plus con 4	5.200.000
14	Paquete plus con 5	4.300.000
15	Paquete plus con 6	7.700.000
16	Paquete plus con 7	8.200.000
17	Paquete plus con 8	5.200.000
18	Paquete plus con 9	9.000.000
19	Paquete premium con 6	9.000.000
20	Paquete premium con 7	9.500.000
21	Paquete premium con 8	6.000.000
22	Paquete premium con 5 y 6	12.000.000
23	Paquete premium con 7 y 1	12.000.000
24	Paquete premium con 8 y 7	12.000.000
25	Paquete premium con 8 y 3	9.000.000
26	Paquete premium con 8 y 4	10.000.000

Fuente: elaboración propia

7.5.3 Estrategia de plaza

Estética si fronteras maneja un sistema de distribución directa mediante el mecanismo.

Productores – minoristas – consumidores: este es el canal más visible para el consumidor final y gran número de las compras que efectúa él público en general se realiza a través de este sistema. En estética sin fronteras somos los

encargados de hacer la conexión entre el producto ofertado y los clientes corporativos como lo son las agencias de viajes o los clientes directos los cuales son contactados a través de la página de internet.

El canal es corto pero costo eficiente por que el mercado esta segmentado y bien definido y la estrategia corporativa como la masiva pretenden conseguir los 300 clientes anuales establecidos inicialmente por ESTÉTICA SIN FRONTERAS.

Canal corporativo: este canal es a través de las agencias de viajes pertenecientes a ANATO y ubicadas en España por esta intermediación las agencias obtienen el 4,5% de la comisión en los paquetes vendidos en este canal es importante resaltar la capacitación y la experiencia del ejecutivo de cuenta de ESTÉTICA SIN FRONTERAS que desarrolle el seguimiento a las agencias de ANANTO.

A través del canal corporativo se proyecta que se ejecute el 70% de las ventas de los paquetes quirúrgicos, la presencia del servicio de ESTÉTICA SIN FRONTERAS en las agencias de viajes española les da a los clientes seguridad y confianza por eso es muy importante que los vendedores tengan capacitación adecuada y remuneración atractiva con el fin de que se puedan concretar los clientes potenciales.

Canal masivo: el canal masivo se va a manejar a través de una página de internet la cual será manejada por un administrador, en ella el cliente podrá tener acceso a toda la información acerca de ESTÉTICA SIN FRONTERAS así como de sus productos, cirujanos plásticos y clínicas, podrá realizar una cotización y comparar con su presupuesto, tan pronto adquiere uno de los paquetes podrá recibir asesoría y acompañamiento telefónico y a través de correo así como una entrevista por video llamada con el cirujano de plástico escogido y con el ejecutivo de cuenta establecido con el objetivo de darle apoyo y garantizar la toma del servicio escogido.

Aunque la investigación arroja que la página de internet es el mejor mecanismo para indagar en el servicio ofrecido por ESTÉTICA SIN FRONTERAS las agencias de viajes o canal corporativo son los preferidos por los clientes para realizar la adquisición de nuestros servicios, y a pesar de a través de la página de internet no se adquieren la mayoría de servicios si se utiliza para darnos a conocer y atrapar a los clientes con el servicio.

Procedimiento

Pasos para adquirir y gozar de los paquetes quirúrgicos

1. Solicitud del procedimiento
2. Solicitud de fotos y exámenes de laboratorio

3. Cotización inicial
4. Sistema de pago
5. Reserva del viaje médico
6. Itinerario médico quirúrgico
7. Llegada a Colombia - Bogotá
8. Valoración por especialista
9. Liquidación de paquete quirúrgico, confirmación de itinerario médico quirúrgico y firmas
10. Procedimiento, controles por especialista y masajes postquirúrgicos
11. Partida

La distribución para los clientes corporativas es selectiva e intensiva mediante el uso de estas agencias de viajes reconocidas en España aspiramos llegar al mayor número de clientas en España con un canal que les brinda seguridad, respaldo y eficiencia; por la consecución de cada cliente se pagara el 1% del precio del paquete.

Figura 11. Principales marcas de agencias en España



Fuente: cada marca se obtuvo a través de su web institucional

7.5.4 Estrategia de comunicación

ESTÉTICA SIN FRONTERAS *“El momento de regalarte el cuerpo que siempre has soñado en un viaje que cambiara tu vida para siempre”.*

Comunicación

Acceso

El acceso directo a la información y servicios de nuestros planes será preferiblemente vía Internet, y a través de las agencias de viajes y nos apoyaremos en algunos medios escritos que faciliten el reconocimiento de nuestra empresa.

Internet será nuestro medio principal para dar a conocer nuestra empresa en el mercado español y colombiano.

Para poder capturar clientes es necesario contar con una plataforma en línea robusta, que permita realizar reservas o inscripciones que nos permitan registrar nuestros visitantes en primera instancia y luego volverlos clientes.

Los mensajes

Serán muy emocionales y de impulso para que reserven de inmediato estos contenidos deben ser icónicos y representativos, utilizaremos el típico ANTES y DESPUES que en este ramo se vende muy bien con alguna imagen real de un usuario.

Distribución de E-mails

El uso de E-mails para realizar marketing directo a través de mail merge corporativo hará que lleguemos a nuestros interesados finales, para lograr acercamiento y conocimiento de nuestros posibles clientes resolviendo inquietudes de doble vía en tiempo real.

Internet

Vamos a participar y apoyar foros, noticias de la industria y tendencias de las operaciones y procedimientos MEDICOS equipos de cirugía con Banners Links de nuestros servicios y aliados como lo son clínicas y hoteles serán nuestra principal fuente de Información para esto se determino un mes completo.

Redes sociales

Será vital para realizar presencia con videos, de las cirugías, fotos de las clínicas y personal médico, mostrando los destinos turísticos de Colombia a través de pequeños resúmenes de las ciudades turísticas con material tanto de video como audio. FACEBOOK YOUTUBE TWITTER

Pondremos Links de interés testimonios de EX participantes sobretodo el ANTES Y DESPUES de cada cirugía.

Publicidad

Toda la publicidad estará dirigida hacia la SEGURIDAD QUE BRINDA EL PAIS, como destino.

Promocionando nuestros espacios buscando transmitir CONFIANZA para viajar y tomar un plan de ESTÉTICA SIN FRONTERAS.

Mostrando las fortalezas del país con un mensaje de respaldo y seguridad de nuestra empresa y aliados.

Revistas

Vamos a realizar insertos de ¼ de pagina en revistas especializadas como Enforma, Cosmopolitan en nuestro medio local y en España Elle, Cosmo 1 veces por mes 3 veces al año en página impar.

Relaciones públicas

Vamos a realizar visitas periódicas con las empresas de la industria y sus derivados para darnos a conocer en el medio, a su vez participar en los eventos relacionados con el turismo y la estética y lo más importante visitas mensuales o quincenales según requerimiento a las agencias de viajes de ANATO seleccionadas para nuestra distribución ya que constituyen el principal eslabón para la preventa y el definitivo para la venta.

Mercadeo directo

Con nuestros asesores de venta que estarán capacitados para **VENDER**, contactar e interactuar con los posibles clientes por vía telefónica, presencial, chat y correo electrónico tendremos relaciones directas para satisfacer las diferentes necesidades de **INFORMACIÓN, TRÁMITES COSTOS** con el envío de **Brochure ONLINE**, fotos, testimonios cotizaciones con comunicaciones directas y canales especializados como e-mail y telé marketing.

Alianzas

Es imperioso realizar acuerdos y convenios que generen beneficios entre las partes logrando el cumplimiento de los presupuestos.

Nuestro principal aliado lo constituyen las 8 grandes agencias de viajes agrupadas en ANATO y seleccionadas por ESTÉTICA SIN FRONTERAS por su ubicación y

cobertura para ser nuestro intermediario de distribución por eso concentraremos nuestros esfuerzos en fortalecer las relaciones mediante una capacitación continua, un acompañamiento permanente y una remuneración atractiva.

Esto permitirá dar a conocer nuestros productos en una mayor envergadura, realizaremos **branding** y lógicamente promover nuestros servicios a nuestro mismo **TARGE con las empresas de la INDUSTRIA.**

Medición

Vamos a realizar la evaluación control y medición durante y después de la publicidad para determinar cual medio o pieza dio **mejor resultado.**

Para realizar esto se ha dispuesto de diferentes estrategias y tácticas

Objetivos

- Realizando trabajo en equipo con todas las aéreas y personal de la empresa este en la misma dirección.
- La comunicación central es dar a conocer, la empresa, nombre, marca y los servicios en el segmento objetivo y en la industria con actividades de comunicación, a través de Internet principalmente.

Actividades

Visitas y capacitaciones para promocionar nuestros destinos turísticos en las páginas Web de agentes, operadores, mayoristas distribuidores, hoteles, clínicas, hospitales donde se promocionen tanto **ONLINE Y OFFLINE.**

- Los destinos
- Las clínicas
- Personal Médico
- Las operaciones
- Las aerolíneas
- Seguros
- Ferias
- Encuentros de usuarios
- Fabricantes de equipos médicos y de estética

Canal de referidos

La idea es realizar la consolidación de un **CLUB de EX –participantes** para realizar voz a voz con el objetivó de traer nuevos clientes con, testimonios que

ayudaran de referente para que motiven a futuros clientes a tomar nuestros servicios.

Los miembros del CLUB podrán ganar premios en dinero y en especie con puntos a quien más participe promocionando los servicios de la compañía este es un canal a bajo costo y mejor vía de conversión.

Material de venta paquetes turísticos

Flyers, Posters, presentaciones de los paquetes detallados con fotos información adicional y complementaria.

- San Andrés
- Cartagena
- Santa Marta
- Bucaramanga
- Medellín
- Cali
- Bogotá
- Eje cafetero

El plan de comunicación

Objetivos

Como propósito comunicar la marca y los servicios de la compañía a través de publicidad creativa precisa al segmento objetivo.

Que motive a las mujeres ESPAÑOLAS a tomar los planes con un respaldo cálida y excelentes precios.

La estrategia de **ESTÉTICA SIN FRONTERAS** *“El momento de regalarte el cuerpo que siempre has soñado en un viaje que cambiará tu vida para siempre”* es llegar a la cultura e idiosincrasia Española con mensajes y contenidos que sean familiares para su entorno.

Todas las actividades estarán diseñadas para llegar a la mujer española su modo de actuar, gustos, preferencias, estilos moda cultura.

Con el uso d las redes sociales capturaremos clientes pondremos testimonios videos, encuestas, procedimientos costos.

Adicionalmente con nuestros colaboradores Hoteles, operadores turísticos, mayoristas, agencias de viaje, clínicas, hospitales, centros de estética, clínicas,

aerolíneas, aseguradores y aliados estratégicos pondremos **BANNERS y LINKS de nuestra WEB** para que dirección nuestra página y lograr tráfico.

Nuestros objetivos es incursionar en con mucha presencia en la **WEB pautando e invirtiendo en Google**

Newsletters

Envió periódico de noticias actividades, promociones y beneficios por la fidelidad de nuestros programas destacados y nuevas tendencias de la estética y de la belleza.

Publicaciones

Nuestro **BROCHURE** Web y físico con todos los productos, precios e información de la compañía, acreditaciones, aliados y servicios en la RED de distribuidores, para llegar a los puntos de venta.

Campañas

Vamos a realizar campañas en conjunto con instituciones que promueven la belleza como los concursos de bellezas, carreras de atletismo, tiendas naturistas, tiendas de glamour para realizar alianzas que nos permitan llegar a ese nicho objetivo con regalos, cupones de descuento, rifas,

Reconocimiento

Primordialmente queremos que el nombre de la empresa y marca sea reconocido por nuestros futuros clientes, competidores e intermediarios.

Conocimiento

Con el testimonio. De clientes, el respaldo de nuestros aliados, las certificaciones internacionales, respaldo medico hará que Estética Sin fronteras sea reconocida como una empresa intermediadora de servicios estéticos y de turismo **CONFIABLE**.

7.5.5 Estrategia de promoción

La estrategia que implementará **ESTÉTICA SIN FRONTERAS** para capturar la atención de las mujeres españolas es que nuestro principal referente sea la calidad en el servicio.

La promoción estará focalizada a los planes de Cirugía propuestos para incentivar la compra de los planes.

Directamente a los clientes que nos contacte a través de la Pagina WEB, **Canal corporativo, canal Masivo** se trabajará la siguiente estrategia.

Para los clientes que estén interesados en el paquete PREMIUM, se ofrecerá:

- 4 semanas de sesión de pilates en el gimnasio Bodytech
- Asesoría de imagen
- Consulta odontológico especializada
- 3 sesiones de servicios de manicure, pedicure, peinado y maquillaje.
- Bono de ropa interior por \$100.000
- Bono de perfumería por \$60.000

Para los clientes que estén interesados en el paquete PLUS, se ofrecerá:

- 1 Sesión de Spa
- 1 semana de actividades como clases de rumba, spinning, daza árabe, con los mejores instructores del gimnasio Bodytech
- Bono de compra perfumería por \$100.000

Para los clientes que estén interesados en el paquete COMBINADO, se ofrecerá:

- Una sesión de Spa en la rivera
- Unas sesión de chocolaterapia
- Una sesión completa de con las mejores técnicas de yoga

Para los clientes que estén interesados en el paquete BÁSICO, se ofrecerá:

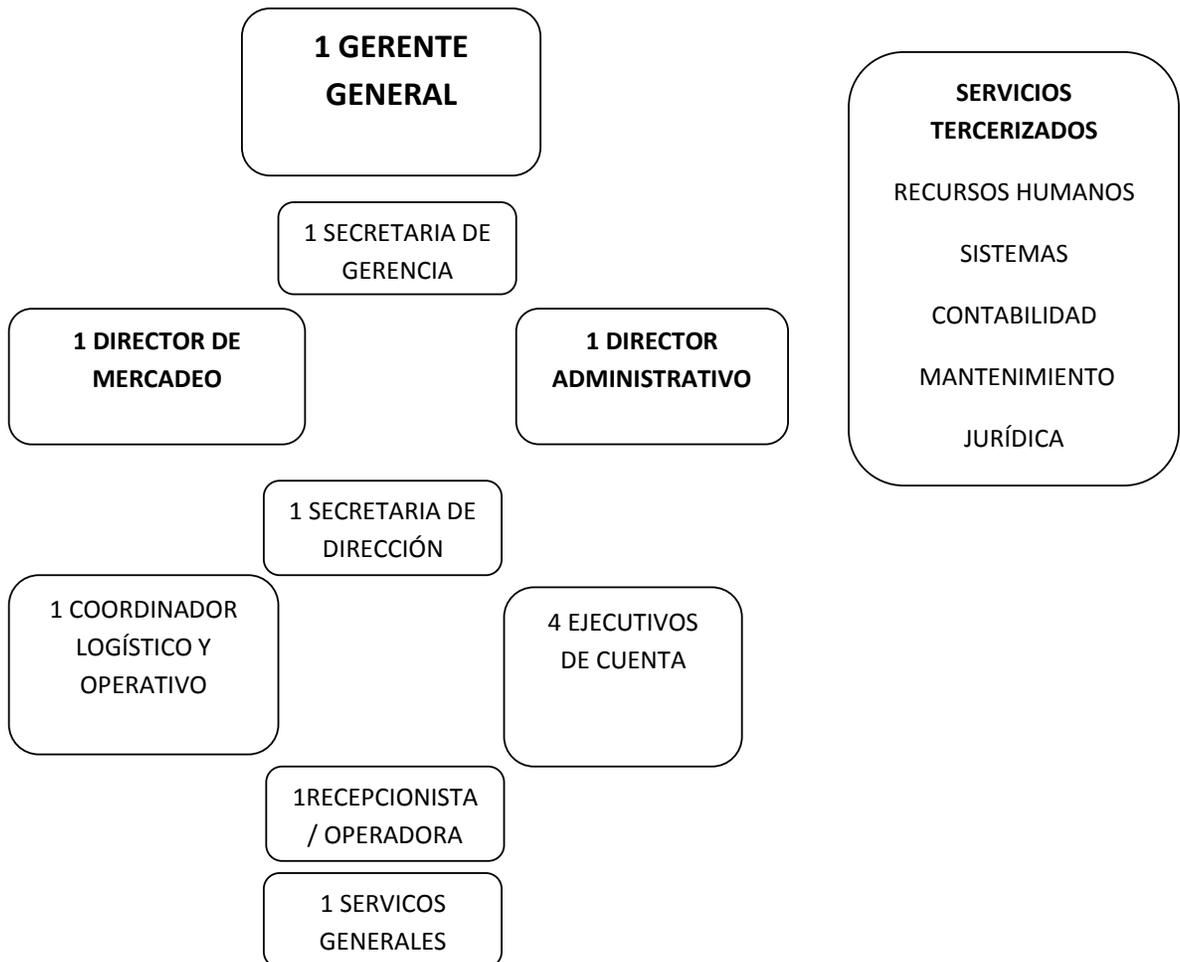
- Bono de regalo por \$70.000 en Norberto peluquería que podrá ser redimido en cualquier ocasión aplica para tratamientos faciales.

8 MODELO DE NEGOCIO

El modelo de negocio de ESTÉTICA SIN FRONTERAS se centra en comercializar servicios de turismo en salud ofrecidos en Colombia y Ofertado para mujeres extranjeras principalmente residentes en España.

8.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Figura 12. Estructura organizacional



Fuente: elaboración propia

8.2 FUNCIONES

Gerente general: representante legal de ESTÉTICA SIN FRONTERAS encargado de realizar las alianzas estratégicas y de realizar el direccionamiento estratégico de la empresa.

Secretaria de gerencia: maneja la agenda del gerente

Director de mercadeo: encargado de ejecutar y desarrollar todos los planes de mercadeo para la oferta de nuestros productos, la consecución de clientes y la construcción de marca de la empresa.

Director administrativo: encargado de dirigir todos los procesos administrativos tanto los tercerizados como los propios garantizando el cumplimiento presupuestal la ejecución de las actividades operativas de funcionamiento y el funcionamiento legal y dinámico de la empresa.

Secretaria de dirección: es la encargada de administrar la agenda del director de mercadeo y del director administrativo.

Coordinador logístico y operativo: es el responsable de organizar, evaluar y ejecutar los planes básicos y los paquetes ofertados garantizando la oferta de los mismos, los costos, la disponibilidad así como el seguimiento a la calidad de los mismos.

Ejecutivos de cuenta: son los directos responsables de administrar, vender y ejecutar la adquisición y uso de los productos y servicios ofertados por la empresa garantizando la oferta del servicio, el recaudo del costo y el acompañamiento de los clientes.

Recepcionista: encargada de recibir a los clientes y a los empleados, realizar la atención de consultas, reclamos y manejar la línea de atención al cliente.

Servicios generales: encargada del aseo, orden y limpieza de las instalaciones, así como el servicio de actividades de cafetería para los empleados y visitantes.

8.3 NUESTRA EMPRESA

ESTÉTICA SIN FRONTERAS es un operador logístico encargado de ofertar servicios de turismo en salud, ofrecemos 6 paquetes básicos de cirugía plástica en las mejores clínicas de Colombia y con los mejores especialistas asociados a la sociedad Colombiana de cirugía plástica, el cliente es nuestra principal motivación y por eso usted podrá contactar y escoger a su cirujano plástico antes de la

intervención, solucionando cualquier duda o inquietud , además ofrecemos todo lo necesario para que usted solamente se concentre en su transformación, mediante la oferta de servicios complementarios adicionales de planes de viajes, seguros, hoteles, tours , spa y todo lo que necesita para que tengas la mejor experiencia.

8.4 MISIÓN

Nuestra misión es desarrollarnos, posicionarnos y consolidarnos como una empresa líder en la prestación de servicios de turismo en salud con un alto valor agregado en los productos ofertados, convirtiéndonos en aliados estratégicos de operadores de turismo, clínicas y cirujanos plásticos proporcionando a nuestros clientes calidad, seguridad y felicidad.

8.5 VISION

Ser para el 2014 la empresa líder en los servicios de turismo en salud en Colombia, manteniendo un nivel de exigencia y con procesos de mejora continua, superando constantemente las expectativas de nuestros clientes. Creemos que el éxito de nuestro servicio surge de la elección de nuestro personal que cuenta con calidez humana y capacitación, lo que permite consolidarnos en el extranjero como la empresa más atractiva para ofrecer servicios de turismo en salud.

8.6 VALORES

Proactividad y participación aportada por nuestro personal, pilares para un sano y exitoso crecimiento de nuestra organización. Esfuerzo y dedicación acompañando a nuestros clientes. Trabajo en equipo para el éxito de nuestra gestión y cumplimiento de las expectativas del cliente.

Contacto directo y acompañamiento con nuestros clientes en todo momento.

8.7 RECURSO HUMANO

Contamos a nivel administrativo con gran experiencia, calidez humana, criterio ético y compromiso con sus clientes. Para nosotros el recurso humano es lo más importante y por eso contamos con los cirujanos plásticos de mayor trayectoria, reconocimiento e idoneidad que tenemos en Colombia para brindar un servicio de óptima calidad.

9 PLAN FINANCIERO

Para ESTETICA SIN FRONTERAS es necesario contar con una INVERSION que discriminamos a bajo en él se relacionan el dinero para poner en marcha proyecto.

Tabla 7. Inversiones para el proyecto

Ítem	Descripción	Valor
Mercadeo y promoción	Comercialización	\$ 20.000.000
Equipos de trabajo	Equipamiento oficina	\$ 8.000.000
Capital de trabajo	Accionistas	\$ 60.000.000
Total		\$ 88.000.000

Fuente: Elaboración propia

Recursos de crédito

Requerimos de un crédito para completar eficaz mente nuestras labores y prestar mejor servicio en función de nuestras tareas operacionales.

Tabla 8. Recursos de crédito

Descripción	Tasa	Valor	Tiempo	Préstamo	% Pagado
Operaciones	8%	\$ 40.000.000	2 años	2012	0%

Fuente: Elaboración propia

Etapa de funcionamiento

Nuestros costos y gastos de operación en el inmediato plazo como lo son nómina, arrendamientos, servicios públicos.

Tabla 9. Costos y gastos de operación

Ítem	Valor mensual
Arriendo	\$ 600.000,00
Servicios públicos	\$ 250.000,00
Internet	\$ 60.000,00
Nomina	\$ 2.400.000,00
Celular	\$ 150.000,00
Papelería	\$ 180.000,00
Total	\$ 3.640.000,00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 10. Capital de la empresa

Recursos propios	\$ 60.000.000
Créditos requeridos	\$ 40.000.000
Total	\$ 120.000.000

Fuente: Elaboración propia

Gastos administrativos

Para llevar un buen control de las operaciones administrativas es fundamental garantizar el funcionamiento de la empresa por un año incluyendo todos los gastos.

Tabla 11. Gastos administrativos

Tipo de gasto	mensual	anual	incremento anual
Personal administrativo	\$ 2.400.000,00	\$ 28.800.000,00	4%
Servicios públicos	\$ 250.000,00	\$ 3.000.000,00	2%
Papelería	\$ 180.000,00	\$ 2.160.000,00	1%
Asesor contable	\$ 600.000,00	\$ 7.200.000,00	4%
Transporte	\$ 200.000,00	\$ 2.400.000,00	3%
Secretaria	\$ 550.000,00	\$ 6.600.000,00	4%
Administrador	\$ 600.000,00	\$ 7.200.000,00	4%
Total	\$ 4.780.000,00	\$ 57.360.000,00	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 12. Costos variables

Concepto	Explicación	valor
Transporte	Visitas a operadores	\$ 200.000,00
Servicios	Incremento	\$ 100.000,00
Gastos Representación	Almuerzos regalos	\$ 300.000,00
Total		\$ 600.000,00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 13. Precio oferta de servicios turísticos y de cirugías estéticas

Ítem del gasto	Valor unitario	Cantidad	Valor total
Transporte aeropuerto hotel - aeropuerto	\$ 40.000,00	2	\$ 80.000,00
Mano de obra doc	\$ 1.700.000,00	1	\$ 1.700.000,00
Valor clínica	\$ 500.000,00	1	\$ 500.000,00
Valor operación	\$ 12.000.000,00	1	\$ 1.200.000,00
traslados	\$ 40.000,00	3	\$ 120.000,00
Paquete turístico	\$ 3.000.000,00	1	\$ 3.000.000,00
Transporte en carro	\$ 12.000,00	1	\$ 12.000,00
Almuerzos	\$ 50.000,00	3	\$ 150.000,00
Cenas	\$ 40.000,00	3	\$ 120.000,00
Desayunos	\$ 15.000,00	3	\$ 45.000,00
Refrigerios	\$ 20.000,00	3	\$ 60.000,00
Guías	\$ 15.000,00	3	\$ 45.000,00
Alojamiento	\$ 200.000,00	3	\$ 600.000,00
Polizas de seguros	\$ 70.000,00	1	\$ 70.000,00
Impuesto hotelero	\$ 34.000,00	1	\$ 34.000,00
IVA	16%		
Margen de rentabilidad 40%	40%		

Fuente: Elaboración propia

Tabla 14. Análisis comparativo de precio

Paquetes de la competencia	Competencia	Propios	Justificación de la diferencia
Paquete por 3 días cirugía + tur	\$ 12.000.000,00	\$ 9.000.000,00	Diferencia de clínicas y doc sin tur

Fuente: Elaboración propia

Tabla 15. Ventas primer año

Meses	Personas	Valor ventas año 1
Enero	17	\$ 27.686.200,00
Febrero	7	\$ 11.400.200,00
Marzo	6	\$ 9.771.600,00
Abril	5	\$ 8.143.000,00
Mayo	4	\$ 6.514.000,00
Junio	22	\$ 35.829.200,00
Julio	7	\$ 11.400.200,00
Agosto	10	\$ 16.286.000,00
Septiembre	5	\$ 8.143.000,00
Noviembre	6	\$ 9.771.600,00
Diciembre	25	\$ 40.715.000,00
Total	120	\$ 185.660.400,00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 16. Proyecciones de incremento a las ventas año a año

Servicios turísticos y cirugías	1 al 2 año	2 al 3 año	3 al 4 año	4 al 5 año
Cantidad vendidas	Constante	Constante	Constante	Constante
Precio	5%	5%	5%	5%

Fuente: Elaboración propia

10 CONCLUSIONES

ESTÉTICA SIN FRONTERAS es una empresa intermediadora de servicios de turismo en salud que opera en Colombia y que con un ambicioso programa de mercadeo que oferta paquetes de servicio pretende vender 120 de estos paquetes obteniendo un reconocimiento un posicionamiento y una rentabilidad.

ESTÉTICA SIN FRONTERAS pretende ofertar servicios de alta calidad nunca antes ofertados en Colombia y dirigidos a un segmento muy específico comprometiéndose en abastecer un mercado especializado en crecimiento.

ESTÉTICA SIN FRONTERAS mediante una adecuada investigación y un adecuado análisis del entorno logró desarrollar una estrategia de marketing mix atractiva y competitiva obteniendo una participación del mercado del 5% y una utilidad del 15% para el primer Año, consiguiendo destacarse en el mercado internacional y posicionando a Colombia dentro del turismo en salud.

BIBLIOGRAFÍA

Muñoz, A. (2009). Logística y Turismo. Bogotá: Editorial Díaz Santos.

Ramírez, R. (2008). Guía para la elaboración de un plan de negocios en Ecoturismo. Bogotá: Instituto de Investigación de Recursos Biológicos Alexander von Humboldt Universidad Externado de Colombia.

Webgrafía

<http://auliobustos.com/2009/04/10/colombia-lider-en-consulta-de-CIRUGÍA-plastica-virtual-a-nivel-mundial/>

www.andi.com.co/pages/comun/boletin.aspx?Id=19&Tipo=2&clase=9

www.bodytech.com.co/content/view/214/87/

www.colombiatravel.com

www.Cotelco.com

www.cirugiaplastica.org.co/

www.dane.gov.co/

www.encolombia.com/medicina/enfermeria/Enfermvol120209/Editorial.htm

www.fenalcovalle.com/index.php?p=resource/download&res

www.fenalco.com.co/content/indicadores-del-comercio

www.filacp.org/espanol/boletin_informativo/boletin31.pdf

www.fluvium.org/textos/vidahumana/vid186.htm

www.iisecure.com/ISAPS/Survey.asp

www.mincomercio.gov.co/eContent/home.asp

www.minproteccion-social.gov.co

www.multiESTÉTICA.com/articulos/aumento-del-numero-de-centros-de-ESTÉTICA-en-2010.html

www.plasticayestética.com

www.presidencia.gov.co

www.proexport.com.co

www.supersalud.gov.co

www.susmedicos.com/art_CIRUGÍA_plastica_barata.htm

www.todohotel.com/Agen/agen.html

www.veafotoaqui.com/Bogota_Tours/Espana_opina_CIRUGÍA_plastica.html