

BUSINESS PLAN

Fernando Cavalie



INDICE:

SUMARIO EJECUTIVO	4
¿Que vendemos? Propuesta de valor	4
¿A quién le vendemos?	4
¿Contra quién competimos?	4
¿Por qué los clientes nos comprarían?	5
LA INDUSTRIA – GENERALIDADES	8
¿Cuál es el segmento y sector donde se desarrolla nuestro negocio?	8
¿Cuáles son los competidores locales? ¿Hay comparables en USA / Europa?	8
OFERTA, PROPUESTA DE VALOR Y POSICIÓN COMPETITIVA	20
Modelo de Negocio	20
¿Cuál es nuestra Propuesta de Valor y como es en comparación de la competencia?	27
¿Cómo nos vería el mercado en comparación con los competidores?	27
EL MERCADO: CONSUMIDORES, CLIENTES, BARRERAS DE ENTRADA	28
Clientes y Demanda	28
Barreras de Entrada	30
¿Cómo crecerán nuestras ventas y market share?	31
PLAN DE MARKETING	31
Generalidades	31
Call to Action Página Web	32
Google	34
Facebook	37
Instagram	40
YouTube	42
Influencers	42
E-Mail marketing	43
Presupuesto Plan de Publicidad en Argentina	43
PLAN DE OPERACIONES	44
Estructura de hoy, del corto y del mediano plazo	44
Análisis FODA	46

PLAN ORGANIZACIONAL	46
¿Cuál será el organigrama de la empresa?	46
Alianzas	49
Agentes Comerciales:.....	49
Equipo Fundador.....	49
ANALISIS Y PLAN FINANCIERO; INVERSIÓN, FLUJO DE FONDOS, VALUACIÓN Y CAPITALIZACIÓN	51
Puntos principales considerados:	51
Software Expenses	51
Gastos de Marketing.....	52
Otros gastos	53
FCFF.....	60
CONCLUSIONES.....	61

SUMARIO EJECUTIVO

¿Que vendemos? Propuesta de valor

CIMEBOX es una aplicación web que ayuda a los médicos organizar sus consultorios o clínicas médicas de manera eficiente, gestionando la información de los pacientes, citas médicas, expedientes clínicos y mucho más, desde cualquier lugar y dispositivo con conexión a internet.

¿A quién le vendemos?

Le vendemos a médicos, psiquiatras, psicólogos, odontólogos, nutricionistas, y a la mayoría de los profesionales de la salud, como así también a clínicas y consultorios privados.

¿Contra quién competimos?

Hay varios competidores en el mercado, pero la realidad es que no hay muchas empresas que se dediquen a estos temas específicos ya que estos sistemas suelen ser desarrollados por las propias clínicas que tienen el poder adquisitivo para desarrollarlas. Los profesionales independientes y pequeñas o medianas clínicas privadas muchas veces se ven en la dificultad de poder obtener un sistema económico para poder funcionar.

Más adelante desarrollaremos los competidores que encontramos en el mercado.

Esta época es una excelente oportunidad para desarrollar este tipo de productos, ya que la pandemia trae aparejado un aumento considerable de los

negocios digitales, y los profesionales que están relacionados a la medicina no pueden quedar atrás de todo esto.

¿Por qué los clientes nos comprarían?

Por todos los beneficios que tiene CIMEBOX. Entre ellos podemos nombrar:

1) Instalación inmediata.

Con solo una computadora, una tablet o un celular, ya pueden ingresar a la plataforma a través de una conexión a internet.

2) Historia clínica electrónica (formato digital)

Se busca eliminar la historia clínica en papel, ya que la historia clínica electrónica tiene muchísimos más beneficios.

3) Historia clínica automatizada (respuestas automáticas a las patologías principales de los pacientes para facilitar y hacer más rápido este proceso)

Ayudamos a acelerar el proceso de carga de la historia clínica con cargas predeterminadas que ayudan al profesional a la hora de cargar la historia clínica.

4) Agenda de citas en tiempo real. Esto evita la duplicidad de agendamientos.

Pueden tener una o varias personas intentando agendar un turno, pero solo se agendará el que primero lo haga, la otra persona que esté intentando generar una cita no podrá hacerlo y deberá buscar otro horario.

5) Tutoriales gratuitos., como así también soporte personalizado 24x7 los 365 días del año.

6) Organización mediante niveles de usuarios.

- a) Administrador: acceso total
- b) Usuario Médico: acceso a documentos médicos, historia clínicas, recetas y notas médicas.
- c) Usuario asistente médico: acceso a la edición de documentos médicos mencionados anteriormente, y carga de la información de los estudios de laboratorio. (Un ejemplo acá es cuando el médico cuenta con un asistente y el mismo puede ir haciendo las anotaciones necesarias)
- d) Usuario Secretaria: responsable a toda la gestión de citas y gestión de pagos.
- e) Usuario paciente: acceso a la solicitud de citas, pagos, descarga e impresión de receta médica, y visualización de sus resultados de estudios de laboratorio.

7) Protección total de los datos confidenciales. Contamos con varios tipos de seguridad de la información

- a) Diferentes usuarios: Cada usuario tiene diferentes niveles de acceso. Esto permite proteger la información. Por ejemplo, las secretarias no tienen acceso a la edición de la información médica de un paciente.
- b) Encriptación de la información de los pacientes.
- c) Nuestros servidores se encuentran en el centro de datos del centro financiero de Dallas Texas. Esto quiere decir que están en la bóveda de un banco.

¿Dónde está mi información?

El centro de datos certificado SAS70 Type II TIER III+, se encuentra dentro del edificio DataBank, en el centro financiero de Dallas, Texas. El cuál cuenta

con 12 fuentes de poder, redundancia N+1, múltiples capas de seguridad, y acceso mediante escaneo biométrico de mano. Utilizando la misma fuente de energía que el 911 de Dallas.

d) Certificado de seguridad SSL para encriptar toda la información del sitio.

8) Notificaciones diarias de la agenda de citas mediante correo electrónico. Como así también la posibilidad de imprimir la agenda completa diaria con todos los pacientes del día.

9) Personalización de recetas y notas médicas. Las clínicas y los doctores pueden agregar sus logotipos.

10) Recetas electrónicas. (por el momento en Argentina solo son válidas por la emergencia sanitaria). Por tal motivo, terminada la emergencia sanitaria, se deberán autorizar y estar en condiciones según la ley 25.326 de Protección de los Datos Personales y la ley 26.529 de Derechos del Paciente. Actualmente CIMEBOX no cumple con este punto, por tal motivo cada médico tendrá que imprimir la receta y entregarla al paciente.

11) Acceso desde cualquier lugar y dispositivo. (computadora, tablet y celulares).

12) Mayor presencia en internet. (buscador de médicos)

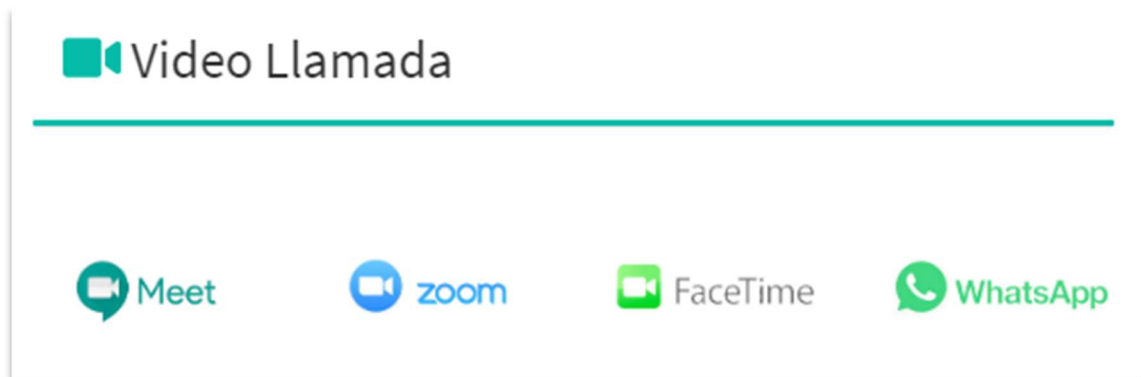
13) Control de Ingresos.

El sistema permite manejar las finanzas de los profesionales.

14) Video Consultas.

Actualmente contamos con accesos directos para ingresar de manera directa a diferentes plataformas de video llamadas, para que cada profesional pueda agendar de manera automática a través de la plataforma que desee sin costos adicionales.

Figura 1
Video llamada - CIMEBOX



Fuente: Administrador de CIMEBOX – www.cimebox.com

LA INDUSTRIA – GENERALIDADES

¿Cuál es el segmento y sector donde se desarrolla nuestro negocio?

Trabajaremos en el segmento de profesionales de la salud.

¿Cuáles son los competidores locales? ¿Hay comparables en USA / Europa?

Las más importantes del mercado son:

- Nimbo X
- Doctoralia (enfocado en el paciente)
- Dricloud

- Geblix
- Gaci Group
- Alephoo
- HolaDoc (Argentina)
- Docturno (Argentina)
- Integrando Salud

De todos estos competidores, los que tienen mayor presencia en Argentina son Doctoralia, Gaci Group, Alephoo y Geblix.

Nimbo X: En más de 20 países, te permite administrar toda la información de tus pacientes desde una sola aplicación. La idea de esta aplicación es que se convierta en ese asistente de IA que ayuda a los médicos a brindar una mejor atención a sus pacientes. El público objetivo son médicos y policlínicas modernas. La estrategia de esta aplicación está centrada en la explotación de datos en beneficio del médico. Hacer la consulta médica más inteligente y predictiva. Además de unir los esfuerzos de comunicación entre paciente y médico con funcionalidades eficientes.

Esta aplicación cuenta con: **Nimbo Clinical:** Historia Clínica Personalizada, Expediente Clínico Electrónico. **Nimbo Agenda:** Configurable por Especialidad, Recordatorio de citas para pacientes vía SMS o email, Tu propio sitio web para que tus pacientes agenden citas. **Nimbo Business:** Control de Inventarios, Lista de Precios y Convenios. **Nimbo Marketing:** Website & SEO, Presencia web refinada, Publicidad Digital, Reputación Digital. **Nimbo Chat.**

Precios:

NIMBO AGENDA: Automatiza tu calendario de próximas citas y elimina los no-shows: Planes Mensuales desde: \$995ars. Telehealth: comienza a dar teleconsultas en menos de 10 minutos: 5% por transacción.

NIMBO CLINICAL: Gestiona Digitalmente la historia clínica de tus pacientes sin sacrificar tiempo al momento de la consulta: Planes Mensuales desde: \$540ars

NIMBO BUSINESS:

- Basic: Controla tu cobranza y lista de precios: Planes Mensuales desde: \$1,199ars
- Pro: Controla tu facturación e inventarios:

NIMBO CHAT:

- Basic: Una forma más profesional de comunicarte con tus pacientes que WhatsApp: Gratis
- Pro: Una herramienta para atender a tus pacientes como equipo, desde cualquier dispositivo: Planes Mensuales desde: \$399

NIMBO MARKETING: Atrae más pacientes y aumenta la reputación digital del profesional: \$1.200

- Precio full mensual: \$4.333

Doctoralia: Es una App para localizar fácilmente al médico más cercano, contactar con él y concertar una cita si es necesario. Fundada en 2012 que aceleró el crecimiento del negocio que primero fue un directorio web. En esta

plataforma se encuentran los contactos de 50,000 especialistas de la salud en 21 países. Permite buscar especialistas en función del seguro contratado o la zona y, lo que es más importante, gestionar directamente citas con los facultativos. Además de eso, brinda a los pacientes la posibilidad de dar su opinión sobre los diferentes médicos y la atención recibida.

Precios:

- **Básico:** Para principiantes que buscan iniciarse en Internet: Gratis.
Cuenta con: Perfil con información básica, respuesta opiniones de pacientes, posibilidad de responder preguntas públicas.
- **Premium:** La solución más completa para desarrollar su negocio: \$ 2.082 /mes:
Facturación anual con impuestos incluidos.
Cuenta con: Perfil profesional con información ampliada, agenda online para la gestión de pacientes, consulta en línea: video, teléfono o chat, NEW FEATURE, registro en línea de pacientes 24/7, promueva opiniones entre los pacientes, recordatorios automatizados vía SMS, promoción del perfil en Doctoralia, campañas de e-mail y SMS, respuesta opiniones de pacientes, widget profesional con reserva de cita, mensajes privados y chat con pacientes, llenado de espacios libres en la agenda, asesoramiento personalizado.

Existen dos tipos de suscripciones para activar el perfil Premium:

- **Suscripción anual con pago mensual:** el pago se realizará mes a mes con tarjeta de débito, crédito o domiciliación bancaria.

- Suscripción anual con pago único: el pago se realizará una vez al año y dan dos meses gratis.

Tanto en la modalidad anual con pago mensual como la modalidad anual con pago único, se aplica una permanencia mínima de 12 meses con tal de poder medir con mayor efectividad los resultados obtenidos.

Dricloud: Es un software para médicos, odontólogos y fisioterapeutas en donde los profesionales pueden gestionar la agenda de la consulta y quirófanos, historia clínica electrónica, ver imágenes de rx, consultar informes y resultados de pruebas diagnósticas, facturación, contabilidad, marketing, pagina web y comunicarse con sus pacientes.

Precios:

- Solo: (usuarios incluidos: 1) (espacio de almacenamiento 250 Gb): 7.824,21 AR\$ /mes: 99 US\$/mes.
- Equipo: (usuarios incluidos: 2-3) (espacio de almacenamiento 500 Gb): 10.195,18 AR\$ /mes: 129 US\$/mes.
- Centro médico: (usuarios incluidos: desde 4 usuarios) (espacio de almacenamiento: 1.000 Gb): 21.259,71 AR\$ /mes: 269 US\$/mes.
- Grandes Clínicas: (usuarios incluidos: desde 30 usuarios) (espacio de almacenamiento 1000 Gb) 43.388,79 AR\$ /mes: 549 US\$/mes.

Geblix: Permite gestionar los turnos, centralizar las historias clínicas y controlar las finanzas. Se puede ingresar desde cualquier dispositivo, donde quiera que te encuentres.

Precios:

- Agenda: Administra tus agendas online: Cuenta con Gestión de agenda de los profesionales, Web de turnos para pacientes, Recordatorio de citas por mail, Reportes de ausentismo. Precio por mes: \$390 ARS por profesional. Precio anual: \$293 ARS por profesional.
- Recordatorios: Baja el ausentismo: Cuenta con Recordatorio de citas por WhatsApp y SMS, Cancelación de turnos sencilla por WhatsApp, Comunicación personalizada para cada paciente, lista de espera con aviso automático cuando se libera un turno. Precio por mes: \$640 ARS por profesional. Precio anual: \$480 ARS por profesional.
- Historia Clínica: Digitaliza historias clínicas: Cuenta con registro seguro de las prácticas realizadas, Prácticas configurables por especialidad, adjunta todo tipo de archivos, formulario clínico editable, lista de tareas pendientes, prescripción online. Precio por mes: \$640 ARS por profesional. Precio anual: \$480 ARS por profesional.
- Videoconsultas: para atender pacientes desde cualquier lugar: Cuenta con: Videollamadas, sala de espera virtual, cobros online, auditoría. Precio por mes: \$640 ARS por profesional. Precio anual: \$480 ARS por profesional.
- Negocio: Administra tu negocio: cuenta con registro de Ingresos y Gastos, Cuenta corriente del paciente, liquidación de honorarios profesionales, gestión de presupuestos, panel de control y reportes financieros. Precio por mes: \$790 ARS por profesional. Precio anual: \$593 ARS por profesional.

- Operaciones: Optimiza la recepción y sala de espera: cuenta con: Auto-gestión de pacientes, agilización de la recepción de pacientes, optimización de salas de espera, configuración del proceso de atención panel de control y reportes de rendimiento. Precio por mes: \$320 ARS por profesional. Precio anual de: \$240 ARS por profesional.

Facturando mensualmente \$3.420 ARS por mes por profesional.

Facturando anualmente \$30.792 ARS por doce meses por profesional. (El pago anual incluye un 25% de descuento).

Servicios Premium:

- Soporte: Gratis: Soporte estándar vía mail y chat en horario laboral.
- Soporte: Por mes: \$2.990 ARS. Pago anual: \$2.243 ARS. Suma atención personalizada, con un ejecutivo de cuenta asignado y disponible para cualquier consulta.
- Soporte: Por mes: \$17.990 ARS. Pago anual: \$13.493 Soporte profesional las 24hs, los 7 días de la semana.
- Capacitación: Por mes: \$3.600 ARS. Pago anual: \$2.700. Sesiones de 2 horas mensuales con un consultor para obtener orientación sobre el uso y configuración de Geblix.
- Consultoría: Por mes: \$11.990 ARS. Pago anual: \$8.993. Hasta 4 horas mensuales con un consultor especializado para obtener orientación sobre oportunidades de mejora de procesos y gestión de un centro de salud.

Con servicios Premium incluidos, con soporte estándar: Por mes: \$19.010 ARS por profesional. Pago anual: \$171.108 ARS por profesional.

Con servicios Premium incluidos, con soporte ejecutivo: Por mes: \$22.000 ARS por profesional. Pago anual: \$198.024 ARS.

Con servicios Premium incluidos, con soporte profesional las 24 hs: Por mes: \$37.000 ARS. Pago anual: \$333.024 ARS.

Gaci Group: Es una App de Teleconsultas médicas y monitoreo de pacientes a distancia, ideal para instituciones y profesionales de la salud. Las soluciones informáticas son verticalizadas con funcionalidad específica para cada industria y servicios de consultoría profesional especializada. Cuentan con una vasta experiencia en el manejo de proyectos e implementaciones ERP complejas, con alcances en todos los ciclos del negocio. Además, ofrecen servicios de consultoría para la mejora de procesos de negocios y la integridad de datos. No se encontraron precios de dicha aplicación.

Además, dicha empresa tiene ramificada su operatoria en varios segmentos diferentes. Esto quiere decir que no solo se especializa en medicina, sino que también desarrolla softwares para diferentes tipos de mercados.

Trabajan para:

- Instituciones médicas.
- Farmacias y laboratorios.
- Empresas que comercializan bienes de consumo masivo.

- Medios de comunicación.
- Empresas textiles.

Alephoo: Es una compañía líder en plataformas Cloud para instituciones de salud. Proponen una alternativa superadora a las soluciones de administración tradicionales (que usualmente son costosas de desplegar y mantener), en organizaciones con reducidos o inexistentes departamentos de IT. Gracias al despliegue cloud y una innovación permanente, usted podrá comprobar asombrosas funcionalidades que tienen por objetivo maximizar el modelo de negocios de su institución. Alephoo suma clínicas en argentina como El Hospital Austral, Gral. Madariaga, Mar Chiquita, A. Gigena, Baradero , Clínica Ezeiza, el Hospital Gomendio de Ramallo y el Hospital Pirovano de Gral., Villa San Isidro, la Clínica pediátrica Infans , el Instituto de La Mujer, El nuevo Hospital de Morón, El Hospital René Favaloro, El instituto Lanari, El Municipio de Zárate, Hospital Posadas, El Hospital Universitario de Mendoza, es la elección tecnológica del Centro Gallego de Buenos Aires, Viasano Salud y Sanitas Life eligen a la plataforma Alephoo para operar sus 18 policonsultorios. No se encontraron precios de dicha aplicación.

HolaDoc: Una página para conectar médicos con pacientes desde cualquier lugar. La aplicación te permite brindar consultas por videollamada, con todos los complementos necesarios y de la forma más sencilla. Envía recetas, órdenes y permite hacer un seguimiento de tus pacientes desde la misma plataforma. Te permite cobrar por las teleconsultas que ya realizas gratis por

otros medios, brindar una mejor atención y llegar a nuevos pacientes en cualquier lugar del mundo. Evita traslados y horas de espera en el consultorio para consultas sencillas, que puedes agendar fácilmente en nuestra plataforma y realizar desde cualquier lugar. Puedes visualizar la historia clínica de cada paciente, que se actualiza a medida que se atiende por otros especialistas de la plataforma. No se encontraron precios.

Docturno: El sitio y sus servicios están dirigidos principalmente a crear una base de datos para facilitar el contacto entre los proveedores de servicios de salud, incluidos los médicos, dentistas, clínicas, hospitales y otros proveedores de servicios de salud. Es una herramienta online que pretende ser una plataforma para profesionales y centros de salud, que proporcione al paciente la mejor forma de encontrar el profesional de la salud que mejor se ajuste a sus necesidades.

Precios:

- **Help:** 5 USD por mes. Contiene hasta cinco agendas. Turnos web. Recordatorios Ilimitados por e-mail. 3.5 USD Anualmente. (contiene un 30% de descuentos).
- **Customer:** 10 USD por mes. Contiene hasta cinco agendas. Turnos web. Recordatorios Ilimitados por e-mail. Historia clínica. Video consultas (USD 0.03 por minuto). 7 USD anualmente. (contiene un 30% de descuento).
- **Hero:** 15 USD por mes. Contiene hasta cinco agendas. Planes anteriores. Turnos extra. Historia clínica. Compartir historia clínica / resultados de estudios

por e-mail. Video consultas (USD 0.03 por minuto). 10.5 USD anualmente.
(contiene un 30% de descuento).

Integrando Salud: Se dedica a mejorar el cuidado de la salud. Fundada desde hace casi 10 años con el objetivo de ayudar a los médicos a deshacerse del papel y hacer más eficiente su trabajo. La intención era mejorar la comunicación y el flujo de trabajo entre los diferentes miembros de una misma Institución. La misión es producir un cambio en la asistencia sanitaria, proporcionando tecnología y servicios para reducir costos, reducir errores médicos y mejorar la calidad de la atención.

Precios:

- **Básico:** Gratis: Cuenta con: Límite de pacientes: 20. Administrador de Pacientes. Historia Clínica Electrónica. Soporte Online.
- **Premium:** USD 25. Cuenta con: Sin límite de pacientes. Administrador de Pacientes. Historia Clínica Electrónica. Soporte Online. Compartir Historia Clínicas. Administrador de Turnos. Reportes Estadísticos.
- **Facturación:** USD 25. Cuenta con: Facturación a Obras Sociales. Control de Ingresos. Reportes de Productividad. Sistema de Convenios. Integración con Sistemas Contables On Line (Colppy). Control de Deudores.
- **Videoconsultas:** USD 40. Cuenta con: Módulo para Videoconsultas. Reserva de Turnos Online. Historia Clínica Electrónica. Sistema de facturación. Portal para Pacientes. Capacitación personalizada. Soporte Online.
- Precio full: USD 90.

Para ordenar un poco esta situación en el siguiente cuadro se pueden observar los precios full de todas las aplicaciones analizadas anteriormente, donde la mayoría contiene, agenda electrónica, recordatorios, Videoconsultas, historia clínica, los e-mails y e-mails marketing.

Tabla 1
Resumen Precios Competencia

APLICACIONES	PRECIO FULL
NIMBO X	Mensual: \$4.333
DOCTORALIA	Mensual: \$2.082. Facturación anual con impuestos incluidos. (Sin historia Clínica)
DRICLOUD	Mensual: 7.824,21 AR\$: 99 US\$
GEBLIX	Mensual: \$3.420 ARS. Anual: \$30.792 ARS. Con un 25% de descuento. Servicios Premium, con soporte estándar: Por mes: \$19.010 ARS. Por profesional. Anualmente: \$171.108 ARS por profesional. Servicios Premium, con soporte ejecutivo: Por mes: \$22.000 ARS por profesional. Pago anual: \$198.024 ARS. Servicios Premium, con soporte profesional las 24 hs: Por mes: \$37.000 ARS. Pago anual: \$333.024 ARS.
DOCTURNO	Mensual: 15 USD. Video consultas (USD 0.03 por minuto). 10.5 USD anualmente. (Contiene un 30% de descuento).
INTEGRANDO SALUD	USD 90.

Fuente: Los datos fueron recabados de las páginas principales de la competencia. Los precios que no figuran en estas páginas, fueron consultadas a través de sus métodos de contacto.

En resumen, podemos ver que todos los competidores ofrecen casi todos los mismos servicios, pero realizan los cobros de diferentes modos, dependiendo

la segmentación del servicio. Así mismo, vemos que muchos cobran por las capacitaciones o por el soporte técnico.

Nuestra diferenciación es la de ofrecer todos los servicios, obviamente diferenciando los segmentos, pero no cobraremos las capacitaciones, ni por el soporte técnico. Estamos disponibles 24x7 los 365 días del año sin costos adicionales.

¿Son los competidores (y la industria) rentables en la actualidad?

Así es, ya que es un software que no necesita mucho mantenimiento. Solo hay costos de IT, personal para atender las consultas de los clientes y las modificaciones que se crean necesarias.

OFERTA, PROPUESTA DE VALOR Y POSICIÓN COMPETITIVA

Modelo de Negocio

El modelo de negocio está relacionado a la transformación digital que está sufriendo el sector de la salud.

Actividad: Servicio de computación en la nube enfocados al área médica.

El foco principal es el servicio en la nube de la historia clínica electrónica y las video consultas, haciendo principal foco en los profesionales independientes, brindándoles la posibilidad de que tengan un software a medida para no tener que envidiarle nada a los principales centros de salud.

Idea de Negocio: Renta de Servicios médicos en la nube.

Descripción: Aplicación web para administrar consultorios, y clínicas médicas del sector privado.

Servicios:

- Control de citas, pacientes, médicos e ingresos.
- Historia clínica electrónica
- Generación de recetas y notas medicas
- Almacenamiento en la nube
- E-Marketing.
- Videoconsultas

Este tipo de servicio ya existe, si bien no hay muchos competidores, hay muchos que son grandes y ya están hace varios años en el mercado.

Entendemos que, además de competir directamente con este tipo de empresas, podremos hacer principal foco en los profesionales independientes, ofreciéndoles mayores descuentos para que puedan tener un software en el que nunca habían pensado poder tener, aprovechando que los competidores no los tienen en cuenta.

Se les cobrará una renta mensual por el servicio y el precio va a depender de la cantidad de servicios que quiera el cliente.

Especificaciones

FUNCIONES:

Agenda Médica: Planificador de Consultas para obtener un mayor rendimiento de tiempo entre médicos y pacientes.

- Recordatorios a Pacientes y Médicos
 - CIMEBOX envía recordatorios por correo electrónico y WhatsApp para que los pacientes y médicos tengan la información a mano.
- iOS y Google Calendar
 - Agrega citas al calendario de Google y Apple mediante los recordatorios WhatsApp
- Portal de Citas Online
 - Los pacientes pueden agendar citas en línea en base a la disponibilidad del médico 24/7. CIMEBOX genera un URL único que pueden compartir con sus pacientes en redes sociales.
- Configuración de horarios
 - Disponibilidad de citas de acuerdo al horario de trabajo del médico

Expediente Clínico

Toda la información clínica de los pacientes organizada y disponible en tiempo real con búsquedas simples.

- Historia Clínica Electrónica
 - Garantizamos la asistencia adecuada del paciente al incorporar su información importante. Contamos con respuestas automáticas para facilitar el ingreso de información

- Receta Médica Electrónica
 - Configuración e impresión de recetas médicas.

- Notas Médicas
 - Almacenamiento y organización del historial de consultas de cada paciente.

Control de Ingresos

Controla los cargos relacionadas de cada consulta para llevar fácilmente el control de los ingresos del consultorio o clínica

Almacenamiento

Complementa, asegura y respalda el expediente clínico de los pacientes. CIMEBOX es compatible con Word, Excel, PDF, JPGE, PNG, etc.

- Fotos
 - Escaneo de documentos desde las cámaras smarphones o tablets.

Cuentas de Usuarios

Administración de consultorios mediante perfiles de usuarios: Administrador, Médicos, Asistentes y Pacientes

E-Marketing

Gestión de campañas de publicidad para médicos y pacientes

- Buscador de Médicos
 - Posicionamiento de médicos en internet y Google Maps. El buscador les permite a los médicos publicar su información de contacto para que los pacientes los encuentren facilmente.
- CIMEBOX Ads
 - Publicación de banner de publicidad en el portal de citas Online
- Facebook Ads
 - CIMEBOX crea campañas de publicidad automáticamente, para promocionar el Portal de Citas Online de cada usuario
- WhatsApp Ads
 - Con CIMEBOX los médicos pueden compartir masivamente el Portal de Citas Online a todos los contactos desde WhatsApp.

Seguridad: CIMEBOX protege, procesa, interpreta y respalda la información en la nube. Nos preocupamos por la confidencialidad de los datos de nuestros clientes al contar con certificados de seguridad SSL para encriptar la información personal

Compatibilidad: CIMEBOX es compatible con los navegadores de internet: Chrome, Safari, Firefox y Explorer

Flexibilidad: CIMEBOX cuenta con un diseño responsivo, es decir, que se adapta a cualquier tipo de pantalla de ordenadores, tablets o smartphones

Accesibilidad: CIMEBOX está disponible los 7 días de la semana, las 24 horas del día; a través de cualquier navegador de internet sin instalaciones, sin mantenimiento, sin preocupaciones.

Portabilidad: implementamos el código QR (Código de respuesta Rápida) para optimizar el tiempo y esfuerzo de los pacientes al solicitar citas por internet. Comparte con tus pacientes el código QR para que accedan al portal de citas online y agenda de citas.

CIMEBOX FREE: Servicio gratuito que le permite a los profesionales del sector salud posicionar sus consultorios o clínicas médicas en Internet, mediante el Buscador de Médicos CIMEBOX.

CIMEBOX JUNIOR: Servicio de software online para gestionar consultorios o clínicas médicas, orientado a la administración de citas en línea.

CIMEBOX PREMIUM: Servicio de software online para gestionar consultorios o clínicas médicas, orientado a la administración de citas en línea y expedientes de los pacientes.

CIMEBOX GOLD: Servicio de software online para gestionar consultorios o clínicas médicas, orientado a la administración de citas en línea, expedientes de los pacientes y almacenamiento en la nube.

Precios:

Tabla 2
Precios CIMEBOX

PAIS	FREE	JUNIOR	PREMIUM	GOLD
INTERNACIONAL	USD 0	USD 25	USD 32	USD 45
ARGENTINA	ARS 0	ARS 2.500	ARS 3.200	ARS 4.500

Fuente: <https://cimebox.com/web/>

Tabla 3
Planes

JUNIOR	PREMIUM	GOLD
✓ Buscador de Médicos	✓ Buscador de Médicos	✓ Buscador de Médicos
✓ Citas Ilimitadas	✓ Citas Ilimitadas	✓ Citas Ilimitadas
✓ Pacientes Ilimitados	✓ Pacientes Ilimitados	✓ Pacientes Ilimitados
✓ Portal de Citas Online	✓ Portal de Citas Online	✓ Portal de Citas Online
✓ Notificaciones via WhatsApp	✓ Notificaciones via WhatsApp	✓ Notificaciones via WhatsApp
✓ Usuario Administrador	✓ Usuario Administrador	✓ Usuario Administrador
✓ Usuario Médico	✓ Usuario Médico	✓ Usuario Médico
✓ Usuario Asistente	✓ Usuario Asistente	✓ Usuario Asistente
✓ e-Marketing	✓ e-Marketing	✓ e-Marketing
● Historia Clínica Electrónica	✓ Historia Clínica Electrónica	✓ Historia Clínica Electrónica
● Recetas Médicas Foliadas	✓ Recetas Médicas Foliadas	✓ Recetas Médicas Foliadas
● Notas Médicas	✓ Notas Médicas	✓ Notas Médicas
● Control de Ingresos	● Control de Ingresos	✓ Control de Ingresos
● Almacenamiento	● Almacenamiento	✓ Almacenamiento 5 GB

Fuente: <https://cimebox.com/web/>

- Los precios detallados no incluyen IVA
- Los precios son precios máximos y los clientes pueden obtener descuentos. Los descuentos dependerán siempre de la negociación y podrán obtener mayores descuentos las clínicas con varios consultorios.

¿Cuál es nuestra Propuesta de Valor y como es en comparación de la competencia?

Además de ofrecer todos los servicios y las capacitaciones gratuitas como también así el soporte técnico 24x7 sin costos extras, nos diferenciaremos con CIMEBOX SOCIAL.

Esto se trata de ofrecer video consultas a personas que no tienen obra social y con vulnerabilidad social. La idea es poner computadoras en los pequeños centros de salud de zonas de pocos recursos para que los Médicos puedan ofrecer su tiempo en ayudar a personas que lo necesitan. Los beneficios obviamente son muchos, y ninguna empresa de este tipo está ayudando o generando impacto social.

¿Cómo nos vería el mercado en comparación con los competidores?

El mercado nos debería ver como una empresa que integra todos los servicios de atención clínica en la nube y como un software que aporta un bien social a la comunidad, especializado principalmente en los profesionales independientes.

EL MERCADO: CONSUMIDORES, CLIENTES, BARRERAS DE ENTRADA

Cientes y Demanda

A los clientes llegaremos en la mayoría de los casos por publicidad en la web.

Dicho punto lo desarrollaremos en el plan de marketing.

Los clientes compran este tipo de productos, y lo pagan de forma mensual, trimestral, semestral o anual.

La demanda potencial va a depender siempre de los países a los cuales queramos desembarcar. Lo bueno de este tipo de servicios, es que, al ser un servicio en la nube, podremos internacionalizarlo de rápida manera.

Según un análisis de mercado en los principales países a los cuales queremos desembarcar llegamos a los siguientes resultados:

Tabla 4
Profesionales de la Salud - Cantidades Según País

PAIS	MEDICOS	PSIQUIATRAS	PSICOLOGOS	TOTAL
Brasil	443.982,00	6.765,44	369.000,00	819.747,44
México	281.142,40	4.344,93	15.335,04	300.822,37
Argentina	181.508,00	4.174,68	98.000,00	283.682,68
Chile	21.311,40	910,58	52.000,00	74.221,98
Perú	42.415,10	685,17	326,27	43.426,54
Ecuador	35.068,00	350,68	7.500,00	42.918,68
Uruguay	17.655,00	683,6	7.500,00	25.838,60
TOTAL				1.590.658,29

Fuente: https://datos.bancomundial.org/indicador/SH.MED.PHYS.ZS?most_recent_value_desc=true

Como podemos ver en el cuadro anterior, tenemos una cantidad elevada de posibles clientes. Esto sin contar las clínicas y consultorios privados, como así tampoco a los nutricionistas y odontólogos que pueden llegar a ser clientes de nuestro servicio.

El mercado en este tipo de productos es muy grande y hasta por momentos difícil de poder estimar un número exacto.

Las clínicas privadas ya la gran mayoría tienen software de este tipo. Muchas de estas clínicas, o desarrollaron su propio software o compraron este servicio a las principales empresas de servicios de salud en la nube, como por ejemplo la empresa Alephoo, el cual ya trabaja con más de 231 centros de salud en 5 países. Pero como podemos ver, Alephoo está enfocado principalmente en centros de salud.

En este tipo de centros de salud tenemos grandes barreras de entrada, en principio por ser nuevos en el mercado, no tener tantos clientes, y mucho menos tener experiencia con centros de salud.

Luego tenemos las clínicas medianas o pequeñas, que no todas tienen este tipo de servicios, y las barreras de entradas en este caso no son tan altas, pero también tendremos que trabajar para conseguir los contactos adecuados y conseguir reuniones con los encargados de Clínicas y centros de salud.

Por último, tenemos a los profesionales independientes, que son los clientes principales de nuestro producto, ya que son clientes que no están siendo buscados y creemos hay un excelente mercado. Si bien hay empresas

competidores que buscan este tipo de cliente, entendemos que en donde tendremos menores barreras de entrada.

Barreras de Entrada

En relación con el análisis de las barreras de entrada de Porter podemos analizar las siguientes:

- **Economía de escala:** esta barrera de entrada no nos afecta en principio ya que el software ya está realizado y en principio no trabajaremos con grandes centros médicos de salud. Esta barrera suele aplicarse la mayoría de las veces para la producción de bienes, ya que al producir en mayor cantidad, disminuyen los costos variables.

Al trabajar con profesionales independientes o con clínicas privadas medias, no tenemos que aumentar en principio el almacenamiento ni nada por el estilo.

- **Inversión para empezar:** la inversión principal actual está relacionada a la publicidad. Entendemos que a mayor inversión en publicidad, mayor va a ser la cantidad de clientes. Es por tal motivo que esta si es una barrera de entrada que nos impacta ya que no contamos con mucho capital para invertir.

En el plan de marketing se desarrollará este punto.

- **Inexperiencia en el sector:** la inexperiencia en el sector es una barrera de entrada real que impactará, pero entendemos que podremos trabajarla sin mucho problema ya que en principio no trabajaremos con grandes centros de salud.
- **Obstáculos legales:** el software fue realizado pensando en las normas mexicanas, es por tal motivo que en principio no habría problema con ese

mercado. En cuanto al mercado argentino, no hay normativas actuales encontradas que hablen de las historias clínicas, pero lleva tiempo lograr este análisis y hay que estar en constante alerta en cuanto a la normativa del sector para no infringir ningún tipo de ley, decreto, norma o reglamento.

¿Cómo crecerán nuestras ventas y market share?

Actualmente CIMEBOX no tiene más de 20 clientes.

Las ventas las haremos crecer con un plan comercial y de marketing que trabajaremos para alcanzar lo antes posible la capacidad instalada, siempre teniendo en consideración los recursos a nuestro alcance.

PLAN DE MARKETING

Generalidades

El objetivo principal de la propuesta es que, como contamos con poco presupuesto, debemos hacer un análisis muy detallado para realizar una inversión correcta del dinero. Así mismo analizaremos la posibilidad de apalancarnos con algún tipo de préstamo.

Actualmente, al momento de escribir esta parte del proyecto, el Instagram de la empresa ya cuenta con más de 200 seguidores y con algo de actividad. El Facebook también lo mantenemos con poca actividad, pero la idea es estar siempre presentes hasta poder contratar una agencia de marketing.

Call to Action Página Web

Primero es fundamental mostrar una imagen de la página principal de CIMEBOX. En la misma tenemos dos “Call to action” que se pueden ver a simple vista.

Se pueden encontrar tres “Call to action” diferentes. El primero es el de “Prueba Gratuita”; al hacer click en esa opción, les llegará un mail a todos los comerciales de la empresa. Dependiendo el país que seleccione el cliente se determinará la persona responsable para responder.

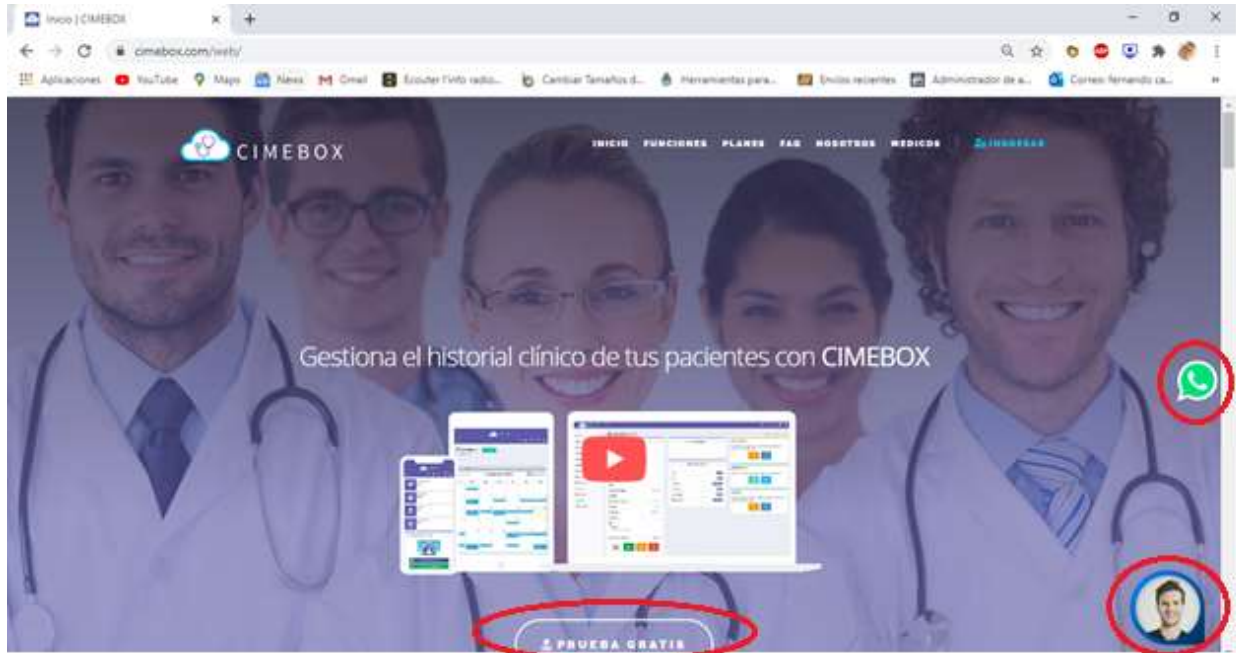
El segundo “Call to action” es el logo del Whatsapp; al hacer click allí, el cliente le podrá enviar un Whatsapp automático al teléfono empresarial.

El tercer “Call to action” y que más actividad tiene, es el chatbot; dicho sistema, tiene respuestas automáticas en base a lo solicitado por el posible cliente. Principalmente le termina solicitando un teléfono y un mail de contacto para que nos podamos comunicar lo antes posible.

Desde una computadora se ve de la siguiente manera:

Figura 2

Página Principal CIMEBOX - Visión desde una Computadora



Fuente: <https://cimebox.com/web/>

Desde el Celular o Tablet se ve de la siguiente manera:

Figura 3

Página Principal CIMEBOX - Visión desde un Celular



Fuente: <https://cimebox.com/web/>

En relación con las redes sociales, en principio solo vamos a invertir en Google, en Facebook e Instagram, aunque también ofreceremos el servicio de manera gratuita a algunos influencers que seleccionaremos.

Google

Entendemos que es fundamental que estemos en Google, es por ese motivo que será donde invertiremos el mayor porcentaje de inversión en publicidad ya que si no estás en Google no existís. Además, como somos nuevos en el mercado, se nos hará muy difícil poder estar arriba de todo en las búsquedas (SEO) al principio. Dicho esto, invertiremos para aparecer en las primeras búsquedas dependiendo la palabra clave (SEM) invirtiendo en CPC (Costo por Click). El objetivo principal de la inversión en Google es lograr Conversiones

Keywords para las búsquedas:

Tabla 5
 Keywords

CIMEBOX	Aplicación para los médicos
CIMEBOX tu consultorio en la nube	Aplicación para médicos
Consultorio en la nube	Aplicación para pedir citas médicas
Agenda tu cita médica	Aplicaciones para consultorios Médicos
Agendar cita	Aplicaciones para médicos y estudiantes
Agendar cita médica	App para agendar citas
Agendar citas médicas por internet	App para agendar citas gratis
Cita medico internet	App para consultas médicas
Cita medico internet	App para médicos
Citas electrónicas	App para médicos y pacientes
Citas en línea	Asistente medico virtual
Citas médicas CIMEBOX	Citas electrónicas
Citas médicas en línea	Citas web
Citas médicas online	Consulta médica virtual
Citas médicas online	Consultorio médico cerca de mi Consultorio
Citas médicas por internet	médico online
Citas online	Descargar aplicación de citas médicas
Citas por internet	Diagnóstico médico
Como sacar una cita	App doctores en línea
Consulta cita	Planes médicos
Consulta médica en línea	Programa de consulta médica
Consultorio médico 24 horas	Programa para agendar citas
Reservar cita médica	Programa para agendar citas médicas
Web de citas	Programa para agendar citas médicas gratis

Diagnóstico médico online	Servicio de citas
Expediente clínico electrónico	Sistema de citas médicas
Expediente clínico médico	Sistema de citas médicas en línea Sistema
Historia clínica	de gestión de citas médicas Sistema médico
Historia clínica completa	online
Historia clínica completa de un paciente	Software de consulta
Historia clínica del paciente	Software diagnóstico médico
Historia clínica digital	Software médico
Historia clínica digitalizada	Software para centros médicos
Historia clínica electrónica	Software para Clínica
Historia clínica electrónica México	Software para clínicas médicas
Historia clínica electrónica Argentina	Software para consultorio
Historia clínica electrónica	Software para expedientes médicos
NOM 024	Software para médicos
Historia clínica electrónica software	administración Clínica medica
Historia clínica formato	administración de consultorios
Historia clínica médica	Administración de un consultorio médico
Historia clínica NOM 004	Administrar clínica médica
Historia clínica norma oficial	Administrar mi consultorio
Historial médico	Cómo administrar un consultorio médico
Historias clínicas online	Cómo administrar una clínica privada
Receta digital	Cómo organizar un consultorio médico
Receta electrónica	Organizar un consultorio médico
Recetas medicas	Cómo atraer pacientes a mi consultorio
Agenda médica	Como conseguir pacientes
Aplicación para agendar citas médicas	Marketing para clínicas

Aplicación para citas médicas aplicación para expedientes médicos Software centros médicos Software Clínica Software clínicas médicas Software consultorio Software expedientes médicos Softwares médicos Agendas para clínicas Software historia clínica Software historia clínica electrónica Software historia Clínica digital Agendas centros de salud Software centro de salud Administración consultorios Software centro de salud	Mercadotecnia para médicos Publicidad para consultorio medico
---	--

Fuente: Elaboración propia y de Aldo Montiel

Facebook

En Facebook consideramos que debemos estar obligatoriamente ya que Facebook tiene un público promedio de edad mayor que muchas otras redes sociales. Esto significa que este público es aquel que ya puede tener su propio consultorio o un público ya independizado que puede llegar a estar interesado en el servicio.

En principio invertiremos en CPM específicamente segmentado por zona geográfica, por edad y por gustos y/o profesiones. El objetivo principal de la publicidad que haremos en Facebook será de reconocimiento, buscando mostrar el anuncio a la mayor cantidad de personas posible dentro del público objetivo. Así mismo también buscaremos lograr Consideración, buscando que los posibles clientes vayan desde Facebook hacia nuestra página web.

Por último, en cuanto a lo relacionado a la publicidad en Facebook, también buscaremos aumentar las interacciones de la Fanpage. Invertiremos en publicidad en material ya subido, como por ejemplo podría ser una foto hablando de algún tema específico para que la gente interactúe en dicha publicación, como así también podríamos subir nuevo contenido e invertir para aumentar las interacciones. Al hablar de las interacciones hablamos de los Me gusta, los comentarios y el contenido compartido, pero también puede incluir las ofertas solicitadas del servicio.

A continuación, podrán visualizar la imagen de inicio de nuestro Facebook y algunas estadísticas de una de nuestras publicaciones pagas como así también de nuestras publicaciones no pagas en dicha red social.

El objetivo de estas imágenes no es mirar los resultados, sino que se visualice de donde analizaremos los mismos.

Figura 4
Facebook de CIMEBOX



Fuente: <https://www.facebook.com/cimebox>

Figura 5
Facebook de CIMEBOX



Fuente: <https://www.facebook.com/cimebox>

Figura 6
 Facebook de CIMEBOX

Tus 5 publicaciones más recientes ✎ Crear publicación

■ Alcance: orgánico/pagado
 ■ Clics en publicaciones
 ■ Reacciones, comentarios y veces que se compartió

Fecha	Publicación	Tipo	Segmentación	Alcance	Participación	Promocionar
08/07/2020 23:17	 Registra tu consultorio en			95	3 3	Promocionar publicación
03/07/2020 14:24	 Consulta nuestros planes			21	0 0	Promocionar publicación
30/06/2020 22:27	 Administra tu consultorio de			120	5 3	Promocionar publicación
28/06/2020 18:12	 Consulta más en https://cimebox.c			17	0 0	Promocionar publicación
24/06/2020 21:22	 CIMEBOX te permite			4,7K 	64 24	Ver promoción

Fuente: <https://www.facebook.com/cimebox>

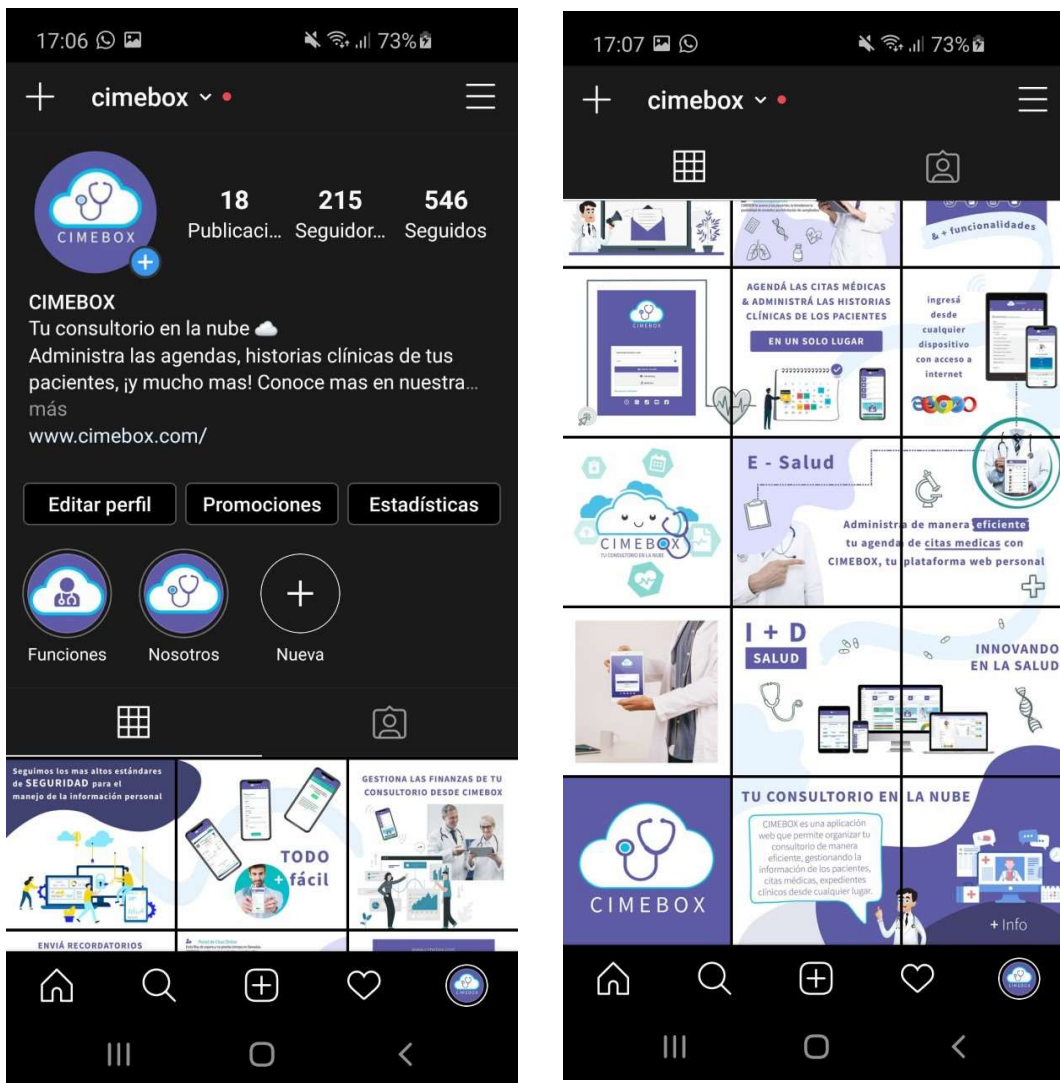
Instagram

En un principio no invertiremos mucha publicidad en Instagram ya que consideramos que el público de esta red social es un público joven, y los posibles clientes que podríamos buscar en esta publicidad sería un público joven que no tendría su propio consultorio o que todavía no se independizaron. A lo sumo si llegamos a ingresar en esta red social, ingresaríamos con CPM para generar un poco de reconocimiento de marca. También seleccionaremos clientes que tengan gran cantidad de seguidores en esta red social para ofrecerle el servicio gratuito por 6 meses o un año. Lo desarrollaremos en el punto siguiente.

Instagram lo estamos utilizando para buscar posibles clientes. Estamos realizando una base de datos personalizada con profesionales de la salud que están en dicha red social.

A continuación, les presentamos el feed de nuestro Instagram:

Figura 7
Instagram CIMEBOX



Fuente: <https://www.instagram.com/cimebox/?hl=es-la>

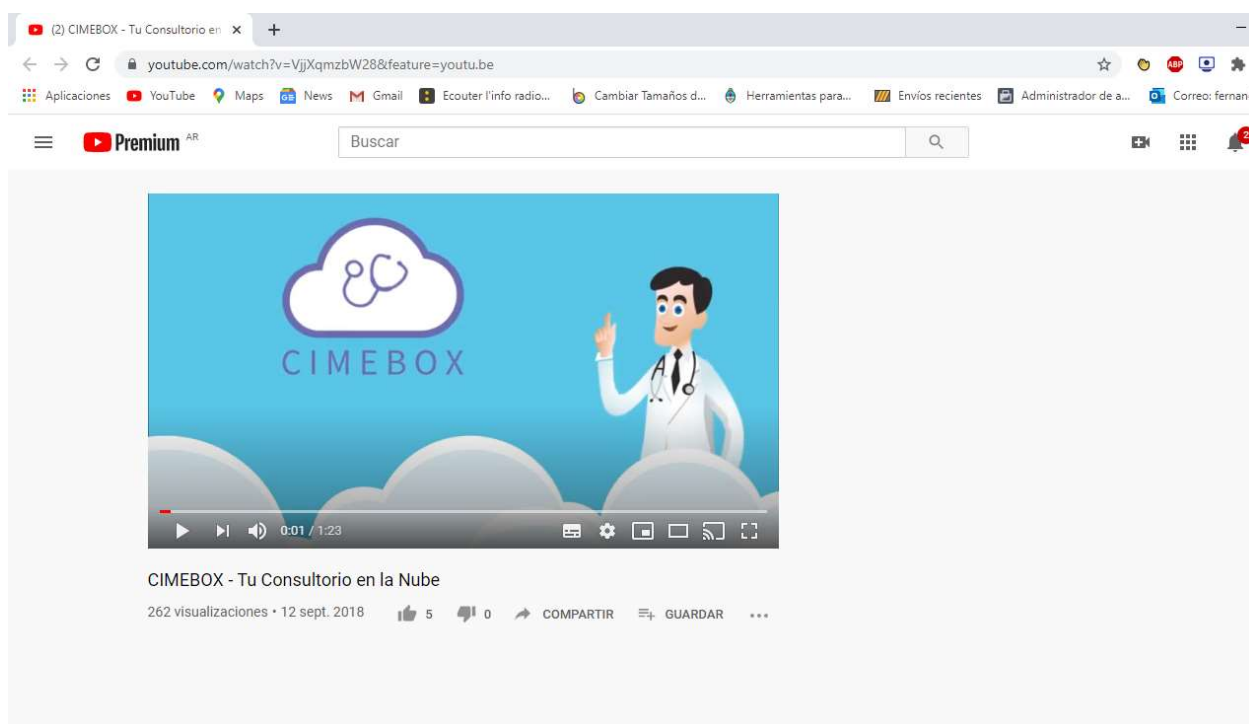
YouTube

Realizaremos campañas en YouTube publicitando en principio un video de un minuto que resume las funcionalidades de CIMEBOX.

CIMEBOX ya tiene realizados varios videos publicitarios, pero por el momento ninguno fue publicitado.

El video principal de CIMEBOX lo pueden encontrar en el siguiente Link, en donde se explica en 1:23 minutos las principales características del software.

Figura 8
YouTube - CIMEBOX



Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=VjjXqmzbW28&feature=youtu.be>

Influencers

Seleccionaremos médicos, nutricionistas, psicólogos y/o psiquiatras que tengan gran cantidad de seguidores y actividad en Facebook y en Instagram.

Les ofreceremos el servicio gratuito por 6 a 12 meses y ellos deberán subir nuestro contenido a las redes sociales para ayudarnos con el reconocimiento, las consideraciones y las conversiones.

Esto se debe a que parte de sus seguidores, son colegas amigos que trabajan en el mismo rubro o profesionales que los toman como referencia, y estos colegas/profesionales pueden ser posibles clientes. Además, con esta publicidad no invertiremos dinero, solo tiempo, y creemos que puede ser muy efectiva.

E-Mail marketing

Estamos creando una base de datos personalizada para contactar a los potenciales clientes de la manera lo más personalizada posible.

Además, los datos que estamos obteniendo de estos clientes, los utilizaremos también para hacer publicidades personalizadas en las redes sociales, esto quiere decir, que podemos hacer publicidades personalizadas tanto en Facebook como en Instagram siempre y cuando los profesionales tengan sus mails o celulares relacionados a estas redes sociales. Al hacer publicidad de esta manera, les llegará la publicidad indicada a estos potenciales clientes y visualizarán nuestra marca.

Presupuesto Plan de Publicidad en Argentina

Los primeros dos meses invertiremos aproximadamente \$70.000 en la totalidad de todas las redes sociales anteriormente mencionadas. El análisis con los montos exactos serán desarrollados en el último punto del presente BP.

En el transcurso de estos dos meses de inversión, analizaremos los KPI de todas las publicidades para analizar cuáles fueron las que mejores resultados nos van dando para ajustar lo mejor posible y hacer rendir de la mejor manera el dinero invertido.

Así mismo, las ganancias de los primeros meses serán reinvertidas en publicidad para aumentar las posibilidades de obtener mayor cantidad de clientes.

PLAN DE OPERACIONES

Estructura de hoy, del corto y del mediano plazo

En principio el Plan de Operaciones tiene a México como el país de base. Allí, Aldo Montiel factura con una especie de Monotributo. En Argentina todavía no hay una empresa formada, pero en principio, y considerando las fuertes restricciones cambiarias que está sufriendo nuestro país, vamos a formar una S.R.L. para poder facturar los servicios a los clientes de aquí.

A medida que vayamos consiguiendo más clientes, tanto en Argentina como en otros países, analizaremos donde poner la sede central. Posiblemente sea en EEUU, en el Estado de Delaware, en Uruguay o mismo en México.

En principio, tener solo una empresa en Argentina no nos sería mucho problema, ya que todo el dinero será reinvertido para publicidad. Lo mismo para los países en los que estemos trabajando.

Luego de consolidar la S.R.L. y que la empresa esté generando ingresos considerables, crearemos en principio otra empresa en México que desde allí sea facturado una vez al mes el 30% del monto total de lo facturado en Argentina. La empresa en Argentina estará a nombre de Fernando Cavalie y la

de México a nombre de Aldo Montiel. Dicha empresa en Argentina tendrá un nombre totalmente diferente a CIMEBOX para que no exista vinculación alguna entre ambas sociedades. Esto va a permitir poder pagar los servicios al exterior bajo los conceptos “S13 – Servicios de Informática” o “S22 – Otros servicios empresariales”.

Actualmente entre Argentina y México está vigente el Convenio – Ley 27.344¹, el cual estipula que entre ambos países existe un convenio de doble imposición. Concretamente en su artículo 12 especifica que con México tenemos una deducción en el porcentaje de retención por un total del 15% de Impuestos a las Ganancias. Este 15% se calcula en base al 90% de la facturación total, ya que así lo estipula el Artículo 93 inciso H de la Ley de Impuestos a las Ganancias de Argentina².

Dando un ejemplo práctico para entender esta ecuación podríamos concluir lo siguiente:

Si se factura un total en el mes de \$1.000.000, y se estipula en el contrato que México debe cobrar un **30%** de lo facturado, en el momento del cálculo se debe hacer: $\$300.000 \times 90\% \times 15\% = \40.500 . Este valor sería el monto a retener en concepto de IIGG. Por tal motivo la empresa en México va a recibir un total de \$259.500. Cabe aclarar que presentando la documentación correspondiente, este valor puede ser tomado como crédito a favor de la empresa en México para el pago de sus correspondientes IIGG.

¹ <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/265000-269999/269285/ley27334.pdf>

² <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/40000-44999/44911/texact.htm>

Sumado a esto se pagará IIBB en las provincias que corresponda la percepción (esto es un costo y no se puede recuperar), como así también el 21% de IVA, el cual obviamente es un crédito fiscal.

Análisis FODA

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Servicio replicable en otros mercados • Identificación de nuevas necesidades • Desarrollo de nuevos servicios • Alianzas estratégicas 	<ul style="list-style-type: none"> • Dificultad de adaptación al cambio tecnológico • Nuevos Competidores • Restricciones gubernamentales
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Buscador interno de médicos • E-Marketing: Incorpora Google Maps, Whatsapp y Facebook • Notificaciones automatizadas • Soporte 24x7 incluido dentro del precio 	<ul style="list-style-type: none"> • Sin interfaces de intercambio de información con otros sistemas • Se requiere conexión a internet • No estamos disponibles en tiendas móviles (App Store – Google Store) • Videoconsultas poco desarrollado

PLAN ORGANIZACIONAL

¿Cuál será el organigrama de la empresa?

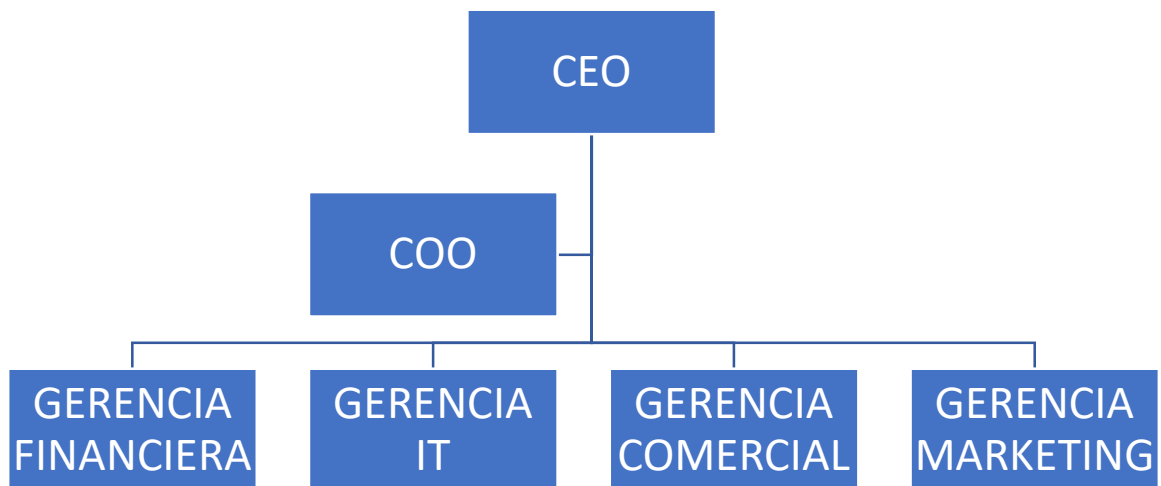
La realidad es que actualmente en la empresa estamos trabajando Aldo Montiel (el creador del software), y Fernando Cavalie (yo).

Tenemos asesores médicos y terciarizadas algunas actividades como lo son por ejemplo la realización de las imágenes de las redes sociales, pero en principio, Aldo y yo (Fernando), somos los que estamos desarrollando todas las actividades.

El marketing será realizado por un Partner nuestro, una empresa llamada Seo Net, la cual se especializa en Marketing Digital.

Esto nos va a permitir tener expertos en el tema para el desarrollo de esta parte del producto, y también nos permite no tener que vernos obligados a contratar una persona.

A futuro, si la empresa puede crecer, nos gustaría en principio poder dividir todo en diferentes gerencias y/o direcciones de la siguiente manera:



Funciones:

CEO (Chief executive Officer)

La cara visible de la empresa, quien asume el liderazgo dentro y fuera de la corporación, pero tiene también la obligación de crear la visión y estrategia de la compañía y comunicarla a los distintos actores. Es miembro fundador de la compañía y pilar decisivo a la hora de reclutar talento y determinante en las decisiones de presupuestos e inversiones.

COO (Chief Operating Officer)

Director General que asume las funciones ejecutivas. Algunos lo ven como la persona más capacitada para ser el próximo CEO. Supervisa cómo está funcionando el sistema de creación y distribución de los productos de la empresa para asegurar que todos los sistemas funcionen correctamente.

Gerencia de Marketing:

Es el responsable de poner en marcha las distintas actividades de marketing, que incluyen la gestión de ventas, el desarrollo de productos, la publicidad, estudios de mercado y servicio al cliente. Su principal preocupación es mantener una relación estable con los clientes finales y comunicarse con todos los demás departamentos para que se involucren en su programa de actividades.

Gerencia Financiera:

Se encarga de la planificación económica y financiera de la compañía. Junto con el CEO decidirán cuestiones de inversión, financiación y el riesgo con el objetivo de conseguir que aumente el valor de la empresa para sus propietarios. Aporta el conocimiento financiero, contable y en general una mirada analítica al negocio.

Gerencia IT:

Definición de arquitectura de los sistemas, vista física, vista lógica, principios de arquitectura y seguridad.

Responsable de la selección de aplicaciones, bases de datos y estándares tecnológicos. Responsable de desarrollar nuevas tecnologías y productos, mejora continua de la calidad de los actuales productos.

Gerencia Comercial:

Establecer los objetivos y cuotas de ventas, organizar el equipo de ventas, diseñar los programas de formación, incentivos y remuneración, manejo de la post-venta, y controlar a todo el equipo comercial.

Alianzas

Agentes Comerciales:

Analizaremos la opción de crear un equipo de agentes comerciales en todo el territorio del país.

Estos agentes comerciales se distribuirán por cada provincia del país y se les dará un porcentaje de no más del 35% de la facturación del cliente obtenido por un límite máximo de un año. Pasado el año, ya no recibirá comisiones por dicho cliente. El objetivo de este funcionamiento es que el vendedor continúe con la búsqueda constante de nuevos clientes.

Se analizará, dependiendo la provincia y el representante comercial, si se le dará el 100% de la representación dentro de su provincia, o si se elegirán varios representantes en dicha provincia. Se realizarán contratos de representación comercial para no generar una relación de dependencia entre la empresa y dichos agentes.

Equipo Fundador

Aldo Montiel es el fundador del Software y quien hace alrededor de año y medio comenzó a comercializar el producto en México.

Así mismo tuvo a un equipo de asesores médicos que lo ayudaron en la realización de dicho producto. A estas personas las podrán encontrar en las siguientes imágenes:



LIC. ALDO MONTIEL

CEO

CEDULA PROFESIONAL: 11155130

“ Desarrollo todas mis capacidades para lograr optimizar y gestionar los desafíos informáticos que se presentan en el día a día ”



LIC. FERNANDO CAVALIÉ

COO Sudamérica

“ Estamos llevando a CIMEBOX a toda la región para simplificar la vida de los profesionales de la salud ”



DR. MENDOZA COBOS

Asesor Médico

CEDULA PROFESIONAL: 3176766

“ Especialista en Medicina del Trabajo. Catedrático en la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo ”



DRA. ANA MONTIEL

Asesor Médico

CEDULA PROFESIONAL: 9937357

“ Combino mis conocimientos con la tecnología para facilitar las necesidades médicas y brindarte al paciente una atención de calidad ”



MIP. VANESSA RIVERO

Asesor Médico

“ Médico Interno de Pregrado en el Hospital Central Militar. Diseño de interfaz gráfica del expediente clínico electrónico ”



DRA. NORA MEDINA

Asesor Médico-Legal

CEDULA PROFESIONAL: 6141206

“ Atención y manejo de pacientes en base a sus necesidades de salud ”



LIC. IVÁN BUREOS

CMO Marketing

“ Me encargo de transmitir la esencia de lo que hacemos, lo creativo e innovador que desarrolla el equipo hacia nuestros clientes ”

ANALISIS Y PLAN FINANCIERO; INVERSIÓN, FLUJO DE FONDOS, VALUACIÓN Y CAPITALIZACIÓN

Puntos principales considerados:

- Inflación anual: 40% cada año.
- Aumento del tipo de cambio oficial: 40% cada año.
- Ventas estimadas: 200 agendas durante el primer año. En relación a los precios de las agendas, estimamos que el 90% de las ventas del producto corresponden al pack gold, ya que dicho pack es el que tiene almacenamiento. Por tal motivo, y considerando los posibles descuentos por cantidad de agendas a un único cliente, para calcular el precio final de ventas tomamos el pack gold como referencia y lo multiplicamos por el 65% de su valor. De esta manera disminuimos el precio final del pack gold para no inflar el valor total de los ingresos por ventas.

Software Expenses

En principio vale mencionar este punto, ya que, considerando las actuales restricciones cambiarias que hay en nuestro país para girar divisas al exterior, y considerando que no tenemos ningún tipo de asociación en el exterior, desde México se facturará un porcentaje variable mensual en relación a las ventas obtenidas durante el año. Así

mismo, durante el primer año este porcentaje no será cobrado para que la empresa en Argentina pueda ser solvente y crecer de manera más rápida.

Según el porcentaje de ventas estimado y un porcentaje del 30% a pagar en concepto de “Regalías”. Los montos a pagar en los próximos 5 años serían los siguientes:

CONCEPTO	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5
Regalia ARS	0	5,480.46	10,906.12	21,703.17	23,439.42
Regalia USD	0	27.96	39.75	56.50	43.58

Gastos de Marketing

En cuanto a los gastos de Marketing van a ser los más importantes en cuanto a volumen de inversión. Ya que en este tipo de productos, mientras mayor sea el porcentaje de inversión de manera digital, mayores serán los resultados.

La idea del presente proyecto es tercerizar este servicio con la empresa anteriormente mencionada SeoNet. Ellos son nuestros socios en relación a todo lo relacionado con el Marketing.

Solo para recordar, el marketing va a estar direccionado principalmente en Google, Instagram, Facebook y Youtube.

Según las primeras inversiones realizadas en Google y las estimaciones que tenemos en base a las otras redes sociales, podemos concluir las siguientes estadísticas:

TASA DE CONVERSIÓN	CLICKS	CPC	AGENDAS	DESCUENTO	T. CONVERSIÓN	C. ADQUISICIÓN	GASTO TOTAL
GOOGLE	227	\$43	10	50%	0.73%	\$5,857	\$937,056
FACEBOOK / IG	300	\$30	1	0%	0.33%	\$9,000	\$360,000
YOUTUBE	300	\$25	1	0%	0.33%	\$7,500	\$300,000
							\$1,597,056

Podemos notar que los Costos por Click (CPC) más caros se encuentran en Google, esto pasa ya que es una de las redes en donde el público tiene más interés. En el caso de Google nos están buscando, por tal motivo el porcentaje de conversión es mucho mayor que en otras redes. También se verifica que los contactos que tenemos en Google son contactos que buscan para más de una agenda, muchas veces para pequeñas clínicas. El

costo de adquisición es el más barato de todos. Vale aclarar que en los casos que nos piden más de 10 agendas, podemos otorgar un descuento del 50%.

En cuanto a Facebook, Instagram y Youtube, se puede notar que los CPC son más económicos, esto en principio se debe a que la gente no nos está buscando; somos nosotros que los buscamos a ellos a través del Remarketing. En estos casos, los costos de adquisición de los clientes son más elevados, pero entendemos que igualmente hay que estar presentes en las redes y que vale la pena la inversión realizada.

También trabajaremos con e-mail marketing de manera moderada lo cual incurren los siguientes gastos:

	Y0	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5
e-mailing	120	168	235	329	461	645

*Valores expresados en miles de pesos.

Otros gastos

En cuanto a los demás gastos generales vamos a encontrar:

Se contratará un CFO a partir del año 3, un administrativo a partir del año 1, un ingeniero en sistemas a partir del año 4 para ayudar a Aldo con los posibles problemas existentes del sistema y las actualizaciones del mismo. A partir del año 5 se contratará otro administrativo considerando el aumento de las ventas y el nivel de trabajo.

En cuanto a las oficinas, se contratará un espacio de co-working para no tener que adentrarnos en gastos extras.

En cuanto a mi sueldo, calculo un sueldo bruto de ARS 160.000.

Luego se calculan los demás gastos de constitución de la S.R.L., gastos del contador, logo, gastos de abogados y consultores.

En cuanto al porcentaje del market share se considera que está directamente relacionado con la inversión en publicidad en internet. Es por eso que al principio se invierte mucho en publicidad para conseguir los primeros clientes y ganar en porcentaje de market share, luego con el pasar de los años se va disminuyendo la inversión. Principalmente en el segundo año se disminuye al 85% ya que este año se comienzan a pagar las regalías y para acotar un poco los gastos se disminuye la publicidad.

En relación a los gastos de constitución de la empresa, para abrir una S.R.L. en C.A.B.A., la IGJ (Inspección General de Justicia) obliga a tener un capital mínimo de \$100.000, a esto se le deben incluir los gastos correspondientes a todos los trámites de alrededor de \$35.000.

Se adjunta un presupuesto enviado por MZ Sociedades, una empresa especializada en constitución de empresas.



CONSTITUCIÓN SRL (CAPITAL \$100.000) URGENTE:

- COSTO DEL TRAMITE = \$ 8.000
- GASTO ESCRIBANIA (ESCRITURA, LEGALIZACIONES Y 1 FOTOCOPIA AUTENTICADA) = \$ 7.200
- TASA DE CONSTITUCIÓN = \$ 30
- POLIZA DE CAUCIÓN (POR CADA SOCIO GERENTE) = \$ 2.500
- PUBLICACIÓN DE EDICTOS = \$ 6.000
- FORMULARIO DE RESERVA DE NOMBRE = \$ 1.950
- FORMULARIO INSCRIPCIÓN URGENTE = \$ 7.200
- FOTOCOPIAS = \$ 120
- FORMULARIO 185 = \$ 2.000

COSTO TOTAL DEL TRAMITE = \$ 35.000 (2 SOCIOS + 1 GERENTE)

INCLUYE CUIT Y LIBROS RUBRICADOS
(3 LIBROS DE 100 PÁGINAS C/U ACTAS, DIARIO E INVENTARIO Y BALANCES)

También se consideran \$20.000 relacionados al registro de la marca.

Esto da un total de \$155.000 relacionados a gastos de constitución de la empresa.

Todos los valores correspondientes a los siguientes cuadros están expresados en miles de dólares en pesos. Solo al final se los dolarizan para poder hacer la estimación del FCF en USD.

D47 - General & Other Expenses

	Y0	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5
Inflation rate (CPI,%)		40.0%	40.0%	40.0%	40.0%	40.0%
Inscripcion costs (taxes, legazitations)	35.0					
Inscription: attorney fees	0.0					
Inscription: accountant fees	100.0					
Habilitacion local	0.0					
Register trademark, logo	20.0					
Attorney services	0.0	168.0	235.2	329.3	461.0	645.4
Accountant services	0.0	168.0	235.2	329.3	461.0	645.4
Consulting services	0.0	117.0	163.8	229.3	321.0	449.5
Medical costs	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Other taxes	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Total general & other expenses (AR\$)	155.0	453.0	634.2	887.9	1,243.0	1,740.2
Spot FX Rate (AR\$/)	100.0	140.0	196.0	274.4	384.2	537.8
Total general & other expenses USD	1.6	3.2	3.2	3.2	3.2	3.2

D40 - Administrative Expenses

	Y0	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5
Inflation rate (CPI,%)		40.0%	40.0%	40.0%	40.0%	40.0%
Personnel cost: CFO	0.0	0.0	4,576.0	6,406.4	8,969.0	
Personnel cost: Administrative #1	780.0	1,092.0	1,528.8	2,140.3	5,992.9	
Personnel cost: Ingeniero en Sistemas	0.0	0.0	0.0	7,134.4	9,988.2	
Office rent	240.0	336.0	470.4	658.6	922.0	
Luz, gas, agua, ABL	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
Insurance (robo, incendio, resp.civil)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
Refurbishments	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
Decoration	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
Office supplies	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
Bank account fees	12.0	16.8	23.5	32.9	46.1	
Cheqx	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	

Computers and servers	0.0
Furniture	0.0
Printers	0.0
Other	0.0

Total administrative expenses (AR\$)	1,032.0	1,444.8	6,598.7	16,372.6	25,918.1
Spot FX Rate (AR\$/\\$)	100.0	140.0	196.0	274.4	384.2
Total administrative expenses USD	7.4	7.4	24.0	42.6	48.2

D46 - Managerial Expenses

	Y0	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5
Inflation rate (CPI,%)		40.0%	40.0%	40.0%	40.0%	40.0%
Personnel cost: CEO		2,496.0	3,494.4	4,892.2	6,849.0	9,588.6
Representation costs		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Fuel		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Lunchs & Dinners		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Parking		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Total managerial expenses (AR\$)		2,496.0	3,494.4	4,892.2	6,849.0	9,588.6
Spot FX Rate (AR\$/\\$)	100.0	140.0	196.0	274.4	384.2	537.8
Total managerial expenses (\\$)		17.8	17.8	17.8	17.8	17.8

D33 - Marketing Expenses

	Y0	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5
Inflation rate (CPI,%)		40.0%	40.0%	40.0%	40.0%	40.0%
Promotional discounts						
Brochures	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
POS displays	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
e-mailing	120.0	168.0	235.2	329.3	461.0	645.4
Stickers	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Magnets	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Distribution of promo materials	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Envelopes	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Ground mail	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Internet ads	1,600.0	2,100.0	2,499.0	3,148.7	4,187.8	879.4
Newspaper ads	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Magazine ads	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
TV ads	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Fairs and events	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Via publica ads	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Personnel cost: Marketing Mgr.	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Personnel cost: Marketing Analyst #1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Personnel cost: Marketing Analyst #2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Personnel cost: Marketing Analyst #3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Consulting costs	312.0	436.8	611.5	856.1	1,198.6	

Rent of marketing premises	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Rent 0800	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Maintenance 0800	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Internet fees	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Website maintenance	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Software/hardware maintenance	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Telephone expenses	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Installation of 0800 line	0.0
Telephone equipment	0.0
Computers	300.0
Printers	0.0
Website design (graphical)	0.0
Website design (IT)	0.0
Application software	
Posnet	0.0

Cocktail launch	
UTDT Fair	

Total marketing expenses (AR\$)	2,020.0	2,580.0	3,171.0	4,089.5	5,504.9	2,723.4
Spot FX Rate (AR\$/ \$)	100.0	140.0	196.0	274.4	384.2	537.8
Total marketing expenses (\$)	20.2	18.4	16.2	14.9	14.3	5.1

D39 - Software expenses

	Y0	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5
Inflation rate (CPI,%)		40.0%	40.0%	40.0%	40.0%	40.0%
Cost of Goods sold		0.0	5,454.5	14,509.1	39,609.8	63,771.7
Packaging						
Freights						
Total manufacturing expenses (AR\$)		0.0	5,454.5	14,509.1	39,609.8	63,771.7
Spot FX Rate (AR\$/)	100.0	140.0	196.0	274.4	384.2	537.8
Total manufacturing expenses (\$)		0.0	27.8	52.9	103.1	118.6

D49A - Cost of Equity Capital Ce (discount rate)

Rf US (1)	1.66%
Unlevered US beta (2)	1.33
Correlation Rho (3)	30.88
Total unlevered US beta (4)	0.04
(Rm-Rf) US	5%
Sigma return Burcap (ARG Market Index)	55%
Sigma return SP500 (USA Market Index)	29%
Venture Capital Premium VCP (5)	7.8%
Ce (6)	9.85%

Expected Inflation Rate US (%)	1.8%	2.0%	2.3%	2.8%	3.0%
--------------------------------	------	------	------	------	------

A. FCFF calculation (in \$)

	Y0	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5
Headcount	2	2	4	4	5	5
FX Rate (AR\$/)	100	140	196	274.4	384.16	537.82

Net sales (1)		7,020.00	18,181.80	48,363.59	132,032.60	212,572.48
% yearly increase (17)		99%	85%	90%	95%	15%
Manufacturing expenses (-)		0	0	0	0	0
As % of sales		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Gross cashflow (=)		7,020.00	18,181.80	48,363.59	132,032.60	212,572.48
As % of sales		1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
Mktg., Adm., Managerial & General Expenses (-)	2,175.00	6,561.00	14,198.94	30,977.38	69,579.39	103,742.13
As % of sales		0.93	0.78	0.64	0.53	0.49
Operating cashflow (=EBITDA, \$) (=)		459.00	3,982.86	17,386.21	62,453.21	108,830.35
As % of sales (EBITDA margin)		0.07	0.22	0.36	0.47	0.51
Depreciations (-)		100	100	100	0	0
As % of sales (5)		0.01	0.01	0.00	0.00	0.00
EBIT (=)		359.00	3,882.86	17,286.21	62,453.21	108,830.35
As % of sales (EBIT margin)		0.05	0.21	0.36	0.47	0.51
% tax rate (T) (4)		35%	35%	35%	35%	35%
Taxes \$ (-)		125.65	1,359.00	6,050.17	21,858.62	38,090.62
EBIT after taxes (=)		233.35	2,523.86	11,236.04	40,594.59	70,739.72
Depreciations (+)		100	100	100	0	0
Incremental OpEx (=WC) (-) (2)	0.00	558.09	1,509.09	4,183.45	4,026.99	
OpEx (WC) as % of sales		5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%
CapEx (-) (3)		246.70	638.95	1,699.61	4,639.94	7,470.31
CapEx as % of sales		3.51%	3.51%	3.51%	3.51%	3.51%

FCFF (=) (6)		-471.44	475.82	5,452.97	31,927.65	63,269.42
A PARTIR DE ACA SE DOLARIZAN LOS VALORES SEGÚN EL FX Rate (AR\$/) QUE APARECE A PRINCIPIO DE ESTE CUADRO						
FCFF (=) (6) USD		-3.37	2.43	19.87	83.11	117.64
Terminal Value (TV) = $[FCFF_{Y5} \times (1+g) / (WACC-g)]$						653.55
g=	0%					
Total FCFF (=FCFF+TV)		-3.37	2.43	19.87	83.11	771.19

FCFF for calculation of IRR and Payback (7)	-21.75	-3.37	2.43	19.87	83.11	771.19
Cumulative FCFF	-21.75	-25.12	-22.69	-2.82	80.29	851.49
Discounted FCFF	-21.75	-21.20	-16.17	-1.69	40.76	364.84
Cumulative discounted FCFF	-21.75	-42.95	-59.12	-60.81	-20.05	344.78

Cost of equity (Ce) (8)	18.00%
Enterprise Value (EV) (9)	USD 390.95
Debt Y0	0
Equity (11)	USD 390.95

Initial investment Y0	(\$21.75)
OpEx: WC investment Y0 (2)	(\$21.75)
CapEx: fixed assets investment Y0	\$0.00
Net Present Value (NPV, \$) (12)	\$369.20
Internal Rate of Return (IRR, %) (13)	115%
Simple Payback (years) (14)	4
Discounted Payback (years) (15)	4
Maximum exposure (\$) (16)	5

FCFF

En base a todos estos costos podemos concluir los siguientes resultados:

En base a todos estos números, podemos sacar los siguientes comentarios:

- VAN: USD 369.200
- En el año 2 vemos una disminución considerable del FCFF y esto se debe a que en el año dos se comienzan a pagar las regalías.
- En el WAAC incluimos un 2% de endeudamiento, pero la realidad es que el capital será invertido con capital propio, ya que se entiende que el Payback es muy elevado, y con las primeras facturaciones se podrá comenzar a solventar todos los gastos o su mayoría.
- Por esto anteriormente mencionado es que tampoco buscaremos inversores externos, para no tener que entre gar parte de nuestro negocio. Solo en el caso de que no estemos encontrando los resultados esperados, es que se analizará de concretar algún tipo de alianza o endeudamiento estratégico.
- La TIR da elevada por ser un servicio de Software y porque la inversión inicial es baja. El mayor gasto es el de publicidad.
- El Opex (Working Capital) fue disminuido a 5% ya que los gastos del software no son necesarios, se pagará un porcentaje de “regalías” por las ventas. Con esas regalías serán compensados los gastos que se tengan en México.

CONCLUSIONES

La conclusión del presente trabajo es que hay que aprovechar en principio de que el software ya está realizado, esto nos permite no tener que incurrir en grandes gastos para la creación del mismo.

Así mismo, se realizará un contrato que nos permitirá no tener que pagar regalías durante el primer año para que se pueda reinvertir todas las ganancias.

Otro tema muy importante es que al ser un Software, este tipo de servicio se puede vender en casi todas las partes del mundo. Es por esto, que en caso de tener éxito en el mercado local, será muy fácilmente poder replicar el negocio en otros países. El poder ir a otros países permitirá poder cobrar en moneda extranjera.

Por tal motivo, en caso de tener éxito en Argentina, se analizará dónde ubicar una empresa principal para que sea un estilo Holding para que se manejen todas las facturaciones desde allí.

Como conclusión final podemos comentar que el mercado de la salud es un mercado con mucho potencial, posiblemente al adentrarnos en este mercado, aparecerán nuevos negocios complementarios y nuevos socios con los cuales se podrán llegar a realizar diferentes tipos de negocios.

Sin más, se agradece por su tiempo.