

PLAN ESTRATÉGICO

DR FLIGHT

2023

TABLA DE CONTENIDO

PLAN ESTRATÉGICO (DR FLIGHT)	3
1. <i>RESUMEN EJECUTIVO</i>	3
2. <i>DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA</i>	5
2.1. NOMBRE DE LA EMPRESA.....	5
2.2. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA.....	5
2.3. MISIÓN.....	5
2.4. VISIÓN.....	5
2.5. VALORES.....	5
3. <i>ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN</i>	7
3.1. ANÁLISIS FODA (FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES, AMENAZAS).	7
3.2. MÉTRICAS.....	8
3.3. MODELOS.....	9
3.4. ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA Y EL MERCADO.....	10
3.5. IDENTIFICACIÓN DE COMPETIDORES CLAVE.	12
3.6. PERFIL DE CLIENTES Y SEGMENTACIÓN DE MERCADO.	12
3.7. TENDENCIAS TECNOLÓGICAS RELEVANTES.....	13
4. <i>OBJETIVOS ESTRATÉGICOS</i>	14
5. <i>ESTRATEGIAS Y ACCIONES</i>	14

PLAN ESTRATÉGICO (DR FLIGHT)

1. RESUMEN EJECUTIVO

Descripción breve de la empresa.

Es una compañía enfocada en turismo médico. Busca prestar servicios de salud en la ciudad de Barranquilla para personas del extranjero. Tienen foco inicial en la Florida donde piensan atraer pacientes que quieran hacerse procedimientos médicos en Colombia.

Misión.

Eliminamos las barreras geográficas, económicas, sociales y logísticas para la atención integral en salud, teniendo al paciente como eje principal de nuestro actuar.

Objetivos estratégicos claves.

1. Conformar el equipo de trabajo pionero
2. Definir el modelo de negocio
3. Establecer el plan comercial y el plan de marketing
4. Prototipar, diseñar, desarrollar y validar el MVP de la solución
5. Realizar el plan financiero
6. Constituir la empresa

Métricas.

Actualizaciones x semana.

Visitantes x semana.

Tiempo de duración en página.

% Conversión de visita a consulta.

% conversión de consulta a servicio.

% conversión llamadas a doctores.

DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

1.1. NOMBRE DE LA EMPRESA	DR FLIGHT
1.2. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	<p>Es una compañía enfocada en turismo médico. Busca prestar servicios de salud en la ciudad de Barranquilla para personas del extranjero. Tienen foco inicial en la Florida donde piensan atraer pacientes que quieran hacerse procedimientos médicos en Colombia.</p>
1.3. MISIÓN	<p>Eliminamos las barreras geográficas, económicas, sociales y logísticas para la atención integral en salud, teniendo al paciente como eje principal de nuestro actuar.</p>
1.4. VISIÓN	<p>Brindar a las personas de todo el mundo acceso a la salud y atención médica de calidad.</p>
1.5. VALORES	<ol style="list-style-type: none">Adaptación: La empresa se adapta a las necesidades cambiantes de los clientes y del mercado para ofrecer una experiencia más personalizada y satisfactoria.Intuición: La empresa se basa en la intuición y la experiencia para tomar decisiones que beneficien a los clientes.Información: La empresa ofrece transparencia en la información brindada a los clientes para que puedan tomar decisiones informadas sobre su tratamiento.Conexiones: La empresa crea conexiones entre los clientes, los proveedores de servicios médicos y otros actores del sector para ofrecer un servicio más integral.Visión: La empresa tiene una visión clara del futuro para ofrecer soluciones dentales que satisfagan las necesidades de los clientes.Estrategia: La empresa tiene una estrategia clara para alcanzar su visión para ofrecer un servicio de excelencia.Integración: La empresa ofrece a los clientes una experiencia sencilla y accesible para que puedan obtener el tratamiento que necesitan de manera fácil y sin complicaciones.Optimización: La empresa optimiza sus procesos y operaciones para ofrecer un servicio más eficiente y eficaz.Tecnología: La empresa utiliza la tecnología para mejorar sus servicios y ofrecer una experiencia más personalizada.

10. **Honestidad:** La empresa es honesta y transparente con sus clientes y proveedores para construir relaciones de confianza.

ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN

1.6. ANÁLISIS FODA (FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES, AMENAZAS).

Fortalezas	Oportunidades
<p data-bbox="264 495 802 819">Formación Médica: Como médico, tengo un entendimiento profundo de las necesidades y expectativas de los pacientes en el ámbito de la salud, lo que me permite diseñar servicios que se ajusten a esas necesidades.</p> <p data-bbox="256 875 810 1144">Conocimientos en Contenido y Tecnología: Mis habilidades en la creación de contenido me permiten desarrollar estrategias de marketing y atención al cliente innovadoras.</p> <p data-bbox="256 1200 810 1525">Conexiones en la Industria Médica: Mi formación y experiencia médica me han permitido establecer conexiones con otros profesionales de la salud que podrían ser colaboradores clave en mi idea de negocio.</p>	<p data-bbox="887 495 1422 819">Demanda en Crecimiento: El turismo médico en Colombia está en crecimiento debido a la calidad de la atención médica y los costos competitivos. Esto ofrece una oportunidad para captar una parte del mercado.</p> <p data-bbox="887 875 1422 1312">Tecnología e Inteligencia Artificial: Mi experiencia en la creación de contenido y en la utilización de herramientas de inteligencia artificial puede ser una ventaja para ofrecer soluciones innovadoras en la gestión de servicios de salud y la creación de contenido relacionado.</p> <p data-bbox="895 1368 1414 1693">Enfoque en la Experiencia del Usuario: Enfocarse en mejorar la experiencia del paciente y en la personalización de los servicios puede diferenciarse de la competencia y atraer a pacientes extranjeros.</p>

Debilidades
<p>Falta de Experiencia en la Industria: Como médico con experiencia en la atención clínica y creación de contenido, pero sin antecedentes en la gestión de servicios de salud o la gestión de múltiples proveedores de turismo carezco de experiencia en gran parte de las áreas de la idea de negocio.</p> <p>Competencia en Crecimiento: La industria del turismo médico en Colombia es altamente competitiva, con numerosos actores que ya ofrecen servicios similares. Destacar entre la competencia será un desafío.</p> <p>Regulaciones y Aspectos Legales: Las regulaciones y las cuestiones legales relacionadas con el turismo médico pueden ser complejas. Asegurarme de cumplir con todos los requisitos legales será un reto.</p>

Amenazas
<p>Cambios en las Regulaciones: Cambios en las regulaciones gubernamentales o de salud podrían afectar la forma en que opera el turismo médico en Colombia y representar una amenaza para el negocio.</p> <p>Problemas de Calidad: Garantizar la calidad de la atención médica y los servicios en la industria del turismo médico es crucial. Cualquier problema de calidad podría dañar la reputación del negocio.</p> <p>Volatilidad Económica: La volatilidad en los mercados financieros o las tasas de cambio pueden afectar la asequibilidad de los servicios médicos para los pacientes extranjeros y, en última instancia, impactar en la demanda.</p>

1.7. MÉTRICAS

Actualizaciones x semana.

Visitantes x semana.

Tiempo de duración en página.

% Conversión de visita a consulta.

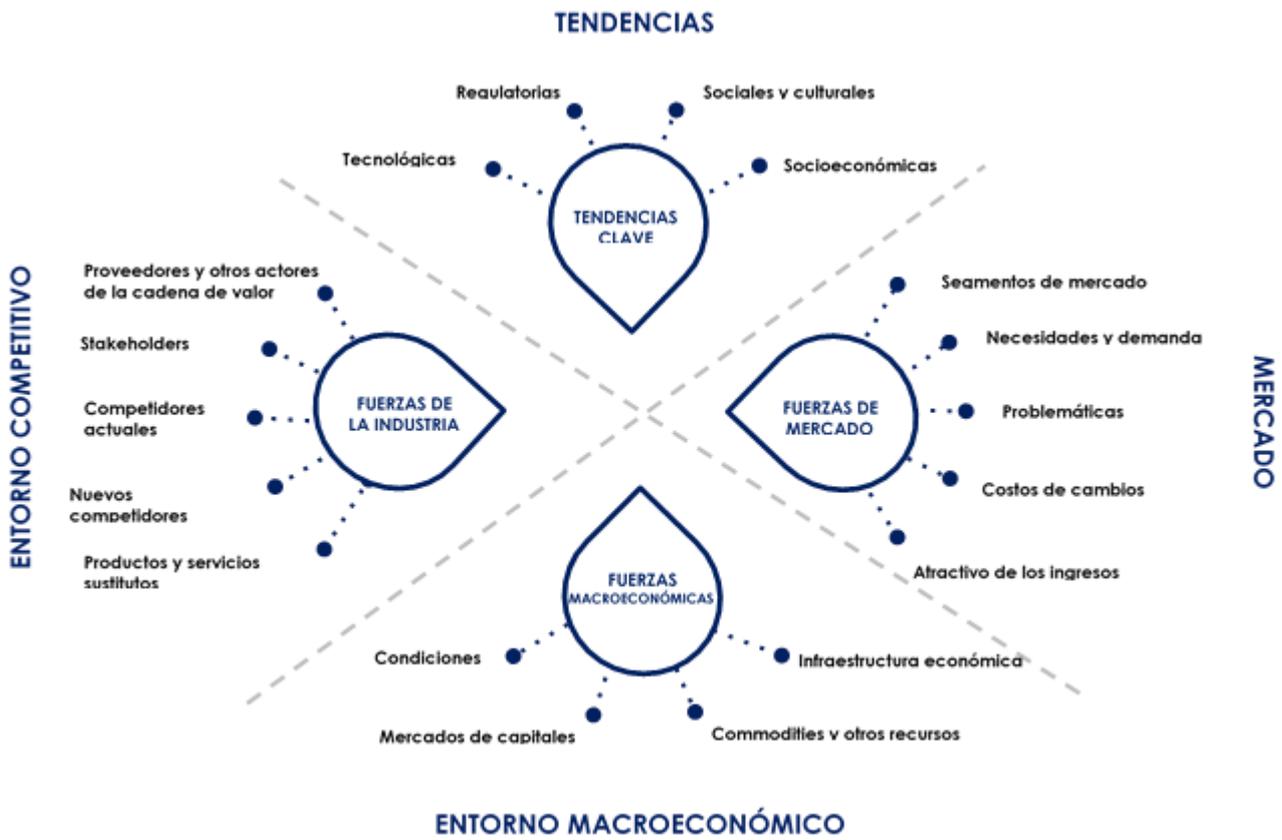
% Conversión de consulta a servicio.

% Conversión llamadas a doctores.

1.8. MODELOS

Modelo 1	
¿Quién es mi referente?	Doctoralia
¿Por qué lo deberíamos imitar?	Por su modelo de negocio sostenible de servicios online para la salud.
¿Cómo adaptar sus estrategias a mi empresa?	Ofrecer una amplia Base de datos de médicos. Un sitio web permita a los usuarios buscar médicos por especialidad, ubicación y otros criterios. Además suministrar información sobre los médicos, como su formación, experiencia y opiniones de pacientes.
Modelo 2	
¿Quién es mi referente?	Medicosdoc
¿Por qué lo deberíamos imitar?	Por su modelo de negocio sostenible de servicios online para la salud.
¿Cómo adaptar sus estrategias a mi empresa?	Ofrecer una amplia Base de datos de médicos. Un sitio web permita a los usuarios buscar médicos por especialidad, ubicación y otros criterios. Además suministrar información sobre los médicos, como su formación, experiencia y opiniones de pacientes.

1.9. ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA Y EL MERCADO.



Componente: Tendencias

La vigilancia es un proceso centrado en la observación y análisis del entorno científico, técnico, tecnológico y de mercado, y en la posterior difusión de las informaciones seleccionadas apuntando a la toma de decisiones estratégicas. En tal sentido, se apunta a construir un reporte que incluye los siguientes ámbitos de análisis, considerando como foco principal aquellas áreas relacionadas con la iniciativa propuesta:

Tendencias tecnológicas

En este caso particular, el foco de la búsqueda se concentra en las aplicaciones, tecnologías y empresas innovadoras que impactan sobre la industria donde se trabaja la iniciativa. Luego se pasa a la búsqueda de la información sobre casos de éxito para el ámbito definido. El enfoque en casos de éxito/inspiración tiene que ver con la facilidad que tiene un caso de reflejar de manera práctica y concisa las pautas generales de una tendencia y servir como referente para etapas posteriores de escalabilidad.

Tendencias regulatorias

En esta parte se ubican tendencias que incluyan bien sea, regulaciones, normas o leyes que de alguna forma afecten o respalden el funcionamiento de la iniciativa. Se consideran tanto regulaciones existentes a nivel nacional, como algunas internacionales que sean de gran valor para orientar el marco de ejecución de la iniciativa en el país.

Tendencias de mercado

En este apartado se incluyen tendencias de tipo económico, cultural, de consumo y social que influyen sobre la iniciativa considerada, con el fin de dar a conocer las principales variables que se deben tener en cuenta para el desarrollo y escalabilidad de la misma. Estas tendencias se evalúan desde una perspectiva tanto nacional como internacional.

Componente: Fuerzas macroeconómicas

Se plantea la construcción de un informe que involucre la descripción del entorno macroeconómico del país. El informe se estructura en cuatro capítulos:

Capítulo 1. Perspectivas económicas. Incluye un panorama de perspectivas económicas globales, continentales y nacionales. Asimismo, un análisis sectorial (agropecuario, minas y canteras, Construcción-Infraestructura, Industria, Energía, gas y agua, Hotelería y turismo, y Comercio) para el lapso 2022-2023.

Capítulo 2. Análisis de mercados de capitales, entorno de inversión y apalancamiento financiero en Colombia. Incluye tendencias de digitalización en el mercado de Capitales (Blockchain, Fintech, crowdfunding, billeteras digitales, entre otros), profundización financiera en Colombia y estado de los instrumentos del mercado de capitales en el país (bonos del tesoro, acciones cotizadas en bolsa, S&P 500, divisas al contado, entre otros).

Capítulo 3. Ruta de la política pública sectorial (análisis por sectores relevantes para las iniciativas de Collision EBT). Incluye políticas públicas (vigentes) orientadas al desarrollo del sector papel dentro del PND y programas públicos de apoyo al sector (vigentes).

Capítulo 4. Mapeo de alternativas de financiación. Este capítulo supone la entrega de una base de datos con 400 registros con potenciales fuentes de financiación para iniciativas empresariales de

innovación, incluyendo convocatorias, aceleradoras, incubadoras, fondos de inversión, etc., presentes en Colombia.

Por favor para mayor detalle revisar los siguientes documentos:

[Análisis entorno macroeconómico](#)

[Anexo Inversores Colombia.xlsx](#)

1.10. IDENTIFICACIÓN DE COMPETIDORES CLAVE.

Los más reconocidos son: Medicosdoc, Realself, Doctoralia, Topdoctors y Medicaldepartures.

1.11. PERFIL DE CLIENTES Y SEGMENTACIÓN DE MERCADO.

Perfil 1: Médico colombiano

Comportamiento: Profesional, dedicado, comprometido con la salud de sus pacientes.

Intereses: La medicina, la ciencia, la investigación.

Frustraciones: El sistema de salud colombiano, la falta de recursos, la burocracia.

Deseos: Mejorar la atención médica en Colombia, ofrecer servicios de alta calidad a sus pacientes.

Perfil 2: Paciente extranjero

Comportamiento: Informado, exigente, preocupado por su salud.

Intereses: La salud, el bienestar, el estilo de vida.

Frustraciones: El costo de la atención médica en su país, la dificultad para encontrar información sobre la atención médica en el extranjero, la falta de confianza en los proveedores de atención médica en el extranjero.

Deseos: Recibir atención médica de alta calidad a un precio asequible, tener una experiencia positiva.

Perfil 3: Agencia de turismo

Comportamiento: Eficiente, organizada, enfocada en el cliente.

Intereses: El turismo, los viajes, la satisfacción del cliente.

Frustraciones: La competencia, la dificultad para encontrar proveedores turísticos confiables, la falta de información sobre los destinos turísticos.

Deseos: Crecer como empresa, ofrecer servicios de alta calidad a sus clientes, convertirse en un líder en el mercado.

Segmento 1:
Médicos con interés en empezar a recibir pacientes internacionales.
Segmento 2:
Pacientes que necesitan atención médica especializada que no está disponible en su país.
Segmento 3:
Agencias de turismo interesadas en traer más turistas.

1.12. TENDENCIAS TECNOLÓGICAS RELEVANTES

Por favor para mayor detalle revisar el siguiente documento:

[Informe de Vigilancia Tecnológica e Inteligencia Competitiva - Dr Flight](#)

2. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Lista los objetivos.

Establecimiento de objetivos específicos, medibles, alcanzables, relevantes y con un plazo determinado (objetivos SMART).

Priorización de los objetivos en función de su importancia estratégica.

3. ESTRATEGIAS Y ACCIONES

Desarrollo de estrategias para alcanzar los objetivos.

Identificación de acciones específicas necesarias para implementar cada estrategia.

Asignación de responsabilidades y plazos para cada acción.

PERSPECTIVA	OBJETIVOS	ESTRATEGIAS /ACCIONES	INDICADOR	META	PLAZO	RESPONSABLE	RESULTADO ESPERADO
FINANCIERA	OBJETIVO ESTRATEGICO 1: Sostener económicamente la empresa.	Actividad o estrategia 1: Estructurar un modelo de negocio escalable y sostenible a mediano y largo plazo.	Número de modelo de negocio	1	2023	Área Financiera	1 Modelo de negocio.
		Actividad o estrategia 2: Gestionar financiamiento con Inversionistas.	Número de financiamientos	1	2023	Área Financiera	1 financiamiento.
		Actividad o estrategia 3: Aprovisionar capital de trabajo para los primeros meses de operación.	Número de aprovisionamiento de capital de trabajo	1	2024	Área Financiera	1 aprovisionamiento de capital de trabajo.
CLIENTE	OBJETIVO ESTRATEGICO 2: Posicionar la marca en el sector del mercado.	Actividad o estrategia 1: Definir un plan de marketing.	Número de planes de marketing	1	2023	Área Comercial	1 plan de marketing.
		Actividad o estrategia 2:	Número de equipos comercial	1	2023	Área Comercial	1 equipo comercial.

		Fortalecer el equipo comercial.					
		Actividad o estrategia 3: Realizar planes de comunicación efectivos que involucren el área comercial hasta llegar al cliente final.	Número de planes de comunicación	1	2023	Área Comercial	1 plan de comunicación.
		Actividad o estrategia 4: Hacer encuestas frecuentes a los clientes para conocer su nivel de satisfacción de los servicios prestados.	Número de encuestas	12	2024	Área Comercial	12 encuestas.
PROCESOS	OBJETIVO ESTRATEGICO 3: Documentar procesos críticos.	Actividad o estrategia 1: Documentar los procesos críticos para que el conocimiento especializado no recaiga solo en el equipo de trabajo y exista información clave escrita que sirva de insumo para el diseño y desarrollo de la tecnología.	Número de documentaciones de procesos críticos	1	2023	Equipo de Desarrollo / Área Administrativa	1 documentación de procesos críticos.

CAPACIDAD DE APRENDIZAJE	OBJETIVO ESTRATEGICO 4: Fomentar el componente de Investigación, Desarrollo e Innovación.	Actividad o estrategia 1: Fomentar el componente de Investigación, Desarrollo e Innovación de nuevos sistemas tecnológicas para la solución de las problemáticas de los clientes.	Número de equipos de Investigación, Desarrollo e Innovación	1	2023	Equipo de Desarrollo / Área Administrativa / Comercial	1 equipo de Investigación, Desarrollo e Innovación.
		Actividad o estrategia 2: Especializar al equipo de trabajo en conocimientos generales de la solución desde el rol que cada uno ejerce.	Número de personas capacitadas	5	2023	Área Administrativa	5 personas capacitadas.
TECNOLOGIA	OBJETIVO ESTRATEGICO 5: Prototipar, Diseñar, Desarrollar y Validar la Plataforma web.	Actividad o estrategia 1: Desarrollar y Validar la Plataforma web con clientes.	Número de desarrollos de la Plataforma web	1	2023	Área de desarrollo	1 desarrollo de la Plataforma web.