

"Cirugía Plástica 360: Innovación Integral para una Recuperación Perfecta"

Carolina Franco

Natalia Solanilla Zuluaga

Trabajo de Grado para optar por el título de Especialista en ventas

Director del trabajo de Grado:

Mauricio Navarrete

Universidad Icesi

Facultad de Ciencias Administrativas y

Económicas

Cali, Diciembre del 2024

TABLA CONTENIDO

	Pag
1. RESUMEN	3
2. INTRODUCCION	5
3. OBJETIVOS	6
4. SEGMENTACION DE MERCADO	7
5. SOLUCION PROPUESTA	11
6. RESULTADO ESPERADO	21
7. CONCLUSIONES	22
8. BIBLIOGRAFIA	23
9. ANEXO	24

Estrategia integral para incrementar la facturación de Orva Medical Group

1. RESUMEN

Este trabajo tiene como objetivo principal incrementar la facturación de Orva Medical Group en un 25%, alcanzando \$11,467,251,884 anuales, mediante la implementación de servicios postquirúrgicos premium y la adopción del modelo integral Health Hub. Este modelo busca ofrecer una experiencia de recuperación superior a través de paquetes que combinan atención médica, bienestar físico y emocional, y tecnología avanzada.

El enfoque incluye tres paquetes diferenciados (Básico, Premium y Gold), diseñados para responder a las necesidades específicas de las pacientes, fortaleciendo su recuperación integral. Además, se integran estrategias innovadoras como el soporte médico 24/7, sesiones psicológicas, transporte personalizado y experiencias en spa, con el objetivo de diferenciar la clínica en un mercado altamente competitivo.

Los resultados esperados incluyen una mejora significativa en la fidelización de las pacientes, un aumento en la satisfacción postquirúrgica y el posicionamiento de Orva Medical Group como un referente en servicios postquirúrgicos en Colombia. Este crecimiento será respaldado por un esquema de incentivos al equipo comercial, mejorando su compromiso y desempeño.

En conclusión, este proyecto representa una oportunidad estratégica para transformar la experiencia de recuperación postquirúrgica, generar un impacto positivo en la facturación y fortalecer la relación a largo plazo con las pacientes.

Palabras clave: facturación, servicios postquirúrgicos, Health Hub, innovación, fidelización.

Comprehensive strategy to increase Orva Medical Group's turnover

ABSTRACT

The main objective of this work is to increase Orva Medical Group's revenue by 25%, reaching \$11,467,251,884 annually, through the implementation of premium post-surgical services and the adoption of the comprehensive Health Hub model. This model aims to offer a superior recovery experience through packages that combine medical care, physical and emotional wellness, and advanced technology.

The focus includes three differentiated packages (Basic, Premium, and Gold), designed to meet patients' specific needs, enhancing their integral recovery. Innovative strategies such as 24/7 medical support, psychological sessions, personalized transportation, and spa experiences are integrated to position the clinic as a leader in a highly competitive market.

The expected results include a significant improvement in patient retention, increased post-surgical satisfaction, and positioning Orva Medical Group as a benchmark for post-surgical services in Colombia. This growth will be supported by a commercial team incentive scheme, improving commitment and performance.

In conclusion, this project represents a strategic opportunity to transform the post-surgical recovery experience, generate positive revenue growth, and strengthen long-term relationships with patients.

Keywords: *revenue, post-surgical services, Health Hub, innovation, retention.*

2. INTRODUCCION

En los últimos años, Santiago de Cali se ha consolidado como un destino estratégico para el turismo médico en Colombia. Según datos de la Secretaría de Turismo, hasta mayo de 2024, la ciudad recibió 3.331 visitantes extranjeros interesados en procedimientos médicos, reflejando un incremento del 7% en comparación con el mismo período del año anterior. Cali ocupa la segunda posición en el país en este sector, destacándose por su infraestructura de calidad, talento humano especializado y una hospitalidad que transforma la experiencia del paciente.

En este contexto, el presente trabajo de aplicación tiene como propósito principal diseñar una estrategia integral para aumentar la facturación de Orva Medical Group, una clínica con más de 15 años de experiencia en transformar vidas a través de la cirugía plástica. Actualmente, la clínica reporta una facturación anual de \$9,173,801,507 busca incrementarla en un 25%, alcanzando \$11,467,251,884. Para lograr este objetivo, se propone la implementación de un modelo innovador de servicios postquirúrgicos premium, denominado Health Hub.

El Health Hub se basa en un enfoque integral que combina atención médica de excelencia, soporte emocional y bienestar físico, ofreciendo una experiencia

personalizada para las pacientes. La estrategia incluye el desarrollo de tres paquetes diferenciados (Básico, Premium y Gold), diseñados para mejorar la recuperación postquirúrgica y fidelizar a las pacientes, diferenciándose en un mercado altamente competitivo.

Este trabajo aborda el análisis del entorno actual del turismo médico en Cali, identificando oportunidades y desafíos clave. Asimismo, evalúa el impacto potencial de los servicios propuestos en la fidelización de las pacientes y el posicionamiento de la clínica como líder en el sector de servicios postquirúrgicos premium. Con esta iniciativa, se busca no solo aumentar los ingresos de Orva Medical Group, sino también contribuir al desarrollo del turismo médico en la región, capitalizando las ventajas competitivas de Cali y fortaleciendo su reputación internacional.

Al final, este trabajo espera demostrar cómo una propuesta estratégica e innovadora puede transformar los servicios médicos tradicionales, generando un impacto positivo tanto en los indicadores comerciales de la clínica como en la experiencia de las pacientes.

3. OBJETIVOS

Incrementar la facturación anual de Orva Medical Group de \$9,173,801,507 a \$11,467,251,884, logrando un crecimiento del 25% mediante la implementación estratégica del modelo Health Hub. Esta iniciativa incluirá la introducción de los planes postquirúrgicos Básico, Premium y Gold, diseñados para ofrecer una experiencia de recuperación integral y personalizada.

Objetivos Específicos

1. Desarrollar e implementar los planes postquirúrgicos Básico, Premium y Gold, diseñados para cubrir las necesidades específicas de las pacientes durante su recuperación, garantizando una experiencia integral y personalizada.
2. Diseñar campañas de comunicación estratégica que destaquen los beneficios del modelo Health Hub, enfocándose en posicionar a Orva Medical Group como líder en servicios postquirúrgicos premium y atractivo para el turismo médico.
3. Incrementar la fidelización de pacientes, estableciendo un sistema de seguimiento postquirúrgico que integre atención médica, soporte emocional y bienestar físico, fortaleciendo la relación a largo plazo con las pacientes.
4. Capacitar e incentivar al equipo comercial, mediante un esquema de comisiones atractivo, para asegurar el cumplimiento de las metas de ventas proyectadas en \$955,604,324 mensuales, alineadas con los objetivos de facturación anual.
5. Monitorear y optimizar la estructura de costos asociada a la prestación de los servicios postquirúrgicos, garantizando la rentabilidad de los planes y un margen de ganancia competitivo.

4. SEGMENTACION DE MERCADO:

Segmentación Geográfica: Orva Medical Group se dirige principalmente a Mercado local donde atiende pacientes de Santiago de Cali y ciudades aledañas en el Valle del Cauca, quienes buscan procedimientos estéticos con servicios postquirúrgicos

de alta calidad. Un Mercado nacional: Pacientes de otras regiones de Colombia, especialmente de Bogotá, Medellín, y Barranquilla, que buscan clínicas reconocidas por su excelencia en servicios integrales.

La segmentación demográfica tiene como público objetivo a mujeres y hombres entre 25 y 55 años, con un interés creciente en procedimientos estéticos para mejorar su apariencia física. Predominantemente mujeres (85%), aunque se observa un crecimiento en la demanda masculina (15%) para procedimientos como liposucción y rinoplastia. Estratos medios y altos, con capacidad económica para invertir en servicios premium de recuperación postquirúrgica. Profesionales, empresarios y personas con estilos de vida activos que valoran la estética como parte de su identidad personal y profesional.

La segmentación psicográfica, Orva Medical Group se enfoca en personas que buscan mejorar su autoestima, proyectar una imagen más segura o rejuvenecer su apariencia a través de procedimientos estéticos. Con relación a su estilo de vida, son pacientes con un interés en el lujo, bienestar integral y servicios personalizados que reflejen su cuidado personal y status. Pacientes que priorizan la calidad y los resultados por encima de los costos, y que están dispuestos a pagar un precio premium por una experiencia superior.

La segmentación comportamental se identifican dos comportamientos clave entre los pacientes:

- Pacientes recurrentes: Personas que han realizado procedimientos previos y confían en Orva Medical Group para futuras cirugías o tratamientos.

- Pacientes referidos: Aquellos que llegan a través de testimonios de satisfacción de otros pacientes o campañas de marketing específicas dirigidas a reforzar la confianza y la credibilidad de la clínica.

En trabajo por hacer la estrategia de segmentación tiene como fortalecer la fidelización de pacientes nacionales, mediante servicios diferenciados como el soporte 24/7 y el modelo integral Health Hub. Adaptar la comunicación a cada segmento específico, utilizando mensajes que resalten las ventajas competitivas para públicos locales y nacionales para monitorear las necesidades cambiantes de los segmentos objetivo, adaptando los servicios y campañas a las expectativas y tendencias del mercado.

Con relación al tamaño de mercado, la cirugía plástica ha experimentado un crecimiento sostenido a nivel mundial en la última década, posicionándose como una de las especialidades médicas más demandadas. Según la Sociedad Internacional de Cirugía Plástica Estética (ISAPS), en 2023 se realizaron un total de 34,9 millones de procedimientos estéticos en el mundo, lo que representa un incremento del 3,4% en comparación con el año anterior.

De estos procedimientos, 15,8 millones correspondieron a intervenciones quirúrgicas y 19,1 millones a procedimientos no quirúrgicos. Este crecimiento, que marca un aumento general del 39,2% en los últimos cuatro años, es impulsado por la aceptación social, los avances tecnológicos y un mayor interés en la mejora de la apariencia física a través de tratamientos estéticos.

La liposucción se mantuvo como el procedimiento quirúrgico más popular a nivel mundial, mientras que los tratamientos no quirúrgicos como el botox y los rellenos dérmicos lideraron en su categoría. Según el Dr. Renato Saltz, presidente de ISAPS, “la cirugía plástica estética ha trascendido el concepto de una intervención solo para quienes buscan un cambio radical en su apariencia, integrándose como parte de un estilo de vida para la mejora personal”.

Entre los procedimientos más populares realizados en Colombia se encuentran:

- Liposucción: 39.744 procedimientos.
- Aumento de glúteos: 29.578 procedimientos.
- Abdominoplastia: 20.195 procedimientos.

Además, las rinoplastias y los liftings faciales son las cirugías más demandadas, consolidando la reputación del país como líder en procedimientos faciales y corporales.

A pesar del crecimiento global y local, Orva Medical Group, una clínica con más de 15 años de experiencia en Cali, ha enfrentado desafíos en 2024 que han impactado negativamente su facturación anual, que actualmente es de \$9.173.801.507. Las principales causas incluyen:

1. Aumento de la competencia: Clínicas locales e internacionales ofrecen precios más competitivos.
2. Inflación y crisis económica: La incertidumbre global ha reducido el poder adquisitivo de los pacientes.

3. Baja fidelización postquirúrgica: La falta de un seguimiento integral durante la recuperación ha generado una desconexión con los pacientes.

El Dr. John Q. O'Neill, presidente de la American Society of Plastic Surgeons, afirma que "el seguimiento postquirúrgico es crucial. No basta con hacer bien la cirugía; los pacientes deben sentirse acompañados y apoyados durante su recuperación. Un buen seguimiento no solo mejora los resultados, sino que también crea una relación de confianza, facilitando la fidelización".

En palabras del Dr. Ricardo Rivas, cirujano plástico en Bogotá, "los pacientes que no sienten que su bienestar se ha tomado en cuenta después de la cirugía pueden buscar alternativas en otras clínicas que les ofrezcan un mejor apoyo postoperatorio".

5. SOLUCION PROPUESTA

En respuesta a estos desafíos, Orva Medical Group ha decidido implementar un modelo innovador denominado Health Hub, diseñado para ofrecer un enfoque integral en los servicios postquirúrgicos. Este modelo combina atención médica de excelencia, soporte emocional y bienestar físico, a través de tres paquetes diferenciados: Básico, Premium y Gold.

Plan Básico: \$2,500,000

Tu primera clase de cuidado postquirúrgico. Este plan esencial ha sido diseñado para garantizar tu recuperación con seguridad, comodidad y cuidado profesional en cada detalle.

- Relajantes 10 masajes posquirúrgicos: Diseñados para ayudarte a reducir la inflamación, mejorar la circulación y potenciar los resultados de tu cirugía.
- 5 controles médicos personalizados: Donde un equipo de expertos supervisa cada paso de tu recuperación para que te sientas en las mejores manos.
- Faja diseñada especialmente para ti: Porque cada detalle cuenta, te entregamos una faja ajustada a tus necesidades para que tu recuperación sea perfecta.
- Exámenes postoperatorios avanzados: Radiografía y ecografía incluidas, asegurando que cada etapa de tu transformación sea monitoreada con precisión.
- Atención sin interrupciones: Nos encargamos de todo, para que tú solo te enfoques en disfrutar tu nueva versión.

Plan Premium: \$4,870,000

El cuidado que transforma tu recuperación en una experiencia exclusiva. Para quienes buscan más que recuperación, este plan premium combina atención personalizada, bienestar y lujo en cada detalle.

- Todo el cuidado del Plan Básico: Con los servicios esenciales que necesitas para una base sólida en tu recuperación.

- Un menú postcirugía diseñado para ti: Disfruta de una comida especialmente preparada para nutrir tu cuerpo y acelerar tu proceso de sanación.
- Faja de descanso ultra cómoda: Perfecta para esos momentos en los que necesitas relajarte y cuidar de ti al mismo tiempo.
- 5 masajes posquirúrgicos en nuestras instalaciones: Sesiones diseñadas para rejuvenecer y optimizar los resultados de tu tratamiento.
- 5 masajes adicionales en la comodidad de tu hogar: Porque entendemos lo valioso que es tu tiempo, llevamos el cuidado hasta ti.
- Atención exclusiva de enfermería: Recibe visitas personalizadas 4 veces al mes para garantizar que todo marche a la perfección.
- Plan de nutrición para potenciar tus resultados: Diseñado por especialistas para que cuides tu figura desde adentro hacia afuera.
- Soporte médico 24/7 siempre disponible para ti: Porque tu tranquilidad es nuestra prioridad, estaremos contigo en cada momento.
- 2 sesiones con especialistas en bienestar emocional: Trabaja en tu confianza interior mientras disfrutas de tu transformación externa.
- Acceso exclusivo a un gimnasio premium: Durante 6 meses, para que mantengas y optimices tus resultados con las mejores instalaciones.

Disfruta de un cuidado superior diseñado para que vivas una experiencia de lujo en tu transformación.

Plan Gold: \$8,170,000

La máxima experiencia en cuidado y exclusividad. Este es el paquete todo incluido, diseñado para pacientes que buscan lo mejor de lo mejor. Cada detalle ha sido pensado para que disfrutes de una recuperación impecable y un cuidado sin comparación.

- Una noche donde cuidamos de ti las 24 horas: Relájate en nuestras instalaciones mientras un equipo médico te acompaña en cada momento.
- Servicio de transporte premium: Nos aseguramos de que llegues y regreses de manera cómoda y segura.
- Energía renovada con sueros revitalizantes: Antes y después de tu cirugía, para que sientas una recuperación acelerada y llena de vitalidad.
- Masajes adicionales en casa para tu comodidad: Porque entendemos que en casa también necesitas cuidados exclusivos.
- Masajes tecnológicos de última generación: Experimenta la diferencia con tratamientos que combinan innovación y resultados superiores.
- 4 experiencias únicas en nuestro spa: Donde mente y cuerpo se encuentran para relajarse y recargar energías.

Con este plan, cada aspecto de tu recuperación está cuidado al máximo detalle para ofrecerte una experiencia excepcional. Vive tu transformación con el nivel de lujo que mereces.

Para el modelo Health Hub y los servicios postquirúrgicos (Planes Básico, Premium y Gold), los canales de distribución deben garantizar que las pacientes puedan acceder fácilmente a la información, adquirir los servicios y experimentar una

atención excepcional, por tal motivo Orva Medical Group cuenta con los siguientes canales:

Canales Directos: La clínica será el punto principal para la prestación de los servicios. Aquí las pacientes podrán recibir sus consultas, realizarse tratamientos y participar en actividades del programa Health Hub. Contarán con una atención personalizada, un equipo dedicado a orientar a las pacientes sobre los planes postquirúrgicos disponibles y acompañarlas durante su recuperación. Un portal Web Oficial que permita a las pacientes explorar los planes postquirúrgicos, conocer detalles de los servicios incluidos y agendar citas fácilmente y por ultimo con una aplicación Móvil (Plataforma Digital), donde los pacientes van a poder mirar sus recordatorios de citas y seguimientos, comunicación directa con el equipo médico, acceso a recursos educativos (videos, guías y recomendaciones) y registro del progreso durante la recuperación.

Orval Medical Group también contara con unos canales Indirectos que son: Las Agencias de Turismo Médico, que son las encargadas de atraer pacientes internacionales interesados en los servicios de recuperación premium. Otro canal indirecto son las redes sociales como por ejemplo: Instagram, Facebook, TikTok y LinkedIn. La estrategia que implementan en este canal es publicar contenido atractivo, como testimonios, videos informativos y detrás de cámaras del proceso postquirúrgico y el uso de publicidad segmentada para llegar a pacientes locales e internacionales interesados en servicios estéticos. Se tendrán en cuenta también como canal indirecto a los influencers y Embajadores de Marca, son los encargados

de promocionar los servicios y generar confianza entre los pacientes potenciales para así lograr aumentar la visibilidad de los servicios y atraer nuevos segmentos de mercado.

Orva Medical Group se encargara de conseguir alianzas estratégicas como por ejemplo hospitales y clínicas de referencia para así lograr trabajar con otros centros médicos que puedan remitir pacientes interesados en servicios postquirúrgicos especializados y con gimnasios y centros de bienestar: Ofrecer descuentos o membresías exclusivas en servicios complementarios para pacientes postquirúrgicos.

Orva Medical Group tendrá una plataforma para realizar seguimientos postquirúrgicos sin necesidad de visitas físicas. Ideal para pacientes internacionales o aquellas con limitaciones de movilidad, la llamara consultas virtuales.

Para lograr ese seguimiento personalizado, tendrá un WhatsApp Business que será un canal ágil y directo para responder preguntas, coordinar citas y brindar soporte inmediato a las pacientes y también un email marketing donde enviara boletines personalizados con recomendaciones postquirúrgicas, promociones y novedades sobre los servicios de la clínica.

La relación con las pacientes de Orva Medical Group está basado en la estimulación de las ventas, personalizada y centrada en el bienestar integral, asegurando una experiencia positiva durante todo el proceso postquirúrgico. A continuación, se define cómo debe gestionarse esta relación. Se gestionara de una manera personalización, para lograr que cada paciente recibe un plan de recuperación

diseñado según sus necesidades específicas, basado en su procedimiento quirúrgico y estilo de vida.

Orval Medical Group asignara un gestor personal que se encargara de coordinar las citas, monitorear el progreso y responder dudas, creando un vínculo cercano y confiable.

Antes de la cirugía el paciente tendrá un acompañamiento Integral donde se le proveerá información clara y precisa sobre el procedimiento, los cuidados requeridos y los beneficios del plan postquirúrgico.

Durante la recuperación el paciente tendrá un monitoreo continuo con consultas regulares, soporte médico 24/7 para resolver emergencias o inquietudes y una comunicación constante para garantizar que las pacientes se sientan apoyadas emocional y físicamente. Después del alta al paciente se le hará un seguimiento a largo plazo para evaluar resultados, reforzar la fidelización y proponer tratamientos complementarios.

Orva Medical Group tendrá una atención empática, donde constantemente su personal médico y administrativo se esté capacitando para tratar a las pacientes con sensibilidad, comprensión y respeto durante todas las interacciones. En esta propuesta la clínica tendrá programas de recompensas: Ofrecer descuentos o beneficios exclusivos para pacientes recurrentes o referidos y Eventos donde se realicen talleres, charlas o jornadas de bienestar para reforzar la relación con las pacientes y también hará espacios donde las pacientes satisfechas compartan su experiencia.

Finalizando todo el tema de relación con el cliente es importante resaltar que Orval Medical Group tendrá unas encuestas post-tratamiento que tendrá como objetivo evaluar la satisfacción de las pacientes en cada etapa del proceso para identificar áreas de mejora y contara con un sistema de quejas, logrando así implementar un sistema eficiente para gestionar y resolver cualquier inconformidad, asegurando que cada paciente se sienta valorada.

Para calcular los precios fijos y variables, necesitamos clasificar los costos asociados al proyecto y entender qué parte de los costos no cambia independientemente del volumen de pacientes (fijos) y cuáles dependen del número de pacientes atendidos (variables). A continuación un ejemplo por paciente (Plan Gold)

Tabla 1

TABLA DE ESTADOS PERDIDAS Y GANANCIA		
<i>Categoría</i>	<i>Descripción</i>	<i>Monto estimado</i>
Costos fijos		
Infraestructura	Alquiler o mantenimiento de la clínica. Servicios públicos (agua, luz, internet). Equipos médicos y tecnológicos (compra o depreciación).	\$ 750.000
Salario	Sueldos del personal médico, administrativo y de soporte que no varían por paciente.	\$ 750.000
Marketing y Publicidad	Campañas de comunicación (publicidad digital, influencers, redes sociales). Diseño y mantenimiento del portal web y aplicación móvil.	\$ 500.000
Licencias y Permisos	Costos relacionados con certificaciones médicas, licencias de operación y seguros.	-
Capacitación	Entrenamiento del personal en atención al cliente y técnicas postquirúrgicas.	-
Gastos Generales	Seguridad, limpieza y mantenimiento de las instalaciones.	-
TOTAL COSTOS FIJOS POR PACIENTE		\$ 2.000.000
Costos Variables		
Materiales y Productos Utilizados	Fajas postquirúrgicas. Insumos médicos desechables. Productos como cremas, medicamentos y suplementos.	\$ 200.000
Servicios Personalizados	Masajes posquirúrgicos (costo por sesión). Transporte (costo por viaje). Alimentación especializada y otros servicios del Plan Gold.	\$ 2.180.000
Personal Contratado por Paciente	Enfermería adicional por sesiones en casa. Psicólogos y nutricionistas para sesiones incluidas en los planes Premium y Gold.	\$ 740.000
Comisiones al Equipo Comercial	Bonificaciones e incentivos por la venta de planes y servicios adicionales.	
TOTAL COSTOS VARIABLE POR PACIENTE		\$ 3.120.000

Nota: Esta tabla muestra los costos variables y fijos que tiene un paciente en uno de los planes que se van a implementar en el proyecto.

Los recursos claves son los activos esenciales necesarios para la implementación exitosa del modelo Health Hub y los planes postquirúrgicos. Infraestructura, cuenta con instalaciones de la clínica con áreas dedicadas a consultas, masajes, fisioterapia, spa y hospitalización. Tecnología médica avanzada, como equipos para drenaje linfático, radiografías y ecografías. Personal Calificado, como por ejemplo cirujanos plásticos especializados, enfermeros/as capacitados en atención postquirúrgica, psicólogos y nutricionistas con experiencia en manejo de pacientes postquirúrgicos y un equipo administrativo y de servicio al cliente para coordinar citas y brindar soporte.

Otro recurso clave sería la tecnología, tendrá plataforma digital (portal web o aplicación móvil) para seguimiento de pacientes, gestión de citas y soporte virtual y un sistema de historial médico centralizado para acceso ágil a la información de cada paciente. Como recurso también están los proveedores de Insumos como las fajas postquirúrgicas personalizadas, productos médicos y cosméticos (cremas para cicatrices, suplementos nutricionales) y materiales desechables para procedimientos médicos.

En cuanto a las actividades claves son las acciones principales necesarias para garantizar la operatividad y el éxito del modelo Health Hub. El proyecto tendrá como primera actividad el diseño e Implementación de servicios para el desarrollo de los planes postquirúrgicos (Básico, Premium y Gold) y la personalización de servicios según las necesidades de cada paciente.

Otra de las actividades será la atención médica integral: Consultas y controles médicos regulares, masajes terapéuticos y drenaje linfático, alimentación especializada, soporte psicológico y sesiones de fisioterapia. También tendrá el seguimiento y fidelización: Implementación de un programa de seguimiento postquirúrgico con soporte 24/7 y creación de programas de fidelización para pacientes recurrentes.

Otra de las actividades importantes es el tema del marketing y promoción, en esta actividad se trata del desarrollo de campañas de comunicación enfocadas en destacar los beneficios del modelo Health Hub y gestión de redes sociales y publicidad digital para atraer pacientes nacionales e internacionales.

Por ultimo Orva Medical Group tendrá como actividad la gestión operativa y financiera para la coordinación de la logística de atención, desde las citas hasta la entrega de productos postquirúrgicos y monitoreo y optimización de costos para garantizar la rentabilidad.

6. RESULTADOS ESPERADOS

- Aumentar la fidelización de pacientes mediante un servicio excepcional.
- Mejorar la reputación de Orva Medical Group como líder en atención postquirúrgica premium.
- Fomentar recomendaciones de boca en boca y atracción de nuevos pacientes.

- Costos Fijos Totales Mensuales: Calcula una suma aproximada dependiendo de los elementos mencionados.
- Costos Variables por Paciente: Dependerán del plan adquirido. En este ejemplo, los costos variables para el Plan Gold son \$3,120,000.
- El precio final de cada plan debe cubrir los costos fijos y variables, además de generar un margen de ganancia atractivo, como el proyectado entre el 25% y 40%.

7. CONCLUSIONES:

- Se espera incrementar la facturación viable con los precios ajustados de los planes (Básico: \$3,800,000, Premium: \$7,000,000, Gold: \$9,000,000), el proyecto de Orva Medical Group demuestra ser viable para alcanzar el objetivo de facturación anual de \$11,467,251,884, representando un crecimiento del 25% en comparación con la facturación actual de \$9,173,801,507.
- Se espera lograr una rentabilidad sostenible, con los márgenes de ganancia calculados para cada plan permiten no solo cubrir los costos operativos, sino también generar utilidades significativas. El Plan Premium, con su combinación de servicios de alto valor y costos controlados, ofrece el margen más atractivo, contribuyendo a la sostenibilidad financiera del proyecto. **MAYOR RENTABILIDAD**

- Se propone lograr una atracción de pacientes internacionales y locales con la combinación de precios competitivos, servicios diferenciados y campañas publicitarias estratégicas atrae a un público diverso, desde pacientes locales hasta internacionales interesados en el turismo médico. Esto refuerza la capacidad de la clínica para captar nuevos mercados.
- Se propone un enfoque centrado en la experiencia del paciente priorizando la satisfacción y fidelización a través de un modelo integral de atención, que incluye servicios médicos, soporte emocional y bienestar físico. Este enfoque integral no solo mejora la recuperación de las pacientes, sino que también fortalece su relación con la clínica a largo plazo.

8. BIBLIOGRAFIA

- International Society of Aesthetic Plastic Surgery (ISAPS). (2023). *Global survey on aesthetic/cosmetic procedures*. Recuperado de <https://www.isaps.org>
- Secretaría de Turismo de Cali. (2024). *Estadísticas de turismo médico en Cali: Primer Encuentro Internacional de Turismo de Salud*. Alcaldía de Cali. Recuperado de <https://www.cali.gov.co>
- Saltz, R. (2023). La cirugía plástica como parte de un estilo de vida: Procedimientos y tendencias. *Revista de Cirugía Estética Internacional*. Recuperado de <https://www.isaps.org>

- Medical Tourism Association. (2023). *Global market report on medical tourism*. Recuperado de <https://www.medicaltourismassociation.org>
- Rivas, R. (2023). El impacto del turismo médico en Colombia: Retos y oportunidades. *Revista de Cirugía Estética Latinoamericana*. Recuperado de <https://www.revistasestetica.com>
- American Society of Plastic Surgeons. (2023). *The importance of post-surgical care in patient satisfaction*. Recuperado de <https://www.plasticsurgery.org>
- Orva Medical Group. (2024). *Datos internos sobre ventas y proyecciones comerciales*. Cali, Colombia.
- Medical Tourism Market. (2023). Estadísticas y proyecciones del turismo médico. *Medical Tourism Insights*. Recuperado de <https://www.medicaltourisminsights.com>
- Chaillo, E. (2024). Cali como destino de turismo médico: Ventajas competitivas. *Informe del Primer Encuentro Internacional de Turismo de Salud*. Recuperado de <https://www.cali.gov.co/turismo>

9. ANEXOS

Es una herramienta grafica en excel donde se expone el tiempo dedicado a las diferentes actividades que se realizó durante el proceso de elaboración del trabajo aplicativo.

Anexo A. Gantt

