

Plan de Negocios Multimediac Assistance

Yenny P. Cuartas Bustamante

Stephannie Taborda Diaz

Melissa Villegas Ruiz

Asesores

Christian Armando Moreno Posada

Jaime Humberto Vergara Marín

Universidad ECCI

Programa Profesional De Lenguas Modernas

Facultad De Ciencias Jurídicas, Sociales Y Humanas

Medellín

2021

AGRADECIMIENTOS

A nuestros padres Iván Enrique Villegas, Gloria Patricia Ruiz, Gloria Diaz, Gildardo Taborda, Sandra Bustamante y la abuela Mariela Jaramillo, por estar siempre a nuestro lado apoyándonos, brindándonos calma, amor y ánimos en los tantos momentos en los que lo necesitamos en este proceso. Gracias por su infinito esfuerzo para brindarnos una formación universitaria y, lo más importante, formarnos como personas por medio de su ejemplo.

A nuestros tutores Christian Moreno y Jaime Vergara, por brindarnos sus conocimientos profesionales sobre la interpretación y las finanzas.

A Valeria Cuervo, por haber aportado desde tu experiencia, conocimientos y empatía, no granos, sino montañas de arena para sacar adelante nuestra idea de negocio.

A Juan Fernando Pérez, por habernos asesorado en más de una ocasión y haberse ofrecido a brindarnos recursos para la realización de nuestro trabajo.

A María Isabel León, Ronald Restrepo, Juliana Jaramillo, Klisman Arias por todo su apoyo. Son el claro ejemplo de que “es mejor tener amigos que plata”, no sabemos qué hubiéramos hecho sin ustedes. Este trabajo es suyo también.

A Rodrigo Salinas y Felipe Montenegro, quienes desde nada más y nada menos que Chile, nos tendieron la mano en uno de los momentos más complejos y nos resolvieron mil dudas.

A Mateo Samir, por haber sido un jefe muy flexible con Melissa y haber estado pendiente del proceso, además de echarnos una mano.

A Santiago Arcila, Silvana Isaza y Luisa Prado por habernos dado tips e información con respecto a esta modalidad de grado y por habernos servido como guías en este largo camino.

A todas aquellas personas que nos ayudaron directa e indirectamente con cualquier tipo de información, consejos, o simplemente dándonos ánimos cuando pasamos por dificultades.

TABLA DE CONTENIDO

Glosario	6
Justificación y Antecedentes del Proyecto.....	10
Covid-19	15
Objetivo General.....	17
Objetivos específicos	18
Referentes Conceptuales.....	18
Interpretación.....	20
Interpretación De Enlace	26
Cirugía Plástica y Estética, Definiciones y Diferencias.....	27
Identificación Del Producto	28
Datos Generales.....	28
Sector Económico.....	30
Oportunidades del Mercado y Clientes.....	31
Perfil Del Cliente	31
Necesidades Del Cliente	33
Tendencia De Crecimiento Del Mercado	33
Tendencia del mercado	33
Turismo Médico	35
Lean canvas.....	38
Análisis Del Sector	39
Análisis De Mercado	40
Análisis De La Competencia.....	41
Solución y Avance Logrado a la Fecha Para la Puesta en Marcha del Proyecto.....	46
Componente Innovador o Factor Diferencial	47
Validación De La Aceptación Del Negocio En El Mercado	48
Ficha Técnica	49
Obtención De Ingresos (Inversiones O Fuentes De Financiación)	51
Condiciones Comerciales	52
Proyección de Ventas	55
Ventas Proyectadas	55
Normatividad	55

Normatividad Empresarial (constitución empresa)	55
Normatividad Tributaria	55
Normatividad Técnica	56
Normatividad con referencia a las PYMES	58
Política De Tratamiento De Datos	58
Normatividad Laboral	59
Código sustantivo del trabajo	59
Registro de Marca	60
Condiciones Técnicas para la Operación	60
Necesidades de Infraestructura - Adecuaciones, Maquinaria y Equipos, Muebles y Enseres, y demás Activos	60
Condiciones Técnicas de Infraestructura	61
Actividades	62
Capacidad Productiva	69
Equipo De Trabajo	70
Cargos	71
Estrategias	74
Estrategias de promoción	74
Estrategias de comunicación	76
Periodo De Arranque	76
Proyección Ingresos	77
Proyección De Costos Y Gastos	77
Capital De Trabajo	77
Riesgos	77
Resumen Ejecutivo	78
Referencias	81

LISTA DE TABLAS

Tabla 1: Cargos y las respectivas personas encargadas.	29
Tabla 2: Perfil del cliente	32
Tabla 3: Perfil del consumidor	32
Tabla 4: Necesidades del cliente y consumidor.	33
Tabla 5: Lean Canvas Multimedice Assistance	38

Tabla 6: Análisis de la competencia	45
Tabla 7: Componente Innovador o Factor Diferencial.....	47
Tabla 8: Condiciones	54
Tabla 9: Consumidor	55
Tabla 10: Condiciones técnicas de infraestructura.....	62
Tabla 11: Actividades Basic Plan	64
Tabla 12: Actividades Medium Plan	67
Tabla 13:Actividades Premium Plan.....	69
Tabla 14: Cargos.....	74
Tabla 15: Estrategias de promoción.....	76
Tabla 16:Estrategias de comunicación.....	76
Tabla 17: Riesgos	78

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1: Número de pacientes internacionales atendidos 2010 a 2019.....	13
FIGURA 2: Nacionalidad de los pacientes internacionales 2019	15
FIGURA 3:El Impacto De La Pandemia En Las Cirugías Plásticas Estéticas.	16
FIGURA 4: Language Services Market - Actionable Research on COVID-19 Globalization of Businesses to Boost Market Growth.....	34
FIGURA 5:Participación de Colombia en el mercado mundial del turismo de salud en 2017 y 2032	35
FIGURA 6: Ficha técnica de los servicios de Multimedic Assistance	50

Glosario

Consumidores: “El consumidor es una persona u organización que consume bienes o servicios, que los productores o proveedores ponen a su disposición en el mercado y que sirven para satisfacer algún tipo de necesidad” (Economipedia, 2020)

Cientes: “Un cliente es una persona o entidad que compra los bienes y servicios que ofrece una empresa” (Economipedia, 2020)

Ganancias: “La ganancia es el aumento de la riqueza que se produce a partir de una transacción u operación de índole económico”. (Economipedia, 2020)

Orden de compra: “Una orden de compra (también conocida como pedido de compra o nota de pedido) es un documento emitido por el comprador para solicitar mercancías al vendedor”. (Debitoor by sumup)

Cuenta de cobro: “Es la deuda a crédito que un cliente contrae con su proveedor por la adquisición de un bien o servicio. La deuda puede ser a corto o a largo plazo”. (Debitoor by sumup)

Posventa: “Postventa es la parte de la atención al cliente que reúne todas las estrategias pensadas para mejorar la experiencia después de la compra y mantener una relación duradera con los clientes, siempre correspondiendo a sus expectativas y necesidades”. (Salesforce, 2018)

Gastos: "decrementos en el patrimonio neto de la empresa, ya sea en forma de salidas o disminuciones en el valor de los activos, o de reconocimiento o aumentos de pasivos, siempre que no tengan la consideración en distribuciones, monetarias o no, a los socios o propietarios". (El Economista, s.f)

Gastos operacionales: “Se llama Gastos operacionales al dinero que una empresa o una organización debe desembolsar en concepto del desarrollo de las diferentes actividades que despliega”. (DefiniciónABC, 2010)

Gastos no operacionales: “Los gastos no operacionales son aquellos que no están considerados en los presupuestos de una empresa, porque no forman parte de su actividad productiva, sin embargo, por hechos fortuitos deben desembolsarse y ser asumidos por la misma”. (Economipedia, 2020)

Costos: El costo hace referencia al conjunto de erogaciones en que se incurre para producir un bien o servicio, como es la materia prima, insumos, mano de obra energía para mover máquinas, etc. (Gerencie.com, s.f)

Flujo de caja: El flujo de caja es un informe financiero para ordenar los ingresos y egresos de efectivo que tiene la empresa durante un tiempo definido, es decir, ayuda a conocer la liquidez de tu negocio. (Jiménez. L, s.f)

Utilidad bruta: “Ganancia que se obtiene de un producto después de que se descuentan los costos antes de lanzarlos al mercado y el costo de su adquisición antes de sacarlos a la venta”. (Kueski,2020)

Depreciación: “Disminución periódica del valor de un bien material o inmaterial” (Wikipedia, s.f)

TIR: “Porcentaje que mide la viabilidad de un proyecto o empresa, determinando la rentabilidad de los cobros y pagos actualizados generados por una inversión”. (Rankia, 2020)

VNA: “Valor neto actual de una inversión sobre la base de una serie de flujos de efectivo periódicos y una tasa de descuento”.

Mediación lingüística: es una actividad de la lengua (incluida en la competencia lingüística comunicativa), mediante la cual el usuario de esa lengua hace posible la comunicación

lingüística (oral o escrita) entre personas que son incapaces, por cualquier motivo, de comunicarse entre sí directamente. (Guerra Salas, Luis Gómez Sánchez, Elena, 2014)

Introducción

Al estar inmersas en el campo del bilingüismo como estudiantes de lenguas modernas, se ha descubierto ciertas dificultades que surgen en los diversos procesos comunicativos entre emisor y receptor cuando no se comparte el mismo código, es decir, cuando no se habla la misma lengua. Jakobson (1984) afirmó que los tres elementos mencionados anteriormente hacen parte de “los factores que constituyen todo hecho discursivo, cualquier acto de comunicación verbal” (p. 352), junto con el contexto o referente, el mensaje y el canal.

Se observa entonces que el emisor o destinador es la persona que comunica un mensaje (el contenido que quiere transmitir) a un receptor o destinatario (el sujeto que recibe la información). Ahora bien, considerando que Jakobson se refiere al código como un factor que tanto emisor como receptor deben compartir total o parcialmente (1984, p. 352), se aprecia que en los casos donde no hay una comprensión bilateral de éste se presentan inconvenientes en la comunicación, evitando así que los objetivos que el proceso comunicativo tiene se realicen satisfactoriamente.

Teniendo en cuenta esto, se sabe que estas dificultades o interferencias se pueden presentar en diferentes medios, por lo que este proyecto se enfoca en la solución a las barreras comunicativas que se presentan en la ejecución de servicios lingüísticos para el ámbito especializado de la medicina estética

Así, el presente documento tiene como finalidad exponer una idea de negocio creada para la opción de grado plan de negocios del programa Profesional en Lenguas Modernas de la Universidad ECCI sede Medellín. En este se presenta el desarrollo de una empresa de interpretación y acompañamiento especializada en el campo médico estético, siendo su público objetivo los pacientes extranjeros angloparlantes que visiten la capital antioqueña

con sujeto de realizarse algún procedimiento estético. El proyecto se titula “*MULTIMEDIC ASSISTANCE*”.

Considerando que en el transcurso del pregrado se realizó el estudio de asignaturas como *Introduction to Translation y General Business Translation*, esta idea de negocio pretende llevar a cabo las actividades de acompañamiento y la interpretación en el campo médico estético a personas que no hablen español con el fin de combatir las barreras que se presentan en la comunicación médico/personal administrativo-paciente en la rama de cirugías plásticas-estéticas y propiciar un diálogo eficiente, concreto y apropiado para obtener una mejor interacción y, por lo tanto, mejores resultados.

Justificación y Antecedentes del Proyecto

El turismo con fines médicos nace desde que hay necesidad de curarse. Desde que la civilización comenzó a expandirse, sus habitantes viajaban de un lugar a otro para encontrar un tratamiento a determinadas enfermedades o dolencias y, aunque no siempre se ha reconocido esta manifestación como “turismo médico”, desde tiempos antiguos se ha venido desarrollando cada vez más. Por ejemplo, los antiguos romanos construyeron balnearios térmicos para la salud y muchos templos terapéuticos prosperaron durante el dominio griego (Meštrović, 2018).

Actualmente, en el siglo XXI según McKinsey (2010 citado por de la Puente, 2016), aproximadamente el 46% de los turistas a nivel mundial reciben tratamientos médicos en el extranjero. Por lo general, los residentes de los países desarrollados viajan a los que se encuentran en vías de desarrollo para obtener servicios con un menor costo. La viabilidad para realizar los viajes, el hospedaje, la alimentación y, especialmente la salud, son factores

impulsores para atreverse a desplazarse a otro país y así acceder a los beneficios que puedan brindar sus tratamientos o procedimientos médicos. A su vez, este proceso lleva a un incremento económico de los países en desarrollo y a una mayor generación de empleo (de la Puente, 2015).

Así, haciendo énfasis en Colombia, el turismo médico se desarrolló en el país cuando se institucionalizó la Universidad Nacional de Colombia en 1867. En este año las actividades quirúrgicas comenzaron a crecer cada vez más y a volverse más populares y, durante el siglo XX, el desarrollo y evolución de muchas prácticas y saberes de la cirugía plástica se llevaron a cabo en hospitales como el Hospital San Juan de Dios, en Bogotá (Peláez, A. 2013, p. 2.).

Así mismo, en pleno siglo XXI, existen en el país factores positivos para el desarrollo de este sector, como lo son la oferta y la demanda (Arias et al, 2016). El Ministerio de Salud (2014), informa que aproximadamente el 3.35% de los turistas que acceden al país son personas que vienen a realizarse algún procedimiento o tratamiento médico. Estos informes dan evidencia de que el turismo médico en Colombia es un mercado cada vez más abierto al mundo, de ahí que, según estimaciones de la firma internacional Euromonitor (como se citó en Forbes Colombia, 2020), “el turismo médico en Colombia habría movido en 2019 unos 615.300 millones de pesos, 112, 1 % más que en 2014. Mientras que para 2024 la proyección es de 990.500 millones de pesos al año.”

Estas cifras son apoyadas por el hecho de que el país cuenta con seis clústeres del sector salud, siendo el más grande el ubicado en la ciudad de Medellín, denominado Medellín Health City. Este “facturó 230.896 millones de pesos entre 2010 y 2018 y recibió unos 72.000 pacientes” (Forbes Colombia, 2020). A esta alianza pertenecen, de acuerdo a *Empresas Medical Services Pacientes Internacionales* (s.f.), los hospitales Pablo Tobón Uribe y San Vicente Fundación, y las clínicas de la Universidad Pontificia Bolivariana, El Rosario y Las

Vegas. Estas instituciones, junto con las clínicas Las Américas y de Medellín, y el Hospital San Vicente de Paúl, cuentan con una Oficina Internacional en la que ofrecen servicios médicos, de acompañamiento, asesorías con conexiones turísticas, hoteleras y de transporte, etc. a extranjeros que desean realizarse procedimientos médicos o que buscan atención en áreas tales como consultas médicas, ayudas diagnósticas, cardiología, entre otras ramas médicas.

Se destaca también que una de las especialidades más solicitadas en el país es la dedicada a la medicina estética. Según La Sociedad Internacional de Cirugía Plástica Estética durante un congreso en Miami en 2017 (como se citó en Cluster Bogotá Cosméticos, 2018), reveló que alrededor del mundo se realizan aproximadamente 23 millones de procedimientos estéticos, donde Colombia destacó como el cuarto país donde se realizaron 346 140 intervenciones quirúrgicas de belleza a nivel mundial en ese año. Además, de acuerdo con un estudio de la Sociedad Internacional de Cirugía Plástica Estética (ISAPS, por sus siglas en inglés) “Colombia es la tercera nación de la región a la que más personas viajan a realizarse procedimientos estéticos. Solo superada por Brasil y México”. En 2019, en el país “se llevaron a cabo 413,512 de estos procedimientos; de los cuales 267,641 fueron quirúrgicos y 145,872 tratamientos estéticos que no requieren intervención” ISAPS (2019).

De igual manera, Medellín es la ciudad colombiana que mayor turismo de salud atrae, como indica la Clínica El Rosario (s.f). En consecuencia, se evidencia que es el punto de encuentro de una gran cantidad de consumidores que vienen en busca de servicios y atención médica de calidad, la cual usualmente tiene un costo más asequible en Colombia que el ofertado en sus países de origen, añadiendo que esta urbe “se destaca a nivel mundial por la atención en servicios médicos y por su alto conocimiento en ciencias” (Castaño, 2014, p. 24).

Se observa también que la capital antioqueña desde el 2010 registra anualmente un incremento en el número de pacientes internacionales atendidos. Mostrando así que en 2010 se atendieron un aproximado de 3.418 pacientes, continuando con un ascenso que alcanzó más de 11 mil pacientes en 2016, para finalmente registrar un total de 18.369 en el año 2019, como puede evidenciarse en la **Figura 1**.



FIGURA 1: Número de pacientes internacionales atendidos 2010 a 2019

Por otra parte, la interpretación de servicios públicos se ha visto como una herramienta útil en variedad de entornos, puesto que esta facilita la comunicación y evita malentendidos entre el oyente y quién comunica. Pöchhacker (2002 como se citó en Burdeus, 2015) la define como “la interpretación que se desarrolla en el contexto institucional de una sociedad determinada cuando los proveedores de servicios públicos y sus usuarios hablan lenguas distintas”. Por su parte, Mikkelson (1996 como se citó en Burdeus, 2015) la define como “una actividad que permite que personas que no hablan la lengua oficial del país en el que se encuentran, puedan comunicarse con los prestatarios de los servicios públicos.

Refiriéndose a la salud como uno de los principales servicios públicos existentes y enfatizando en la interpretación en el campo médico, ésta, a pesar de ser muy necesaria, no es un tema de estudio muy investigado y del cual se tenga mucha información (Ruiz, 2006), por lo tanto, no es utilizada directamente en hospitales ni clínicas como herramienta para facilitar la comunicación ni en Colombia ni en otros países con sistemas sanitarios altamente desarrollados, como se menciona en un blog de la agencia de traducción Agestrad:

Hace trece años, el estado de Oregón reconoció el problema y les pidió a médicos y hospitales que empezaran a utilizar intérpretes profesionales. La Ley de Protección al Paciente y Cuidado de Salud ha ampliado el tipo de materiales que los hospitales y aseguradores tienen que traducir para aquellas personas que no hablan inglés. Pero tras haber aprobado dicha ley hace más de una década, Oregón sigue teniendo problemas a la hora de proporcionar a sus pacientes la interpretación en el campo médico que necesitan. (2015)

Observado lo anterior, y a pesar de que la interpretación en el campo médico no es tan ejercida como cabría esperar, diversas compañías trabajan actualmente con la interpretación médica desde diferentes ámbitos y formas. Un ejemplo de lo anterior es la organización americana *Imani Lee* (<https://imanilee.com/es/>), cuya sede se encuentra en San Diego, EE. UU, la cual ofrece servicios lingüísticos y de traducción generales, de las cuales se desprende el subservicio de la interpretación en el campo médico oficial.

Ahora bien, de acuerdo al Informe de Pacientes Internacionales 2019, la nacionalidad predominante de pacientes internacionales que visitan Medellín es la estadounidense (**Ver Figura 2**). Es por esta razón que este proyecto se centra en atender a un público angloparlante ya que *Multimedica Assistance* pretende brindar a los pacientes internacionales de habla

inglesa un servicio de interpretación y acompañamiento que garantice la total comprensión y eficiente comunicación con los profesionales de la salud y los administrativos.



FIGURA 2: Nacionalidad de los pacientes internacionales 2019

Covid-19

En marzo de 2020, sucedió un acontecimiento histórico relacionado con el nuevo virus llamado Covid-19 y su consiguiente pandemia, la cual, con su inminente propagación afectó a millones de personas en todo el mundo. Social, política y económicamente todos los países se vieron afectados por la situación que desembocó esta enfermedad, especialmente la región latinoamericana ya que, “la crisis ha provocado un aumento del desempleo, la pobreza y la desigualdad” (Jones et al. (2021).

La expansión del Coronavirus ha limitado la producción de muchas empresas, afectado a los mercados mundiales e influido negativamente en el ingreso de extranjeros al país (Pont, 2020), por ende, el sector del turismo médico también se ha visto afectado negativamente.

Barbosa (como se citó en Solórzano, 2021) afirma que la atención a pacientes internacionales que querían realizarse alguna cirugía plástica en Colombia disminuyó más del 50% a comparación del 2019, esto debido a los cierres fronterizos por la pandemia. Además, como se muestra en la **Figura 3**, más de 45 clínicas ambulatorias han cerrado en el país, por lo que el 70% de la productividad ha disminuido. La demanda ha disminuido también por el temor al contagio y a la exposición al virus en un hospital.

EL IMPACTO DE LA PANDEMIA EN LAS CIRUGÍAS PLÁSTICAS ESTÉTICAS

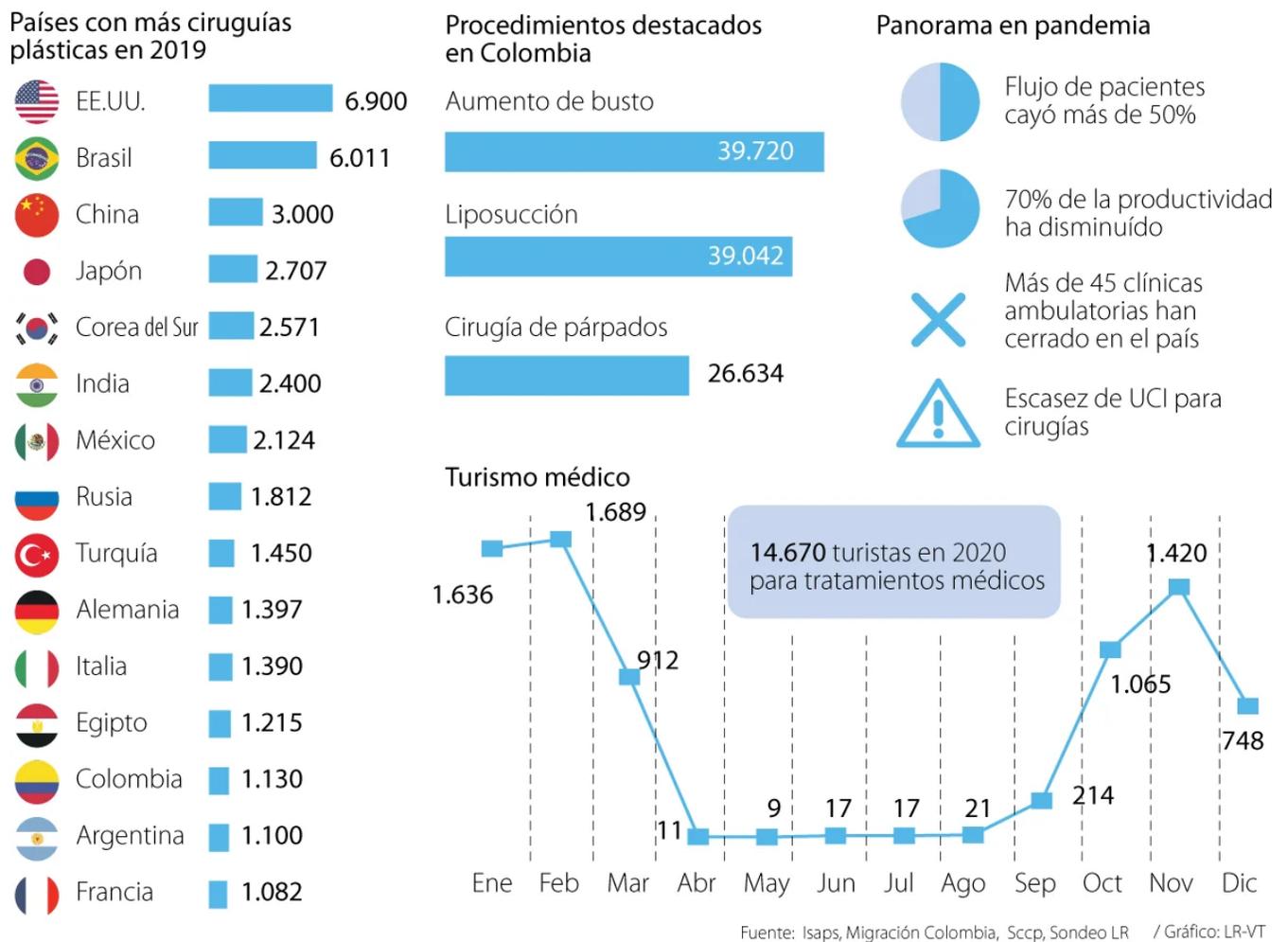


FIGURA 3:El Impacto De La Pandemia En Las Cirugías Plásticas Estéticas.

A pesar de los resultados poco alentadores del 2020, se proyecta que durante los siguientes años el mercado perteneciente a este sector aumentará (Forbes Colombia, 2020). Como se visualizó en la **Figura 3**, en Colombia durante el 2019 se realizaron más de 1.100 cirugías estéticas, lo cual evidencia que cada vez más extranjeros acudían al país para operarse. Además, como se mencionó en el apartado de justificación, la firma internacional Euromonitor (como se citó en Forbes Colombia, 2020) explica que la proyección para 2024 es de 990.500 millones de pesos al año. Esta información va en la misma línea que las cifras aportadas por ProColombia (2020), las cuales indican que “entre 2018 y agosto de 2019, el sector salud recibió 21 nuevos proyectos de capital extranjero. Estos representarían inversiones por más de 620 millones de dólares y generarían alrededor de 10.200 empleos”.

Cabe destacar que para efectos de la prestación de los servicios que van a ofrecerse y debido a las restricciones y la implementación de los protocolos de bioseguridad que se deben seguir como medidas de prevención contra el COVID-19, *Multimedica Assistance* ideó unos planes que se adaptan a los conductos que se deben seguir para poder prestar sus servicios de la mejor manera posible. Algunas de las estrategias a implementar serán la utilización de herramientas tecnológicas como las videoconferencias, WhatsApp y llamadas telefónicas.

Objetivo General

Proveer servicios de interpretación y acompañamiento especializado en el campo de la medicina estética, con el fin de combatir las barreras comunicativas entre los servicios médico-administrativo-locales y pacientes extranjeros angloparlantes que visitan la ciudad de Medellín, Colombia.

Objetivos específicos

- Establecer a *Multimedica Assistance* como la empresa más contratada para la prestación de sus servicios en Medellín.
- Crear alianzas con el mayor número posible de clientes, en pro de trabajar de manera conjunta para aportar a la economía de la ciudad.
- Posicionar a *Multimedica Assistance* como la empresa pionera en brindar servicios de interpretación especializada en el campo de la medicina estética-plástica en Medellín, buscando penetrar en el mercado del turismo médico y generar un impacto positivo en este sector.
- Cumplir con el requisito de grado para obtener el título de Profesionales en Lenguas Modernas de la Universidad ECCI sede Medellín.

Referentes Conceptuales

Multimedica Assistance es una empresa que nace del deseo de ayudar a extranjeros con problemas de comunicación en la lengua española. Por eso, parte de su nombre es “*Assistance*” que en español significa asistencia o ayuda. Del mismo modo, el término “*Multi-*” abarca los idiomas y la variedad y “*-Medic*” representa el servicio que se quiere ofrecer en el campo médico-estético. Por tanto, este proyecto se enfoca en brindar un servicio de interpretación en el ámbito especializado de la medicina estética.

Teniendo en cuenta que, como se explicó anteriormente, Medellín cada vez atrae más turistas de la salud, es evidente que esta tendencia ha sido impulsada por la globalización. Este proceso económico, político, cultural y social (Biblioteca del Congreso Nacional como se citó en Berardi 2009), ha intensificado esta dinámica haciendo que las ciudades que tienen

alta calidad en la prestación de los servicios de salud busquen atraer a pacientes internacionales para la realización de diversos servicios sanitarios (Gómez, 2017). Así mismo, gracias al impacto sociocultural de la globalización, muchos individuos tienen grandes capacidades lingüísticas, por lo tanto, llegan a ser bilingües.

Tal como afirma Bloomfield (1933, y Halliday / McIntosh / Strevens 1964 citado por Lörcher, 2012). “El bilingüismo ocurre cuando un individuo puede utilizar cada uno de los dos idiomas en la comunicación de tal manera que será considerado un hablante nativo en cada una de las respectivas comunidades de habla”. Poseer habilidades lingüísticas es sin duda una capacidad admirable, sin embargo, estas destrezas son limitadas cuando se entra en un campo más delicado como la salud o la legalidad. Es por esto que *Multimediac Assistance* usará sus habilidades bilingües en la prestación de sus servicios, los acuerdos con los clientes y las sugerencias sobre temas turísticos que se puedan recomendar a los consumidores.

Ahora bien, existen dos conceptos básicos que delimitan el tipo de servicio que va a ser ofrecido por **Multimediac Assistance**; ambos están relacionados entre sí pero tienen funcionalidades diferentes. Estos son la traducción y la interpretación.

Según Newmark, (1988) la traducción es “representar el significado de un texto en otro idioma en la forma en que el autor concibió el texto”, es decir, la traducción es cuando se pasa de un idioma a otro por escrito. La persona que realiza esta función se designa como traductor profesional y se espera de él que “sea un buen redactor” como declara Mayoral (s.f.).

En contraste con la traducción, la interpretación “es el acto de traducir oralmente a la lengua de destino un mensaje producido en una lengua origen” (Transandloc, s.f.). La Real Academia Española de la lengua (RAE citado por Domínguez, 2016), define al intérprete

como individuo que lleva a cabo este proceso, como “persona que explica a otras, en lengua que entienden, lo dicho en otra que les es desconocida”.

Con todo esto, *Multimediac Assistance* decidió que su servicio se concentrará en la interpretación. ¿Por qué? Medellín es la ciudad colombiana que mayor turismo de salud atrae, como indica la Clínica El Rosario (s.f.). Los pacientes internacionales cuya intención es someterse a un procedimiento estético, tienen como principal interés comunicar a los médicos tratantes cómo desean que se realice su intervención, que los profesionales de la salud comprendan en su totalidad que es lo que los pacientes realmente quieren como resultado final. (Peláez, A. 2013, p. 22.) Es por esto, que se considera más adecuado prestar un servicio que se enfoque en la oralidad, haciendo, por lo tanto, un mayor énfasis en la oralidad que en la escritura.

Interpretación

La interpretación es el servicio principal que se desea prestar, por eso es importante conocer a mayor profundidad sus fundamentos.

La interpretación siempre se ha visto como una capacidad sobresaliente a lo largo de la historia, por ejemplo, esta se empleaba para llegar a acuerdos entre naciones, como lo hacían Alejandro Magno, Ciro y Darío el Grande al precisar de intérpretes para concordar contiendas (Pérez, 2014). Este concepto ha avanzado a través del tiempo puesto que la sociedad se ha dado cuenta de que la interpretación no era sólo necesaria para que las tribus y pueblos se entenderán mutuamente, sino también para tener una comunicación asertiva entre ellos. Fue a partir de ese momento cuando se empezó a dar importancia a esta disciplina y comenzó su estudio e investigación (Delisle, 2003).

Durante siglos se han utilizado diferentes métodos para el estudio de la interpretación, métodos que evolucionan constantemente ya que la demanda de esta función es cada vez superior.

Los métodos de traducción e interpretación siempre tienen como base el texto fuente original conocido como “*source text*” (ST) y la lengua de partida conocida como “*source language*” (SL). Es fundamental saber para qué sirven y cómo se usan, ya que esta idea hace posible un intercambio de conocimiento en la sociedad. Es importante también conocer el “*target text*” (TT) que es el texto de llegada y su idioma de destino o idioma de traducción conocido como “*target language*” (TL). Estos términos bases permiten tener un punto de partida a la hora de ejecutar la interpretación. (Kushchenko, 2008).

Existen tres tipos de identificaciones propuestas por Kushchenko (2008) donde se establece una identificación funcional, una identificación estructural y una identificación semántica.

La identificación funcional se manifiesta en el hecho de que los receptores de traducción manejan el TT como si fuera ST, una creación del texto-fuente-autor. En cuanto a la propuesta estructural de la traducción, debe seguir la del texto fuente; esta estructura debe seguir la del texto original: no debe haber cambio en la secuencia de la narración o en el arreglo de los segmentos de texto; este es un requisito para la correcta traducción e interpretación. Además, la identificación semántica de la traducción con ST, considera que la traducción tiene el mismo significado que el texto original, por lo tanto, no existe interacción si no hay concordancia entre lo que se transmitió y lo que se recibió. El traductor trata de generar el TL más cercano posible equivalente a ST. La identificación más acertada para la interpretación médica sería la identificación estructural.

Así mismo, es esencial que la traducción o interpretación sea natural, no sea forzada. Así lo afirma Nida (1964) cuando dijo: “Traducir consiste en reproducir en la lengua receptora el equivalente natural más cercano al mensaje de la lengua de origen, primero en términos de significado, luego en términos de estilo” (p. 4).

Se hayan dos tipos de equivalencia “equivalencia formal” que se aproxima más al texto origen y la “equivalencia dinámica” que se aproxima más al lector y a la cultura (Ponce, N. 2008). La traducción de equivalencia formal preserva la forma lingüística que tiene el texto original en la lengua de salida, conservando la sintaxis, sonoridad y la fonología de la lengua de llegada, se puede decir que es es una traducción literal. Esta se ve en pocas oportunidades ya que las diferencias culturales no permiten un calco de las estructuras formales. Por otro lado, la equivalencia dinámica trata de reproducir desde el texto base un escrito más original, con más libertad, natural. El traductor encuentra el equivalente más próximo del ST al TL. (Nida, 1964). La equivalencia más acertada para la interpretación médica sería la equivalencia formal.

Según Reiss (1984, como se citó Universidad ECCI, 2020) existen diferentes tipologías de texto. La informativa, expresiva y operativa.

En el texto informativo, como la palabra lo dice, el centro del escrito es la información. Estos textos explican lo que está sucediendo en la sociedad y brindan información constructiva que puede ser útil para las personas. Por ejemplo, artículos enciclopédicos, noticias periodísticas y definiciones en el diccionario.

Por su parte, en el texto expresivo la composición creativa es el foco principal. Algunos ejemplos de tipología expresiva son la literatura creativa, trabalenguas, poemas y cuentos. El centro de la tipología expresiva son el autor y el mensaje.

Finalmente, en el texto operativo la persuasión es el foco principal. Es adaptativo, llama la atención y busca persuadir a alguien, por ejemplo, el discurso político y la publicidad. Audio-Medial: Aquí las representaciones visuales y mediáticas son el foco principal. Por ejemplo, mapas mentales, gráficos, videos, audios, carteles y rotafolios. Las tipologías del texto son muy importantes porque te ayudan a tener una mejor traducción.

Por otra parte, la traducción documental se utiliza cuando la información se centra en el texto original y el tipo de comunicación es entre el creador y el destinatario. “Sirve como documento de comunicación de una cultura de origen entre el autor y el receptor de ST” (Nord, 2005). La traducción instrumental se transmite al idioma de destino. Su objetivo es tener una traducción precisa para que el lector no se dé cuenta de que no es el texto original.

El traductor debe comparar el ST y el TT. Esta comisión debería proporcionar esta información para ambos textos. Los destinatarios: remitente y destinatario. La hora y el lugar de recepción del texto. El medio: hablado o escrito, en línea o en papel (impreso). El motivo: por qué se escribió el ST y por qué se está traduciendo. Asunto: Informa sobre el contexto del tema. Contenido: sobre lo que están hablando.

Presuposiciones: posibles traducciones y efectos en ellas. Composición del texto: características del contenido. incluyendo microestructura (unidades de información, etapas de una trama, relaciones lógicas, estructura temática) y macroestructura (principio, final, notas al pie, citas). Elementos no verbales: ilustraciones, cursiva, tipo de letra, etc. Léxico: incluye dialecto, registro y terminología específica; estructura de la oración: características de Retorica, como paréntesis y puntos suspensivos. Características suprasegmentales: que incluyen acentuación, tiempo, ritmo y 'puntuación estilística'.

Existen diferentes métodos de traducción según Newmark (1981). Está la traducción (T) palabra por palabra. Aquí el traductor busca traducir palabra por palabra lo que lee. Se

centra en el texto fuente. No tiene en cuenta el contexto. En la T. literal. la forma de la misma es muy cercana a la original. Newmark dice que esta técnica es útil cuando vas a traducir grandes discursos, biografías y obras literarias.

La T. fidedigna se centra en el texto fuente. Traduce el significado contextual preciso. Transfiere palabras culturales y conserva la estructura gramatical del SL. En la T. semántica se centra en el texto fuente. Está cuidadosamente en la estructura, da prioridad al significado que al original y se utiliza en textos religiosos, textos legales y quizás discursos ministeriales.

La T. de adaptación se centra en el texto de destino. Es la forma más libre de traducción. Puede traducir de acuerdo con la cultura del TT y adaptar y cambiar muchas palabras para hacer una traducción cómoda. Puede expresar cosas de una manera totalmente diferente al texto de destino.

La T. idiomática se centra en el texto de destino. Si hay una expresión en el SL, este método adapta la expresión a otra expresión que signifique lo mismo en el idioma de destino a pesar de que no tenga las mismas palabras. Por ejemplo, el madrugador atrapa al gusano. En español significa; A el que madruga Dios le ayuda. El significado es el mismo, aunque las palabras no sean las mismas.

La T. Comunicativa se centra en el texto de destino. Da el significado contextual exacto del original.

Traducción libre. Es útil para poemas y colas porque conserva el propósito original sin perder el sentido real. Es uno de los métodos de traducción más precisos.

En conclusión, todos los métodos de traducción son útiles, se debe usar uno que tenga en cuenta el contexto y, dependiendo del caso. a veces se usará más de un método en un texto.

Por otro lado, la terminología también es un pilar para la correcta interpretación, esta es un conjunto de actividades que garantizan que los términos correctos se utilicen de forma

coherente en todos los materiales, acá se incluye recopilar, desarrollar (lo que significa el término en contexto), almacenar, revisar, armonizar, actualizar y distribuir datos terminológicos (Patricias Brenes,2017)

La Teoría comunicativa de la terminología propuesta por Cabré (1999: 122-124). Se concentra en que el objeto de estudio de la terminología en los textos orales y escritos de profesionales que acceden al conocimiento especializado. De acuerdo con Brenes (2017), investigar los términos específicos necesarios para completar una traducción determinada es una tarea que requiere mucho tiempo y las herramientas de extracción de términos demostraron ser de gran ayuda, esta suele ser monolingüe o bilingüe.

Además, como plantean Benavent e Iscla (2001) “El lenguaje médico, como todo lenguaje científico, debe caracterizarse por su precisión y rigor, es decir, debe tener claramente definido el significado y connotación de todos los signos y palabras que utiliza para evitar cualquier confusión y lograr una comunicación universal”. Según estos autores siendo causante muchas veces “la insuficiente formación preuniversitaria y universitaria en estos temas y en la escasez de tiempo de los profesionales de la salud para enriquecerse con literatura no profesional”. Benavent e Iscla (2001) refiriéndose por estos temas a las malas traducciones por falsos amigos y extranjerismos, lo cual ayuda a probar por qué es necesario y la verdadera utilidad de los mediadores lingüísticos en el área de la salud, ya que esto ayuda a hacer más precisa la equivalencia de los términos correctos tratando de mitigar los daños a la salud de los pacientes que puedan derivarse de malentendidos en la comunicación.

Para hacer buenas interpretaciones no solo se debe contratar personal especializado, sino que este personal debe estar capacitado en muchos ámbitos, no solo en la escucha y el habla sino también en la lectura, tal como plantean Benavent e Iscla en el texto Problemas del lenguaje médico actual. “Los problemas de comprensión se producen, sobre todo, con los

informes y los diagnósticos de las historias clínicas, así como en los volantes de interconsulta entre médicos. En estos documentos abundan las contracciones de palabras y las abreviaturas irregulares...” (2001). Además de problemas con la interpretación de lo que los pacientes escuchan también se ha notado un problema en la comprensión de los términos que los profesionales de la salud usan al escribir, por lo que los intérpretes de la medicina deben ser bien instruidos y deben ser conocedores de estos términos para poder transmitir el mensaje al receptor de la forma más apropiada.

Los intérpretes de la salud son y serán requeridos por mucho tiempo ya que como afirma Navarro: “Hoy, las publicaciones médicas en lengua española son en gran medida el resultado de un proceso de traducción a partir de estos idiomas modernos, y muy especialmente del inglés” (1997). y no solo tener en cuenta esta traducción sino tener en cuenta que “Las dos características más llamativas del lenguaje médico, que sorprenden a cuantos se acercan a él por vez primera, son su antigüedad y su riqueza.” (1997). Mencionando esto se quiere aclarar que estas peculiaridades del léxico, habla y vocablo médico pueden presentar un desafío para todas las personas, por lo que no se puede esperar que alguien que esté estudiando una especialidad en otro campo tenga el suficiente tiempo y la capacidad para aprender todo esto y aplicarlo en un nuevo contexto, una nueva cultura y un nuevo idioma sin ningún tipo de dificultad, es más, no estaría mal decir que la especialización en este campo es fundamental e indispensable para el desarrollo de la salud y bienestar humano.

Interpretación De Enlace

Existen distintas clasificaciones de los tipos de interpretación. (Collados y Fernández, 2001 como se citó en Valentinova, 2017) hacen una distinción entre técnicas y modalidades;

las técnicas serían la manera determinada mediante la cual se realiza la actividad interpretativa y las modalidades, en cambio, tienen que ver con las situaciones sociales en las que tiene lugar la interpretación.

Según estas autoras, las tres técnicas básicas de la interpretación son:

- La interpretación bilateral o de enlace (IB), en la que un solo intérprete interpreta en dos direcciones justo después de cada una de las intervenciones de los interlocutores.
- La interpretación consecutiva (IC), que se realiza tras la intervención total o parcial del ponente, conlleva un alto grado de complejidad y duración, por lo que es necesaria la toma de notas, teniendo lugar en situaciones formales o muy formales.
- La interpretación simultánea (IS), que se realiza de forma simultánea con un mínimo desfase entre la emisión del discurso original y la interpretación.

Como *Multimediac Assistance* busca prestar servicios de interpretación y acompañamiento en el ámbito médico, teniendo en cuenta que en este sector se manejan protocolos de privacidad y que las partes a intervenir sólo serían médico-paciente y paciente-administrativo(s), la técnica más pertinente de interpretación corresponde a la bilateral o de enlace consecutiva.

Cirugía Plástica y Estética, Definiciones y Diferencias

Con referencia a la especialidad médica mencionada en el objetivo de “*Multimediac Assistance*” y a los diferentes tipos de procedimientos que ésta incluye, cabe destacar que El *American Board of Cosmetic Surgery* de Estados Unidos (como se citó en *California*

Academy of Cosmetic Surgery (s.f.)), afirma que hay una diferencia entre los términos ‘cirugía plástica’ y ‘cirugía cosmética’.

La cirugía plástica abarca las intervenciones realizadas en pro de mejorar algún defecto o deformidad facial o corporal, siendo estas provocadas por trastornos en el nacimiento, traumatismos, quemaduras o enfermedades, por consiguiente, estas cirugías son de carácter meramente reconstructivo. Por el contrario, la cirugía cosmética o estética acoge los procedimientos que buscan mejorar la apariencia física, proporciones y simetrías del cuerpo o cara del paciente (*American Board of Cosmetic Surgery*, s.f.).

Una vez aclarado en qué consiste cada uno de los tipos de cirugía, es importante también explicar la diferencia entre los procedimientos quirúrgicos y los que no lo son:

Un procedimiento quirúrgico, también llamado cirugía, es la operación instrumental, total o parcial, de lesiones causadas por enfermedades o accidentes, con fines diagnósticos, de tratamiento o de rehabilitación de secuelas. (Ministerio de Salud, 1994)

Un procedimiento no quirúrgico es “un procedimiento realizado en consultorio, que no requiere intervención dentro de salas de cirugía. En cada uno de ellos el profesional que lo ejecuta solicitará la colaboración del paciente para realizar con precisión cada uno de los procedimientos.” (Clínica Barraquer, s.f.)

Al aclarar estos conceptos, “*Multimedica Assistance*” prestará sus servicios a todos los procedimientos acogidos en la medicina estética- plástica, sin importar si son de carácter quirúrgico o no.

Identificación Del Producto

Datos Generales

En sus primeras fases de desarrollo y posicionamiento en la ciudad de Medellín,

Multimediac Assistance desarrollará sus labores por medio de la modalidad de teletrabajo, razón por la cual, sus funciones se llevarán a cabo por los miembros del equipo en distintas zonas del Área Metropolitana, siendo éstas especificadas en la siguiente tabla:

CARGO	PERSONA A CARGO	UBICACIÓN (Dirección)
<i>Gerente General</i>	<i>Melissa Villegas Ruiz</i> <i>melissa.villegasr@ecc.edu.co</i>	<i>Calle 96 #65-32</i> <i>Castilla, Medellín, Antioquia</i>
<i>Administradora Operativa</i>	<i>Yenny Paola Cuartas Bustamante</i> <i>yennyp.cuartasb@ecc.edu.co</i>	<i>Carrera. 15 #9-27,</i> <i>Barbosa, Antioquia</i>
<i>Intérprete</i>	<i>Stephannie Taborda Díaz</i> <i>stephannie.tabordad@ecc.edu.co</i>	<i>Calle 64 #55-09</i> <i>Itagüí, Antioquia</i>

Tabla 1: Cargos y las respectivas personas encargadas.

Multimediac Assistance servirá como intermediario entre los pacientes internacionales que vengan a la capital antioqueña con el propósito de realizarse procedimientos estéticos y el personal médico-administrativo que los atenderá, garantizando así a los primeros un acompañamiento y comunicación asertiva y precisa que vuelva su paso por Medellín y la realización de su intervención, un hecho libre de posibles inconvenientes causados por las barreras comunicativas.

Entre nuestros objetivos se encuentran:

- Servir como intermediarios entre el cliente y el personal, tanto médico como administrativo, que lo atenderá.

- Acompañar, según el plan escogido, a nuestro cliente desde el momento que prefiera, sea solo a partir de su primer ingreso a la institución elegida para su intervención o desde su llegada al país.
- Generar un servicio de calidad el cual sea recomendado ampliamente por nuestros clientes y consumidores en sus países de origen, esto con el fin de que la publicidad voz a voz incite a los extranjeros a visitar la ciudad de Medellín para realizarse los procedimientos estéticos y que esto impulse la economía de la ciudad.

Sector Económico

Multimediac Assistance es una empresa que cuya actividad económica pertenece al sector terciario, el sector *servicios*. Debido a esto, su código CIIU es el **7490**, el cual incluye Otras actividades profesionales, científicas y técnicas n.c.p.

La clase perteneciente al código anterior “comprende una gran variedad de actividades de servicios que se prestan por lo general a clientes comerciales. Abarca las actividades para las que se requieren niveles de conocimientos profesionales, científicos y técnico”. (Departamento Administrativo Nacional De Estadística- (DANE), 2020)

Se incluyen las siguientes actividades:

- Actividades de interpretación, sector en el que **Multimediac Assistance** se desempeña.

Oportunidades del Mercado y Clientes

Perfil Del Cliente

El principal objetivo es poder llegar a todas las clínicas e instituciones donde se realicen cirugías procedimientos estéticos en la ciudad de Medellín, Colombia, donde el consumidor final será un paciente internacional de habla inglesa que desee este servicio de acompañamiento bilingüe durante su proceso de forma total o parcial.

Se toma como base un reporte de Clúster Medellín titulado *Informe de Pacientes Internacionales 2019* donde se registra que Estados Unidos es el país del que más visitas de pacientes internacionales se registran en la ciudad de Medellín. Con esta información se identificó una oportunidad de mercado, siendo una de las razones para la creación de esta empresa.

Además, según estadísticas expuestas en el apartado de justificación, el 6% de los pacientes del exterior vienen a Medellín con el objetivo de ser atendidos por la especialidad médica de la cirugía plástica-estética. Estos pacientes pueden encontrarse en las clínicas o instituciones estéticas a las cuales se van a ofrecer los planes de *Multimedica Assistance*, creando así un convenio o alianza entre las instituciones y la empresa, donde se recomienden los servicios quirúrgicos de las instituciones aliadas y ellas, la asistencia bilingüe y acompañamiento que se presenta en los paquetes ofrecidos en el portafolio de servicios.

<i>Cliente</i>	<i>Perfil</i>	<i>Localización</i>	<i>Justificación</i>
Clínicas o instituciones donde se realicen	Empresas ya constituidas que	Medellín, Colombia.	Medellín es la ciudad colombiana

procesos estéticos que tengan o no oficina de internacionalización.	reciban clientes extranjeros angloparlantes para algún procedimiento estético.		que mayor turismo de salud atrae. Clínica del Rosario (s.f.)
---	--	--	--

Tabla 2: Perfil del cliente

<p>Consumidor: <i>Persona angloparlante de origen extranjero (mujeres de EE. UU entre los 20 y 40) que haya decidido someterse a algún procedimiento estético, sea este quirúrgico o no, en la ciudad de Medellín, Colombia.</i></p> <p>Cliente: <i>Clínicas y/o instituciones de salud en las que se realicen procedimientos estéticos, que no posean o quieran mejorar su oficina de internacionalización con el objetivo de una mayor captación de clientes.</i></p> <p>Perfil: <i>Clínicas reconocidas en Medellín y elegidas por extranjeros para procedimientos estéticos.</i></p>

Tabla 3: Perfil del consumidor

Necesidades Del Cliente

<p>Cientes</p> <p>Satisfacer la necesidad de una comunicación eficaz con el fin de atraer más consumidores.</p>
<p>Consumidores</p> <p>Se pretende brindar al consumidor una mejor comprensión y eficiente comunicación durante todo el proceso que el paciente se realice en la institución elegida.</p>

Tabla 4: Necesidades del cliente y consumidor.

Tendencia De Crecimiento Del Mercado

Tendencia del mercado

Multimediac Assistance es una empresa perteneciente al sector de servicios, específicamente al área de servicios lingüísticos, ya que se pretende brindar una interpretación bilateral del inglés al español y viceversa.

Sabiendo esto, se realizó una búsqueda en la cual se halló información brindada por *The Slator 2020 Language Service Provider Index* (Índice de proveedores de servicios lingüísticos Slator 2020) cuyos datos arrojan que “los ingresos combinados en dólares estadounidenses de las empresas del Índice de proveedores de servicios lingüísticos (LSPI) de Slator 2020 crecieron un 14,2% en 2019 a 6.99 mil millones de dólares”. Esto indica que la industria perteneciente a este sector de servicios cada vez va en aumento, ya que las cifras del 2018 también habían sido positivas, siendo así que “los ingresos combinados en dólares

estadounidenses de las empresas en el Sator LSPI de 2019 crecieron un 17.2% en 2018 a USD 5.800 millones.”

Asimismo, Technavio (citado por Business Wire, 2020) realizó un estudio de mercado que indica que los servicios lingüísticos están a punto de crecer durante los años 2020 y 2024 con un aumento económico de 9,72 mil millones de dólares. Como se evidencia en la **Figura 4**, la tasa anual aumentará un 4% “durante el período de pronóstico” según el último informe de Technavio.

Muchas compañías a nivel mundial planean expandirse en el mercado de servicios lingüísticos, por eso han creado una demanda de traductores y personas que dominen otros idiomas locales. Estas empresas necesitan cumplir con regulaciones que requieren la traducción de documentos regionales. Por lo que se espera que la internacionalización propulse el desarrollo del mercado en servicios lingüísticos.

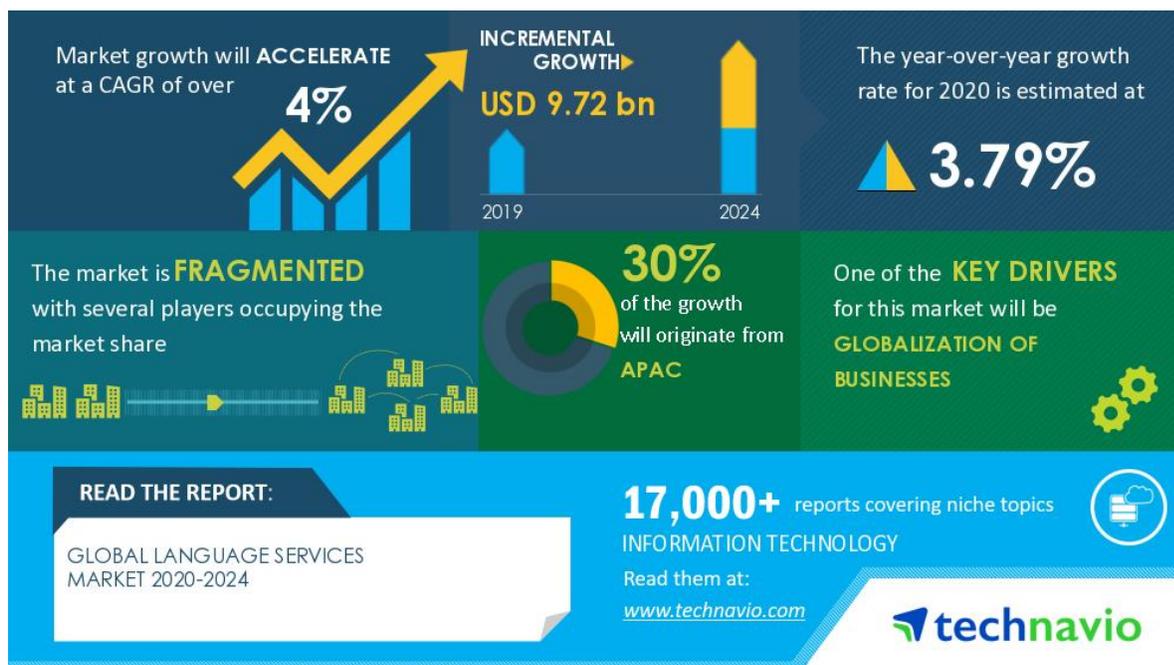


FIGURA 4: Language Services Market - Actionable Research on COVID-19 | Globalization of Businesses to Boost Market Growth

Turismo Médico

De igual manera, como se evidencia en la **Figura 5**, se estima que la participación del turismo de salud tendrá un incremento del 25% para 2032 en Colombia.

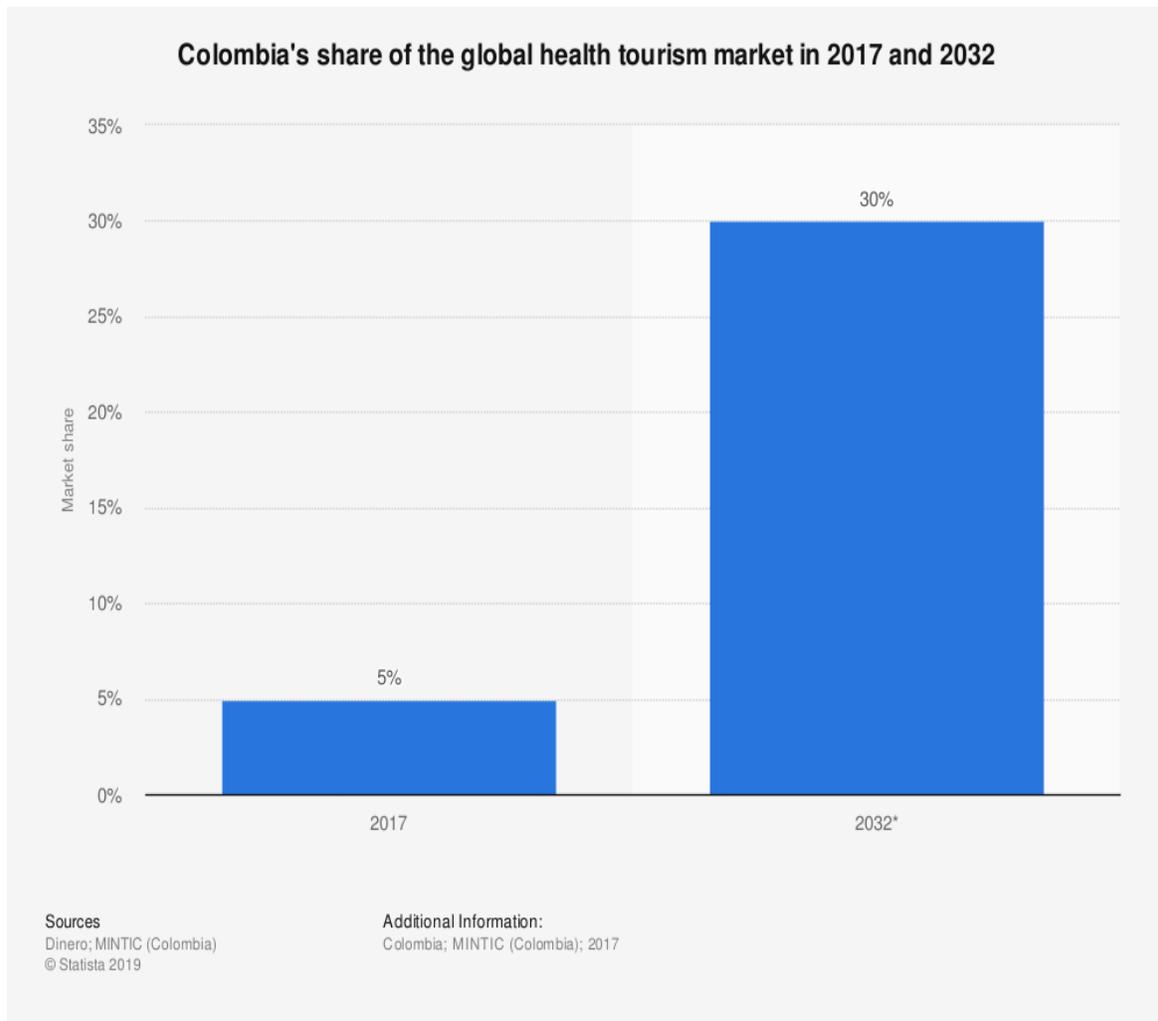


FIGURA 5: Participación de Colombia en el mercado mundial del turismo de salud en 2017 y 2032

Socios clave	Actividades clave	Oferta (propuesta de valor)	Relación cliente	Segmentos de clientes
<p>¿Quiénes son sus socios clave?</p> <p>Estas son las instituciones médicas, consultorios, entre otros, que atienden a los pacientes internacionales.</p> <p>¿Cuáles son los recursos clave que ofrecen sus socios?</p> <p>Ofrecen tratamientos médicos, intervenciones quirúrgicas, procedimientos ambulatorios.</p>	<p>¿Cuáles son las actividades clave necesarias para producir la oferta?</p> <p>Es necesario contar con intérpretes, los cuales brindan el servicio a los consumidores finales. Además, es necesario crear una estrategia de marketing para promover el servicio.</p>	<p>¿Qué propuesta de valor para los clientes?</p> <p>Apoyar la captación de pacientes internacionales, que vengan a Medellín a someterse a algún procedimiento estético, a estas clínicas, ayudando así a mejorar el crecimiento de este sector y, por</p>	<p>¿Qué tipo de relación espera tener con los clientes de la empresa?</p> <p>Esta es una relación directa ya que los clientes son los que contratan directamente el servicio de interpretación y acompañamiento para sus consumidores, los pacientes.</p>	<p>¿Cuáles son los segmentos de clientes objetivo?</p> <p>Pacientes no hispano-hablantes que consulten la especialidad de medicina estética-plástica.</p> <p>¿Para quién estamos creando valor?</p>

<p><i>¿Cuáles son los recursos en los que se destacan sus socios?</i></p> <p><i>Procedimientos e intervenciones de la especialidad medicina estética-plástica.</i></p>		<p><i>lo tanto, la economía de la ciudad.</i></p> <p><i>¿Qué soluciones concretas aporta la oferta a los clientes?</i></p> <p><i>Este servicio resuelve la barrera de comunicación entre los pacientes no hispano-parlantes y el personal médico-administrativo.</i></p> <p><i>¿Qué respuesta aporta la oferta a las necesidades</i></p>	<p><i>¿Cómo encaja la relación con el cliente en el resto del modelo de negocio?</i></p> <p><i>La relación con el cliente garantiza la solicitud del servicio que el cliente realizará en el futuro y garantiza el crecimiento de la economía en la empresa.</i></p>	<p><i>Multimedice Assistance está creando valor tanto para las instituciones médicas especializadas en esta área de la medicina, como para los pacientes internacionales.</i></p>
--	--	--	--	---

	<p>Recursos clave</p> <p><i>¿Qué recursos clave requiere la producción de la oferta?</i></p> <p><i>Se requieren intérpretes certificados. publicidad productiva.</i></p> <p><i>¿Qué recursos se necesitan en función del tipo de relación con el cliente al que se dirige?</i></p> <p><i>Es necesaria una plataforma sencilla pero eficaz para mantener la relación con los clientes, en conjunto con las diversas plataformas que permiten la comunicación como Microsoft Teams, WhatsApp, entre otras.</i></p>	<p><i>concretas de los clientes?</i></p> <p><i>Esto resuelve la necesidad de comunicación en un idioma diferente en el que se requiere el servicio.</i></p>	<p>Canales de distribución</p> <p><i>¿A través de qué canales de distribución queremos llegar a los clientes?</i></p> <p><i>Publicidad en redes sociales, Migración, contacto directo con las instituciones o consultorios médicos.</i></p>	
--	---	---	--	--

Lean canvas

Tabla 5: Lean Canvas Multimedic Assistance

Análisis Del Sector

Como bien se menciona en el apartado dedicado al COVID-19, la pandemia derivada de este virus forzó a los gobiernos a tomar distintas medidas que, de una u otra manera, afectaron negativamente a los diversos sectores de la economía. Entre las diversas actividades e industrias, Carillo (2020) destaca que, según los estudios más recientes del mercado, la industria de la traducción e interpretación ha demostrado ser una actividad “a prueba de confinamiento”. Así mismo, afirma que este sector genera a nivel global unos 24.4 mil millones de dólares.

Ahora bien, haciendo un recorrido por la transición que este mercado ha sufrido, se observa que, previo a la pandemia, este sector ostentaba una estabilidad económica debido a la influencia que tiene la globalización en todos los aspectos empresariales y comerciales. Sin embargo, debido a la expansión del COVID-19 se hizo urgentemente necesaria una migración del trabajo presencial al ámbito de la virtualidad para poder garantizar la continuidad de los servicios.

Hablando específicamente sobre servicio de la interpretación, esta problemática conllevó a que se diera un mayor uso a las plataformas digitales, logrando así que, al tiempo que se reducen gastos; como los derivados del desplazamiento, el alquiler de estancias apropiadas para llevar a cabo reuniones y los equipos de traducción, entre otros, se logre un mayor alcance haciendo posible que cada vez más clientes de distintos lugares del mundo estén interconectados. Observando cómo el uso de las plataformas y herramientas digitales tuvo un alza en este sector, es destacable que esta “modernización” ya se estaba desarrollando, pero con la aparición del virus, tuvo un aumento exponencial.

Se debe agregar, con referencia a la inestabilidad económica del sector provocada por el virus, Carrillo (2020) añade que, en abril de 2020 “un 45% de traductores e intérpretes alrededor del mundo habían sufrido una caída considerable en sus ingresos, especialmente en el caso de los profesionales dedicados a la industria del turismo”, mientras que los profesionales en el ámbito de la traducción-interpretación médica, habían presenciado un crecimiento en su sector, debido al aumento de la “necesidad de servicios de interpretación en hospitales y de traducción de material relacionado con la pandemia”.

Análisis De Mercado

Teniendo en cuenta que el proyecto se desarrollará en la ciudad de Medellín será un mercado nacional, así se identificó como mercado potencial las clínicas e instituciones que prestan servicios estéticos y que reciben pacientes extranjeros con el fin de adquirir sus servicios.

Se decide esto al observarse un aumento de pacientes internacionales en el año 2019 y porque de acuerdo algunas fuentes, “Medellín es la ciudad colombiana que mayor turismo de salud atrae”, como indica la Clínica El Rosario (s.f). Finalmente se estima tener un aproximado de entre 5 y 7 clientes, que son las clínicas estéticas, las cuales podrían aportar en promedio 35 consumidores. Siendo estas aproximaciones tomadas de los cálculos de ventas del mes 12.

Análisis De La Competencia

<i>Nombre</i>	<i>Localización</i>	<i>Servicio (Propuesta valor)</i>	<i>Precio</i>	<i>Segmento</i>
UPC Consultants	Medellín, Colombia.	Intérprete consecutivo / acompañant e	\$350.000 (Personas naturales (costo por hora) Valor sin IVA.	Personas naturales, empresas, clientes recurrentes
Gustave Traducciones S.A.S.	Medellín, Colombia.	Equipo de intérpretes oficiales en diferentes idiomas.	700.000 (Consulta médica, interpretación, acompañamien to ESP< >ING, 2h	Personas naturales, empresas, clientes recurrentes
MY ENGLISH idiomas y traducciones	Medellín, Colombia.	Servicio de Traducción Simultánea	No se pudo obtener información.	Personas naturales, empresas, clientes recurrentes

		Presencial, Remota, o Consecutiv a en cualquier tema e idioma.		
Success Communication Service	Medellín, Colombia.	Servicios de traduccione s, interpretaci ones	200.000 por hora	
Smart Translators	Medellín, Colombia.	Servicios de traducción simultánea y traducción de documentos , con traductores oficiales	620.000 (Consulta médica, interpretación, acompañamien to ESP< >ING, 2h	Personas naturales, empresas, clientes recurrentes

		nativos en todo el país.	
Omniumcorp	Medellín, Colombia.	Traducción de documentos públicos o privados que surtirán efectos en el exterior o en Colombia para trámites de trabajo, registros, becas.	No se pudo obtener información
Vocálesis	Medellín, Colombia.	Escoltas y Acompañantes Bilingües Especializa	No se pudo obtener información

		dos en el Campo Médico		
Oficina de Internacionalización Clínica Las Américas	Medellín, Colombia.	Cuenta con una enfermera que realiza traducción simultánea durante la consulta.	\$200.000 COP	Personas naturales, empresas, clientes recurrentes
Oficina de Internacionalización Hospital Pablo Tobón Uribe	Medellín, Colombia.	Cita médica dependiendo de la especialización.	\$110.000 y 220.000 COP	
Oficina de Internacionalización Clínica Medellín	Medellín, Colombia.	Cita médica dependiendo de la especialización	No se pudo obtener información	

Oficina de Internacionalización Hospital San Vicente Fundación	Medellín, Colombia.	Cita médica dependiente de la especialización	No se pudo obtener información	Personas naturales, empresas, clientes recurrentes
Oficina de Internacionalización Clínica Las Vegas	Medellín, Colombia.	Cita médica dependiente de la especialización	No se pudo obtener información	Personas naturales, empresas, clientes recurrentes
Oficina de Internacionalización Clínica del Rosario	Medellín, Colombia.	Cita médica dependiente de la especialización	No se pudo obtener información	Personas naturales, empresas, clientes recurrentes

Tabla 6: Análisis de la competencia

Para comenzar es importante resaltar que hay pocos competidores directos, es decir, en el mercado de la ciudad de Medellín no se encontró una empresa que haga exactamente lo que se está ofreciendo en este plan de negocio. Teniendo en cuenta esta idea, no se está afirmando que no hay ningún tipo de competencia. Como se observa en la tabla anteriormente presentada, hay varias entidades que prestan un servicio de interpretación el cual se puede adaptar al contexto médico.

Solución y Avance Logrado a la Fecha Para la Puesta en Marcha del Proyecto

Como se menciona en el apartado de los antecedentes, se halló que el turismo médico en Colombia ha tenido un crecimiento exponencial debido a las estrategias llevadas a cabo por el gobierno colombiano, como los clústeres de salud en diversas ciudades y a la alta afluencia de visitantes extranjeros en las diferentes urbes del país para someterse a procedimientos médicos al tener éstos un costo menor que en sus países origen.

Por otro lado, se ha observado e investigado que, a nivel local, en Medellín, no hay competidores directos para *Multimedica Assistance* ya que las agencias de traducción que se pueden encontrar en la ciudad se centran en el ámbito de la traducción escrita. Por el contrario, si se pueden destacar las oficinas internacionales de las instituciones médicas como hospitales o clínicas como competidores indirectos.

Es importante recalcar también que el servicio ofrecido consta no solo de la interpretación, sino también de un acompañamiento personalizado al paciente, además de que se centra solo en un área o especialización específica de la medicina. Asimismo, se precisó que la modalidad a implementar sería la interpretación de enlace consecutiva.

Con referencia a los servicios a ofrecer, se han establecido tres planes con sus respectivas tarifas y los ítems que cada uno de ellos incluye.

En cuanto al área financiera, se ha determinado los costos y gastos fijos que tendrá *Multimedica Assistance* para desarrollar la idea de negocio, tales como los costos preoperativos y administrativos. Además, se establecieron también el flujo de caja y la proyección de ventas.

Debido a la naturaleza de los servicios ofrecidos por *Multimedica Assistance*, los cuales se encuentran especificados en el apartado de ficha técnica, no se requiere registro de marca ni sanitario.

Componente Innovador o Factor Diferencial

<i>Variable</i>	<i>Descripción de la innovación</i>
<i>Concepto del negocio</i>	<i>Multimedica Assistance</i> brindará una atención personalizada, precisa y eficiente a los consumidores que elijan sus servicios para una correcta comunicación entre ellos y el personal médico-administrativo, por medio de la interpretación.
<i>Producto o servicio</i>	Servicio de interpretación y acompañamiento.
<i>Proceso</i>	El consumidor se pone en contacto con <i>Multimedica Assistance</i> , una vez la institución médica (cliente) donde vaya a realizarse el procedimiento le recomiende nuestros servicios. Cuando se establezca qué paquete o servicio específico precise el consumidor, nuestros intérpretes procederán a acompañarlo durante el tiempo que estipule el paquete elegido previamente.

Tabla 7: Componente Innovador o Factor Diferencial

Validación De La Aceptación Del Negocio En El Mercado

Para validar la aceptación de *Multimedica Assistance* en el mercado, se hizo una base de datos con información de clínicas e instituciones estéticas, especialmente de los cirujanos que se desempeñan en ellas. Se intentó recopilar información de contacto de las siguientes asociaciones:

- Asociación Colombiana de Cirugía Cosmética.**
- Asociación Científica Colombiana de Medicina Estética ACICME.**
- Asociación Colombiana de Medicina y Cirugía Estética.**
- Sociedad Colombiana de Cirugía Plástica, Estética y Reconstructiva.**

Debido a que, en la mayoría de los casos, la información de los miembros era de carácter confidencial y en muchos casos éstos no pertenecían a la ciudad de Medellín (motivo por el cual quedaban descartados) sólo se pudo obtener datos de la Sociedad Colombiana de Cirugía Plástica, Estética y Reconstructiva. La base de datos se constituyó con información de contacto de 102 cirujanos en total.

Luego, se elaboró una encuesta de aceptación de la idea de negocio, la cual contó con las siguientes preguntas:

- ¿Atiende usted a pacientes extranjeros?
- De ser afirmativa la respuesta anterior, ¿con qué frecuencia?
- ¿Cuenta usted o la institución donde labora, con un intérprete u oficina para pacientes internacionales?

- ¿Contrataría un servicio de interpretación para generar una mejor comunicación entre el cliente, en este caso los pacientes, y el cirujano y demás personal médico-administrativo?
- Si la respuesta anterior es sí, ¿Adquiriría el paquete Básico? Este incluye Interpretación de seis a ocho horas durante las consultas médicas y todos los trámites y/o procesos que involucra la realización de alguna intervención de este tipo.
- El paquete Medium (12 horas) incluye: Interpretación, acompañamiento durante las fases preoperatorio y postoperatorio. ¿Cuánto pagaría por el paquete?
- Si tuviera que expresar su interés por el paquete Premium (24 horas) en una escala de 0 a 5, siendo 5 “muy interesante” y 0 “nada interesante”, lo calificaría en
- En el caso de que no tenga personal bilingüe u oficina internacional, y teniendo en cuenta la información anterior, ¿contrataría usted nuestros servicios?

No se obtuvo ninguna respuesta.

Ficha Técnica

Nota: Se tiene en cuenta que las citas con los especialistas deben tratar de coincidir el mismo día, para mayor eficiencia en la prestación del servicio. Además, el acompañamiento (debido al COVID-19) va a ser en mayor medida de manera telepresencial por medio de herramientas o plataformas audiovisuales que permitan una eficiente comunicación de manera simultánea.

SERVICIOS			
Incluye	BASIC Plan 6h	MEDIUM Plan 12h	PREMIUM plan 24h
Interpretación durante las consultas médicas (Cirujano, Anestesiología, etc)	X	x	X
Lectura y traducción oral de documentación a firmar por el paciente	X	x	X
Interpretación paciente-personal administrativo	X	x	X
Acompañamiento durante las 3 fases (preoperatorio, la intervención y el postoperatorio)		x	X
Recibimiento del cliente en el aeropuerto y acompañamiento hasta el hotel			X
Acompañamiento del hotel hasta la clínica			X
Sugerencia de destinos a visitar por parte del intérprete al cliente	X	X	X
TOTAL	452.400	835.200	1.545.120

FIGURA 6: Ficha técnica de los servicios de Multimedic Assistance

Obtención De Ingresos (Inversiones O Fuentes De Financiación)

El Proyecto tiene planteado la obtención de ingresos con:

Como una oportunidad financiera, no se generará un préstamo en ninguna entidad bancaria para comenzar las actividades financieras de la empresa, pues según los costos proyectados, la inversión inicial de los socios alcanzará para cubrir tanto los gastos preoperativos como los gastos administrativos.

Por lo tanto, con el fin de ser una empresa posicionada en la ciudad, se tendrá en cuenta la participación de convocatorias nacionales del Fondo Emprender, Bancoldex o el Ministerio de Comercio, que financian apoyan de manera económica las empresas innovadoras.

Por otro lado, alguna de las estrategias que se tendrán en cuenta en este emprendimiento son:

- Aumentar la cantidad de estrategias de marketing y promoción.
- Aumentar la efectividad y calidad en los planes ofrecidos.
- Ampliar el abanico de oferta con servicios cada vez más competitivos y eficaces.
- Convertir las ofertas actuales en irresistibles para los clientes y consumidores, agregando a cada servicio una propuesta de valor innovadora.
- Establecer alianzas con las clínicas y centros estéticos.

Se tendrán canales de comercialización audiovisuales y electrónicos, como el uso de redes sociales, llamadas para contactar clientes e incluso se pueden utilizar canales de distribución tradicionales, yendo a prestar el servicio de manera presencial cuando sea óptimo el desplazamiento.

Condiciones Comerciales

Las condiciones comerciales de los productos que se generan en el proyecto con algunos de nuestros clientes se presentan en la Tabla 7.

<i>Cliente y consumidores</i>	
<i>Producto</i>	
Volúmenes y frecuencia de compra	<p>Variable dependiendo de la época del año, oferta y demanda.</p> <p>Durante el primer trimestre se espera contar con un mínimo de un cliente, para que este aporte en promedio 5 consumidores por mes.</p> <p>Del cuarto al sexto mes se esperan entre 5 y 7 clientes, que brinden en promedio 5 consumidores.</p> <p>Del séptimo al noveno mes se esperan entre 3 y 5 clientes, que aporten en promedio 12 consumidores.</p> <p>Del noveno al décimo segundo mes se esperan entre 5 y 7 clientes, que aporten en promedio 18 consumidores.</p>
Características para la compra	<p>En primer lugar, se realiza un acercamiento con el cliente y se expone el portafolio de servicios.</p> <p>Luego, al llegar a un acuerdo, el cliente emite una</p>

	orden de compra del servicio. En caso de ser recurrente la compra de este, puede llegar a convertirse en un contrato contractual.
Sitio de compra	Oficinas principales y/o sedes, e incluso de manera virtual mediante llamadas, videollamadas y correo electrónico.
Forma de pago	Pago con tarjeta de crédito o débito y transferencias bancarias.
Precio	BASIC Plan 452.400 COP
	MEDIUM Plan 835.200 COP
	PREMIUM Plan 1'545.120 COP
Requisitos post-venta	Calificación del servicio por parte del cliente y del consumidor. Realizar seguimiento a los clientes para medir la satisfacción.
Garantías	El servicio será prestado por una persona con el certificado de Intérprete obtenido en la Universidad de Antioquia.
Margen de comercialización	BASIC PLAN 30%

	MEDIUM Plan 20%
	PREMIUM Plan 11%

Tabla 8: Condiciones

Esta sección se sustenta con las herramientas que defina el emprendedor para el estudio del mercado que le ayude a validar la aceptación de su producto en el mismo.

Consumidor	
¿Dónde compra?	Las clínicas e instituciones estéticas.
¿Qué características se exigen para la compra	El consumidor debió elegir previamente la clínica o institución donde se va realizar el procedimiento.
¿Cuál es la frecuencia de compra?	<p>Durante el primer trimestre se espera contar con un mínimo de 55 consumidores por mes.</p> <p>Del cuarto al sexto mes se esperan en promedio 10 consumidores.</p> <p>Del séptimo al noveno mes en promedio 15 consumidores.</p> <p>Del noveno al décimo segundo mes se esperan aproximadamente 20 consumidores.</p>

Precio	BASIC	Plan	452400	COP
	MEDIUM	Plan	835.200	COP
	PREMIUM Plan 1545120 COP			

Tabla 9: Consumidor

Proyección de Ventas

Explicado en la Hoja de Excel (Hoja de **VENTAS**)

Nota: El pago se realizará a crédito; las empresas pagarán un mes hábil después de la compra

Ventas Proyectadas

Ventas proyectadas para 5 años se presentan en la Hoja de Excel (Hoja de **PROYECCIÓN**)

Normatividad

Normatividad Empresarial (constitución empresa)

Multimed Assistance es una empresa constituida desde personería **natural**.

Normatividad Tributaria

Crear empresa en Colombia exige una serie de requisitos de carácter comercial, laboral, tributario y de funcionamiento; a continuación, se mencionan algunos aspectos que se tuvieron en cuenta:

- Se definió el nombre de la empresa que es *Multimed Assistance*.

- Se estableció el tipo de sociedad como persona natural registrándose sólo una persona, Melissa Villegas Ruiz, en Cámara de Comercio. Para esto quedó inscrita en el Registro Único Tributario (RUT).
- Se debe tener los registros ante la DIAN dado el caso de efectuarse la acción de constituir la empresa.
- Se recomienda tener una cuenta bancaria empresarial, y los registros ante el sistema de seguridad social.

Estas dos últimas recomendaciones solo se dan en caso de tener una empresa real, en este proyecto solo se hace un ejercicio de creación de empresa.

Normatividad Técnica

Zuluaga, Quiroz y Gómez (2013), afirman que “la visibilidad de los traductores e intérpretes en Colombia es poca”. Nuestro país, a diferencia de otras naciones latinoamericanas, no tiene una legislación para proteger al traductor e intérprete, esto da como resultado que el pronunciamiento del Gobierno u otras instituciones sobre las leyes, reglamentos o derechos y deberes de estos profesionales no suelen estar debidamente especificados y escasamente se cuenta con leyes que les dan reconocimiento con respecto a las funciones diplomáticas o jurídicas que estos profesionales llevan a cabo.

En cuanto a la legislación se encuentra que el Decreto 382 de 1951 entró en vigor y se pronunció en su Artículo 1°. Establézcase el cargo de Intérpretes Oficiales, con arreglo a las disposiciones del presente Decreto". Las FUNCIONES DE LOS TRADUCTORES E INTÉRPRETES: traducir de cualquier idioma al castellano o viceversa, todos los documentos cuya traducción y autenticación sean solicitadas por el público para que presten mérito oficial ante las autoridades, y servir de intérpretes orales en los casos señalados por la ley.

Luego, la Ley Antitrámites 962 de 2005, Artículo 33, determinó que “Toda persona que aspire a desempeñar el oficio de Traductor e Intérprete Oficial deberá aprobar los exámenes que sobre la materia dispongan las universidades públicas y privadas que cuenten con facultad de idiomas debidamente acreditada y reconocida por el ICFES [Instituto Colombiano para la Evaluación de la Educación] o la entidad que tenga a cargo tal reconocimiento.” Con respecto a las instituciones avaladas para realizar los exámenes que los candidatos deben presentar, “el Ministerio de Relaciones Exteriores avala solamente a dos universidades” (Zuluaga y Quiroz, 2018), estas son: La Universidad Nacional de Colombia desde 1998, y la Universidad de Antioquia desde 2011.

Es importante destacar que no se estipulan requisitos obligatorios previos para la presentación de este examen de certificación, tales como nacionalidad, estudios de pregrado específicos en traducción, experiencia en traducción, entre otros (Zuluaga, 2020). Esta circunstancia permite que prácticamente cualquier persona pueda optar a este título sin contar siquiera con una preparación previa o tener la nacionalidad colombiana.

Dicho lo anterior, para la correcta prestación de los servicios que *Multimedica Assistance* ofrece, es necesario que la persona encargada de ejercer el acompañamiento y la interpretación entre el paciente extranjero y el personal médico/administrativo cuente con un certificado de idoneidad que haya sido expedido por una de las instituciones universitarias avaladas mencionadas anteriormente.

Normatividad con referencia a las PYMES

Multimediac Assistance, se acoge también a las siguientes leyes que promueven y apoyan a las Pequeñas Y Grandes Empresas (PYMES):

- Ley 2069 del 31 de diciembre de 2020
- Ley 1955 del 25 de mayo de 2019
- Ley 1780 del 2 de mayo de 2016
- Ley 1429 de 29 de diciembre de 2010
- Ley 905 del 2 de agosto de 2004

Para más información, consultar la página web <http://www.mipymes.gov.co/normatividad/leyes>

Política De Tratamiento De Datos

De acuerdo con la definición establecida en la Ley 1581 de 2012, el dato personal es cualquier información vinculada o que pueda asociarse a una o varias personas naturales determinadas o determinables, como el nombre, la edad, el sexo, el estado civil, el domicilio, entre otros.

Según la Superintendencia de Industria y Comercio, la Ley 1581 de 2012 desarrolla el derecho constitucional a conocer, actualizar y rectificar la información recogida en bases de datos y los demás derechos, libertades y garantías a que se refieren los artículos 15 y 20 de la Constitución (derecho a la intimidad y derecho a la información, respectivamente). La citada ley se aplica a los datos personales registrados en cualquier base de datos que los haga susceptibles de tratamiento por parte de entidades públicas o privadas.

En Multimediac Assistance se tendrá presente esta política, resaltando así la ética profesional, respetando la base de datos que se genera con los posibles clientes y consumidores.

Normatividad Laboral

Código sustantivo del trabajo

La legislación laboral se basa en toda la normatividad que se emplea en todos los contratos laborales del país, en este caso Colombia. Un aspecto importante en la legislación laboral son los tipos de contratos. *Multimediac Assistance* es una compañía que emplea a sus trabajadores por medio de la contratación por prestación de servicios, por lo tanto, su tipo de contrato se basa en el contrato a término indefinido por prestación de servicios, es decir, que no tiene estipulada una fecha de finalización del contrato.

También, es importante notar que, según Umaña y Castro (2020), el salario mínimo en Colombia para el 2021 es de \$908.526 pesos mensuales. Sin embargo, la labor del intérprete tiene una retribución más alta por su nivel académico.

Multimediac Assistance remunerará a sus intérpretes con un salario fijo que irá incrementando en promedio de 3 a 4 meses, dependiendo del número de ventas.

Asimismo, la jornada de trabajo será flexible: a tiempo completo o medio tiempo. No obstante, según la legislación colombiana se trabajará máximo 8 horas al día y hasta 48 horas semanales de lunes a viernes o de lunes a sábado. Solo se utilizará en jornada diurna de 6:00 a.m. a 9:00 p.m. No se otorgará prestaciones sociales ya que esta se basa en la prestación de servicios, sin embargo, sí se les brindará a los intérpretes un subsidio de transporte para que se movilicen por la ciudad.

Registro de Marca

Dado a que el proyecto es un ejercicio universitario, no se hará registro de marca ante la Superintendencia de Industria y Comercio. Sin embargo, se realizó la inscripción del RUT como documento útil según la norma tributaria.

Condiciones Técnicas para la Operación

Dentro del marco de servicios ofrecidos por *Multimediac Assistance*, las condiciones técnicas requeridas para la operación en cuanto a la prestación directa del servicio incluye la certificación otorgada por la Universidad de Antioquia o la Universidad Nacional de Colombia, que confiera el título de intérprete a la persona que realice el examen correspondiente, el conocimiento de la persona designada para ejercer la labor y las habilidades comunicativas con las que este debe contar para una satisfactoria prestación del servicio.

Necesidades de Infraestructura - Adecuaciones, Maquinaria y Equipos, Muebles y Enseres, y demás Activos

Teniendo en cuenta la actividad económica a la que *Multimediac Assistance* va a dedicarse (la compañía hace parte del sector económico terciario, sector correspondiente a la prestación de servicios), no se considera necesario contar con un lugar físico de operación, ya que los servicios ofrecidos serán ejecutados en las sedes u oficinas pertenecientes a los clientes que decidan adquirirlos. Asimismo, los procesos internos, contacto entre clientes y proveedores, comunicación interna, entre otras actividades, serán llevadas a cabo de manera virtual por medio de herramientas como Meet, Microsoft Teams, WhatsApp, etc.

Condiciones Técnicas de Infraestructura

<i>Tipo de Activo</i>	<i>Descripción</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Valor Unitario*</i>	<i>Requisitos técnicos**</i>
<i>Equipo de comunicación y computación</i>	<i>Teléfono móvil</i>	<i>1</i>	<i>\$640.000</i>	<i>Garantía de un año</i>
<i>Otros (incluido herramientas)</i>	<i>Base de Datos / Software</i>	<i>1</i>	<i>\$ 1.640.000</i>	<i>Garantía de un año</i>
<i>Gastos pre- operativos</i>	<i>Curso de interpretación</i>	<i>1</i>	<i>\$ 820.000</i>	<i>Ofrecido por la Universidad de Antioquia.</i>
	<i>Examen de certificación</i>	<i>1</i>	<i>\$ 1.125.500</i>	<i>Brindado únicamente por la Universidad de Antioquia o la Universidad Nacional de</i>

				<i>Colombia.</i>
	<i>Curso de terminología médica</i>	<i>1</i>	<i>\$1.085.200</i>	<i>Ofrecido por la Universidad de Salamanca, España.</i>

Tabla 10: Condiciones técnicas de infraestructura

Para llevar a cabo las funciones y prestar los servicios que se contemplan, *Multimedica Assistance* no va a realizar la compra de activos importados ya que las herramientas o activos, como pueden ser la impresora o el teléfono celular, van a ser adquiridos en el mercado local, específicamente en la ciudad de Medellín, Antioquia.

Actividades

NOMBRE DEL SERVICIO					
BASIC PLAN	Actividad del proceso	Tiempo estimado de realización	Cargos que participan	Número de personas que intervienen	Equipos y maquinaria que se utilizan
		Contacto de la clínica o	1h	Administradora Operativa y	Entre 2 o 3 personas.

<p>institución estética con <i>Multimedica Assistance.</i></p>		<p>personal administrativo de la institución que solicita el servicio.</p>		
<p>Desplazamiento del intérprete al lugar donde se prestará el servicio.</p>	<p>Depende de la ubicación del lugar.</p>		<p>1 persona.</p>	<p>X</p>
<p>Interpretación durante las consultas médicas (Cirujano plástico, demás médicos).</p>	<p>2h</p>	<p>Intérprete asignado.</p>	<p>Entre 2 o 3 personas. Entre 2 o 3 personas.</p>	<p>Ocasionalmente, teléfono celular para brindar apoyo en la interpretación.</p>
<p>Lectura y traducción oral de</p>				

	documentación a firmar por el paciente.				
	Interpretación paciente- personal administrativo.	1h		3 personas.	X
	Sugerencia de destinos a visitar por parte del intérprete al cliente.	1h		2 personas.	X
	Total	6h			

Tabla 11: Actividades Basic Plan

NOMBRE DEL SERVICIO	

	Actividad del proceso	Tiempo estimado de realización	Cargos que participan	Número de personas que intervienen	Equipos y maquinaria que se utilizan
MEDIUM PLAN	Contacto de la clínica o institución estética con <i>Multimedica Assistance.</i>	1h	Administradora Operativa y personal administrativo de la institución que solicita el servicio.	Entre 2 o 3 personas.	Teléfono y base de datos.
	Desplazamiento del intérprete al lugar donde se prestará el servicio.	Depende de la ubicación del lugar.	Intérprete asignado	1 persona.	X
	Interpretación durante las consultas médicas	2h		Entre 2 o 3 personas.	Ocasionalmente, teléfono celular para brindar

	(Cirujano plástico, demás médicos, etc.				apoyo en la interpretación.
	Lectura y traducción oral de documentación a firmar por el paciente.				
	Interpretación paciente-personal administrativo	1h		3 personas.	X
	Acompañamiento durante las 3 fases (preoperatorio, la intervención y el postoperatorio)	6-7 h		2 personas.	X
	Sugerencia de	1h		2 personas.	X

	destinos a visitar por parte del intérprete al cliente				
	Total	12 horas			

Tabla 12: Actividades Medium Plan

NOMBRE DEL SERVICIO					
PREMIUM PLAN	Actividad del proceso	Tiempo estimado de realización	Cargos que participan	Número de personas que intervienen	Equipos y maquinaria que se utilizan
	Contacto de la clínica o institución estética	2h	Administrado ra Operativa y personal administrativ o de la institución que solicita el	Entre 2 o 3 personas.	Teléfono y base de datos.

			servicio.		
	Desplazamiento del intérprete al lugar donde se prestará el servicio.	Depende de la ubicación del lugar.	Intérprete asignado.	1 persona.	X
	Interpretación durante las consultas médicas (Cirujano, Anestesiología, etc).	2h		Entre 2 o 3 personas.	Ocasionalmente, teléfono celular para brindar apoyo en la interpretación.
	Lectura y traducción oral de documentación a firmar por el paciente.			Entre 2 o 3 personas.	
	Interpretación paciente-personal administrativo	1h		3 personas.	X
	Acompañamiento	6-10 h		2 personas.	X

	durante las 3 fases (preoperatorio, la intervención y el postoperatorio)				
	Recibimiento del cliente en el aeropuerto y acompañamiento hasta el hotel	7h		1 persona	X
	Acompañamiento del hotel hasta la clínica	1h		2 personas.	X
	Sugerencia de destinos a visitar por parte del intérprete al cliente	1h		2 personas.	X
	Total	24h			

Tabla 13:Actividades Premium Plan

Capacidad Productiva

Detalles disponibles en la hoja de Excel (*VENTAS*)

Equipo De Trabajo

Multimediac Assistance es una empresa fundada por tres estudiantes del programa Profesional en Lenguas Modernas de la Universidad ECCI sede Medellín. Estas estudiantes cuentan con una formación general sobre el ámbito de los negocios, basándose en lo aprendido académicamente del pregrado ofrecido por la universidad.

Este equipo de trabajo se asignará los siguientes roles o cargos de la siguiente manera:

-Gerente general: *Melissa Villegas Ruiz*

Este cargo deberá desempeñar las siguientes funciones:

*Administra los elementos de ingresos y costos de la compañía.

Contando con una dedicación de tiempo completo.

-Administradora operativa: *Yenny Paola Cuartas Bustamante*

Este cargo deberá desempeñar las siguientes funciones:

*Planificación, organización, dirección, control para la correcta gestión y prestación de los servicios.

*Contacto con los clientes y agendamiento de las citas.

Contando con una dedicación de tiempo completo.

- Intérprete: *Stephannie Tabora Diaz*

Este cargo deberá desempeñar las siguientes funciones:

*Interpretar, sirviendo de enlace entre el paciente y el personal médico o administrativo.

*Acompañar al consumidor, según lo establecido en el plan elegido.

*Sugerir distintas opciones de destinos turísticos a visitar por consumidor en la ciudad de Medellín.

La dedicación será estipulada de acuerdo al plan que sea adquirido por el cliente, pudiendo ser la

dedicación de carácter de tiempo completo o parcial.

Cargos

Nombre del cargo	Funciones	Perfil requerido			Tipo de contratación	Dedicación de tiempo	Unidad	Valor remuneración
Gerente general	Administra los elementos de ingresos y costos de la compañía.	Formación	Experiencia general (años)	Experiencia respectiva (años)	Prestación de servicios	8-10	hora	\$ 1.200.000
Administrativa Operativa	Planificación, organización, dirección, control y mejora de los	Profesionales en Lenguas Modernas.	0	0		8-10		\$ 1.200.000

	<p>sistemas que producen bienes y servicios. Se contacta con los clientes y les programa las citas.</p>						
Intérprete	<p>Actúa como enlace de comunicación entre dos partes que tienen un impedimento</p>	0	0		8-10		\$ 3.300.000

lingüístico								
.								
Acom								
pañam								
iento								
al								
lugar								
donde								
se								
prestar								
á el								
servici								
o.								
Lectur								
a y								
traduc								
ción								
oral.								
Acom								
pañam								
iento								
durant								

e las 3 fases. Recibi mient o del cliente en el aeropu erto. Acom pañam iento genera l.								
--	--	--	--	--	--	--	--	--

Tabla 14: Cargos

Estrategias

Estrategias de promoción

Estrategia de promoción: Campaña de Marketing				
<i>Propósito:</i>				
Actividad	Descripción	Mes de ejecución	Costo	Responsable

Campaña de marketing Instagram	Publicaciones e historias. Seguidores e interacciones.	preoperativo (mes 1-12)	100.000 (12.000.000 al año)	Begrowld Enterprises
Campaña de marketing Facebook	Publicaciones e historias. Seguidores e interacciones.	preoperativo (mes 1-12)	100.000 (12.000.000 al año)	
<i>Campaña de marketing Twitter</i>	<i>Interacciones y publicaciones de información</i>	<i>preoperativo</i>	<i>100.000</i>	
<i>Campaña de marketing WhatsApp</i>	<i>Publicidad e interacción</i>	<i>preoperativo</i>	<i>50.000</i>	
<i>Brochures, tarjetas digitales, boletines informativos, etc.</i>		<i>preoperativo</i>	<i>150.000</i>	

<i>Costo total</i>	2.900.000	
--------------------	-----------	--

Tabla 15: Estrategias de promoción

Estrategias de comunicación

Estrategia de comunicación (nombre):				
Propósito:				
Actividad	Recursos requeridos	Mes de ejecución	Costo	Responsable
Comunicación interna	WhatsApp, Microsoft Teams, Google Meet	Todo el proyecto	Gratuito	Yenny Paola Cuartas Bustamante
Comunicación externa (clientes/consumidores)	WhatsApp, página web, redes sociales, línea telefónica (3027830456)			
Costo total			0 COP	

Tabla 16: Estrategias de comunicación

Periodo De Arranque

Para la puesta en marcha del proyecto se tiene como periodo de arranque 3 a 4 meses. En este lapso, se firmarán los contratos por prestación de servicios de los trabajadores y se hará la planificación, además de comprar los activos y el establecimiento del lugar de trabajo.

Proyección Ingresos

Explicado en el Excel (Hoja **VENTAS**)

Proyección De Costos Y Gastos

Explicado en el Excel (Hoja **COSTOS**)

Capital De Trabajo

Cada socia hará una inversión de \$5.000.000 de pesos para una inversión total inicial de \$15.000.000 y así cubrir los costos preoperativos y las pérdidas de los primeros meses.

Riesgos

	VARIABLE	RIESGO	PLAN DE MITIGACIÓN
EJECUCIÓN	Comercial	Poca aceptación por parte del público objetivo.	Campañas de marketing y comunicación con los clientes objetivos.
OPERACIÓN	Técnico	Falla en la conexión de Internet entre empleados y con los clientes y	Contacto por medio de llamadas.

		consumidores.	
OPERACIÓN	Mercado objetivo	Disminución de pacientes angloparlantes que visiten las clínicas estéticas de Medellín debido al Covid-19 o problemas internos en el país.	Promociones y publicidad más enfocada a la captación de consumidores.
OPERACIÓN	Normativo	No contar con las certificaciones y/o avales brindados por la Universidad que certifica al intérprete.	Contratar a otro intérprete durante el tiempo que se necesite para resolver el inconveniente.

Tabla 17: Riesgos

Resumen Ejecutivo

Multimedica Assistance pretende proporcionar servicios de interpretación y acompañamiento a no hispanohablantes enfocándose en el campo de la medicina estética, para seguir impulsando el desarrollo del turismo médico en Colombia, el cual ha tenido mucha acogida en los últimos años. Siendo así unos de los principales objetivos combatir las barreras comunicativas entre los servicios médico-administrativo-locales y pacientes extranjeros angloparlantes que visitan la ciudad de Medellín, Colombia.

Gracias a los planes ofrecidos, *Multimediac Assistance* pretende ayudar a los pacientes internacionales que visiten la ciudad de Medellín a tener una mejor comunicación con el personal médico-administrativo. La compañía cuenta con una propuesta de valor innovadora, ya que ésta solo se centra en la especialidad de medicina estética. Esta área es una gran oportunidad de mercado, puesto que muchas de las instituciones de este ámbito no cuentan con una oficina de internacionalización. De igual forma, haciendo énfasis en este sector, se busca ser un pilar que apoye la economía local.

La empresa estará conformada por Yenny Paola Cuartas, Melissa Villegas Ruiz y Stephannie Taborda Díaz, próximas egresadas del programa de Lenguas Modernas de la Universidad ECCI, quienes cumplirán labores de Gerente General, Administradora Operativa e Interpretación. Cada una de las fundadoras aportará un tercio de la inversión inicial, 15 millones de pesos.

La rentabilidad de esta empresa es óptima, puesto que la tasa interna de retorno en el flujo de caja equivale al 122 % anual. Por lo tanto, el proyecto es financieramente viable.

El valor presente neto (VPN) del proyecto es atractivo puesto que la inversión inicial de \$15.000.000 a los cinco años se convierte en \$55.146.653 y considerando que será la única fuente de ingreso de los consultores, además de generar empleo para otros profesionales durante este período de tiempo.

Considerando que el precio de la oferta es competitivo en el mercado, teniendo en cuenta también, el valor agregado de los servicios y manteniendo un margen de ganancia 30% por servicio prestado, al realizar el análisis del punto de equilibrio se encuentra que durante el transcurso del noveno mes de operación se alcanzará dicho equilibrio entre los costos y las ventas.

Las metas que se tiene para el 2022 es generar cuatro nuevos empleos directos que incluyen cargos administrativos y el de los intérpretes. Las ventas totales que se tienen estimadas para ese año son \$89.679.600 con un aproximado de 129 paquetes.

Referencias

- Álvarez, J. M., Díaz, M., & Mendoza, A. M. (2016). *Caracterización De La Gestión Ambiental En Las Empresas Fundación Valle Del Lili Y Centro Médico Imbanaco Que Pertenecen Al Sector Turismo Salud* [Universidad Cooperativa de Colombia]. https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/5395/1/2016_caracterizacion_gestion_ambiental.pdf
- Arias, F.J., A.M. Caraballo, J.M. Muñoz (2016), El turismo médico en Cartagena: “oferta y barreras”. *Dimensión Empresarial*, 14(2), 143-162. DOI: <http://dx.doi.org/10.15665/rde.v14i2.457>
- Barriga, A. M., Farías, M. L., Ruiz, Á. L., Sánchez, A. J., Jiménez, W. G. (2011). Turismo en salud: una tendencia mundial que se abre paso en Colombia. *Ciencia y Tecnología Para La Salud Visual y Ocular*, 9(1), 15. <https://ciencia.lasalle.edu.co/svo>
- Benavent, A. e Iscla A. (2001). Problemas del lenguaje médico actual (I) Extranjerismos y falsos amigos. <http://www.sedom.es/wp-content/themes/sedom/pdf/4cbc6d3473127pm-10-3-007.pdf>
- Berardi, L. (2009). *Definiciones de Globalización*. http://campusesp.uchile.cl:8080/dspace/bitstream/handle/123456789/220/Berardi_Globalizacion.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Brenes, P. (2017) The Benefits of Terminology: A guide for language lovers <http://inmyownterms.com/benefits-terminology-guide-language-lovers-downloadable-pdf/>
- Burdeus, N. (2015). *La interpretación en los servicios públicos en el ámbito sanitario. Estudio comparativo de las ciudades de Barcelona y Montreal* [Universidad Autónoma de

Barcelona].

<https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/310427/nbd1de1.pdf?sequence=1>

- Business Wire (2020). Language Services Market - Actionable Research on COVID-19|Globalization of Businesses to Boost Market Growth | Technavio. <https://apnews.com/press-release/business-wire/virus-outbreak-technology-business-corporate-news-products-and-services-73d650cd85964a82aa08d5619724e7ac>
- Cabré, M. T. (1999). Terminología y lingüística: la teoría de las puertas. <http://elies.rediris.es/elies16/Cabre.htm>
- California Academy of Cosmetic Surgery. (s.f.) Cosmetic Surgery vs. Plastic Surgery <https://calcosmeticsurgery.org/patient-resrouces/cosmetic-surgery-vs-plastic-surgery/>
- Carrillo, D. (2020). *La industria de los servicios lingüísticos y la crisis del coronavirus*. BDO Perú. <https://www.bdo.com.pe/es-pe/blogs/blog-bdo-peru/septiembre-2020/la-industria-de-los-servicios-linguisticos-y-la-crisis-del-coronavirus>
- Castaño, A. (2014). TURISMO EN SALUD: Resultados de la sistematización y análisis de las encuestas de satisfacción aplicadas a pacientes extranjeros atendidos en una clínica de Medellín. *Intersección*, 24–35. Retrieved from <https://revistas.elpoli.edu.co/index.php/int/article/viewFile/226/194>
- Clínica Barraquer. (s.f.). *Procedimientos No quirúrgicos*. Recuperado el 3 de abril, 2021, de <https://barraquer.com.co/procedimientos-no-quirurgicos/>
- Clínica el Rosario - Pacientes internacionales. (s.f.). Retrieved August 13, 2020, from <https://www.clinicaelrosario.com/paciente-internacional/pacientes-internacionales>

- Cluster Bogotá cosméticos. (2018). Colombia, el cuarto país con más procedimientos quirúrgicos estéticos. <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Cosmeticos/Noticias/2018/Noviembre-2018/Colombia-el-cuarto-pais-con-mas-procedimientos-quirurgicos-esteticos>
- Cluster Medellín Health City - Cámara de Comercio Medellín. (s.f.). Retrieved August 13, 2020, from <https://www.camaramedellin.com.co/comunidad-cluster/comunidad-cluster/cluster-medellin-health-city>
- Collados, Á., & Fernández, M. (2001). *Manual de interpretación bilateral*. Comares.
- De La Puente, M. (2016). *Dinámica Mundial del Turismo de la Salud*. <https://www.uninorte.edu.co/web/mdelapuate/home/-/blogs/dinamica-mundial-del-turismo-de-la-salud>
- Debitoor by Sumup (s.f). Cuenta de cobro. <https://debitoor.es/glosario/cuentas-por-cobrar>
- Debitoor by Sumup (s.f). Orden de compra. <https://debitoor.es/glosario/orden-de-compra>
- DefiniciónABC (2010). Gastos operacionales. <https://www.definicionabc.com/economia/gastos-operacionales.php>
- Delisle, J. (2003) La historia de la traducción: su importancia para la traductología y su enseñanza mediante un programa didáctico multimedia y multilingüe. <https://www.redalyc.org/pdf/2550/255026028010.pdf>
- Departamento Administrativo Nacional De Estadística- (DANE). (2020). *Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas. Revisión 4 adaptada para Colombia CIIU Rev. 4 A.C.*

- Domínguez. E (2016) INTERPRETACIÓN SIMULTÁNEA. El camino hacia la profesionalización. https://ddd.uab.cat/pub/tfg/2016/tfg_44732/TFG_2015-16_FTI_DOMINGUEZHERNANDO.pdf
- Economipedia (2020) Gastos no operacionales. <https://economipedia.com/definiciones/gastos-no-operacionales.html#:~:text=Los%20gastos%20no%20operacionales%20son,ser%20asumidos%20por%20la%20misma.>
- Economipedia (2020). Cliente. <https://economipedia.com/definiciones/cliente.html>
- Economipedia (2020). Consumidor. <https://economipedia.com/definiciones/consumidor.html>
- Economipedia (2020). Ganancia. <https://economipedia.com/definiciones/ganancia.html>
- El Economista (s.f) Gasto. <https://www.eleconomista.es/diccionario-de-economia/gasto>
- Forbes Colombia (2020) *Turismo médico en Colombia cierra la década con una proyección de \$990.500 millones a 2024.* <https://forbes.co/2020/03/19/forbes-life/turismo-medico-en-colombia-cierra-la-decada-con-proyeccion-de-990-500-millones-a-2024/>
- Gerencie.com (s.f) Diferencia entre costo y gasto <https://www.gerencie.com/diferencia-entre-costo-y-gasto.html>
- Gómez, C. A. (2017). Turismo en salud: ¿una forma de medicalización de la sociedad? 1. *Revista Lasallista de Investigación*, 14(2). <https://doi.org/10.22507/rli.v14n2a5>
- Guerra Salas, Luis Gómez Sánchez, Elena. (2014). Mediación lingüística. <http://dinle.usal.es/searchword.php?valor=Mediaci%C3%B3n%20ling%C3%BC%C3%ADstica#:~:text=La%20mediaci%C3%B3n%20ling%C3%BC%C3%ADstica%20es%20una,de%20comunicarse%20entre%20s%C3%AD%20directamente.>

- https://docs.google.com/presentation/d/1PL7rA2PZ7stxEE--Nue53XINCUMn_PT/edit#slide=id.p4
<https://economipedia.com/definiciones/consumidor.html#:~:text=El%20consumidor%20es%20una%20persona,etapa%20%20C3%BA%20del%20proceso%20productivo.>
https://www.dane.gov.co/files/sen/normas-y-estadares/CIIU_Rev_4_AC2020.pdf
<https://www.hklaw.com/en/insights/publications/2020/12/decretan-salario-minimo-en-colombia-para-el-ano-2021>

<https://www.salesforce.com/mx/blog/2018/3/Postventa-que-es-y-como-hacer.html>
- Interpretación médica: lo ideal y la realidad - Agestrad. (2015). Retrieved August 13, 2020, from <https://www.agestrad.com/blog-traduccion/interpretacion-medica-lo-ideal-y-la-realidad/>
- ISAPS. (2019). *ISAPS INTERNATIONAL SURVEY ON AESTHETIC/COSMETIC PROCEDURES*. www.isaps.org
- Jakobson, R. (1984). Lingüística y Poética. En *Ensayos de lingüística general* (pp. 347–395). Ariel.
http://cursobecarios.cuaed.unam.mx/licel/cuarto_semestre/sintaxis_espanol/unidad3/img/Jakobson.pdf
- Jiménez.L, (s.f). Flujo de caja ¿qué es y cómo elaborarlo?
<https://www.crecemujer.cl/capacitacion/quiero-mejorar-mi-negocio/flujo-de-caja-que-es-y-como-elaborarlo#:~:text=El%20flujo%20de%20caja%20es,la%20liquidez%20de%20tu%20negocio.&text=Luego%20registras%20todos%20los%20ingresos,o%20egresos%20en%20el%20periodo.>

- Jones, L., Palumbo, D., Brown, D. (2021). *Coronavirus: 8 gráficos para entender cómo la pandemia ha afectado a las mayores economías del mundo*. BBC News. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-55802814>
- Kueski. (2020). *¿Qué es la utilidad bruta y cómo se calcula?* <https://kueski.com/blog/finanzas-personales/dinero-economia/que-es-la-utilidad-bruta/>
- Lörcher, W. (2012) Bilingualism and Translation Competence.
- Mayoral, R. LA TRADUCCIÓN ESPECIALIZADA COMO OPERACIÓN DE DOCUMENTACIÓN. https://www.ugr.es/~rasensio/docs/Trad._Esp._y_Documentacion.pdf
- Meštrović, T. (2018). Historia médica del turismo. Retrieved August 13, 2020, from [https://www.news-medical.net/health/Medical-Tourism-History-\(Spanish\).aspx](https://www.news-medical.net/health/Medical-Tourism-History-(Spanish).aspx)
- Ministerio de Salud y Protección Social. (2014). Proyección a largo plazo para el desarrollo y fortalecimiento de los recursos humanos de salud en Colombia. Bogotá: Minsalud. <https://www.minsalud.gov.co/salud/Documents/Observatorio%20Talento%20Humano%20en%20Salud/PLAN%20A%20LARGO%20PLAZO%20PARA%20LOS%20RECURSOS%20HUMANOS%20EN%20COLOMBIA.pdf>
- Navarro, F. A. (1997) TRADUCCIÓN Y LENGUAJE EN MEDICINA. <https://files.sld.cu/scap/files/2012/08/tradlengmed.pdf#page=19>
- Newmark (1981). Approaches to translation.
- Newmark, P. (1988) A Textbook of Translation.

- Nida. E. (1964, p. 4). Toward a Science of Translation with Special Reference to Principles and Procedures involved in Bible Translation.
- Nord. C. (2005) Text Analysis in translation.
- Peláez, A. (2013, p. 22.) Las experiencias de consumo del usuario en servicios de cirugía plástica estética en una institución prestadora de servicios de salud en Medellín.
https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/1306/AnaCatalina_PelaezOsorio_2013.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Pérez, J. (2014). Historia de la visibilidad de la interpretación: una profesión invisible. *La Linterna Del Traductor*, 9, 117–122.
http://www.lalinternadeltraductor.org/pdf/lalinterna_n9.pdf
- Ponce, N. (2008) DIFERENTES APROXIMACIONES AL CONCEPTO DE EQUIVALENCIA EN TRADUCCIÓN Y SU APLICACIÓN EN LA PRÁCTICA PROFESIONAL. <https://www.um.es/tonosdigital/znum15/secciones/estudios-26-Traduccion%20y%20equivalencia.htm#:~:text=Nida%20defiende%20la%20idea%20de,exto%20original%20en%20su%20lector.&text=El%20traductor%20debe%2C%20en%20definitiva,texto%20original%20al%20texto%20meta>
- Pont, E. (2020). *¿Cómo afecta el Coronavirus a la economía mundial?* La Vanguardia.
<https://www.lavanguardia.com/vida/junior-report/20200316/474199840484/coronavirus-economia-mundial.html>
- Rankia. (n.d.). Tasa Interna de Retorno (TIR). 2020. Retrieved May 12, 2021, from <https://www.rankia.cl/blog/mejores-opiniones-chile/3391122-tasa-interna-retorno-tir-definicion-calculo-ejemplos>

- RESOLUCIÓN NUMERO 5261 DE 1994 por la cual se establece el Manual de Actividades del MINISTRO DE SALUD, Pub. L. No. 23 (1994). [https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/RESOLUCIÓN 5261 DE 1994.pdf](https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/RESOLUCIÓN%205261%20DE%201994.pdf)
- Ruiz Rosendo, L. (2006). La interpretación en el ámbito de la medicina: especialización y preparación. *Panace@*, VII(23), 75–80. www.medtrad.org/panacea.html
- Salesforce (2018) Postventa: qué es y cómo hacer.
- Slator. (2020). *The Slator 2020 Language Service Provider Index*. Slator. <https://slator.com/language-service-provider-index/the-slator-2020-language-service-provider-index/>
- Slator. (2021). *Slator 2021 Ranking of the World's Largest Translation Companies*. Slator. <https://slator.com/language-service-provider-index/the-slator-2021-language-service-provider-index/>
- Solórzano, S. (2021). *Flujo de pacientes para cirugías plásticas se redujo a la mitad desde que inició la pandemia*. La República. <https://www.larepublica.co/empresas/flujo-de-pacientes-para-cirugias-plasticas-se-redujo-a-la-mitad-desde-que-inicio-la-pandemia-3115687>
- Statista. (2019) Colombia's share of the global health tourism market in 2017 and 2032. <https://www.statista.com/statistics/862723/colombia-share-global-health-tourism-market/>
- Umaña, V., Castro, C. (2020). Decretan salario mínimo en Colombia para el año 2021
- Universidad ECCI (2020) Text Type.

- Wikipedia. (n.d.). Depreciación. Retrieved May 12, 2021, from <https://es.wikipedia.org/wiki/Depreciación>
- Г.М. Кузєнко. (2008) “THE WORLD OF INTERPRETING AND TRANSLATING”