


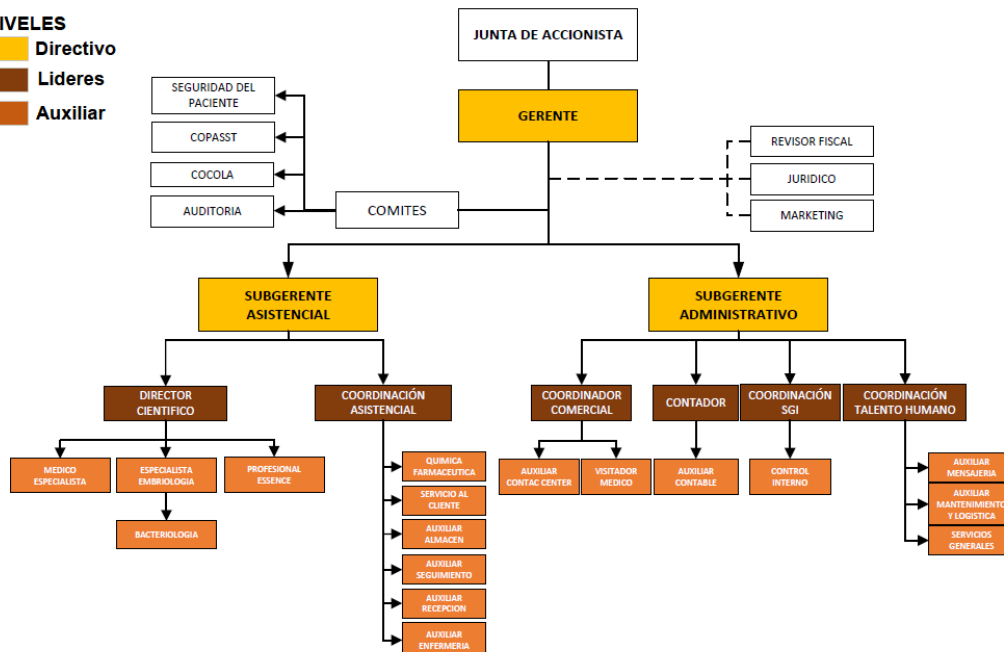


TAMAÑO	PEQUEÑA
GIRO DE LA EMPRESA	EMPRESA SECTOR SALUD. CLINICA DE FERTILIDAD
UBICACIÓN	SEDE PRINCIPAL EN BARRANQUILLA

Somos una institución de salud dedicada a la prestación de servicios médicos especializados en el área de fertilidad y medicina reproductiva con presencia en Barranquilla, Santa Marta, Cartagena y Valledupar. Contamos con la calidez humana, los más altos estándares de calidad y el mejor equipo humano ofreciendo a nuestros pacientes el apoyo necesario para cumplir el sueño de ser padres siempre de la mano de Dios quien guía todos nuestros procedimientos y hace posible el milagro de la vida.

	ORGANIGRAMA		PD-DC-009 VERSIÓN 1
	Fecha vigente	01/02/2022	

NIVELES
Directivo
Lideres
Auxiliar



• VENTAJA DE COMPETENCIA DEL SERVICIO

La ventaja competitiva de FERTILITY CARE gira en torno a tres aspectos importantes, la calidad la atención y los costos; la integración de estos factores nos ayuda hacer unas de las IPS de fertilidad más competitivas y de más alta eficacia en la costa. Por otro lado, FERTILITY CARE tiene la combinación de servicio, desde consultas, tratamientos, cirugías, estudios con tecnología de punta, personal capacitado, además de brindar un acompañamiento físico, psicológico y nutricional por medio de nuestro aliado ESSENCE, lo cual en conjunto nos ayuda a prestar un servicio con una experiencia única.

- **PLANEACION ESTRATEGIA ACTUAL**

VISION: Para el año 2023 FERTILITY CARE será una Institución reconocida en las principales ciudades de la Región Caribe por sus tratamientos innovadores en Fertilidad, garantizando las mejores tasas de éxito y la opción más deseable para los pacientes Nacionales e Internacionales, fortaleciendo el turismo médico en Colombia y generando un renacer científico de la medicina reproductiva en Latinoamérica.

MISION: Somos una clínica de fertilidad, comprometidos con las parejas en el sueño de ser padres, contando con un equipo de profesionales y especialistas en biomedicina reproductiva que brinda una atención con eficacia, responsabilidad y calidad humana, con equipos de alta tecnología que cumplen con los estándares de calidad, caminando siempre de la mano de Dios en nuestra labor.

POLITICA DE CALIDAD: Fortalecer la cultura de servicio de manera proactiva, encaminada a ofrecer a nuestros usuarios la oportunidad de una atención médica en fertilidad, confiable en el diagnóstico, tarifas accesibles, tratado cálido y especializado; apoyados en el liderazgo y trabajo en equipo asegurando el mejoramiento continuo de nuestros procesos.

VALORES:

Servicio... Ponemos los intereses del cliente en primer lugar.

Compromiso... Trabajando y cumpliendo con nuestras metas buscamos continuamente la calidad en todo lo que hacemos.

Perseverancia... Buscamos mejorar día a día logrando las metas personales y de la empresa.

- **DEFINICION DE NEGOCIO**

Como lo mencionamos en la visión, nuestra intención es acompañar a las familias de la región caribe a cumplir unos de sus sueños, ser padres. Y nuestro propósito es que para el 2023 ya estemos en poses de ello.

- **OBJETIVOS CORPORATIVOS**

1. Para el año 2023, Posicionar a FERTILITY CARE en el agrado de las parejas o personas con interés de tener hijos de manera nacionales y extranjeros.

2. Lograr el 100% de satisfacción de nuestros pacientes día a día.
3. Dirigir los esfuerzos de publicidad y marketing hacia la fidelización y al incremento en un 50% en el número de clientes.
4. Buscar el reconocimiento, como acreditación de alta calidad iso 9001, la acreditación por la red latinoamericana de medicina reproductivas y ser miembros de la ASRM sociedad americana de medicina reproductiva.
5. Aumentar la producción de tratamientos en el mes, ya sea in vitro inseminación y/o relaciones dirigidas.
6. Incluir convenios con entidades, Gubernamentales y privadas.

• PORTAFOLIO DE SERVICIOS

	BARRANQUILLA	SANTA MARTA	VALLEDUPAR
Consulta Primera vez Ginecologica	•	•	•
Consulta Primera vez de Fertilidad	•	•	•
Consulta Primera vez Prenatal	•	•	•
Consulta de Ovarios poliquisticos	•	•	•
Consulta de Recanalizacion Tubarica	•		
Consulta de endometriosis y Dolor Pelvico	•		
Consulta Eco Baby	•		
ECO Avanzada de fertilidad	•		
Eco Doopler Testicular (Test testicular)	•		
Sonohisterosonografia (SHSG) – HYCOSY	•		
Mapeo de Endometriosis	•		

Foliculograma (Conteno de Foliculos)	•		
Ecografía 3D	•		
Ecografía transvaginal básica (2D)	•	•	•
Espermograma Básico	•	•	•
Espermograma + REM	•	•	•
Frotis Vaginal	•	•	•
PAPILOMAVIRUS HUMANO 28 GENOTIPOS RT-PCR	•	•	•
PAPILOMAVIRUS POR PCR CON TIPIFICACION DE 14 CEPAS (Alto Riesgo)	•	•	•
CITOLOGIA DE BASE LIQUIDA VAGINAL	•	•	•
CITOLOGIA DE BASE LIQUIDA - ANORECTAL	•	•	•
Citologia	•	•	•
Fish en espermatozoides (13,18,21 Xy Y)	•	•	•
Fish en sangre fetal o líquido amniótico (13,18,21 Xy Y)	•	•	•
Microdeleciones del cromosoma "Y"	•	•	•
Perfil OAT (Fish espermatozoide, Microdeleciones, Fragmenta ADN	•	•	•
Fragmentacion ADN espermatica(TUNEL)	•	•	•
CentoNIPT	•	•	•
Panel de infertilidad	•	•	•

CentoScreen®	•	•	•
CentoScreen® Paired Pack	•	•	•
CentoScreen® Duo	•	•	•
PRETIX (Estudio Genetico del Aborto)	•	•	•
PGS No invasivo x Embrion	•		
PGS No invasivo x 3 Embriones	•		
TAMIX (Baby) Tamizaje primer trimestre prenatal	•		
Little Gold (Cromosomas 13,18,21 y sexuales)	•		
Little Gold Plus Todos los cromosomas	•	•	
Little ADN Fetal libre de sandre Materna	•	•	
Perfil Aloinmune (Anticuerpos Bloqueadores)	•	•	•
Perfil autoinmune (ANA, fosfolipidos G-M (12 exámenes), ATA:	•	•	•
Perfil completo estudio alo-autoinmune:	•	•	•
Sesion de Linfoterapia (Vacunas)	•	•	•
Sesion de Linfoterapia Doble Paterna	•	•	•
Test ERA	•		
Test ALICE	•		
Test EMMA	•		

Inserción de Myrena o Jaydess	•		
Cerclaje Uterino	•		
Histeroscopia diagnóstica	•		
Resección de pólipo por Histeroscopia operatoria	•		
Miomectomía por Histeroscopia Operatoria	•		
Biopsia de endometrio por Histeroscopia Operatoria	•		
Corrección de istmocele por vía vaginal	•		
Legrado obstétrico	•		
Legrado Ginecológico	•		
Aspiración de quiste	•		
Biopsia Testicular	•		
Vasectomía	•		

• INSTALACIONES Y CAPITAL HUMANO

Se busca que los espacios sean funcionales y bien estructurados, de manera que se puedan diseñar rutas de servicio a cada trabajador en su espacio, comodidad para el cliente, agilizar actividades y conservar la sincronía entre la ambientación de las exposiciones con el mobiliario.

Tiene ubicación estratégica que cumple 2 funciones, facilitar el proceso y brindarle al cliente el atractivo de ver paso a paso de su proceso, brindándole así confianza.

Para dar un servicio de calidad y con la mejor atención contamos con un equipo de trabajo altamente calificado que se preocupa por acompañar al cliente desde el momento de su entrada hasta su próxima visita.

- **PROVEEDORES**

Con respecto a sus proveedores es el desarrollo de relaciones a largo plazo y mutuamente beneficiosas, que permitan mantener los estándares de calidad de la compañía. Desde las materias primas, el mobiliario y durante todo el proceso de producción, FERTILITY CARE se compromete a brindar siempre la máxima calidad, seguridad, en todos nuestros procesos.

- **DATOS CUANTITATIVOS BASICOS DEL MERCADO**

- **CARACTERISTICAS DE LA POBLACION**

Barranquilla tiene 1.274.250 habitantes, lo cual la hace la cuarta ciudad más poblada de Colombia, donde el 52% de la población está conformada por mujeres por otro lado, Santa marta tiene 484.025 habitantes y Valledupar 544.134 habitantes. Donde la edad promedio de estas ciudades oscila entre los 28 y 32 años.

- **ECONOMIA DE LAS CIUDADES (SEDES)**

BARRANQUILLA: Barranquilla fue protagonista del buen comportamiento de la economía colombiana en 2019 al aportar el 17% del crecimiento real de la industria nacionales; ser la ciudad con mayor aumento en las ventas reales del comercio minorista, con un 5,8%; y registrar un incremento del 66,6% y del 37,4%.

SANTA MARTA: La economía de Santa Marta es robusta, siempre en crecimiento, y es promisoría en diferentes campos. El turismo, el comercio, la actividad portuaria, la pesca y la agricultura son los principales baluartes de la sostenibilidad financiera de este maravilloso tesoro caribeño.

VALLEDUPAR: Actualmente la ciudad de Valledupar empieza a diversificar su economía abriendo nuevas perspectivas distintas a la tradicional vocación agropecuaria de gran validez histórica. Desde la creación del departamento del Cesar y la designación de la ciudad como su capital, el desarrollo económico de la nueva ciudad creció hasta alcanzar niveles nunca más alcanzados, que en materia agropecuaria logró consolidarse como el primer productor nacional de algodón y la segunda cabaña bovina más grande del país después de Córdoba; trayendo consigo nuevas inversiones y un bienestar realmente palpable.

- **INFORME DE VENTAS DEL 2021**
[..\Downloads\VENTAS 2021 \(1\).xlsx](#)

- **UTILIDADES**

CONCEPTO	2021
VENTAS	\$3.561.613.000
COSTO DE VENTAS	\$1.888.011.000
UTILIDAD BRUTA	\$1.673.602.000
GASTOS DE OPERACIÓN	\$51.757.000
UTILIDAD DE OPERACIÓN	\$334.080.000
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$206.198.000
UTILIDAD NETA	<p>ANTES DE IMPUESTO \$206198.000</p> <p>DESPUES DE IMPUESTO \$130.522.000</p>

- **COMPARACION DE FERTILITY CARE ANTE COMPETENCIA EN EL MERCADO, (PROCREAR, INSER).**

El cuadro presentado a continuación corresponde únicamente a comparaciones del tratamiento de fertilización in vitro, sin embargo, al finalizar este texto anexare hipervínculo de la misma. Es importante mencionar que el estudio ante nuestra competencia se realiza cada 6 meses de tal manera, que podamos generar estrategias comerciales apropiadas ante los hallazgos.

PRODUCTOS SERVICIOS	OPROCREA R	FERTILITY CARE	DIFERENCIA
GONAL 300 UI	\$ 570,00 0	\$ 620,000	\$ 50,000
CETROTIDE	\$ 170,00 0	\$ 220,000	\$ 50,000

OVIDREL	\$ 135,000	\$ 170,000	\$ 35,000
GESTAGENO	\$ 120,000	\$ 155,000	\$ 35,000
CONSULTA FERTILIDAD	\$ 280,000	\$ 196,000	-\$ 84,000
ESPERMOGRAMA BASICO	\$ 150,000	\$ 155,000	\$ 5,000
CONGELACION DE SEMEN	\$ 480,000	\$ 680,000	\$ 200,000
Tiempo Congelación mensual	\$ 110,000	\$ 106,667	-\$ 3,333
Tiempo Congelación Anual	\$ 990,000	\$ 600,000	-\$ 390,000
CONGELACION EMBRIONES			
Tiempo Congelación trimensual	\$ 755,000	\$ 320,000	-\$ 435,000
Tiempo Congelación Anual	\$ 1,745,000	\$ 600,000	-\$ 1,145,000
TRANSFERENCIA EMBRIONES	\$ 5,050,000	\$ 5,250,000	\$ 200,000
INSEMINACION HOMOLOGA	\$ 2,900,000	\$ 2,500,000	-\$ 400,000
VITRIFICACION OVULOS	\$ 7,870,000	\$ 7,960,000	\$ 90,000
ICSI PROPIO	\$ 13,230,000	\$ 16,420,000	\$ 3,190,000
Crio preservación de	No incluye	Si Incluye x 1 año	

embriones			
ICSI PROPIO CON CRIOPRERVACION EMBRIONES ANUAL	DE	\$ 14,975,000	\$ 16,420,000 \$ 1,445,000

PRODUCTOS O SERVICIOS	INSER	FERTILITY CARE	DIFERENCIA
CONSULTA DE FERTILIDAD	\$120,000	\$196,000	\$76,000
CONGELACION DE EMBRIONES			
Tiempo Congelación semestral	\$340,000	\$280,000	-\$ 60,000
Tiempo Congelación Anual	\$500,000	\$600,000	\$ 100,000
INSEMINACION ARTIFICIAL	\$2,200,000	\$2,500,000	-\$ 300,000
Essence Emocional: Acompañamiento emocional todo el tiempo especializado.	No Aplica	Aplica	Valor Agregado
Essence Medical: Acompañamiento nutricional especializado.	No Aplica	Aplica	Valor Agregado
Essence Corporal: Masajes corporales que aliviaran tus emociones en las fases importantes del proceso.	No Aplica	Aplica	Valor Agregado
Seguimiento Ecográfico durante el tratamiento	Aplica	Aplica	Igual
Preparación de semen en laboratorio	Aplica para un intento	Aplica para un intento	Igual
Inseminación Artificial	Aplica para un intento	Aplica para un intento (Dos días seguidos)	
Prueba de embarazo	Aplica para un intento	Aplica para un intento	Igual
Ecografía gestacional del bebe	Aplica para 1 ecografía gestacional	Aplica para 2 ecografías en la semana 2 y semana 10	Una Ecografía adicional
Consultas y/o revisiones de medico durante el tratamiento.	Aplica	Aplica	Igual

Vigencia del contrato: El contrato se culmina por cualquiera de estas causales:	Realización de un intento	1 mes y Realización de un intento	Igual
Derecho donante de semen (No incluido en el presupuesto)	\$ 1,500,000	\$ 1,300,000	-\$ 200,000

- **ESTRATEGIA: MEZCLA DE MERCADOTECNIA**

- **CLIENTES (SATIFACION Y SEGUIMIENTO):**

Objetivo: Desarrollar un programa de seguimiento a clientes

Estrategia: Registrar a nuestros clientes para formular una base de datos y tener contacto vía correo electrónico y/o WhatsApp con ellos.

Táctica: El paciente al momento de recibir el Boucher de pago con la cuenta encontrara una en cuesta de satisfacción, anexada por parte de la clínica FERTILITY CARE, en donde registrará su nombre y correo electrónico de manera que cada que haya alguna promoción o evento relevante, será enviada una invitación virtual.

- **PRECIO (COSTO, BENEFICIO)**

❖ **Objetivo:** Fidelizar clientes y generar el mayor Marketing posible por medio de la voz a voz.

Estrategias: Cortesía por alta demanda hacia la clínica, enfocados en el cliente para obtener mercadotecnia de boca en boca positiva.

Táctica: Se otorgará una tarjeta plástica a los pacientes con mayor frecuencia, que refiera otro paciente, brindando descuentos del 5% de descuento en su próxima atención y 10% para el referido. **(es importante mencionar que dichos valores serán aplicables únicamente cuando ambas partes acudan para la atención).**

❖ **Objetivo:** Brindar Facilidad de pagos con entidades financieras.

Estrategias: Aumentaría notablemente el proceso de consultas, como el número de tratamientos (in vitro, inseminación, relaciones dirigidas).

Táctica: Crear convenios con entidades financieras (Bancolombia, Davivienda) aprovechando nuestras cuentas con ellos, de tal manera que el endeudamiento del paciente sea directamente con los bancos y generando a FERTILITY CARE ingresos seguros e inmediatos.

- ❖ **Objetivo:** Mercadotecnia voz a voz, generando aliados en el ámbito de fertilidad.

Estrategia: Acudir a una visitadora médica o empleada capacitada en los servicios de la clínica, el cual ofrezca nuestro portafolio de servicios a médicos Ginecólogos e infertólogos, de tal manera que puedan ser nuestros aliados.

- ❖ **Objetivo:** Facilitar medios de pagos a nuestros usuarios nacionales e internacionales.

Estrategia: Habilitar botón de pagos PSE en línea desde nuestra página web.

Táctica: Podemos habilitar un link de pagos, facilitando así control de pagos en línea e incrementando los ingresos por pagos internacionales.

- **COMUNICACIÓN (PROMOCION)**

- ❖ **Objetivo:** Dar a conocer la clínica por medio de publicidad impresa tradicional.

Estrategia: Promoción del lugar por medio de la revista o revistas locales del área correspondiente

Táctica: Publicar cada mes en las revistas un anuncio distintivo de la clínica, dando a conocer el lugar, su ubicación, correo electrónico, ligas de redes sociales, el servicio, así como las promociones y exposiciones que existan en la fecha.

❖ **Objetivo:** Generar tráfico y mayor utilización de nuestros servicios.

Estrategia: Crear paquetes de tratamientos y estudios aparentemente atractivos para el paciente.

Táctica: Teniendo en cuenta estudios del área de operaciones de la clínica, se sugiere crear nuevos paquetes de tratamientos los cuales, sin generar perdida a la clínica, puede generase atractivos para el paciente lo que impulsaría su compra.

Ej. A la fecha la clínica ofrece el tratamiento de in vitro con valor contado \$17.720.000, lo cual incluye una transferencia embrionaria, preservación de 6 embriones durante 1 año (12 meses), entre otros puntos. A este valor el paciente le debe sumar un aproximado entre \$3.500.000 y \$5.000.000 correspondientes a estimulación ovárica más entre \$800.000 y \$1.500.000 de preparación endometrial, lo cual visiblemente se le estarían agregando valores y causaría un impacto del mismo.

Por ende, se sugieren ajuste de costos, es decir, ofreciendo un paquete todo incluido de in vitro más medicamentos.

- **PLAN DE MEDIOS:**

Es el mecanismo por el cual se establecen los medios de comunicación con nuestro cliente promoviendo y comercializando nuestros servicios, estas actividades se realizan con frecuencia mensual.

- **GUIA DE SERVICIO AL CLIENTE**

Para la atención presencial o virtual y con el fin de mantener una relación profesional y agradable ante el cliente además de lograr un impacto positivo frente a la imagen de la empresa y alcanzar los objetivos establecidos, hemos desarrollamos un manual llamado "FERTY GUIA".

• DIAGNOSTICO EMPRESARIAL

Los datos recopilados a continuación fueron tomados por opiniones del personal de la clínica FERTILITY CARE.

