

**PROCESOS Y REQUISITOS NECESARIOS CONFORME A EL COMERCIO  
EXTERIOR PARA QUE INTEGRA WEB INGENIERÍA S.A.S PARTICIPE EN EL  
MERCADO DEL PERÚ**

**Juan Jose Garcia Gómez**

**Id. 000298963**

**Universidad Pontificia Bolivariana – Seccional Bucaramanga  
Escuela de Economía, Administración y Negocios Internacionales  
Facultad de Administración de Negocios Internacionales  
Práctica Empresarial  
2020**

**PROCESOS Y REQUISITOS NECESARIOS CONFORME A EL COMERCIO  
EXTERIOR PARA QUE INTEGRA WEB INGENIERÍA S.A.S PARTICIPE EN EL  
MERCADO DEL PERÚ**

**Juan Jose Garcia Gómez**

**Id. 000298963**

**Informe de práctica empresarial para optar por el título de  
ADMINISTRADOR DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**Director: Diego Andrés Arenas Valdivieso**

**Docente de planta Universidad Pontificia Bolivariana  
Universidad Pontificia Bolivariana – Seccional Bucaramanga  
Escuela de Economía, Administración y Negocios Internacionales  
Facultad de Administración de Negocios Internacionales**

**Práctica Empresarial**

**2020**

**Dedicatoria**

A mí familia principalmente, mamá y papá

2 personas fundamentales en mi vida

las cuales me brindaron su apoyo, su atención, sus consejos

y lo más importante, su amor como el de ningún otro.

A mis hermanos, quienes a lo largo de estos años me recibían con intriga

y me cuestionaban curiosamente como se debe vivir la vida universitaria.

A mis tías y primos quienes en vacaciones compartíamos experiencias vividas

durante la hermosa etapa universitaria de los cuales recibía anécdotas buenas y malas

que en algunos casos fueron útiles para tomar sabias decisiones durante mi carrera universitaria.

Gracias a ellos soy el profesional que soy y hoy por hoy una persona íntegra llena de valores.

## **Agradecimientos**

A mis padres que son la base fundamental de mi familia personas admirables y luchadoras que fueron ejemplo a seguir en el transcurso de mi carrera.

A mis hermanos y demás familiares por su amor, dedicación y condicional apoyo.

A mis amigos más cercanos e igualmente colegas que durante la carrera alcanzamos grandes logros en diferentes áreas.

A mis dos jefes que me brindaron de la mejor disposición y acompañamiento posible

Durante el desarrollo de mis prácticas en la empresa.

## TABLA DE CONTENIDO

1.	ANTEPROYECTO .....	13
1.1.	PROBLEMA .....	13
1.1.1	Identificación del problema .....	13
1.1.2	Formulación del problema .....	13
1.1.3	Descripción del problema.....	13
1.1.4	Objetivo General .....	13
1.1.5	Objetivos Específicos.....	13
1.1.6	Alcance.....	14
1.1.7	Metodología.....	14
2.	DIAGNOSTICO DEL SECTOR SERVICIOS.....	15
2.1.	Importancia del sector en la economía colombiana .....	15
2.2.	La importancia en el uso del Software .....	16
3.	CUERPO DEL PROYECTO.....	16
3.1.	ESTUDIO DE MERCADO .....	16
3.1.1.	Razones para exportar a Perú .....	18
3.1.2.	Condiciones de acceso para Perú .....	18
3.1.3.	Análisis de la Competencia.....	22
3.2.	CONOZCA LA DEMANDA DE SU SERVICIO .....	26
3.2.1.	Nuevas tendencias del sector salud debido a la actualidad del covid-19 en sistemas informáticos.....	26
3.2.2.	Segmentación demográfica en profesionales de salud .....	28
3.2.3.	Segmentación Psicográfica.....	28
3.3.	EVALUE SU CAPACIDAD EMPRESARIAL .....	29
3.3.1.	Marketing Mix.....	29
4.	DISEÑE SU ESTRATEGÍA EXPORTADORA .....	38
4.1	Precios para el mercado peruano .....	38
4.2.	Modo y canal de exportación.....	39
4.3.	Promoción de Software Médico en Perú .....	39
4.4.	Estrategia de Incursión al Mercado peruano .....	41
4.4.1.	Consideración del Product/Market Fit en Perú .....	41
4.4.2.	Definición del North Star Metric para Perú .....	42
4.4.3.	Definición del embudo AARRR para Perú.....	43
4.4.4.	Orden ideal de los 7 grados de libertad para SM en Perú .....	44

5.	CONOZCA LA REGLAMENTACIÓN TRIBUTARIA DEL PAÍS DE DESTINO DE SU EXPORTACIÓN:.....	44
5.1	Tramites y Documentos a tener en cuenta para la Exportación de Servicios.....	45
6.	IDENTIFIQUE LOS ACUERDOS INTERNACIONALES RELEVANTES PARA SU EXPORTACIÓN:.....	49
6.1.	Tratados de libre comercio o acuerdos multilaterales a favor .....	49
7.	TENGA CLARO, CUÁLES SON LOS IMPUESTOS QUE SE DEBEN PAGAR EN COLOMBIA: .....	52
8.	CONCLUSIONES.....	53
9.	BIBLIOGRAFIA.....	54

**TABLA DE TABLAS**

Tabla 1 Cronograma de actividades .....	14
Tabla 2 Análisis del Sector de Servicios Digitales .....	15
Tabla 3 Datos Generales Peru .....	17
Tabla 4 Clasificación de Servicios .....	17
Tabla 5 Análisis Modelo de Negocio de la Competencia .....	22
Tabla 6 Análisis de Precios de la Competencia .....	22
Tabla 7 Seguimiento de Contacto inicial de la Competencia .....	23
Tabla 8 Modelo de Negocio Telemedicina .....	27
Tabla 9 Buyer Persona .....	29
Tabla 10 Debilidades y Fortalezas .....	30
Tabla 11 Top Módulos Adicionales .....	32
Tabla 12 Siete Grados de Libertad .....	44
Tabla 13 Exportaciones de Servicios en la CAN .....	50

**TABLA DE GRAFICAS**

Grafica 1 Tasa de Crecimiento de Servicios .....	17
Grafica 2 Diagrama de Procesos MKT DIGITAL .....	20
Grafica 3 Diagrama de Proceso de Ventas .....	20
Grafica 4 Diagrama de Proceso de Producción .....	21
Grafica 5 Tipos de Clientes de la Competencia .....	23
Grafica 6 Ranking por Búsquedas de Posicionamiento Inorgánico.....	24
Grafica 7 Respuesta entera por Email MKT .....	24
Grafica 8 Estructura y Preparación Páginas Web.....	25
Grafica 9 Redes Sociales Potenciales.....	25
Grafica 10 Embudo AARRR .....	43
Grafica 11 Estructura de Exportaciones .....	50

**TABLA DE ILUSTRACIONES**

Ilustración 1 Segmentación Demográfica de Clientes Potenciales .....	28
Ilustración 2 Brochure ilustrativo.....	31
Ilustración 3 Paquete Basico de Software Médico .....	32
Ilustración 4 Feed del Facebook .....	34
Ilustración 5 Feed del Instagram .....	35
Ilustración 6 Pagina Web .....	35
Ilustración 7 Canal de Distribución para Software.....	39
Ilustración 8 Piezas Graficas.....	40
Ilustración 9 Product Market Fit .....	42
Ilustración 10 Camara de Comercio Integra Web Ingenieria SAS .....	45
Ilustracion 11 RUT INTEGRA WEB INGENIERIA SAS.....	46
Ilustración 12 Factura Internacional.....	47
Ilustración 13 Formulario no 5 .....	48

9/10/2020

[www.upbbga.edu.co/biblioteca/formaton.php](http://www.upbbga.edu.co/biblioteca/formaton.php)**RESUMEN GENERAL DE  
TRABAJO DE GRADO**

**TITULO:** PROCESOS Y REQUISITOS NECESARIOS CONFORME A EL COMERCIO EXTERIOR PARA QUE INTEGRA WEB INGENIERÍA S.A.S PARTICIPE EN EL MERCADO DEL PERÚ

**AUTOR(ES):** Juan José Garcia Gomez

**PROGRAMA:** Facultad de Administración de Negocios Internacionales

**DIRECTOR(A):** Diego Andrés Arenas Valdivieso

**RESUMEN**

Integra Web Ingeniería SAS es una empresa dedicada a la creación, personalización y modificación de productos digitales, Software Médico como su marca insignia ofrece para el sector salud soluciones digitales en la atención de pacientes, manejo de historias clínicas y registro de toda su información con una propuesta de valor bastante demarcada en la personalización, certificaciones internacionales y protocolos de seguridad y un incondicional apoyo técnico. El siguiente proyecto de grado da una solución a las principales inquietudes y dificultades que presentaba la empresa para hacer presencia y participar en un mercado atractivo identificado hace más de un año. Por medio de "Guía práctica para exportar servicios desde Colombia" planteada por Procolombia, se adaptada dicho modelo a Software Médico en donde se brindan los requisitos y procesos necesarios para llegar al mercado del Perú, destino elegido y reafirmado por el trabajo realizado el cual incita a dar un brinco al mercado internacional.

**PALABRAS CLAVE:**

software, personalización, mercado, médico, internacional, requisitos, procesos

**V° B° DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO**

**GENERAL SUMMARY OF  
WORK OF GRADE**

**TITLE:** PROCESSES AND REQUIREMENTS NECESSARY  
ACCORDING TO FOREIGN TRADE FOR INTEGRA WEB  
INGENIERÍA S.A.S TO PARTICIPATE IN THE PERU  
MARKET

**AUTHOR(S):** Juan José Garcia Gomez

**FACULTY:** Facultad de Administración de Negocios Internacionales

**DIRECTOR:** Diego Andrés Arenas Valdivieso

**ABSTRACT**

Integra Web Ingeniería SAS is a company dedicated to the creation, customization and modification of digital products, Software Médico as its flagship brand offers digital solutions in the healthcare sector, management of medical records and registration of all your information with a value proposition quite demarcated in customization, international certifications and security protocols and unconditional technical support. The following work of degree provides a solution to the main concerns and difficulties presented by the company to make a presence and participate in an attractive market identified more than a year ago. Through *"Practical Guide to Exporting Services from Colombia"* raised by Procolombia adapted the above mentioned model to Software Médico where the requirements and necessary processes are offered to come to the market of Peru, destination elected and reaffirmed by the realized work which incites to give a jump to the international market.

**KEYWORDS:**

software, customization, market, health, international, requirements, processes

**V° B° DIRECTOR OF GRADUATE WORK**

## INTRODUCCIÓN

Integra Web es una empresa especializada en la ingeniería de software, con sede en Bucaramanga - Santander. Planteamos el logro de poder llevar las nuevas tecnologías de *diseño y programación de software* al apoyo de aquellos sectores cuyo desempeño se puede ver seriamente optimizado con la implementación de sistemas automatizados y dinámicos.

Como empresa constituida hace 7 años ha logrado un gran y exponencial avance en el mundo de las TIC de la mano con instituciones como el MINTIC e InnPulsa principalmente.

En su inicio fue una empresa con tan solo 5 personas, hoy son más de 15 las cuales trabajan bajo los estándares propuestos por las certificaciones ISO 9001 (Gestión de calidad) ISO 27001 (Seguridad de la información). Durante este periodo de tiempo la empresa ha participado en eventos como nacionales e internacionales en las ciudades de Bogotá, Cartagena y Bucaramanga en donde se ha dado un reconocimiento y una categórica importante en Desarrollo y Tecnología del sector salud.

Por lo anterior descrito y el trabajo especializado que se hace con cada cliente, la calidad y exclusividad de servicio ofrecido con un sistema robusto e integro en donde el especialista tiene el poder de customizar y adicional a ello cuenta con un apoyo incondicional de nuestro equipo, hoy por hoy es como la marca de Software Médico se ha ganado la confianza y el agrado de trabajar con cientos de usuarios en el sector salud a nivel nacional.

El objetivo de este proyecto de grado es lograr ese gran avance y presencia nacional en un mercado extranjero como lo es Perú, el cual ya ha sido estudiado previamente y definido por la empresa y será la oportunidad inicial para dar un brinco al mercado internacional.

## **1. ANTEPROYECTO**

### **1.1. PROBLEMA**

#### **1.1.1 Identificación del problema**

Desconocimiento en procedimientos legales, arancelarios y tributarios como en la documentación necesaria para operar en el Perú.

#### **1.1.2 Formulación del problema**

¿Cuáles son los procedimientos legales, arancelarios y tributarios necesarios para operar internacionalmente con el servicio de Software Médico en el país de Perú?

#### **1.1.3 Descripción del problema**

Teniendo en cuenta la conveniencia para INTEGRAL WEB INGENIERIA S.A.S como empresa colombiana contar con una estrategia de internacionalización y un plan de exportación consolidado para brindarle la oportunidad de obtener reconocimiento y experiencia en el mercado peruano. Decidí trabajar en las herramientas y los medios suficientes para que la empresa tenga la forma de conectar en un futuro cercano con diferentes destinos, para este caso será el Perú.

Una vez se realice el análisis pertinente y a profundidad de las dificultades o falencias que traerá para la empresa ingresar a dicho mercado se procederá en gestionar y acondicionar a INTEGRAL WEB INGENIERIA S.A.S en todos los aspectos de comercio internacional (formalidad legal y tributaria) para que se adapte al régimen legal de exportación.

El gran mérito de llevar este proyecto a cabalidad con el servicio de Software Médico es lograr que la empresa haga presencia en Perú abriéndose a grandes posibilidades de participar en eventos del sector salud y lograr posicionarse por medio del marketing digital como una de las mejores opciones en dicho país. Hay la certeza de que se cuenta con una plaza potencial de clientes puesto que el país vecino carece de oferta en cuanto cantidad y calidad para este tipo de servicios sistematizado en sector salud lo cual lo convierte en una atractiva oportunidad.

#### **1.1.4 Objetivo General**

Determinar procesos y requisitos necesarios conforme al comercio exterior para que Integra Web Ingeniería S.A.S exporte a el mercado peruano el servicio de Software Médico

#### **1.1.5 Objetivos Específicos**

1. Describir el proceso de incursión de Integra Web Ingeniería SAS con el servicio de Software Médico para Perú.
2. Comprender el mercado e identificar la competencia existente de Software en el sector salud.
3. Diseñar una estrategia para la exportación de este tipo de software al país destino.
4. Adoptar requisitos legales y tributarios para realizar una exportación de este tipo de servicios a Perú.

### 1.1.6 Alcance

El alcance buscado con este proyecto es intensificar la presencia de la empresa en mercados internacionales, proporcionar todas las herramientas y requisitos válidos para que una empresa (micro-pyme) como Integra Web Ingeniería S.A.S. pueda realizar exportación del servicio Software Médico a Perú y llegar a ejecutar el plan las veces que requiera hacer una exportación según la demanda en ese mercado.

Durante los 6 meses de práctica se proporcionarán ideas, herramientas y requisitos válidos para ejecutar el paso a paso dispuesto en el proyecto bajo los lineamientos y tiempos de la empresa.

Para la investigación profunda se recopilará información de diferentes bases de datos internas y externas con el fin de determinar los clientes potenciales en el exterior, en especial el mercado de Perú y así diseñar el plan exportador a dicho mercado.

La finalidad es crear una guía para que la empresa continúe abriendo sus puertas a otros mercados internacionales y siga siendo una empresa reconocida por su garantía y credibilidad al público, customización y calidad de sus sistemas, exclusividad y asistencia personalizada en software para el sector salud de Colombia y demás países.

### 1.1.7 Metodología

La metodología para llevar a cabo el desarrollo de este proyecto va a ser de tipo cualitativo, descriptivo y con un componente exploratorio, en el cual se utilizarán fuentes secundarias como Procolombia, DIAN, Apps.co, Fedesoft y en cuanto a Perú entidades como MinCETUR, SUNAT, ApeSoft al igual que análisis e investigación con algunas empresas tomadas por consideración, con el fin de alcanzar los objetivos planteados en este trabajo de grado.

Siguiendo un cronograma de actividades el cual queda estipulado así:

*Tabla 1 Cronograma de actividades*

<b>ACTIVIDADES</b>	<b>MES 1</b>	<b>MES 2</b>	<b>MES 3</b>	<b>MES 4</b>	<b>MES 5</b>	<b>MES 6</b>
<b>Objetivos, alcance, metodología, actividades</b>	<b>X</b>					
<b>Diagnóstico del sector y definición del proceso exportación</b>	<b>X</b>					
<b>Estudio de Mercado (Perfil del país a exportar Condiciones de acceso y Análisis de la competencia)</b>		<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>		
<b>Conocimiento de la Demanda (Tendencias y actualidad en Perú, Segmentación del tipo de cliente)</b>				<b>X</b>	<b>X</b>	

<b>Capacidad empresarial (definición del Marketing Mix empresarial)</b>				<b>X</b>	<b>X</b>	
<b>Diseño de Estrategia Exportadora para Perú</b>					<b>X</b>	<b>X</b>
<b>Definir la Reglamentación Tributaria del País de Destino</b>						<b>X</b>

*Fuente: Elaboración propia*

## 2. DIAGNOSTICO DEL SECTOR SERVICIOS

### 2.1. Importancia del sector en la economía colombiana

El sector terciario en Colombia es uno de los más desarrollados e importantes para la economía del país. De acuerdo con el DANE el sector terciario aloja alrededor del 80% de la fuerza laboral del país. Las principales y más demandantes actividades en este sector son las de comercio, las telecomunicaciones, el transporte, la medicina, la salud pública, la educación, el turismo, la administración y las finanzas. Por este motivo se le conoce como sector servicios o industria 4.0

El Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas de Colombia determina que de los establecimientos económicos que existen en el país, el 48 % está dedicado al comercio mientras que el 40 % está destinado al ofrecimiento de servicios.

*Tabla 2 Análisis del Sector de Servicios Digitales*



*Fuente: DANE*

En esta imagen, uno de los últimos reportes generados por la DIAN en cuanto al análisis del Sector Servicios en Colombia podemos apreciar la variación de los ingresos operacionales año 2018/2017

en dónde Integra Web entraría a participar en el primer rubro de Inmobiliarias y empresariales (Desarrollo de sistemas informáticos y procesamiento de datos) con una ponderación del 21% de los ingresos del sector.

Esta estadística es otro índice que soporta la importancia que está ganando este tipo de actividades y empresas en el PIB y empleo para la nación.

## **2.2. La importancia en el uso del Software**

Para el sector salud en Colombia hoy en día radica en el uso que las personas le den, no se trata solamente de adquirir un paquete y plataforma en donde se reportara y vigilara el control día a día de los pacientes, estamos hablando de optimizar tareas, incrementar ganancias, aumentar ingresos, optimizar tiempos, hacer la vida más fácil, gracias a que un software de este tipo hoy en día nos permite hacer infinidad de cosas que años atrás eran confusas y tediosas.

Si vemos este tipo de Servicios tendrán un buen acogimiento en cualquier país ya que, con el tiempo, la normativa y la exigencia del mercado lo demandará. Debido a que la idea es determinar los procesos y requisitos necesarios para incursionar en Perú con el servicio de Software Médico me apoyo en la “*Guía Práctica Para Exportar Servicios Desde Colombia de Procolombia*” como proceso a seguir para realizar en un futuro dicha actividad.

## **3. CUERPO DEL PROYECTO**

“Los servicios están presentes en cada una de las cosas que nos rodean, aunque no se ven, están en todas las actividades que realiza el ser humano; gracias a ellos son los mayores contribuyentes al bienestar de los ciudadanos, a diferencia de los Bienes, estos son intangibles sin poder verse o tocarse, sin embargo, pueden ser objeto de transacción y satisfacen las necesidades o deseos de los clientes” *Guía práctica para exportar servicios de Colombia*

¿Qué aspectos previos a la exportación de servicios debo tener en cuenta?

### **3.1. ESTUDIO DE MERCADO**

El objetivo del estudio de mercado en Perú es realizar una selección acertada del mercado para determinar las características específicas del país o región a donde queremos exportar, identificando precios de exportación, impuestos, requisitos legales, identificación de acuerdos comerciales y de doble tributación, comportamiento de oferta y demanda y otros aspectos relevantes analizando los mercados potenciales identificando oportunidades y amenazas.

## PERÚ

Tabla 3 Datos Generales Peru

## DATOS GENERALES

<b>Capital:</b>	Lima
<b>Superficie:</b>	1.285.216 km <sup>2</sup>
<b>Población 2019:</b>	32.495.510 Habitantes
<b>Moneda:</b>	USD=3,34 Nuevo Sol (PEN), promedio 2019
<b>EXPORTACIONES 2019</b>	
<b>Total</b>	<b>USD 45.135,2 millones</b>
<b>Principales productos:</b>	Minerales de cobre (26,3%), oro (14,9%), petróleo refinado (5,1%), minerales de cinc (3,6%), cobre refinado (3,5%), harina, polvo de carne y moluscos (3,3%).
<b>Destinos:</b>	China (29,2%), Estados Unidos de América (12,3%), Canadá (5,3%), Suiza (5,0%), Corea, República de (4,9%), Colombia (1,697%).
<b>PIB corriente (2019):</b> USD 228.989,0 millones	
<b>PIB per cápita (PPP 2019):</b> USD 14.719,1	
<b>Crecimiento PIB real (2018 y 2019):</b> 4,0 % y 2,2 %	
<b>IED en Perú( 2018)</b> USD 6.175,1 millones	
<b>IMPORTACIONES 2019</b>	
<b>Total</b>	<b>USD 42.364,0 millones</b>
<b>Principales productos:</b>	Petróleo refinado (7,7%), petróleo crudo (5,8%), automóviles de turismo (3,6%), teléfonos (3,5%), vehículos para mercancías (2,4%), maíz (1,9%).
<b>Origen:</b> □	China (24,2%), Estados Unidos de América (20,8%), Brasil (5,7%), México (4,4%), Argentina (4,2%), Colombia (3,145%).

Fuente: OMC

Tabla 4 Clasificación de Servicios

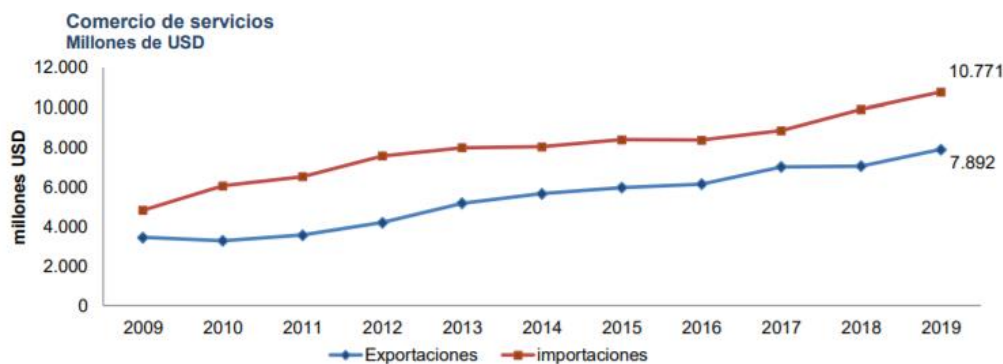
Comercio de servicios 2019 \* (estructura)  
Millones de USD

	Exportaciones	Importaciones
<b>Total servicios</b>	<b>7.892,0</b>	<b>10.771,0</b>
<i>Servicios comerciales.</i>	<i>7.714,0</i>	<i>10.577,0</i>
- Transporte	1.648,0	3.164,0
- Viajes	4.238,0	2.889,0
- Otros servicios comerciales.	1.828,0	4.518,0
<i>Bienes y servicios gubernamentales n.i.e.</i>	<i>178,0</i>	<i>194,0</i>

\* Año con información desagregada

Fuente: OMC

Grafica 1 Comportamiento balanza comercial de Servicios



Fuente: OMC

### 3.1.1. Razones para exportar a Perú

- Según el Perú “*Service Summit*” del año 2018 en la industria del Software en el vecino país los 5 sectores con mayor demanda son: Sector Minero, Sector Financiero, Sector Turismo, Sector Salud y Farmacéutico, Sector Telecomunicaciones.
- Mayor estandarización y exigencias con la normativa y los deberes de los especialistas en el área médica para el manejo y reporte de la información de sus pacientes en Perú.
- Una nueva forma de reducir costes a través del BPO (necesidad de las empresas y centros médicos por solamente dedicarse a su core business) y de la Telemedicina la cual incrementa su demanda en el año actual.
- Emergen empresas relevantes y calificadas en Colombia para desarrollar este tipo de sistemas en la nube y ofrecerlos a distintos países.

### 3.1.2. Condiciones de acceso para Perú

- **Comportamiento de la oferta y demanda en sector servicios del Perú**

Perú es un país con unos rezagos tecnológicos demarcados. El bilingüismo, el conocimiento técnico y la falta de profesionales con enfoque en el desarrollo y el manejo de sistemas son aspectos claves en los que el Perú debe trabajar para contar con una industria del software más desarrollada y robusta. Es importante para ellos apoyar adicionalmente iniciativas promovidas por organizaciones del sector privado como **APESOFT** (Asociación Peruana de Productores de Software), que promueven el PACIS (Programa de Apoyo a la Competitividad de la Industria del Software) para lograr la certificación CMMI (Capability Maturity Model of Integration). Muy pocas empresas peruanas cuentan con dicha certificación, la cual resulta muy importante, pues certifica los estándares que los compradores de software o de outsourcing buscan internacionalmente.

En Latinoamérica México, Brasil, Argentina, Chile y Colombia son las más significativas.

- **Cumplimiento y ajustes en la normativa peruana**

En cuanto a la norma vigente y regente en Perú para este tipo de sistemas o herramientas informáticas de la salud, Software Médico ha adoptado y adaptado la reglamentación para poder operar y ofrecer sus servicios a los profesionales y administradores que la requieran como son los diagnósticos CIE (Clasificación Internacional de Enfermedades) en la versión 10.3 para el país vecino o el reporte de atenciones CPT (Current Procedural Terminology) que allí maneja con sus actualizaciones periódicas y el Reglamento de Ley No. 30421 (lineamientos generales y gobernanza para la implementación y desarrollo de herramientas informáticas en la salud) en conjunto al Decreto Supremo No 003.2019-SA (Plan de Acción y la Relación de bienes y servicios requeridos para enfrentar la Emergencia Sanitaria)

- **Impuestos**

Según los Acuerdos de Doble Tributación (ADT) en el caso con la Comunidad Andina de Naciones (CAN) por concepto de exportación de servicios como suministro transfronterizo originada en el país de Colombia, el exportador debe pagar un 30% de impuesto a la renta en Perú y este se

descuenta por ser pagado en el exterior por el mismo concepto sobre el mismo ingreso y por el mismo período, correspondiente a la retención que le practican a título de renta en el país vecino.

IVA (Impuesto al Valor Agregado)

- ✓ Exención
- ✓ Modo 1 (suministro transfronterizo)

Si su servicio cruza la frontera de Colombia y el servicio no regresará al país (por vía de reexportación o porque el servicio fue usado efectivamente en Colombia), facture con IVA 0 (cero) y conserve los documentos de soporte de acuerdo con lo establecido en el Decreto 2223 de 2013.

Modo 1 (suministro transfronterizo)

El Artículo 481 del Estatuto Tributario establece en su literal C, la devolución del IVA para servicios prestados en el país y que se utilicen exclusivamente en el exterior. Para esto, junto con la solicitud, se deberán presentar los documentos soporte de la exportación, a saber:

1. Factura.
2. Alguno de los siguientes documentos:
  - ✓ Oferta mercantil de servicios o cotización y su correspondiente aceptación
  - ✓ Contrato entre usted y el importador de sus servicios
  - ✓ Orden de compra de servicios o carta de intención y acuse de recibo.
3. Certificación del prestador de servicios indicando que el servicio será utilizado exclusivamente en el exterior

- **Tendencia**

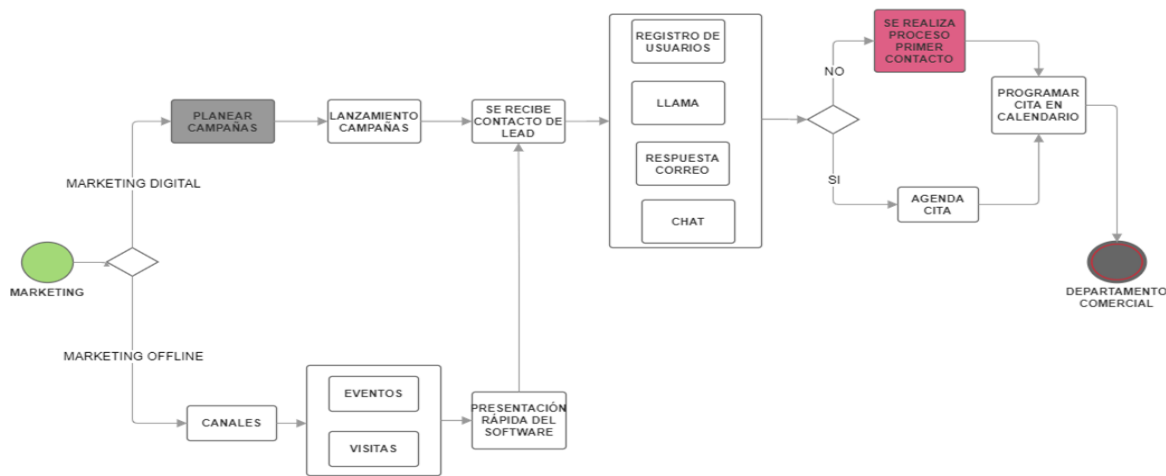
Los Gobiernos nacional, regional y local están adecuando sus procedimientos y modernizando los soportes tecnológicos de sus entidades, instituciones o centros médicos para estar acorde con las exigencias del sistema de comunicación moderno. También se observa un notorio incremento en el uso de estos por parte del Sector Minero, Sector Financiero, Sector Turismo, y Sector Telecomunicaciones.

- **Canal de Distribución**

En el Perú encontramos dos tipos de distribución y comercialización de software: los que se aplican a la comercialización de productos de software (*software empaquetado*) y los correspondientes a los servicios asociados (*software a la medida*), tales como consultoría, integración de sistemas, desarrollo y mantenimiento de software, entre otros. La venta directa involucra una etapa previa de conocimiento de los requerimientos del cliente, la elaboración de una propuesta técnica y económica y la demostración del producto. Según las empresas del sector, el proceso de venta toma en promedio semanas o meses. En el caso de Software Médico (*Integra Web Ingeniería SAS*) todo el proceso toma alrededor de:

## Departamento de Marketing Digital

Grafica 2 Diagrama de Procesos MKT DIGITAL



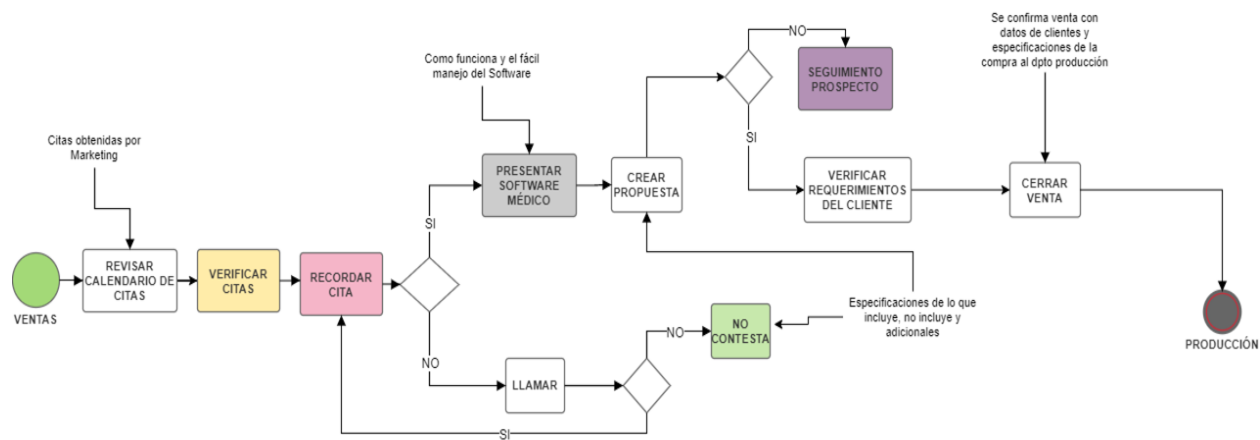
**Fuente:** INTEGRA WEB SAS/ elaboración propia

Duración del proceso:

15 horas a 30 horas en generar leads según modificaciones.

## Departamento de Ventas o Comercial

Grafica 3 Diagrama de Proceso de Ventas



**Fuente:** INTEGRA WEB SAS/ elaboración propia

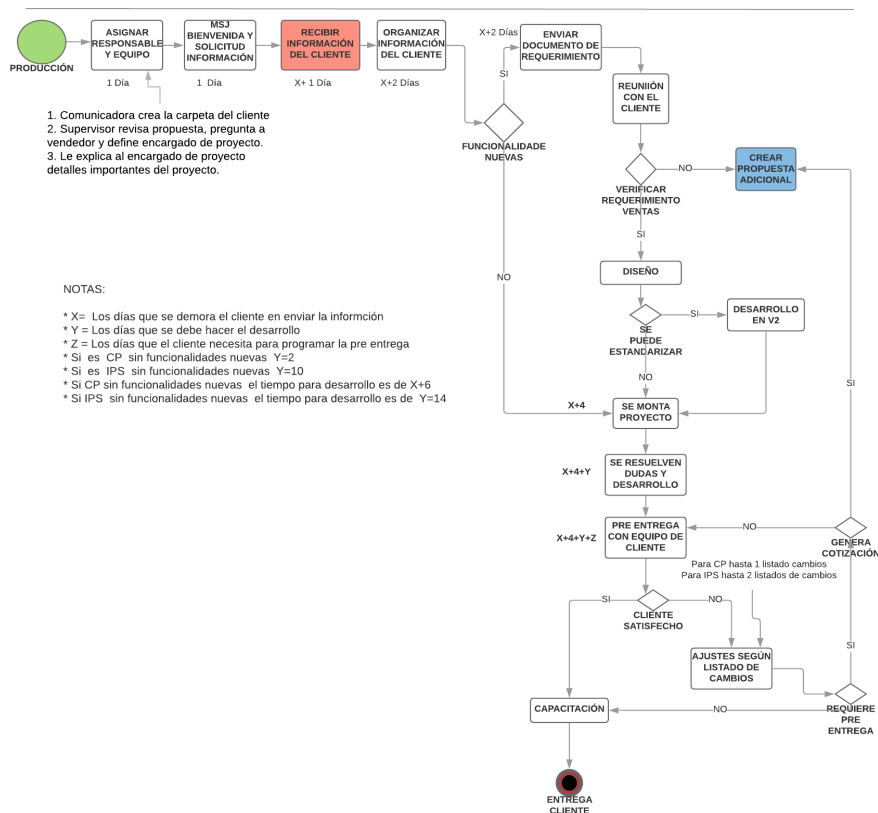
Duración del proceso:

7 días para CP ofreciendo un descuento del 20%

15 días para las IPS ofreciendo un descuento del 20%

Departamento de Producción

*Grafica 4 Diagrama de Proceso de Producción*



**Fuente:** INTEGRA WEB SAS/ elaboración propia

Duración del proceso:

8 días hábiles para CP

20 días hábiles para IPS

### 3.1.3. Análisis de la Competencia

Según indicaciones dadas por mí supervisor de prácticas realice un análisis de competencia con 8 distintas empresas en diferentes países, estas consideradas competencias directa en cuanto venta de Software como herramienta para la gestión y administración de la información en el sector salud. Las empresas tomadas para este análisis son: Software Médico (Colombia), AgendaPro (Chile), SICME (Colombia), Sanadrive (Colombia), Medifolios (Perú), Avances (Colombia), Hospitec (Colombia), ClinicCloud (España) y Biofile (Colombia).

Los resultados de este análisis provienen de una investigación cuantitativa donde tuve la oportunidad de hacerme pasar por un “futuro cliente” de tal modo que recibí información valiosa por parte de los asesores comerciales de cada una de las empresas, recopilé esta información con la cual pude realizar tablas y gráficos conforme a los puntos a revisar y los resultados fueron los siguientes

- Modelo o planteamiento del negocio

*Tabla 5 Análisis Modelo de Negocio de la Competencia*

COMPETENCIA	CONTACTO			INTERACCIÓN			INTRODUCCIÓN			CIERRE			TOTAL
	Correo	Whatsapp	Llamada	Interes	Empatía	Disposición	Presentación	Demo	Video	Sostienen precios	Formas de Pago	Pagos Automaticos	
SM	3	5	4	4	4	5	4	0	0	4	5	0	39
AgendaPro	5	4	5	4	5	4	4	0	0	4	5	0	40
SICME	4	0	0	2	0	0	0	0	3	3	4	0	16
Sanadrive	0	3	5	3	4	2	0	3	0	1	4	0	25
Medifolios	3	0	2	3	4	3	3	0	0	3	3	0	24
Avances	4	5	5	5	5	5	5	0	0	4	5	0	43
Hospitec	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
CliniCCloud	4	3	3	5	5	4	0	4	0	5	0	5	38
Biofile	5	3	0	2	2	0	0	0	3	2	4	0	21

**Fuente:** Elaboración Propia

Análisis de la tabla: Avances, AgendaPro y Software Médico respectivamente son las empresas que manejan una mejor calificación de 0 a 5 (0 no tiene/ no aplica – 5 nota más alta) en cuanto al modelo de negocio, la sumatoria de cada uno de los pilares que la conforman los lleva a ser los más completo entre las empresas a estudiar.

- Precios promedio

*Tabla 6 Análisis de Precios de la Competencia*

Precios a 3 AÑOS	MUY BAJO	BAJO	MEDIO	ALTO	MUY ALTO
SM				X	
AgendaPro			X		
SICME			X		
Sanadrive	X				
Medifolios					
Avances					X
Hospitec					
CliniCCloud				X	
Biofile		X			

**Fuente:** Elaboración Propia

Análisis de la tabla: Según los precios y la metodología de cobro de las distintas empresas por sus servicios (varían en: licencia vitalicia – licencia x arrendamiento – Soporte Técnico) entre las 3 con el precio más caros se encuentran Avances, Software Médico y Cliniccloud.

- Tiempos de respuesta y reacción

*Tabla 7 Seguimiento de Contacto inicial de la Competencia*

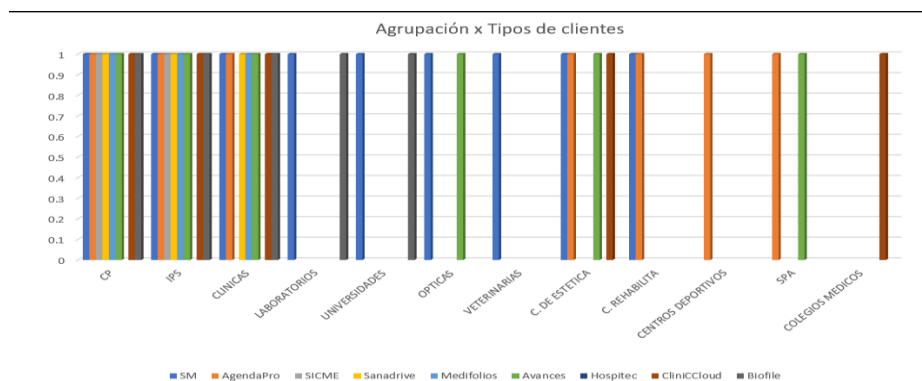
CALIFICACIÓN (1 - 5)	1	2	3	4	5
SM				X	
AgendaPro				X	
SICME			X		
Sanadrive			X		
Medifolios		X			
Avances					X
Hospitec	X				
CliniCCloud				X	
Biofile				X	

**Fuente:** Elaboración Propia

Análisis de la tabla: La mayor calificación la logran las empresas que logran contactar e informar a los leads interesados en algún post o página web con mayor prontitud una vez la persona muestra interés en ella, ya sea por correo, whatsapp o por medio de una llamada telefónica logrando mayor impacto y confianza en las personas.

- Tipos de cliente

*Grafica 5 Tipos de Clientes de la Competencia*



**Fuente:** Elaboración Propia

Análisis de la tabla: En este análisis encontramos que las distintas empresas evaluadas agrupan la mayoría de sus clientes en Consultorios Particulares, IPS y las Clínicas. Depende de la flexibilidad y de la gama de opciones que tenga el sistema para algunas empresas se vuelve como su único nicho de mercado.

- Fuentes de contacto para generar leads

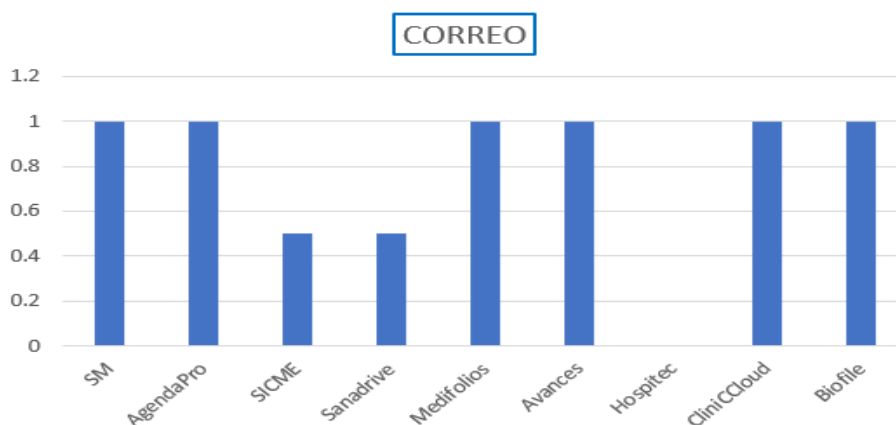
*Grafica 6 Ranking por Búsquedas de Posicionamiento Inorgánico*



**Fuente:** Elaboración Propia

Análisis de la tabla: Acá podemos apreciar las principales ofertas por Adwords en el buscador de Google por posicionamiento inorgánico por el cuál entre más cercano se encuentre al zero (0) más visible es entre las primeras opciones y entre más alejado (2 o 3) requiere de una mayor búsqueda para dar al sitio web de esa empresa.

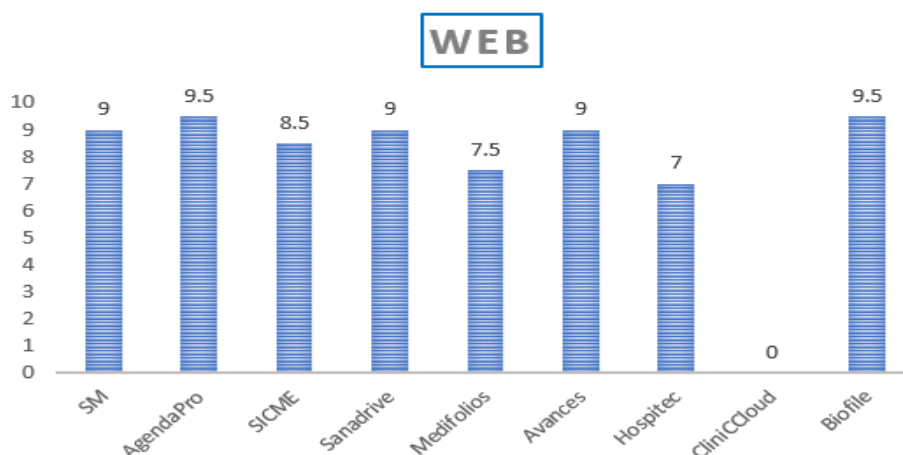
*Grafica 7 Uso y respuesta rápida en e-mail MKT*



**Fuente:** Elaboración Propia

Análisis de la tabla: Para este caso, entre más cerca se encuentre la barra al No.1 más inmediata es la respuesta por correo acerca de cualquier solicitud, cotización o consulta hacía la empresa.

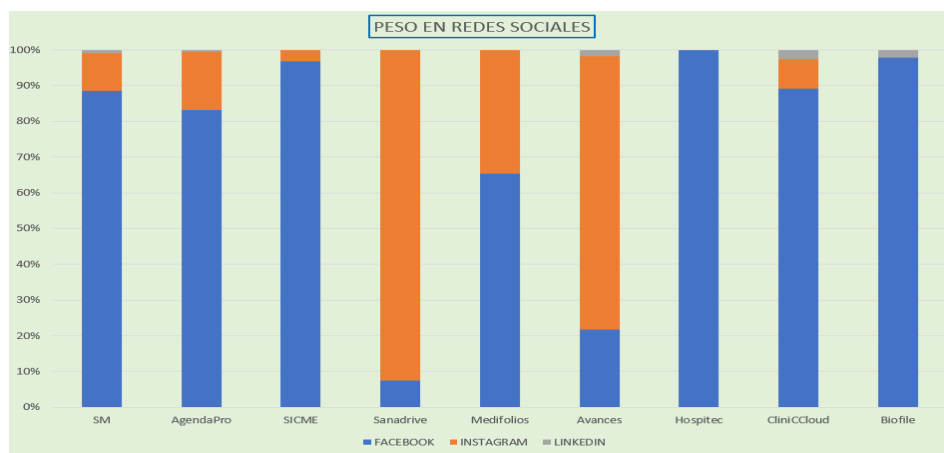
Grafica 8 Estructura y Preparación Páginas Web



**Fuente:** Elaboración Propia

Análisis de la tabla: Escala del 1 al 10 en cuanto a mejor puntuación para página web en cada una de las empresas a considerar, se tomó en cuenta variables cómo: diseño novedoso y cómodo, rubros en la página, blog informativo y preguntas frecuentes, espacio visible para generar un contacto, planes, paquetes y precios, credibilidad y soporte de la empresa en el mercado.

Grafica 9 Redes Sociales Potenciales



**Fuente:** Elaboración Propia

Análisis de la tabla: En este grafico apreciamos la red social que tiene más peso y reconocimiento entre el segmento de mercado para cada uno de los casos. Depende de frecuencia de sus posts, reacciones de ellos, contenido en general, cantidad de seguidores y perfil informativo. Se tomo en cuenta Facebook, Instagram y LinkedIn.

## Conclusiones

- Sin lugar a duda Software Médico ante la competencia es una de las más representativas y ejemplares en el mercado por su compacta oferta con un servicio integral y comprometido en todos los aspectos.
- Una de las principales incidencias en el momento de la compra es el alto precio que tiene Software Médico en el mercado frente a los demás, solo comparable con Avances entre los cuales lideran con los precios más altos.
- En cuanto el modelo o planteamiento del negocio al posible cliente (lead) aún Software Médico tiene cosas por mejorar para tratar de superar esas primeras etapas las cuales se las está ganando Avances y Agendapro.

### 3.2. CONOZCA LA DEMANDA DE SU SERVICIO

Para conocer las exigencias, comportamientos y las tendencias, debemos conocer que es lo que quieren los clientes en el mercado objetivo, saber si nuestro servicio se adapta totalmente al mercado e identificar la dinámica del mismo.

El tema de la competencia es otro importante factor por revisar, ¿Quién suplente la demanda actualmente?, ¿Cuál es la distribución del mercado actual? ¿Cómo es la participación de los principales actores?, ¿Cuál es el tamaño del mercado?

Finalmente, un conocimiento más detallado el cuál conocemos por segmento objetivo. ¿Cuáles son las características del mercado objetivo o potenciales compradores?

#### 3.2.1. Nuevas tendencias del sector salud debido a la actualidad del covid-19 en sistemas informáticos

Debido al enorme problema sanitario y social que representa está nueva pandemia hoy por hoy la recomendación es la de permanecer en el domicilio como una de las medidas epidemiológicas más importantes en cuanto a distanciamiento y confinamiento social, imprescindibles para tratar de controlar la difusión del virus.

Todos sabemos que los centros médicos no dejan de ser entornos de riesgo donde la posibilidad de contagio es muy reseñable y de hecho, ahí están las cifras de personal sanitario contagiado por este agente infeccioso que al parecer amenaza con permanecer en nuestras vidas o por lo menos por una temporada extensa.

Este entorno de aislamiento necesario es una oportunidad para poner en valor la relevancia de la medicina no presencial, de aquella que nuestros profesionales sanitarios pueden realizar en la distancia sin ningún riesgo ni para el paciente ni para ellos mismos en términos de salud. Por otro lado, el hecho de atender a los ciudadanos desde el domicilio sin necesidad de desplazarse a la consulta supone sin duda un alivio a la creciente presión asistencial que existe en este momento liberando tiempo y espacio para aquellas personas que más lo necesitan.

Es por ello que *la telemedicina o teleconsulta* es ya una realidad y se está convirtiendo en una alternativa a la hora de ofrecer servicios sanitarios de alta calidad.

Debido a que esta novedad del 2020 nos forzó a todos un cambio en nuestro estilo de vida y yo hace años conocía del tema sobre la telemedicina, junto a la coordinadora del área de producción y el gerente de la empresa consideramos poner este tema en la mesa.

Días después de discutir esta alternativa u oportunidad para la crisis en la que entramos el mes de Marzo como conclusión se inició un trabajo en equipo a distancia, ya prácticamente cuando el gobierno de Colombia había tomado la decisión de realizar “el aislamiento preventivo” que luego se convertiría en cuarentena.

Todo el montaje del nuevo módulo lo realizaron en el área de producción y en mí caso obtuve la tarea de hacerle seguimiento a la competencia sobre esta nueva tendencia e investigar sobre empresas alternas que ya lo implementaban y vendían en el mercado. Puse bajo evaluación las empresas del análisis anterior las cuales consideramos como competencia directa (Se dedican especialmente a Software para gestión clínica y de pacientes) ya que anunciaban el lanzamiento de Telemedicina como alternativa. Junto a ello también tenía el compromiso de analizar la competencia indirecta, como aquellas empresas que se dedican a la Telemedicina la cuál es especializadas en sus variedades y ya viene practicándolo en el mercado hace años.

Luego de un seguimiento y análisis por distintas fuentes logro agrupar la información adquirida de la siguiente manera:

*Tabla 8 Modelo de Negocio Telemedicina*

COMPETENCIA DIRECTA	PRODUCTO			APERTURA AL MERCADO			MARKETING			IMPLEMENTACIÓN		CALIFICACIÓN MAX: 30PUNTOS
	FACILIDAD	NORMATIVA	AVANCE	NACIONAL	TIPO DE CLIENTES	INTERNACIONAL	WEBINAR	POST	CITA o ATENCIÓN	CON SOFT	SIN SOFT	
SM	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	28
AgendaPro	3	2	1	2	2	2	3	3	3	2	1	22
SICME												0
Sanadrive									3			3
Medifolios												0
Avances									3			3
Hospittec												0
CliniCCloud	2	2	2	2	2	3	2	0	2	3	1	19
Biofile	1	3	1	3	3	3	1	2	2	2		18
					ALTO (3) MEDIO (2) BAJO (1)							
COMPETENCIA INDIRECTA	PRODUCTO			APERTURA AL MERCADO			MARKETING			IMPLEMENTACIÓN		CALIFICACIÓN MAX: 30PUNTOS
	FACILIDAD	NORMATIVA	AVANCE	NACIONAL	TIPO DE CLIENTES	INTERNACIONAL	WEBINAR	POST	CITA o ATENCIÓN	CON SOFT	SIN SOFT	
CARECLOUD	3	3	3	3	3	3	1	0	3	2	3	24
ZEUS		3	1	2	3	3	1	0	2	2	1	15
NETUX			1	2	2	2	0	0	1	2		8
SALUDTOOLS	3	3	3	3	3	3	1	0	3	2	3	24
DOCTORALIA												0
VVDYO			3	1			2		3	1		10
MEDICALSOFT	3	3	3	3		2	3	0	3	3	1	24
CONSULTORSALUD	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	29

**Fuente:** Elaboración Propia

Análisis de la tabla: Software Médico ha logrado consolidar el módulo de la Telemedicina en un tiempo muy corto y el trabajo en equipo que se ha venido ejecutando ha dado muy buenos resultados logrando brindar una herramienta muy fácil, que cumple la norma y ofrece el desarrollo digital de las tareas necesarias para llevar a cabo una consulta por este medio virtual.

Se ha logrado acogida de leads en Perú, Ecuador, Bolivia y Costa Rica al igual que un buen impacto a nivel nacional con la ayuda del marketing digital y una de las mejores cosas es que se puede

adquirir unificado sin necesidad de tener el software lo cual esas características lo sitúan como una de las mejores opciones en el mercado.

### 3.2.2. Segmentación demográfica en profesionales de salud

A nivel nacional la estimación de mercado es de \$66.958.000 dólares americanos y a nivel internacional (Perú) la estimación es de \$43.965.000 dólares americanos.

*Ilustración 1 Segmentación Demográfica de Clientes Potenciales*



**Fuente:** Elaboración Propia

Los leads conseguidos por nuestras campañas han sido en general IPS o Centros Clínicos en búsqueda de sistemas que ayuden a agilizar y hacer más fáciles cientos de tareas repetitivas al día en donde un considerable número de estos establecimientos puede atender a más de 100 personas al día.

Tanto las IPS como los CP se encuentran principalmente ubicados en los siguientes departamentos:

- Junin, solicitan en mayor parte Software para manejo de HC.
- Lima, suelen buscar ambos sistemas.
- Cuzco, solicitan en mayor parte Software para manejo de HC.
- Amazonas, solicitan en mayor parte Software de Telemedicina.
- Arequipa, suelen buscar ambos sistemas.

### 3.2.3. Segmentación Psicográfica

Se considera clasificar el “Buyer persona” del mismo modo a los clientes en Perú ya que la cultura, los intereses, poder adquisitivo y situación actual son bastantes similares en ambos países.

Tabla 9 Buyer Persona

	Perfil del C MN no masivo	MASIVOS
<b>PERSONALIDAD</b>	Segura Caprichosos Perfeccionistas Gomelo Autoritarios Crueles	Temerosa Prácticos Desinteresados Dependientes Desorganizado
<b>MOTIVACIONES</b>	Crecimiento de empresa Buen servicio al cliente Control de negocio Personalización Eficientes Generación de Estatus Que los consientan Estética	Ahorrar costos Cumplir con lo que le exigen Facilidades de pago Fácil de implementar
<b>TEMORES</b>	Contratar una empresa débil Que el sistema no les sirva	No les alcance la plata No responder a la tecnología Pocos pacientes
<b>CIRCUNSTANCIAS</b>	Tiene convenios Tiene plata Tienen experiencia Estratos: 5-6	Vulnerables a cambios en el entorno Preponderan Consultorios Particulares Tienen diferentes empleos Estratos: 3-4

**Fuente:** Elaboración Propia

### 3.3. EVALUE SU CAPACIDAD EMPRESARIAL

Hay que tomar como punto de referencia como está la capacidad de exportación de la empresa, validar el potencial del servicio e identificar el factor diferenciador, de igual manera determinar cuáles son las fortalezas y debilidades del servicio y de su empresa

#### 3.3.1. Marketing Mix

- **Sobre la compañía**

Software Médico es un sistema para la administración médica, especialmente diseñado para médicos generales o especialistas de centros médicos, IPS, laboratorios. Con esta aplicación podrás tener agenda de citas, historia clínica personalizada de tus pacientes, generación de RIPS y CUPS, impresión de reportes, autorizaciones, remisiones, fórmulas médicas, consulta de vademécum, manejo financiero de tu negocio, entre otros módulos especializados.

Totalmente personalizable de acuerdo con sus necesidades, e inclusión de nuevas características de ser necesario.

- **Propuesta de valor**

Características primordiales de Software Médico

- Sistema que permite customizaciones según necesidad.
- Personal dispuesto a brindar un Soporte Técnico eficaz. Se recibe la solicitud por teléfono para poder comprender al cliente.

- Conocimientos en salud en diversas especialidades
- Garantía y credibilidad al público contando con aliados, patrocinadores y certificaciones
- Certificaciones ISO 9001 y ISO 27001.

#### Alianzas, socios y reconocimientos de Software Médico

- MinTIC
- MinComercio
- INNpursa
- FONADE
- SENA
- Apss.co
- Cámara de Comercio Bucaramanga
- Certificaciones: ISO 9001 e ISO 27001
- Socios: Datayco, Factura1, Epayco, PayU

*Tabla 10 Debilidades y Fortalezas*

DEBILIDADES	FORTALEZAS
Falta de conocimiento y aplicabilidad en la normativa peruana	Servicio acreditado y certificado nacional e internacionalmente
Presenta a veces fallas repetitivas en diferentes sistemas por configuraciones externas	Instalado en la nube, lo que ofrece un acceso remoto
La capacidad de cubrimiento en Soporte Técnico no es lo suficiente efectiva y oportuna en algunos casos	Soporte técnico de manera inmediata en horarios laborales establecidos
No se ve el valor agregado ante la competencia	Software personalizable y escalable
Falta de organización en tiempos de entrega con proyectos o adicionales	Un grupo de trabajo y un sistema confiable y seguro

**Fuente:** Elaboración Propia

## PRODUCTO

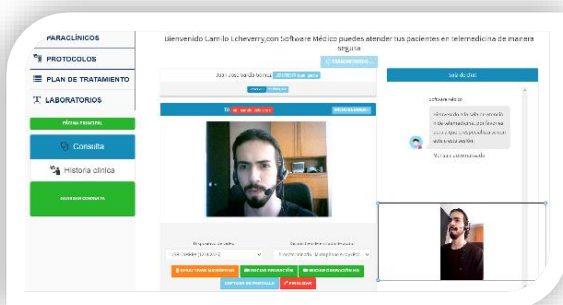
### Descripción del servicio

Es un sistema digital con diferentes programas para la administración médica el cual se encuentra instalado y disponible en la nube para el uso de cualquier persona que cuente con el acceso propio de usuario y contraseña en cualquier parte del mundo siempre y cuando este conectado a internet, la finalidad es que con un uso práctico y sencillo se pueda archivar, organizar y ejecutar la historia clínica de los pacientes y realizar muchas tareas más.

Este servicio prestado por Integra Web Ingeniería S.A.S con Software Médico le permite al cliente la opción de personalizar y ajustar el programa como desee ya que tiene la posibilidad de añadir módulos adicionales ya existente o incluso crear otros nuevos de ser posible para disponer de un sistema mucho más robusto y completo, según el caso.

Imágenes de presentación:

Ilustración 2 Brochure ilustrativo



Como propuesta de inicial en la presentaciones comerciales de Software Médico se ofrece un paquete básico que es más comúnmente es adquirido por Consultorios Particulares e IPS de nivel I (complejidad baja) el cual incluye los módulos necesarios para que un negocio como estos cumpla con las actividades básicas a diario y el registro-seguimiento de todos sus pacientes.

*Ilustración 3 Paquete Básico de Software Médico*



**Fuente:** INTEGRA WEB INGENIERIA S.A.S

Sin embargo, en la mayoría de los casos los clientes optan por comprar Módulos Adicionales que son ofrecidos según la especialidad médica del Consultorio o IPS, el cual requiere ciertas funcionalidades específicas o incluso el cliente sugiere una necesidad adicional en el momento de la cita de presentación comercial. Hay más de 50 módulos existentes pero los más usados son:

### Módulos adicionales de SM

*Tabla 11 Top Módulos Adicionales*

<b>FACTURACIÓN</b>	<b>OBSTETRICIA – SEGUIMIENTO FETAL</b>
CITAS ESPECIALIZADAS (PARA REHABILITACIÓN) (NO AJUSTABLE)	JUSTIFICACIÓN NO PBS
ENFERMERÍA (AUXILIAR) NOTAS SENCILLAS	JUNTA MÉDICA, TERAPEÚTICA O DE CTC.
ENFERMERÍA (AUXILIAR) NOTAS DE ADMINISTRACIÓN DE MEDICAMENTOS (NO AJUSTABLE)	PROTOCOLOS DE MEDICAMENTOS (NO AJUSTABLE)
<b>MÉDICO – CONSULTA EXTERNA</b>	PROTOCOLOS DE INSUMOS (NO AJUSTABLE)
MÉDICO – MEDICINA LABORAL	PROTOCOLOS DE SOLICITUDES (NO AJUSTABLE)
TERAPEUTAS - ASISTENCIAL	GRÁFICAS DE CRECIMIENTO
ODONTOLOGÍA	GRAFICACIÓN DE DATOS
INDICE DE O'LEARY	REGISTRO ANESTÉSICO
IMÁGENES Y ARCHIVOS EN CONSULTAS O PROCEDIMIENTOS (NO AJUSTABLE)	PROMOCIÓN Y PREVENCIÓN
MANIPULACIÓN DE IMÁGENES	LABORATORIO CLÍNICO
PLANTILLAS DE TEXTO PARA CAMPOS DE ATENCIÓN	TOMA DE MUESTRAS
PLANTILLAS DE PROCEDIMIENTOS Y FORMATOS DE CONSULTA ADICIONALES	ADMINISTRADORA
ESCALAS	<b>REPORTES ADICIONALES</b>
PARACLÍNICOS DETALLADOS	<b>RESOLUCIÓN 256 DE 2016</b>
CONSENTIMIENTO INFORMADO	RESOLUCIONES ADICIONALES
<b>FIRMA DIGITAL PACIENTE Y ACUDIENTE</b>	COMUNICACIÓN INTERNA CHAT

**Fuente:** Elaboración Propia

## PRECIO

El precio para el servicio de Software Médico varía bastante según las especificaciones del cliente ya que puede ser clasificado como Consultorio Particular o IPS, Laboratorio, Clínica, Veterinaria, Universidad, etc y a su vez el contenido y precio según la especialidad médica del profesional hace que la propuesta tenga un precio particular. A continuación, daré a conocer precios promedio en de forma general para el 2020:

### Licencias Vitalicias

El precio de una licencia vitalicia se compone del tipo de propuesta elegida para cada especialista o institución médica en donde se puede elegir desde un paquete básico hasta un paquete full según el gusto y la necesidad del cliente. Complementario a ello el valor de una licencia vitalicia también va compuesto de los módulos adicionales requeridos durante el proceso de cierre de venta. Todo en conjunto se paga una sola vez en la vida (se programan pagos hasta en 6 cuotas mensuales iguales) con tal de que el o los especialistas gocen de esta herramienta de por vida.

Precios promedio paquetes:

- Consultorio Particular (Paquete Básico, Paquete Mejorado): **\$1.200.000 - \$1.700.000**
- IPS (Básico, Mejorado, Full): **\$3.500.000 – \$5.500.000 - \$8.000.000**
- Telemedicina Consulta Externa (5, 10 profesionales): **\$1.500.000 - \$2.500.000**
- Telemedicina Interactiva Express (5, 10 profesionales): **\$2.800.000 - \$3.800.000**

Precio vitalicio módulos adicionales más adquiridos con Software Médico:

- Facturación electrónica + paquete de 1000 documentos: **\$800.000 + \$200.000**
- Firma digital paciente y acudiente: **\$400.000**
- Reportes adicionales: **\$300.000**
- Resolución 256 del 2016: **\$500.000**
- Usuario adicional: **\$200.000**
- Plan p&p con formato RES3280: **\$1.000.000**

Otros:

- Soporte Técnico y mantenimiento a distancia  
CP: **\$400.000**  
IPS (5, 10, 20 usuarios): **\$1.200.000, \$1.800.000, \$2.500.000**
- Almacenamiento en la nube (3Gb, 5Gb, 10Gb): **\$250.000, \$300.000, \$500.000**
- Hosting: **\$300.000**
- Dominio: **\$164.000**

## PROMOCIÓN

La manera en que Software Médico logra captar leads de buen valor y asignar citas comerciales es por medio del Marketing Digital y el Marketing Offline.

Antes de cualquier acción o idea a ser ejecutada el departamento comercial por medio de reuniones mensuales se concreta campañas al inicio de cada mes para darle un orden a las ideas y lograr así:

- Definir medios
- Definir Público
- Definir Mensaje
- Definir Interacción Esperada.

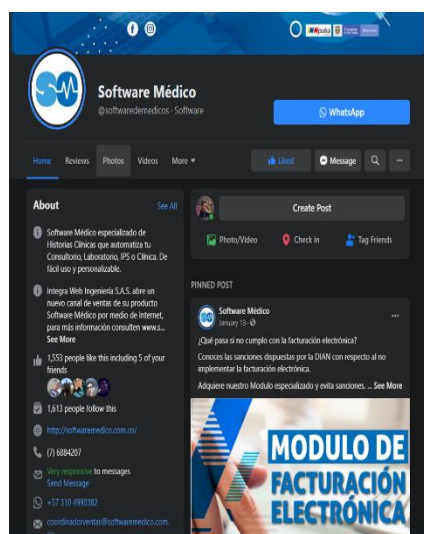
## Marketing Digital

El Marketing Digital o e-marketing es usado como la herramienta principal para dar a conocer Software Médico, se lleva a cabo en medios digitales y redes sociales para interactuar por los diferentes medios con todas las personas que logren ser impactadas en las campañas y así logramos cautivar a los que podrían ser nuestros clientes con el debido proceso. Se utiliza publicidad online, con plataformas y redes sociales. Entre ellas están:

**Publicidad Online:** utilizada para ofrecer publicidad y anuncios en el buscador de Google.

### Las 3 herramientas más usadas son:

#### *Ilustración 4 Feed del Facebook*



**Facebook:** Se maneja red social filtrando el tipo de usuarios que están interesados en el software médico (Rango de edad y profesionales de la salud). El público de interés en áreas como: Laboratorio, Neuro-rehabilitaciones, Estética, Psicología y Psiquiatría, Optometría y General. Se realiza diseño de piezas y videos (de acuerdo con la especialidad).

La plantilla se crea dependiendo del mensaje que se quiere mostrar al cliente en la página Facebook y presenta un link para agendar citas. Adicionalmente, se diseña el formulario en donde se va a registrar el cliente.

**Fuente:** Facebook

### Ilustración 5 Feed del Instagram



**Instagram:** Es la plataforma que más se usa junto a Facebook para subir contenido creativo, informativo y novedoso pues logra captar visualmente a médicos particulares y especialistas que son fans de este tipo de redes sociales.

Por lo general son personas que a primera vista buscan una idea y diseño que los capte y atraiga para en la descripción del post entrar a ver en más detalle. En particular, Instagram es otra forma que usa Software Médico para hacer branding y atraer clientes a la página web.

**Fuente:** Instagram

### Ilustración 6 Pagina Web



**Adwords:** usada para ofrecer publicidad y anuncios en el buscador de Google. Estos se configuran con palabras claves en forma de texto y se programan para que en el buscador Google aparezca los anuncios de acuerdo con lo que busca el cliente.

Para la mayoría de las palabras claves pactadas en la configuración semana mensual se busca el aterrizaje del lead a la pagina web dónde puede encontrar diverso contenido de la empresa, desde los módulos y productos ofertados hasta un blog de notas con información de interés y actualidad en el mundo de la salud y bienestar.

**Fuente:** [www.softwaremedico.com.co](http://www.softwaremedico.com.co)

### Otras herramientas complementarias, pero de menor impacto son:

- **Mailchimp:** Se sube información a Mailchimp y se empieza hacer campañas, por medio de plantillas que se envían a los posibles clientes, por medio de correos electrónicos. Las plantillas pueden variar, dependiendo la campaña y de lo que se quiera mostrar, Estas contienen información de las características del producto (Software Médico), teléfono de contacto y a adicionalmente un link para agendar citas para la presentación del producto.

- **Calendly:** Funciona como calendario de eventos y se puede vincular con los clientes por medio de cuentas de Google. Esta plataforma se programa de acuerdo con la necesidad de la empresa. Las opciones que tiene son las de configurar el tiempo que hay de una cita a otra, el día, el tipo de evento (privado o público), la duración, los días que se está disponible, preguntas que se le hace el cliente (nombre, teléfono, tipo de institución, especialidad y necesidad)
- **Correo:** Se maneja base de datos del ministerio de salud y se filtra de acuerdo al cliente potencial, como: Hospitales, médicos particulares y según su especialidad. La información ya filtrada por la base de datos se maneja 25.000 usuarios de cualquier parte del país.
- **LinkedIn:** Como red social empresarial es la menos usada dentro de Software Médico pero el contenido al que se le apunta es dirigido y más explícito pues va hacia los especialistas de las distintas ramas de la medicina en Colombia con un perfil serio y profesional mediante esta plataforma.

Recientemente se contrato un experto hindú para el manejo y la optimización del SEO “Search Engine Optimización” que tiene como objetivo ranquear la posición de nuestras páginas en los resultados naturales cuando las personas buscan por palabras claves en los distintos medios. Se ha buscado durante este acompañamiento mejorar ese aspecto ya que es un campo demasiado competitivo de donde necesitamos el apoyo de un especialista en SEO para mejorar esos resultados.

Al igual que la estrategia de mejoramiento nombrada anteriormente se esta trabajando en una mejora continuo del SMO “Social Media Optimization” con un consultor de una agencia grafica en Bucaramanga llamada Vigrafik, el objetivo es ampliar un poco más el desempeño en las redes sociales, el impacto al buyer persona y un mejoramiento en la estrategia del posicionamiento por lo cual gran parte de este trabajo va en conjunto con el SEO ya que el alcance de este es esencial para cualquier estrategia de Marketing Digital

### **Marketing Offline**

Son las interacciones interpersonales con clientes de manera tradicional, en la que usamos una comunicación más personalizada y asistida para incluso promocionar y lanzar nuestras acciones en el Marketing Online.

La más provechosa en sentido de branding y demostraciones de los servicios ha sido por medio de los “Stands” en eventos. Este año se tenía estimado participar en 2 eventos de talla internacional los cuales se han suspendido por la actualidad de la pandemia ya que no permite aglomeraciones de personas en un mismo establecimiento, estos eran:

- 7° Feria Internacional de la salud Meditech 2020 (nuevas tendencias, desafíos y retos en la medicina) el cual iba a ser desarrollado en las instalaciones de Corferias en Bogotá del 14/07/2020 al 17/07/2020.

- VII Simposio Internacional de actualización en pediatría (Pediatría) el cual iba a ser desarrollado en Centro de Convenciones Cartagena de Indias-CCCI del 2/7/2020 04/07/2020.

Adicional a ese campo masivo de contactos, día a día se trabaja por medio de correos, chat, llamadas y presentaciones online de nuestros servicios con referidos por clientes antiguos o cuando un lead (persona que llena algún tipo de formulario en búsqueda de una información) muestra interés por lo que ofrecemos.

### **Puntos de contacto con leads**

- La persona ve la campaña
- La persona llena el formulario de Landing
- La persona chatea por Facebook, Instagram, LinkedIn, Página web
- La persona responde correo

### **Etapas de contacto con los leads**

1. Se programa y se realiza el lanzamiento de Campañas
2. El lead interactúa con la campaña por alguno de los medios anteriormente descritos
3. El lead solicita información por cualquier fuente
4. El personal en área de ventas agenda una cita (llamada, calendly, mensaje) la cual previamente ha pasado por con un contacto, perfilamiento y asignación de estado.
5. Confirmación de cita (24 horas y 1 hora antes)
6. Envío formal de la propuesta comercial

## **PLAZA/DISTRIBUCIÓN**

La modalidad de exportación para este servicio es la de *Suministro Transfronterizo* puesto que el servicio es producido en Colombia y ni el exportador como el comprador tienen la necesidad de moverse. El servicio es trasladado por medio de la tecnología SAAS (Software as a Service) y la nube (Cloud).

Software Medico al ser un servicio informático y de la “red” dispuesto para el uso de sus usuarios en cualquier parte del mundo opera en cualquier lugar y dispositivo con conexión a internet de forma intangible. Su funcionamiento y operabilidad se basa en 3 factores principalmente:

1. **Un dominio**, el cual es un nombre, dirección o el sistema el cual se registra de manera anual con el fin de identificar el uno del otro. Ej: [www.softwaremedico.com.co](http://www.softwaremedico.com.co)
2. **Un hosting o alojamiento** web que es un conjunto de servicios que se pueden usar con cualquier dominio, pero que son independientes uno de otro. Un hosting comprende el uso de un espacio en un servidor para poder alojar una página web, cuentas de correo, bases de

datos, etc. Ej: Servidor de Amazon el cual es compartido por las distintas plataformas de Software Médico

3. **Un servidor en la nube** es una infraestructura física y/o virtual eficaz que almacena el procesamiento de información y aplicaciones. Software Medico trabaja con unos de los servidores de Amazon en donde la central está ubicada en Estados Unidos. La funcionalidad buscada de virtualización es la de dividir un servidor físico (de metal desnudo) en varios servidores virtuales. Las organizaciones como Amazon utilizan un modelo de infraestructura como servicio (IaaS) de computación en la nube para procesar cargas de trabajo y almacenar información que entre en los Softwares o aplicaciones creadas por Software Medico. Pueden acceder a las funciones del servidor virtual de forma remota a través de una interfaz en línea.

#### 4. DISEÑE SU ESTRATEGÍA EXPORTADORA

##### 4.1 Precios para el mercado peruano

Los precios establecidos para el mercado peruano tendrán un alza del 50% del valor en COP y cada uno de ellos se dividirá en 3000 para arrojar un resultado en USD. Son precios fijos al publico pero en el momento de asistir a una presentación virtual de manera personalizada puede llegar a tener el prospecto hasta un 20% de descuento al igual que el caso colombiano.

Según lo descrito anteriormente los precios en dólares americanos serían los siguientes:

Precios promedio paquetes en (USD):

- Consultorio Particular (Paquete Básico, Paquete Mejorado): **\$600 - \$850**
- IPS (Básico, Mejorado, Full): **\$1.750 – \$2.750 - \$4.000**
- Telemedicina Consulta Externa (5, 10 profesionales): **\$750 - \$1.250**
- Telemedicina Interactiva Express (5, 10 profesionales): **\$1.400 - \$1900**

Precio vitalicio módulos adicionales más adquiridos con Software Médico (USD):

- Facturación electrónica + paquete de 1000 documentos: **\$400 + \$100**
- Firma digital paciente y acudiente: **\$150**
- Reportes adicionales: **\$150**
- Resolución 256 del 2016: **\$250**
- Usuario adicional: **\$100**
- Plan p&p con formato RES3280: **\$500**

Otros (USD):

- Soporte Técnico y mantenimiento a distancia  
CP: **\$200**  
IPS (5, 10, 20 usuarios): **\$600, \$900, \$1.250**
- Almacenamiento en la nube (3Gb, 5Gb, 10Gb): **\$109, \$150, \$250**
- Hosting: **\$150**
- Dominio: **\$82**

## 4.2. Modo y canal de exportación

Para exportar este servicio a Perú lo primero es tener claro en que modalidad se clasifica ya que los 4 modos que plantea la OMC son la columna vertebral de la industria de servicios de exportación.

Software Medico haría parte de la exportación de servicios en el sector de la industria 4.0

- Software y tecnologías de la información BPO

La modalidad de exportación para Software Medico es:

- *Modo 1: Suministro Transfronterizo* puesto que el servicio es producido en Colombia y ni el exportador como el comprador tienen la necesidad de moverse.

*Ilustración 7 Canal de Distribución para Software*



En cuanto al canal de exportación el servicio es trasladado por medio de la tecnología SAAS (Software as a Service) y la nube (Cloud).

**Fuente:** Xpresanet

## 4.3. Promoción de Software Médico en Perú

La promoción inicial en el vecino país va a ser por medio del Marketing Digital ya que conocemos lo eficaz que puede ser esta poderosa herramienta para hacernos conocer en un nuevo mercado y todavía mejor lograr un posicionamiento respetable en el área en donde esperamos tener los siguientes resultados:

1. Garantizar una fuerte presencia en internet
2. Construir una audiencia peruana de calidad
3. Hablar con el público objetivo en la hora acertada
4. Sobresalir ante la competencia local y extranjera
5. Manejar una inversión baja en el primer trimestre
6. Analizar resultados obtenidos y comparar proporcionalmente con Colombia

Ejemplo de piezas graficas a usar:

*Ilustración 8 Piezas Graficas*



**Fuente:** Elaboración Propia

## Plan de Marketing Digital específico para Perú

Se va a pautar un plan similar al usado en Colombia puesto que las dos naciones tienen bastantes similitudes demográficas y psicográficas donde el comportamiento y perfil del Buyer Persona resulta siendo muy cercano por lo cual los resultados proyectados se esperan sean muy similares a los conseguidos en las campañas pactadas mes a mes en Colombia. Inicialmente los resultados semanales no van a ser de la misma cantidad puesto que somos nuevos en ese mercado, pero se espera que el tipo de leads no sean errados si no que por el contrario cumplan con un perfil deseado. Lo dicho anteriormente se va a lograr con una planificación paso a paso que en resumidas palabras sería:

## **1. Análisis**

- Situación digital interna y situación digital externa
- Matriz DAFO
- Tendencia actual

## **2. Objetivos**

- Definir objetivos Smart
- Pautar objetivos de corto, mediano y largo plazo

## **3. Estrategias y Tácticas**

- Estrategias (segmentación y a que ubicación para tal tema o servicio ofrecido)
- Tácticas (herramientas como piezas gráficas, video, brochure)
- Impacto de estrategias y tácticas en los objetivos

## **4. Plan de Acción**

- Calendarización semanal, mensual y semestral

## **5. Medición de resultados**

- Medición del ROI
- Informe semanal y mensual con métricas y KPIs
- Corrección de errores y repetición de acciones efectivas

### **4.4.Estrategia de Incursión al Mercado peruano**

#### **4.4.1. Consideración del Product/Market Fit en Perú**

El producto/market fit es como tal la aceptación de nuestro servicio de Software Médico en un nuevo destino, el cómo encaja y se complementa el servicio adecuado en el mercado adecuado, tener una idea más clara de cuantas personas estarían dispuestas a pagar por nuestro servicio y por supuesto estar seguro de que lo que ofrecemos está dando soluciones practicas y sencillas al mercado para validar nuestra presencia en ese terreno.

El punto al que se busca llegar en 2 años es introducirse exitosamente en el mercado peruano y lograr que la demanda de nuestros servicios aumentes exponencialmente.

*Ilustración 9 Product Market Fit*



**Fuente:** The Lean Product Playbook – Dan Olsen

Para lograr la meta propuesta en Perú primero debemos aunar estos tres importantes puntos:

- Un producto que soluciona la necesidad en que la gran mayoría tiene de digitalizar en un sistema unificado todos sus procesos con los pacientes.
- Un cliente que busca solucionar ese problema principal y los módulos adicionales en nuestra oferta quedan en observación.
- Un amplio mercado, destino dónde el abanico de posibilidades es bastante grande si consideramos
- la cantidad de posibles clientes a los que podríamos entrar con el Software u otros productos complementarios (2.395 IPS y más de 20.000 consultorios médicos)

Si se logra alinear de forma adecuada la propuesta de valor que ofrece Software Médico con sus servicios con las necesidades que manifiesta el mercado peruano con un suficiente espacio y variedad de interacción nuestra Startup tendría éxito en dicho destino.

Un ejercicio interno implementado con el cual descubrimos que tenemos Product/Market Fit fue por medio de una escala de Net Promote Score (NPS) en dónde en una encuesta con 20 de los mejores clientes actuales el 90% se ranqueo con 8-9 puntos (0 a 6 detractores, 7 a 8 pasivos, 9 a 10 promotores), en donde todo rodeaba a la pregunta de, ¿Qué tan conforme estás de recomendar Software Médico a tus colegas?

#### **4.4.2. Definición del North Star Metric para Perú**

Es vital tener claro cual va ser la métrica a seguir durante todo el proceso de incursión en un mercado nuevo como lo es el de Perú, todo el equipo de trabajo que se vea involucrado en alcanzar dicho objetivo debe esforzarse por lograr las metas asignadas y trabajar en pro al NSM (North Star Metric)

## NSM de SM = Productos entregados

¿Por qué es Productos Entregados?

La métrica siempre debe ser un indicativo en donde el usuario ha experimentado el valor principal de tu producto y Software Médico al lograr 1 o + productos entregados ha logrado:

- La participación del cliente en todo el proceso de Marketing, Ventas y Producción en dónde interactúa con distintas personas y medios encaminados a dar el mejor servicio posible y hacer sentir al cliente el poder de customización y el trato de exclusividad que se le da en donde al finalizar y entregar el producto el cliente efectivamente ha interactuado con la plataforma digital y se siente a gusto de la entrega final.
- Al trabajar en pro de “productos entregados” y al sumar uno tras otro nos da un indicio de que la estrategia en el nuevo mercado va por un buen camino después de determinado tiempo.
- Es una métrica fácil de entender y de comunicar al equipo de trabajo.
- Durante el proceso de alcanzar tal meta el negocio ha logrado un enfoque y una interacción en algún momento para tener x cantidad de productos entregados.

### 4.4.3. Definición del embudo AARRR para Perú

*Grafica 10 Embudo AARRR*



**Fuente:** apps.co

Software Médico

Adquisición: Generación de leads según campañas.

Activación: Telecontacto, hasta cotización.

Retención: Proceso de decisión de compra.

Referidos: Puede ser antes o después del cierre. No necesariamente al recibir el producto.

Revenue: Cierre

#### 4.4.4. Orden ideal de los 7 grados de libertad para SM en Perú

Como modelo de planificación puede llegar a ser una importante herramienta para tener una mirada más estratégica de la empresa en la incursión de un nuevo mercado. La ejecución y secuencia correcta del paso a paso bajo un análisis conducirá en un futuro un diagnóstico de la empresa para comprender más a fondo sus debilidades y fortalezas en ese mercado.

Con ello, Los 7 grados de libertad aporta una serie de beneficios que podemos resumir en que:

- Facilita en el cambio organizacional
- Facilita en la fusión de organizaciones
- Logra identificar cómo puede cambiar una empresa
- Ayudar a implementar una estrategia

Orden planteado para los 7 grados de libertad

*Tabla 12 Siete Grados de Libertad*

<b>1. Vender más productos existentes a clientes existentes</b>	-Aumentar tamaño/frecuencia de compra -Precios
<b>2. Adquisición de nuevos clientes en los mercados existentes</b>	-Buscar nuevos segmentos/nichos de clientes y desarrollar una nueva estrategia de Marketing para atraerlos
<b>3. Crear nuevos productos y servicios</b>	-Desarrollar nuevas ofertas y mejorar las existentes
<b>4. Desarrollar nuevos enfoques en entrega de valor</b>	-Analizar procesos comerciales, mejora de calidad/eficiencia -Desarrollar alianzas
<b>5. Transición a nuevas geografías</b>	-Expandirse a nivel nacional -Expansión a través de fronteras, regional y global
<b>6. Crear una nueva estructura de industria</b>	-Utilizar alianzas, fusiones, adquisiciones para poder crecer
<b>7. Abrir nuevas áreas competitivas</b>	-Diversificar en nuevas industrias

**Fuente:** Elaboración Propia

#### 5. CONOZCA LA REGLAMENTACIÓN TRIBUTARIA DEL PAÍS DE DESTINO DE SU EXPORTACIÓN:

## 5.1 Trámites y Documentos a tener en cuenta para la Exportación de Servicios

### 1. Ser una empresa constituida ante la Cámara de Comercio

Empresa ubicada en Bucaramanga inscrita en esta Cámara de Comercio el 2016/08/02 bajo el No. 140206 del libro 9, se constituyó la sociedad denominada **INTEGRA WEB INGENIERIA S.A.S.** **SIGLA: IWEB S.A.S.** En la parte posterior de esta pagina queda la constancia de que es una empresa habilitada para realizar sus distintas operaciones del Objetivo Social en el extranjero.

*Ilustración 10 Camara de Comercio Integra Web Ingenieria SAS*

PAGINA 2

INTEGRA WEB INGENIERIA S.A.S.

BUCARAMANGA INSCRITA EN ESTA CAMARA DE COMERCIO EL 2016/08/02 BAJO EL No 140206 DEL LIBRO 9 , SE CONSTITUYO LA SOCIEDAD DENOMINADA INTEGRA WEB INGENIERIA S.A.S. SIGLA: IWEB S.A.S

C E R T I F I C A

QUE DICHA SOCIEDAD/ENTIDAD HA SIDO REFORMADA POR LOS SIGUIENTES DOCUMENTOS:

DOCUMENTO	NUMERO	FECHA	ENTIDAD	CIUDAD	INSCRIPC.
ACTA					
003	2019/07/29	ASAMBLEA GRA FLORIDABLANCA		2019/08/06	

C E R T I F I C A

VIGENCIA ES: INDEFINIDA

C E R T I F I C A

OBJETO SOCIAL: QUE POR ACTA NO. 003 DE FECHA 2019/07/29 DE ASAMBLEA GENERAL DE ACCIONISTAS, ANTES CITADA, CONSTA: REFORMA ESTATUTOS, OBJETO PRINCIPAL: EL DESARROLLO, FABRICACIÓN, IMPORTACIÓN, EXPORTACIÓN, DISTRIBUCIÓN, COMPRA Y VENTA DE LAS SIGUIENTES ACTIVIDADES COMERCIALES: 1. PRESTAR LOS SERVICIOS DE DESARROLLO, IMPLEMENTACIÓN Y LICENCIAMIENTO DE SOFTWARE 2. PRESTAR SERVICIOS DE ACOMPAÑAMIENTO, ASISTENCIA TÉCNICA Y SOPORTE EN RELACIÓN A TECNOLOGÍA (INFORMÁTICA, SEGURIDAD ELECTRÓNICA, COMPUTACIONAL Y ELECTRÓNICA) 3. COMERCIALIZAR EQUIPOS DE CÓMPUTO, PERIFÉRICOS, DISPOSITIVOS ELECTRÓNICOS Y TECNOLÓGICOS. 4. COMERCIALIZAR Y/O ELABORAR PRODUCTOS O SERVICIOS RELACIONADOS A LA TECNOLOGÍA. 5. PRESTAR SERVICIOS DE HABILITACIÓN Y ASESORÍA A CONSULTORIOS PARTICULARES DE SALUD, CENTROS MÉDICOS, IPS, HOSPITALES Y CLÍNICAS. 6. PRESTAR SERVICIOS DE CONSULTORÍA INFORMÁTICAS, SEGURIDAD ELECTRÓNICA, COMPUTACIONAL Y ELECTRÓNICA. 7. PRESTAR SERVICIOS DE INTERVENTORÍA EN PROYECTOS INFORMÁTICOS. 8. PRESTAR SERVICIOS DE ASESORÍA EN INFORMÁTICA, SEGURIDAD ELECTRÓNICA, COMPUTACIONAL Y ELECTRÓNICA. 9. DESARROLLO DE PROYECTOS INFORMÁTICOS. 10. PRESTAR SERVICIOS RELACIONADOS A DISEÑO GRÁFICO Y AUDIOVISUAL, 11. PRESTAR SERVICIOS DE CONSULTORÍA EMPRESARIAL. 12. COMERCIALIZAR PRODUCTOS RELACIONADOS A ACTIVIDADES EMPRESARIALES, TALES COMO INSUMOS, DOTACIONES, DISPOSITIVOS, EQUIPOS Y MAQUINARIA, 13. PRESTAR SERVICIOS VIRTUALES DE CUALQUIER ÍNDOLE. 14. LA SOCIEDAD PODRÁ LLEVAR CABO, EN GENERAL, TODAS LAS OPERACIONES, DE CUALQUIER NATURALEZA QUE ELAS FUEREN, RELACIONADAS CON EL OBJETO MENCIONADO, ASÍ COMO CUALESQUIERA ACTIVIDADES SIMILARES, CONEXAS O COMPLEMENTARIAS O QUE PERMITAN FACILITAR O DESARROLLAR EL COMERCIO O LA INDUSTRIA DE LA SOCIEDAD. ASÍ MISMO, PODRÁ REALIZAR CUALQUIER OTRA ACTIVIDAD ECONÓMICA LÍCITA TANTO EN COLOMBIA COMO EN EL EXTRANJERO. ASÍ MISMO, PODRÁ REALIZAR CUALQUIER OTRA ACTIVIDAD ECONÓMICA LÍCITA TANTO EN COLOMBIA COMO EN EL EXTRANJERO.

**Fuente:** Cámara de Comercio



Fuente: DIAN

### 3. Elaboración de la factura o contrato de prestación del servicio

Factura ejemplar realizada para un cliente en Lima, Perú. Es del año pasado por concepto de licencia y soporte-almacenamiento en la nube.

Ilustración 12 Factura de venta Internacional



**FACTURA DE VENTA L 1**

<p><b>Razón Social:</b> Zolania Aracelly Chachi Vicuña  <b>NIT:</b> DNI 41492319  <b>Dirección:</b> Jirón Palca 228 La Merced Chanchamayo  <b>Ciudad:</b> Lima, Perú      <b>Tel:</b> 964668592  <b>Expedida:</b> 5/08/2019      <b>Vence:</b> 30/10/2019</p>	<p>Integra Web Ingeniería S.A.S.          NIT: 900995178-6, Régimen Común          (7) 6884207 - 3005527265          Calle 122 No. 27a-16          soporte@integraweb.com.co          Floridablanca, Colombia</p>
---	---

Resolución de facturación No 18762013717211 de Marzo 28 de 2019

Cant.		Vr Unit	Subtotal	IVA	Total
1	Licencia Software Médico en la nube para consultorio particular según propuesta comercial del 1 de Agosto de 2019	\$ 624	\$ 624	Excluido	\$ 624
1	Soporte a Distancia y almacenamiento anual en la nube de Software Médico.	\$ 152	\$ 152	Excluido	\$ 152

**Nota:** Todos los valores están en USD

<b>Forma de Pago:</b> Tres pagos iguales mensuales	<b>Subtotal</b>	\$	776
	<b>IVA</b>	\$	-
<b>Son:</b> Setecientos setenta y seis dólares americanos	<b>Total</b>	\$	776

1. Exportación de servicios transfronterizos. Servicios prestados en Colombia y utilizados exclusivamente en el exterior.  
 2. Los precios no tienen en cuenta los aranceles o impuestos para las monedas u operaciones extranjeras. Si se generan, los aumentos respectivos deben aplicarse al precio presentado aquí.  
 3. Si su compra es una licencia de Software Médico, al aceptar o pagar esta factura, el cliente acepta el Acuerdo de Uso de Licencia de Software Médico para el Usuario Final publicado en el sitio web [www.softwaremedico.com.co](http://www.softwaremedico.com.co)  
 4. Verifique el pedido facturado, no aceptamos reclamos después de 10 días de recibida esta factura.  
 5. Información de Pago: Si hace transferencia pague a Cta Ahorros 020-634882-94 de Bancolombia a nombre de Integra Web Ingeniería S.A.S. CODIGO SWIFT COLOCOBM, También puede pagar con tarjeta de Crédito por link de Epayco



**Camilo Echeverry**  
 CAMILO ANDRÉS ECHEVERRY  
 Integra Web Ingeniería S.A.S

Aceptada: \_\_\_\_\_

CC: \_\_\_\_\_




**Fuente:** Integra Web Ingeniería SAS

#### 4. Reintegro de divisas

En el caso de Colombia las divisas percibidas por exportación de servicios no requieren reintegrarse a través del mercado cambiario, es decir, si Integra Web lo decide puede pedir al cliente que consigne en una cuenta en el exterior de Colombia. Al querer ingresar el dinero recaudado por la venta se tiene la obligación de diligenciar el Formulario No. 5 del Banco de la República

*Ilustración 13 Formulario No. 5*

Formulario No. 5



Declaración de Cambio por Servicios, transferencias y otros conceptos  
Formulario No. 5  
Circular Reglamentaria Externa DCIN-83 de febrero 24 de 2011

**I. TIPO DE OPERACIÓN**

1. Número:	
2. Operación de:	

**II. IDENTIFICACIÓN DE LA DECLARACIÓN**

3. Nit del I.M.C.	4. Fecha AAAA-MM-DD	5. Número
intermediari	2019-08-05	1840

**III. IDENTIFICACIÓN DE LA DECLARACIÓN DE CAMBIO ANTERIOR**

6. Nit del I.M.C.	7. Fecha AAAA-MM-DD	8. Número

**IV. IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA O PERSONA NATURAL QUE COMPRA O VENDE DIVISAS**

9. Tipo	10. Número de identificación	DV	11. Nombre
	900095178	8	Ingeniería Integra Web S.A.S
12. Teléfono	13. Dirección		14. Código ciudad
(57) 6584207	Cra 28 #120-09 Floridablanca, Colombia		68278

**V. DESCRIPCIÓN DE LA OPERACIÓN**

15. Código moneda de giro o reintegro	16. Valor moneda giro o reintegro	17. Tipo de cambio a USD	18. Valor total USD
USD	776	776	776

**VI. INFORMACIÓN DE LA(S) OPERACIÓN(ES)**

19. Numeral	20. Valor USD	19. Numeral	20. Valor USD

Observaciones:

Para los fines previstos en el artículo 83 de la constitución política de Colombia, declaro bajo la gravedad de juramento que los conceptos, cantidades y demás datos consignados en el presente formulario son correctos y la fiel expresión de la verdad.

**VII. IDENTIFICACIÓN DEL DECLARANTE**

21. Nombre	22. Número de identificación	23. Firma
Juan José García Gómez	1098785576	

**Fuente:** BANREP

## 5. Documentos Soporte

Toda empresa debe conservar los documentos soporte a la exportación de servicios por un mínimo de 5 años según indicaciones de la DIAN para una futura inspección o revisión cuando dicha entidad lo solicite, como soportes se consideran:

- Factura comercial electrónica
- Oferta y/o cotización aceptada por el importador
- Contrato de prestación del servicio
- Datos mínimos o Formulario No. 5
- Banco da liquidación de divisas (conservar el extracto)

## 6. IDENTIFIQUE LOS ACUERDOS INTERNACIONALES RELEVANTES PARA SU EXPORTACIÓN:

### 6.1. Tratados de libre comercio o acuerdos multilaterales a favor

**La Comunidad Andina (CAN)** es un mecanismo incorporado a nivel subregional creado por el Acuerdo de Cartagena del 26 de mayo 1969, con el propósito en general de mejorar el nivel de vida y el desarrollo equilibrado de los habitantes de los países miembros mediante una cooperación económico-social.

Resultado del proceso en una reforma del Sistema Andino de Integración (SAI), iniciado bajo la Presidencia Pro Témpore de Colombia entre los años 2011 y 2012, y con el fin de hacer más efectivo el proceso de integración andina, los países miembros decidieron focalizar la agenda de trabajo en las áreas de comercio, servicios, inversiones, transporte, interconexión eléctrica, identidad andina y movilidad de personas, principalmente.

La CAN es el mecanismo pionero de integración continental, y uno de los sistemas de integración más ambiciosos en el mundo, donde se ha pactado la libre circulación de bienes, servicios y ciudadanos. La CAN cumplió 50 años de existencia en mayo de 2019 y se mantiene como una organización relevante que impacta positivamente en el desarrollo de los Países Miembros.

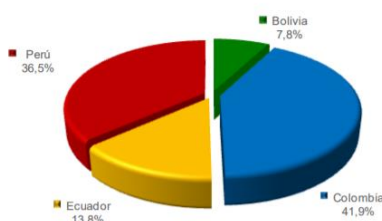
Sus miembros actuales son:

- Bolivia
- Colombia
- Perú
- Ecuador

Dentro del bloque, el principal destino de las exportaciones colombianas fue Ecuador con US\$1,852 millones (59% del total exportado a la CAN), seguido por Perú, US\$1,165 millones (37% del total exportado a la CAN) y, Bolivia, con US\$143 millones (5% del total exportado a la CAN).

### Grafica 11 Estructura de Exportaciones

#### ESTRUCTURA DE LAS EXPORTACIONES DE SERVICIOS EN LA CAN 2015



#### EXPORTACIONES DE SERVICIOS EN LA COMUNIDAD ANDINA (Millones de dólares)

País	2014	2015	Variación (%)
<b>Comunidad Andina</b>	<b>16 403</b>	<b>17 048</b>	<b>3,9</b>
Bolivia	1 242	1 336	7,6
Colombia	6 872	7 135	3,8
Ecuador	2 339	2 351	0,5
Perú	5 950	6 226	4,6

Fuente: Secretaría General de ALADI. Base de datos de Estadísticas del Comercio Internacional de Servicios.

Fuente: ALADI

Tabla 13 Exportaciones de Servicios en la CAN

#### EXPORTACIONES DE SERVICIOS EN LA CAN, SEGÚN CATEGORÍAS (Millones de dólares)

Categorías	2014	2015	Variación (%)
<b>Total servicios</b>	<b>16 403</b>	<b>17 048</b>	<b>3,9</b>
Transporte	3 843	3 680	-4,2
Viajes	9 037	9 828	8,8
Servicios de comunicaciones	506	484	-4,3
Servicios de construcción	1	1	0,0
Servicios de seguro	672	785	16,8
Servicios financieros	230	223	-3,0
Servicios de informática y de información	123	137	11,4
Regalías y derechos de licencia	86	96	11,6
Otros servicios empresariales	1 352	1 224	-9,5
Servicios personales, culturales y recreativos	193	187	-3,1
Servicios del gobierno, n.i.o.p..	360	403	11,9

Fuente: Secretaría General de ALADI. Base de datos de Estadísticas del Comercio Internacional de Servicios.

Fuente: ALADI

#### Beneficios Tributarios

- Los ingresos que se fijan en un determinado país solo pueden ser gravados en ese país y por lo tanto no pueden volver a ser gravados en el país de la persona que está recibiendo dicho ingreso (Ej: Si Integra Web hace presencia en Perú y se ganó un ingreso, en Perú se va a someter impuesto vía retención en la fuente. Por lo tanto, cuando a la empresa le toque declarar renta en Colombia va a incluir el ingreso que se ganó en Perú, pero será una renta exenta). Aplica para los servicios en el Art. 14

- Las personas naturales residentes en esos países luego de hacer la cedulaación, al declarar Impuesto de Renta, cuando generen ingresos se restan como renta exenta y sin someterlos a ningún límite.

**La Alianza del Pacífico (AP)** es un mecanismo principalmente de articulación político-económica y una plataforma de integración entre 4 países latinos con el Asia Pacífico. El principal objetivo es conformar un área de integración profunda que impulse un mayor crecimiento, desarrollo y competitividad de las economías participantes, mediante la búsqueda progresiva de la libre circulación de bienes, servicios, capitales y personas. Los integrantes de la AP son:

- Chile
- Colombia
- México
- Perú

En 2018, las exportaciones de servicios desde Colombia hacia los países de la Alianza del Pacífico ascendieron a US\$1,401 millones, aumentando 13% respecto al año anterior. Entre estas se destacan las exportaciones de Viajes, Transporte aéreo de pasajeros, Call center, *servicios de informática y servicios arquitectónicos y de ingeniería digital*. Siendo el principal comprador México, seguido de Chile y Perú.

Se busca posicionar a la Alianza del Pacífico como un destino atractivo para la inversión y el comercio de servicios en el mundo. La intención es aumentar los flujos de inversión y comercio de servicios no sólo entre los países de la Alianza sino entre la Alianza del Pacífico como bloque comercial, y el resto del mundo. Por lo anterior se negociaron capítulos como *comercio transfronterizo de servicios*, inversión, comercio electrónico, servicios marítimos y telecomunicaciones, para los cuales los países de la Alianza negociaron condiciones claras y permanentes que facilitan y promueven el comercio de servicios y las inversiones intrarregionales.

Este tema fue incluido en las negociaciones debido a que el comercio de servicios representa una valiosa oportunidad para el crecimiento económico de los países de la Alianza del Pacífico si se tiene en cuenta el potencial de este sector en el comercio mundial.

Según un portal Web llamado “adondeexportar” en el año 2019 resalta: El primer exportador de servicios comerciales es *Estados Unidos de América*, pues tiene el 14.10%, es decir, más de US\$ 808 mil millones, seguido de *Reino Unido*, con una exportación de US\$ 372 mil millones (6.50% del mercado total). *Latinoamérica y el caribe* (basado en 24 economías de la región)\*, colabora a nivel internacional con el 3.16% de las *exportaciones de servicios* comerciales, es decir, más de US\$ 181 mil millones.

A nivel latinoamericano y el caribe, los 4 países *de Alianza del pacifico*; representan el 30.29% de los ingresos. Las *exportaciones de servicios* comerciales de estas 4 economías suman más de US\$ 54,839 millones, como se ha manifestado líneas arriba.

México ocupa el primer lugar de este bloque pues el monto exportado por este país es superior a los US\$ 28 mil millones; Perú, ocupa el cuarto lugar con una exportación mayor a los US\$ 7,202 millones.”

### **Beneficios Tributarios**

Según el blog de *pacificalliance.com* en la *Sección A: Servicios transfronterizos prestados a Perú suministrados desde el exterior*, acota lo siguiente:

En el caso de los países de la AP, Perú tiene Convenios de doble imposición con Chile y México y con Colombia se rigen por las normas de la Comunidad Andina, la Decisión 578 del Régimen para evitar la doble tributación y prevenir la evasión fiscal. *De esta manera las empresas (persona jurídica) de la AP que exporten servicios al Perú en variados casos no estarán afectos a la retención del impuesto a la renta, para lo cual deben presentar su certificado de domicilio fiscal.* En el caso de personas naturales, estas también deben presentar su certificado de domicilio fiscal y están afectas a la retención del 10%.

## **7. TENGA CLARO, CUÁLES SON LOS IMPUESTOS QUE SE DEBEN PAGAR EN COLOMBIA:**

Por concepto de exportación transfronteriza de servicios y los 2 acuerdos internacionales anteriormente nombrados los cuales son relevantes para la relación entre Colombia y Perú los impuestos que se deben pagar *Colombia se rigen por las normas de la Comunidad Andina*, la Decisión 578 del Régimen para evitar la doble tributación y prevenir la evasión fiscal la cual aplica de la siguiente forma:

Según los Acuerdos de Doble Tributación (ADT) en el caso con la Comunidad Andina de Naciones (CAN) por concepto de exportación de servicios como suministro transfronterizo originada en el país de Colombia, *el exportador debe pagar un 30% de impuesto a la renta en Perú y este se descuenta por ser pagado en el exterior por el mismo concepto sobre el mismo ingreso y por el mismo período, correspondiente a la retención que le practican a título de renta en el país vecino.*

IVA (Impuesto al Valor Agregado)

- ✓ Exención
- ✓ Modo 1 (suministro transfronterizo)

Si su servicio cruza la frontera de Colombia y el servicio no regresará al país (por vía de reexportación o porque el servicio fue usado efectivamente en Colombia), *facture con IVA 0 (cero) y conserve los documentos de soporte de acuerdo con lo establecido en el Decreto 2223 de 2013.*

Modo 1 (suministro transfronterizo)

*El Artículo 481 del Estatuto Tributario establece en su literal C, la devolución del IVA para servicios prestados en el país y que se utilicen exclusivamente en el exterior. Para esto, junto con la solicitud, se deberán presentar los documentos soporte de la exportación, a saber:*

4. Factura.
5. Alguno de los siguientes documentos:
  - ✓ Oferta mercantil de servicios o cotización y su correspondiente aceptación
  - ✓ Contrato entre usted y el importador de sus servicios
  - ✓ Orden de compra de servicios o carta de intención y acuse de recibo.
6. Certificación del prestador de servicios indicando que el servicio será utilizado exclusivamente en el exterior

## **8. CONCLUSIONES**

- Perú posee una plaza potencial de mercado por explorar y explotar con la cual Software Médico puede fácilmente suplir las necesidades más frecuentes por miles y miles de establecimientos médicos que en muchas oportunidades carecen de una buena oferta frente a la gran demanda que hay hoy por hoy con las empresas que ofrecen este tipo de soluciones digitales.
- Sin lugar a duda Integra Web Ingeniería SAS junto a su marca distintiva Software Médico puede llegar a ser una de las empresas más representativas y ejemplares en el mercado digital del vecino país por su compacta oferta con un servicio integral y comprometido en todos los aspectos que un profesional médico busca para su cotidiano uso y el respaldo que espera al hacer parte de una empresa comprometida.
- En cuanto el modelo o planteamiento del negocio que ofrece Software Médico y el proceso propuesto con el proyecto de grado para Perú la empresa lograría un mayor reconocimiento e importancia en el mercado nacional y global siendo más competitiva al siempre buscar una mejora continua de sus procesos.
- Aclarar la reglamentación tributaria y contar con beneficios adicionales por parte de los acuerdos internacionales entre Colombia y Perú tiene como consecuencia una mayor convicción de ejecutar este plan a seguir por los directivos de la empresa ya que es realmente alcanzable en todos sus propósitos.

## 9. BIBLIOGRAFIA

ALADI. (2015). *COMERCIO EXTERIOR DE SERVICIOS EN LA COMUNIDAD ANDINA*.

[www.comunidadandina.org](http://www.comunidadandina.org).

<http://intranet.comunidadandina.org/documentos/DEstadisticos/SGDE757.pdf>

*BIBLIOTECA DIGITAL*. (s. f.). BIBLIOTECA DIGITAL. Recuperado 3 de octubre de 2020, de

<https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/11233/100000620.pdf?sequence=1;13>

Camuñas, M. (2020, 28 agosto). *Mercado objetivo: todo lo que necesitas saber para tu estrategia de marketing*. Blog Mailrelay, email marketing.

<https://blog.mailrelay.com/es/2018/05/31/mercado-objetivo>

CANCELLERIA DE COLOMBIA. (s. f.). *COMUNIDAD ANDINA*. [www.cancilleria.gov.co](http://www.cancilleria.gov.co).

Recuperado 3 de octubre de 2020, de

<https://www.cancilleria.gov.co/international/regional/can>

CARLOS GUERRA. (s. f.). *COMO HACER UN PLAN DE MKT DIGITAL*.

[www.carlosguerraterol.com](http://www.carlosguerraterol.com). Recuperado 3 de octubre de 2020, de

<https://carlosguerraterol.com/como-hacer-un-plan-de-marketing-digital/>

Clavijo, S. (2018, 31 julio). *Sector servicios: desempeño reciente y perspectivas*. LA

REPUBLICA. <https://www.larepublica.co/analisis/sergio-clavijo-500041/sector-servicios-desempeno-reciente-y-perspectivas-2755195>

COLOMBIA PRODUCTIVA. (s. f.). *DINAMICA ANUAL DE EXPORTACIONES*.

www.maro.com.co. Recuperado 3 de octubre de 2020, de

<https://www.maro.com.co/consulta-general/servicios/1>

Escamilla, G. (2019, 28 noviembre). *6 puntos que muestran la importancia del Marketing Digital para las empresas*. Blog de Marketing Digital de Resultados | Colombia.

<https://www.rdstation.com/co/blog/importancia-del-marketing-digital/>

*GUIA PARA EXPORTAR*. (s. f.). COLOMBIA EXPORTA SERVICIOS. Recuperado 3 de

octubre de 2020, de <https://www.colombiaexportaservicios.co/como-exportar/guia-para-exportar-servicios>

I. (2020, 12 abril). *La importancia de la telemedicina y la teleconsulta ante la crisis sanitaria*.

iSanidad. <http://isanidad.com/159292/la-importancia-de-la-telemedicina-y-la-teleconsulta-ante-la-crisis-sanitaria/>

*Inversión en el sector Software y Servicios de TI en Colombia*. (s. f.). Invierta en Colombia.

Recuperado 3 de octubre de 2020, de

<https://www.inviertaencolombia.com.co/sectores/servicios/software-y-servicios-de-ti.html>

*La Industria de Software en Colombia*. (s. f.). SG Buzz. Recuperado 3 de octubre de 2020, de

<https://sg.com.mx/revista/50/la-industria-software-colombia>

Martinez, C. (2020, 31 agosto). *Sector Terciario en Colombia: Actividades Principales*. Lifeder.

<https://www.lifeder.com/sector-terciario-colombia/>

MINTIC. (s. f.-a). *INFORME DE NORMATIVIDAD 2019*. www.mintic.gov.co. Recuperado 3 de octubre de 2020, de <https://www.mincit.gov.co/normatividad/docs/ley-1868-informe-2019.aspx>

MINTIC. (s. f.-b). *MINTIC promueve modelo y certificación CMMI para empresas de la industria TI del país*. www.mintic.gov.co. Recuperado 3 de octubre de 2020, de <https://mintic.gov.co/portal/inicio/Sala-de-Prensa/Noticias/6024:MinTIC-promueve-modelo-y-certificacion-CMMI-para-empresas-de-la-Industria-TI-del-pais>

OBSERVATORIO ESTRATÉGICO DE LA ALIANZA DEL PACÍFICO. (s. f.). *ESTUDIO SOBRE COMERCIO DE SERVICIOS EN LA ALIANZA DEL PACÍFICO*.

<http://pacificallianceblog.com/>. Recuperado 3 de octubre de 2020, de

<http://pacificallianceblog.com/wp-content/uploads/2018/01/2017-OEAP-Estudio-sobre-Comercio-de-Servicios-en-Alianza-Paci%CC%81fico.pdf>

*Oportunidades de Negocio en Sector Software*. (s. f.). PROCOLOMBIA. Recuperado 3 de octubre de 2020, de <https://procolombia.co/node/1234>

PROCOLOMBIA. (s. f.). *SERVICIOS*. www.procolombia.co. Recuperado 3 de octubre de 2020, de [https://procolombia.co/sites/default/files/\\_servicios21-11-2018.pdf](https://procolombia.co/sites/default/files/_servicios21-11-2018.pdf)

SÁNchez, A. M. (2020, 24 marzo). *Por cada 1.000 habitantes en Colombia, hay alrededor de 1,5 médicos generales*. LA REPUBLICA. <https://www.larepublica.co/economia/por-cada-1000-habitantes-en-colombia-hay-aproximadamente-15-medicos-generales-2982596>

Siqueira, A. (2020, 9 septiembre). *Buyer Persona: ¿Qué es y por qué es importante para tu estrategia?* Blog de Marketing Digital de Resultados.

<https://www.rdstation.com/es/blog/buyer-persona/>