

PRICING QUIRÚRGICO

Javier Vicente

Título: *Cirujano Estratega*
Autor: Javier Vicente
Editorial: Pluma Quirúrgica
Primera edición: Octubre 2025
ISBN: 978-84-18743-68-9
Escrito en: Valencia, España

© Javier De Vicente, 2025. Todos los derechos reservados.

Queda prohibida la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio, incluido electrónico, sin autorización expresa y por escrito del autor.

Para más información, contacto o consultas profesionales:

<https://javivicente.net>

PRICING QUIRÚRGICO

Índice

<u>Índice</u>	<u>4</u>
<u>Módulo 0 – Introducción</u>	<u>5</u>
<u>Módulo 1 – Mindset del Pricing Quirúrgico</u>	<u>6</u>
<u>Módulo 2 – Ingeniería de la Decisión</u>	<u>9</u>
<u>Módulo 3 – BASE, BRILLANTE y BALLENAS</u>	<u>12</u>
<u>Módulo 4 – La Tabla Maestra</u>	<u>17</u>
<u>Módulo 5 – Cómo presentar la tabla</u>	<u>21</u>
<u>Módulo 6 – Cómo afrontar las objeciones tras el silencio</u>	<u>24</u>
<u>Módulo 7 – Más margen. Más premium</u>	<u>27</u>
<u>Anexo 1: El correo de seguimiento</u>	<u>34</u>
<u>Anexo 2: ejemplo de tabla de planes</u>	<u>38</u>
<u>Extra Inesperado</u>	<u>39</u>

Módulo 0 – Introducción

Bienvenido a Pricing Quirúrgico.,

Aquí vas a aprender a usar el proxy más poderoso que existe en negocios de salud privada: **el precio.**

Y lo vamos a usar para dos cosas muy concretas:

1. **Posicionarte como un servicio de lujo**, la opción de quienes priorizan su salud a su dinero.
2. **Aumentar drásticamente tus márgenes y la rentabilidad** de cada cirugía o intervención.

El precio es mucho más que un número. Es una señal de estatus y calidad para el paciente y una palanca de rentabilidad para ti.

Esta formación te va a convertir en un estratega del posicionamiento premium a través del precio. Te voy a mostrar la misma estrategia que usan las mejores empresas del mundo para presentar y escalar sus precios... adaptada al quirófano.

Y quiero que empieces con una idea clara:

Si no decides tú tu precio, lo decide el mercado por ti. Y cuando lo decide el mercado, siempre pierdes.

A partir de aquí, vamos a recuperar el control.

Empezamos.

Módulo 1 – Mindset del Pricing Quirúrgico

Intro – La realidad que vives cada semana

Déjame adivinar.

En tu consulta escuchas frases como estas todo el tiempo:

- *'Me lo pienso.'*
- *'En la Seguridad Social me lo hacen gratis.'*
- *'Mi seguro me lo cubre.'*
- *'En otra clínica me lo dejan 1.000€ más barato.'*

¿Te suena? Claro que sí. Pasa en todas partes.

Y aquí está la verdad incómoda: si esas frases te frustran, no es culpa de los pacientes. Es culpa del marco con el que estás vendiendo.

Porque mientras tú creas que estás vendiendo 'la misma cirugía' que el resto, siempre serás vulnerable a que te comparen. Y perderás.

Parte 1 – El error de raíz

El error es pensar que compites en **precio**.

Que el paciente te elige por una cifra.

Que tu valor está en cortar, reparar y coser.

Mira... si tú no decides tu precio, lo decide el paciente.

¿Y sabes qué? Cuando lo decide el paciente, siempre pierdes tú.

Siempre.

Tu competencia no es la Seguridad Social ni el seguro privado.

Tu competencia es el tiempo que el paciente va a sufrir, el riesgo de no recuperarse bien, y el miedo a ponerse en manos de alguien con menos experiencia que tú.”

Parte 2 – El reencuadre

PRICING QUIRÚRGICO

Tú no vendes cirugía.

- Vendes **tiempo**: ahorrarle 18–24 meses de espera.
- Vendes **certeza**: que quien más casos ha visto en 200 km se encargue de él.
- Vendes **confianza**: que va a volver a su vida normal con menos dolor, más rápido y sin sorpresas.

Eso es lo que el paciente realmente compra.

La Seguridad Social puede ser gratis.

Un seguro puede ser más barato.

Pero ninguno le da lo que tú puedes darle: **seguridad, velocidad y excelencia**.

Parte 3 – El nuevo marco mental

Escúchame bien:

Un **cirujano operador** se sienta, acepta lo que le pagan, y se resigna cuando el paciente le dice que se lo va a pensar.

Un **cirujano con pricing quirúrgico** controla el marco.

No discute precios.

No baja tarifas.

No justifica nada.

Simplemente cambia la conversación de ‘cuánto cuesta’ a ‘qué pasa si esperas, si eliges mal, si no inviertes en hacerlo bien la primera vez’.

Y aquí viene la idea que quiero que te tatúes:

*El paciente no elige si se opera o no. El paciente elige **cómo** se quiere recuperar.*

¿Quiere volver a su vida activa rápido, seguro, con menos dolor?

O... ¿quiere esperar años, arriesgarse a complicaciones y confiar en la suerte?

Esa es la verdadera elección. Y tú eres quien debe presentarla.”

Cierre del módulo

Este primer módulo no es de números. No es de tablas.
Es de cabeza.

Porque si no cambias tu mentalidad, cada vez que alguien diga 'me lo pienso', te sentirás obligado a justificar tu precio, bajar tu valor o perder al paciente.

A partir de ahora, tú no eres un mendigo que pide que le paguen la cirugía.

Eres un **estratega del posicionamiento premium** que controla el marco de la decisión.

En el siguiente módulo nos metemos ya de lleno. Pero quédate con esta idea:

Tu trabajo no es fijar un precio. Tu trabajo es diseñar una decisión.

Eso es lo que hace un Pricing Quirúrgico.

Y aquí empieza tu transformación.

Módulo 2 – Ingeniería de la Decisión

Intro

En este módulo vamos a aprender por qué presentar **tres opciones** es la manera más inteligente de vender tus cirugías.

No es casualidad. No es moda. Es psicología.

Y lo que buscamos es muy concreto: que el paciente sienta que la opción **media** es la lógica.

La que eligen los que no quieren arriesgarse a cagarla.

La que eligen los que quieren operarse contigo y minimizar riesgos, sin tener que justificar pagar lo más caro.

1. La trampa de la opción única

Cuando solo das **una opción**, estás generando una decisión binaria: El precio me cuadra o no me cuadra. Sí o no. Y su proceso de toma de decisión se basa en compararte con otra cosa:

- Con la Seguridad Social (gratis).
- Con su seguro ('me lo cubre').
- Con otro cirujano ('me lo hace 1.000€ más barato').

Es decir: si tú das una opción, él crea las otras dos en su cabeza. Y casi siempre pierdes.

2. Por qué tres opciones cambian el juego

Cuando tú das tres opciones, controlas el marco de decisión. **Y la clave está en diseñarlo para que el paciente sienta que está tomando la decisión inteligente.**

- La primera opción (la más barata) existe para que el paciente con mucha sensibilidad al precio tenga una puerta de entrada contigo.

- La segunda opción (la media) es la que quieres vender: la más lógica, la que da más valor sin irse a lo extremo.
- La tercera opción (la más alta) sirve para dos cosas:
 1. Capturar a los pacientes que quieren lo mejor.
 2. Hacer que la opción media parezca todavía más razonable.

La clave del sistema: *“El precio medio no se justifica, se diseña para que parezca obvio.”*

3. Ejemplos del mundo real que están por todas partes

Esto no es nuevo. Lo ves todos los días sin darte cuenta:

- Vuelos: turista, business, primera.
- Netflix: básico, estándar, premium.
- Cine: menú pequeño, mediano, grande.
- Coche: acabado normal, sport, luxury.

La mayoría siempre cae en el medio. ¿Por qué? Porque parece lo más razonable. Ni el tacaño, ni el derrochador.

Ese es exactamente el efecto que queremos que sientan tus pacientes.

4. Cómo se traduce en cirugía

Si sólo ofreces una cirugía de hombro a 10.000€, te comparan con lo gratis o con lo más barato.

Pero si presentas tres planes (Active, Advanced y Elite), de repente el paciente ya no te compara con la Seguridad Social.

Ahora compara las tres opciones que le ofreces.

En lugar de preguntarse si se opera contigo, se pregunta cómo quiere operarse contigo:

- ¿Quiero lo básico?

PRICING QUIRÚRGICO

- ¿Quiero lo lógico?
- ¿Quiero lo máximo?

Fíjate cómo cambia la dinámica: con una opción, la pregunta es: ¿Me opero con Fulano?

Con tres opciones, la pregunta pasa a ser: ¿Cómo me opero con Fulano?

Al presentar 3 opciones, en su cabeza está implícita la decisión de operarse contigo. Lo único que les queda por decidir es de qué manera.

Y casi siempre, por la forma en que vamos a configurarlo, elegirán lo lógico: la opción media.

Que es justo donde quieres que caiga la mayoría de tus pacientes.

Cierre del módulo

La ingeniería de la decisión consiste en diseñar el menú de opciones para que el paciente sienta que decide libremente... pero siempre dentro de un marco que tú controlas.

Tres opciones.

Y la del medio, la obvia.

Ese es el corazón del Pricing Quirúrgico.

Y en el siguiente módulo vamos a ver en detalle el rol de cada una de las opciones que presentaremos a nuestros pacientes

Módulo 3 – BASE, BRILLANTE y BALLENAS: tus tres palancas de decisión (y rentabilidad)

Intro

Ahora que ya entendemos por qué necesitamos tres opciones, vamos a diseccionar el rol que cumple cada una.

Aquí lo llamaremos Base, Brillante y Ballena porque quiero que no los olvides. Pero cuando hables con un paciente, usa nombres más profesionales como Vital, Valor y VIP.

Cada plan no es solo un paquete distinto de servicios.

Cada plan es una **palanca psicológica** que mueve al paciente en una dirección concreta.

Aquí vamos a ver:

- Qué rol juega cada plan en tu estrategia.
- Qué nombre usar para que sea atractivo.
- Qué incluir típicamente.
- Y cómo se fijan los precios para maximizar rentabilidad.

1. Plan BASE – el ancla inferior.

Piensa en un coche. Este plan tiene el precio que fija el Desde: “Desde 15.000€”

- **Rol psicológico:** es la entrada mínima viable. No existe para que te hagas rico, sino para dar una opción “funcional” a los más sensibles al precio y, sobre todo, para hacer que el plan medio parezca lógico.
- Este plan existe para el que busca una solución rápida que **minimiza el riesgo a cagarla**.
- Ojo, no es una opción cutre que diseñamos para que sea descartada. Esta es la alternativa premium a que te opere cualquier otro que no seas tú. El valor intrínseco de este plan está en ahorrarse los años de lista de espera y evitar el empeoramiento de la lesión y la consecuente cirugía menos efectiva, más compleja, dolorosa y con una

PRICING QUIRÚRGICO

recuperación peor. El valor está en ahorrarle de 1 a 2 años de sufrimiento innecesario porque los operas en 2-4 semanas y además en el hecho de que tú eres el cirujano más indicado porque has hecho esa intervención cientos de veces y representas la opción que minimiza el riesgo de que algo salga mal.

- Si este plan fuera cutre, lo eliminaríamos. Pero existe porque hay pacientes que quieren lo esencial, lo más rápido, lo más directo... y si no lo das tú, se van con otro cirujano menos preparado.
- **Naming recomendado:** *Vital / Active / Esencial*. (Nunca “básico”, suena cutre).
- **Qué incluye típicamente:**
 - La cirugía necesaria.
 - Hospitalización básica.
 - Los materiales quirúrgicos (prótesis, etc)
 - Alta médica inicial.
- **Estrategia de precio:** debe ser el ancla. Ejemplos:

Una cirugía de túnel del carpo: 5.000€.
Una cirugía de rotura del manguito rotador: 10.000€.
Una cirugía de ligamento cruzado anterior: 10.000€

La clave: *El Plan Vital existe para que el paciente vea lo que pasa si elige lo mínimo. Sirve como referencia, no como objetivo.*

2. Plan Brillante – La opción del paciente inteligente

- **Rol psicológico:** es el plan diseñado para parecer obvio. Donde quieres que caiga el 70–80% de los pacientes.
- **Naming recomendado:** *Advanced / Recovery*.
- Este plan existe para el que, más allá de que le opere el mejor cirujano a su alcance, pueda acceder a la intervención que maximiza las posibilidades de recuperarse de su lesión.
- En este plan, el paciente va buscando un **cambio rápido y duradero**. En él debes incluir todo lo mínimo indispensable para que el paciente alcance una recuperación total. No

solo las curas y seguimiento durante el primer año, sino todo lo que puedas ofrecerle en materia de rehabilitación, readaptación y otros ejercicios que le ayuden a acelerar y maximizar la recuperación. El acceso a ti es otra variable que multiplica el valor percibido. Poder tener línea directa contigo para una duda vía whatsapp durante los 30 primeros días es un plus que muchos valoran y a ti no te supone un tremendo coste adicional.

- Este es el plan que más retorno da al paciente: invierte más, pero reduce al mínimo el riesgo de una recuperación incompleta o larga.
- **Qué incluye típicamente:**
 - Todo lo del Plan Base.
 - Revisiones pertinentes hasta el alta.
 - Curas postoperatorias.
 - Paquete de fisioterapia inicial (ej. 20 sesiones).
 - Acceso a un software o plataforma de ejercicios online para hacer en casa
 - Acceso directo al cirujano (whatsapp, teléfono).
- **Estrategia de precio:** 2-3x el Plan Base.

Ejemplo: 20-25K.

La clave: *“El Plan Valor es la opción razonable: más seguridad, más acompañamiento, más resultados. No es lujo, es lógica.”*

3. Plan BALLENA – El lujo absoluto para atrapar a las ballenas del mercado

- **Rol psicológico:** atrapar a los pacientes que buscan lo mejor, sin importar el precio. Eleva tu posicionamiento y hace que el plan medio parezca todavía más sensato.
- Sirve de ancla superior. Como la botella de vino de 300€ en la carta de un buen restaurante. No se venden muchas de esas, pero sirve para que, en comparación, elegir una de 30€ te parezca mucho más sensato.
- El paciente pudiente busca diferenciarse del paciente medio. Si se lo puede permitir, no quiere ir en primera; quiere su propio jet privado. El destino es el mismo que en la opción Brillante, pero aquí disfruta de todas esas máquinas, técnicas y aparatos que un

PRICING QUIRÚRGICO

jugador de élite se aplicaría para **maximizar las posibilidades de volver a estar en las mejores condiciones en el menor tiempo posible.**

- **Naming recomendado:** *VIP / Elite / Óptimo*. Nunca digas 'Ballena' en consulta. Esto es jerga interna. Al paciente se lo vendes como Plan Elite, muy relacionado con el deporte, o VIP, muy relacionado con la percepción de alto status. En cualquier caso, siempre aspiracional.
- Este plan eleva tu posicionamiento incluso si nadie lo compra. Porque si lo tienes en tu menú, automáticamente te colocas en la categoría de servicio premium.
- **Qué incluye típicamente:**
 - Todo lo del Plan Brillante.
 - Fisioterapia ilimitada durante un año.
 - Medicina regenerativa avanzada. (por ejemplo a los 3 meses de la cirugía para optimizar el proceso regenerativo)
 - Seguro de cirugía de revisión.
 - Aparatología "exclusiva" para deportistas de élite
 - Imágenes médicas (Resos, Rayos X, ecos) incluidas en las revisiones a los 3, 6 y 12 meses.
 - Habitación VIP / experiencia hospitalaria premium.
 - Acceso 24/7 al cirujano.
- **Estrategia de precio:** 5-10x el plan Vital. Ejemplo: 50K.

La Clave: *"El Plan VIP no se compra con la cabeza, se compra con el ego y con el bolsillo."*

Cierre del módulo

Recuerda: cada plan cumple un rol.

- El Base te da el anclaje inferior.
- El Brillante es tu caballo ganador, el plan lógico y rentable.
- El Ballena es tu carta de vino de 300€, eleva tu status y atrae a los pacientes afluentes.

Cuando estructuras bien esta escalera, dejas de pelearte con lo gratis y con lo barato. Ya no te comparan con la Seguridad Social ni con seguros. El paciente solo se compara consigo mismo:

👉 ¿quiero lo mínimo, lo lógico o lo máximo?

Ahí es donde ganas la partida. Y ahí es donde se convierten tus precios en tu mayor palanca de marketing.

Módulo 4 – La Tabla Maestra: el artefacto que convierte precios en decisiones

Intro

Hasta ahora hemos hablado de mentalidad, de por qué tres opciones, y de qué rol cumple cada plan. Pero todo eso queda en palabras... hasta que el paciente lo ve en una tabla.

La tabla es el **artefacto visual** que convierte tu discurso en una decisión real.

Aquí no estamos hablando de un folleto de precios. Estamos hablando de una herramienta de autoridad.

Si está mal hecha, el paciente siente que le estás vendiendo.

Si está bien hecha, el paciente siente que está eligiendo libremente.

En este módulo te voy a enseñar cómo debe lucir esa tabla, qué lenguaje usar, qué resaltar y qué evitar.

1. La estructura: tres columnas claras

- **Columna 1:** Plan Vital/Active → la puerta de entrada, lo esencial.
- **Columna 2 (centrada):** Plan Valor/Advanced → la opción lógica, resaltada.
- **Columna 3:** Plan VIP/Elite → el lujo absoluto.

👉 Siempre tres columnas, nunca más, nunca menos.

2. La jerarquía visual

- El plan medio debe estar en el centro y resaltado.
- Puedes usar: borde más grueso, sombreado suave, o etiqueta “Recomendado / Más elegido”.
- El plan bajo: discreto, sin adornos.

- El plan alto: elegante, espacioso, aspiracional.

👉 La vista del paciente va al centro → ese debe ser tu caballo ganador.

3. Lenguaje de beneficios, no técnico

✗ No pongas: "Seguimiento postoperatorio"

✓ Pon: "Revisiones ilimitadas hasta el alta".

✗ No pongas: "Soporte"

✓ Pon: "Acceso directo al cirujano (WhatsApp / Llamadas)".

✗ No pongas: "Habitación individual"

✓ Pon: "Habitación VIP con experiencia hospitalaria premium".

👉 El paciente compra beneficios, no tecnicismos.

PRICING QUIRÚRGICO

4. Ejemplo de tabla simplificada (texto)

Incluye	Plan Active	Plan Advance	Plan Elite
		★ más demandada ★	
Cirugía realizada por el Dr. XX (ha operado 300 manguitos rotadores en los últimos 12 meses)	✓	✓	✓
Hospitalización básica - Estancia hospitalaria cubierta sin costes ocultos	✓	✓	× (VIP)
Materiales quirúrgicos incluidos - sin sorpresas.	✓	✓	✓
Alta médica inicial	✓	✓	✓
Revisiones ilimitadas hasta el alta	×	✓	✓
Curas postoperatorias para evitar complicaciones innecesarias	×	✓	✓
Programa de rehabilitación para recuperar movilidad y fuerza (20 sesiones).	×	✓	× (Ilimitado)
Contacto directo con el cirujano para resolver tus dudas	×	✓ (30 días)	✓ (12 meses)
Fisioterapia ilimitada durante 12 meses para maximizar tu recuperación sin recaídas	×	×	✓
Medicina regenerativa avanzada para potenciar el proceso de restauración de tu lesión	×	×	✓
Seguro cirugía de revisión - Cobertura total en caso de necesitar una intervención adicional	×	×	✓
Imágenes médicas incluidas a los 3, 6 y 12 meses para monitorizar evolución con resonancia y ecografía.	×	×	✓
Habitación VIP - Habitación privada con máxima comodidad.	×	×	✓
Atención 24/7 del cirujano - Disponibilidad total para tu tranquilidad.	×	×	✓
Precio (€)	10.000€	20.000 €	50.000€

Nota: [En este enlace](#) puedes acceder a esta tabla para copiarla y adaptarla a tus tratamientos.

5. Errores a evitar

- ✗ Meter más de 15 filas → abruma.
- ✗ Usar jerga médica incomprensible.
- ✗ Poner características. Convierte cada elemento de la tabla en un beneficio añadiendo un

“para que...”. Ejemplo: 20 sesiones de fisioterapia para recuperar tu movilidad y fuerza sin recaídas.

✗ Hacer que los tres planes parezcan demasiado parecidos.

✗ Colores chillones → recuerda, no es un folleto de clínica dental barata.

👉 Estética: limpia, premium, sobria. Piensa en **Apple**, no en **MediaMarkt**.

6. Tip práctico para el cirujano

- Siempre enseñar la tabla **después** de explicar la cirugía y resolver dudas médicas.
 - No hablar demasiado. Simplemente mostrar y leer las tres opciones.
 - Terminar con la frase:

“La mayoría de mis pacientes eligen el Plan Advanced porque es el más seguro para recuperarse sin sorpresas.”
 - Y callar. El silencio vende más que justificar.
-

Cierre del módulo

La tabla maestra no es un accesorio.

Es tu arma de cierre.

Convierte tu discurso en una elección visual y lógica.

Recuerda: el paciente no te compara ya con lo gratis ni con lo barato.

El paciente se compara consigo mismo:

👉 ¿quiero lo mínimo, lo lógico o lo máximo?

Y cuando diseñas bien tu tabla, la respuesta es casi siempre: lo lógico.

Tu plan Brillante. Tu caballo ganador.

En el próximo módulo veremos cómo presentarla en consulta y en email para cerrar con seguridad.

Módulo 5 – Cómo presentar la tabla de precios sin miedo (en consulta y por email)

Intro

Ahora que tienes tus tres planes diseñados, la pregunta es: ¿cómo los presentas? Porque si los presentas mal, el paciente te compara con lo gratis o con lo barato. Si los presentas bien, el paciente solo se compara consigo mismo.

En este módulo vas a aprender:

- Cómo introducir la tabla en consulta sin sonar vendedor.
 - Cómo reforzarla después por email para que la decisión se cierre sola.
 - Y el guion exacto para recomendar el plan Brillante sin parecer interesado.
-

1. La regla de oro: el precio nunca se defiende, se enmarca

“Un cirujano operario justifica su precio.

Un Cirujano con Pricing Quirúrgico enmarca la decisión.

Tú no dices ‘vale 20.000 porque...’.

Dices ‘tienes tres formas de hacerlo, elige la que más se adapte a ti’.”

👉 Frase martillo: “No defiendas tu precio, diseña el marco de elección.”

2. En consulta – el guión

“Una vez explicada la cirugía y resueltas dudas médicas, dices algo como:

‘Bien, ahora hablemos de cómo quieres abordar tu recuperación.

He preparado tres formas distintas de hacerlo, para que elijas la que mejor se adapta a ti y a tus objetivos.’

(enseñas la tabla impresa o en iPad).

Y luego lees, con calma y sin adornar:

- **Plan Active:** lo esencial, la cirugía en sí, para volver a tu vida activa.
- **Plan Advanced:** incluye todo lo necesario para maximizar las posibilidades de disfrutar de una recuperación completa y sin sorpresas.
- **Plan Elite:** el enfoque más completo, pensado para quien quiere lo mejor y la máxima tranquilidad.

Después cierras con la frase mágica:

‘La mayoría de mis pacientes eligen el Plan Advanced, porque es el más seguro para volver a su vida normal sin complicaciones.’

Y callas. El silencio aquí es tu aliado.

3. El email post-consulta – la estructura en 4 actos

Al final de la jornada o al día siguiente, pero siempre en la ventana de las 24 horas siguientes a la consulta, enviamos un correo de seguimiento. Es un texto breve de poco más de 200 palabras que se divide en 4 actos.

- **Acto 1: Contexto** → recordar la preocupación personal del paciente.
- **Acto 2: Solución** → introducir las tres opciones.
- **Acto 3: Recomendación** → señalar el plan Advanced como el más lógico.
- **Acto 4: Próximos pasos** → CTA simple (“responde a este email indicando tu plan y fijamos fecha de cirugía y preoperatorio”).

👉 Aquí la clave es que el email no es un “presupuesto”, es un **recordatorio emocional + elección estructurada**.

En la sección de recursos tienes un ejemplo de este email para que uses de plantilla para el tuyo.

4. Cómo recomendar sin parecer interesado

Nunca digas: *“este es el que más me conviene vender”*.
Siempre di: *“este es el que la mayoría de mis pacientes elige”*.
Eso activa **prueba social**, no presión.

PRICING QUIRÚRGICO

👉 Frase recomendada:

“Si quieres simplemente operarte, el Plan Vital lo resuelve.

Si quieres la máxima recuperación, el Plan Advanced es el más seguro.

Y si quieres lo más completo, el Plan VIP existe para eso.

Tú decides.”

Cierre del módulo

“La tabla de precios no es para que discutas de dinero.

Es para que el paciente elija entre tres futuros posibles:

- Operarse y ya.
- Recuperarse al 100%.
- O hacerlo con la máxima tranquilidad y lujo.

Cuando tú presentas así, no vendes.

Guías. Lideras. Y cuando lideras, los pacientes confían y te siguen.

Recuerda: el objetivo no es cerrar en la consulta a todos.

El objetivo es que el paciente vea que la opción lógica es el Plan Brillante.

Y que si no elige hoy, el email de seguimiento se lo recuerda mañana.

Módulo 6 – Cómo afrontar las objeciones tras el silencio

Intro

Llegados a este punto, ya mostraste la tabla, recomendaste el plan Advanced, y guardaste silencio.

El paciente se queda pensando.
Y entonces aparece lo inevitable: las objeciones.

En este módulo no vamos a rebatirlas ni a entrar en guerra de argumentos. Vamos a redirigirlas con calma, usando marcos simples que devuelven la pelota al paciente. Porque recuerda: **un Cirujano con Pricing Quirúrgico no discute precios, enmarca decisiones.**

Objeción 1: “¿Por qué hay tanta diferencia de precio?”

Respuesta pulida:

“Muy buena pregunta. La diferencia no está tanto en la cantidad de cosas que incluye cada plan, sino en el nivel de tranquilidad para ti.

- El Plan Advanced te asegura recuperarte con las máximas garantías, porque cubre todo lo que viene después de la cirugía.
- El Plan Élite es para pacientes que valoran su tiempo y su paz mental por encima de todo: no quieren preocuparse de nada, saben que todo está cubierto.

Al final, se trata de cuál de esas dos prioridades encaja mejor contigo ahora: ¿maximizar la recuperación o tranquilidad absoluta?”

Por qué funciona:

- Reenfocas del *precio* al *beneficio percibido*.
 - Usas un marco binario: no es sí/no, es **qué tipo de seguridad quieres comprar**.
-

Objeción 2: Intento de regateo

“Me gusta el plan Advanced, pero mi presupuesto es más cercano al Active. ¿No me puedes hacer un arreglo? ¿Podemos quitar cosas?”

Respuesta pulida:

“Te entiendo perfectamente. Y por eso existe el plan Active.

Cada plan está diseñado como una receta: todos los ingredientes están pensados para funcionar juntos y dar el mejor resultado.

Si empezamos a quitar ingredientes, el plato deja de ser el mismo y reducimos las posibilidades de que alcances el resultado que buscas.

El Plan Active es una excelente opción para operarte cuanto antes con un cirujano que ha hecho esta intervención cientos de veces.

El Plan Advanced es para quienes quieren cubrir todo lo que se viene después de la cirugía y estar acompañados en cada paso de la recuperación.

Ambas son muy buenas opciones. La decisión depende de qué nivel de acompañamiento quieres.”

Por qué funciona:

- La **analogía de la receta** es imbatible: simple, familiar, imposible de discutir.
- Refuerzas que no hay descuento, pero no suena duro: el paciente sigue sintiendo que elige libremente.

Objeción 3: Comparación con la competencia

“Me gusta, pero es que mi seguro me cubre la cirugía.”

Respuesta pulida:

“Te agradezco la sinceridad. Es normal que consideres esa opción.

El Plan Active está pensado precisamente para quienes quieren minimizar riesgos en quirófano. Te aseguras de que te opere el cirujano que más casos de este tipo ha hecho en 200 km a la redonda.

La decisión no es entre operarte gratis o pagar.

La decisión es: ¿te vale que te opere cualquier médico que te asigne el seguro o prefieres la

seguridad de que te opere alguien que hace esto todos los días y que además te ofrece un plan de recuperación estructurado?”

Por qué funciona:

- No atacas al seguro → evitas confrontación.
 - Elevas tu propuesta al terreno de la **seguridad y la expertise**.
 - Vuelves a centrar la decisión en el paciente: ¿qué riesgo quiere asumir?
-

Cierre del módulo

Recuerda: las objeciones no son rechazos, son dudas.

Un Cirujano con pricing quirúrgico no discute ni rebaja precios.

Enmarca la conversación y devuelve el poder de toma de decisión al paciente.

- Si pregunta por diferencias de precio → rediriges a nivel de tranquilidad.
- Si intenta regatear → usas la analogía de la receta.
- Si compara con la competencia → lo comparas consigo mismo: ¿quiere riesgo o quiere seguridad?

Así es como conviertes objeciones en cierres. Y lo mejor: sin sonar vendedor, utilizando las palabras cual experto en aikido que usa la fuerza del oponente sin ejercer violencia alguna.

Módulo 7 – Más margen. Más premium

Intro

Llegamos al final de Pricing Quirúrgico.

Y ahora quiero hablarte de tres consideraciones finales.

La primera es la diferencia brutal que marca este sistema en tus resultados. Especialmente en tu margen.

Vamos a ver la diferencia en ingresos y margen (lo que se queda en tu bolsillo) entre tu aproximación actual -ofrecer un precio único- y la estrategia de los tres planes.

1. Escenario A – Precio único

En el escenario del precio único, lo habitual es pensar: ¿Cuánto vale mi acto quirúrgico? E igualarlo al coste del hospital (quirófano, anestesista y otro personal, ingreso en habitación si es el caso, etc). También es habitual equiparlo al coste del material. Implantes, placas, tornillos, etc.

Por cierto, no sé si te has dado cuenta, pero hacer esto es, justamente, anclarse en lo que hacen otros: ¿Cuánto cobra el centro? ¿Cuánto cobra la casa de materiales? Pues yo algo parecido.

Bien. Hacemos eso y llegamos a una cifra: 9.000€. Vamos a usar esta cifra porque es fácil de dividir entre tres. Y pongamos que la factura se divide así:

- 3.000 para el centro, el cirujano ayudante, el anestesista...
- 3.000 en materiales protésicos, tornillos y demás, y
- 3.000 por tus honorarios.

Perfecto. Ya tenemos tu margen.

Y ¿qué pasa si queremos aumentarlo un poco? Pues que tendemos a irnos al plan Avanzado: Ponemos las revisiones hasta el alta, las curas, incluimos unas sesiones de rehabilitación o readaptación. Incluso podemos asegurar la cirugía de revisión. Quizá no al 100%, pero te comprometes a no cobrarle de nuevo por una reintervención que ocurra en los 60 primeros días. No respondes ante el material adicional ni ante lo que el hospital quiera cobrar al

paciente, pero tu acto quirúrgico, que sí que depende de ti, está cubierto.

Al hacer esto, el valor percibido aumenta considerablemente. Y entonces llega la hora de ponerle una tarifa. ¿Cuál es la jugada habitual? Subir el precio un 25%. Un 50% si te envalentonas.

Así que tu plan de cirugía + recuperación postcirugía pasa de 9.000€ a 12.000€.

Perfecto. Ahora bien, podrías pensar que tu margen se ha duplicado, porque de ahí 6.000€ están a tu nombre. Pero no es así. Porque tienes que hacer trabajo extra: las curas, las revisiones, etc. Y además tienes que pagar a alguien por la parte de rehabilitación.

Es decir, que tu margen no se ha duplicado. Tal vez ha experimentado un aumento de un 50%. Es decir, de 3.000€ a 4.500€. El resto, hasta los 6.000€, se va en gastos variables derivados de los extras que ofreces.

Vale. Ya lo tenemos.

Ahora pongamos que 30 pacientes aceptan tu plan Advanced por 12.000€.

¿Cuánto facturas?

360.000€.

¿Y qué margen te quedas tú?

135.000€.

Está bastante bien. Pero ahora vamos a compararlo con lo que pasa si aplicas la estrategia de tres planes.

2. Escenario B – Tres planes

Con el sistema del Pricing Quirúrgico, diseñas tres niveles:

- Active (9.000€).
- Advanced (18.000€).
- Élite (45.000€).

PRICING QUIRÚRGICO

¿Qué margen tienes en cada uno de los 3 planes?

Con el Active tienes 3.000€ de margen.

Con Advanced, recuerda, habíamos asumido que con los elementos extra, tus costes se incrementaban en unos 1.500€. Así que tu margen es lo que queda de restar el hospital (3.000€), el material, (3.000€) y los gastos asociados a las tareas postcirugía (1.500€). Eso suma 7.500€. El resto, 10.500€ es margen puro para ti. Un 58% del total.

Ahora vamos con el Plan Élite. Pongamos que dedicas 15.000€ a cubrir todos los extras premium: desplazamientos, habitación vip, acceso a aparatología que usan futbolistas y otros deportistas de élite, sesiones de tratamientos ortobiológicos, un año de sesiones de fisio... Todo eso, 15.000€ de gastos. Ahora le sumas el quirófano y los materiales, y tus costes totales son de 21.000€. El resto hasta los 45.000€ es margen puro para ti: 24.000€. Un 53% de margen para ti.

Bien. Ahora veamos qué ocurre si 30 pacientes aceptan operarse contigo.

La distribución típica del mercado (y de eso hablaremos en detalle luego) es esta:

- 20% elige el Plan Base.
- 75% el Plan Brillante.
- 5% el Plan Ballena.

¿El resultado de facturación para esos mismos 30 pacientes?



540.000€

Y ahora la parte interesante: Tus márgenes:

297.000€

- 👉 Exactamente los mismos 30 pacientes.
- 👉 **+180.000€ más de ingresos.**
- 👉 **+162.000€ más de margen puro en tu bolsillo.**

Solo por estructurar bien los precios.

<p> Escenario A – Precio único (12K):</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Facturación: 360.000€ ● Margen: 135.000€ ● Ticket medio: 12.000€ ● Margen medio: 4.500€ 	<p> Escenario B – Tres planes (9K / 18K / 45K):</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Facturación: 540.000€ ● Margen: 297.000€ ● Ticket medio: 18.000€ ● Margen medio: 9.900€
--	--

Mismos pacientes.

Mismo trabajo en quirófano.

Pero **5.500 € extra de margen por cirugía para tu bolsillo** solo por usar ingeniería de precios.

3. Los saltos entre planes

Y lo mejor: no solo es dinero.

- Con un precio único, te perciben como un servicio estándar.
- Con tres planes, te perciben como un servicio premium, a la altura de cualquier empresa de lujo.

No vendes cirugía. Vendes status, confianza y tranquilidad.

Y eso te coloca en otra liga.

Lo que me lleva a hablarte de la segunda consideración que quiero contarte:

PRICING QUIRÚRGICO

Por qué estos saltos de precios entre planes y no otros.

Que el plan del medio, el brillante, valga el doble e incluso el triple que el plan base no es casual. Que el plan Ballena tenga un precio entre 5 y 10 veces el base tampoco.

Plan	Base	Brillante	Ballena
Precio	x	2-3x	5-10x

Multiplicadores de precio entre planes a partir del precio fijado en el plan Base.

Estos multiplicadores de precio responden a un principio universal que se da en cualquier mercado: el Principio de Pareto.

La distribución de Pareto es exponencial: hay una pequeña porción del mercado, de pacientes, dispuesta a invertir 10 veces más por tu servicio. No el doble. No tres veces más. 10 e incluso 20. Esas son tus ballenas.

Sé que es difícil de creer como es difícil asimilar cualquier otra distribución exponencial. Tenemos una mentalidad lineal y por eso creemos que lo lógico es poner subidas proporcionales:

Brillante, un 50% más que el Base;
Ballena, el doble que el Base.

No. No funciona así.

Piensa que eres un coche de gama alta. Un Ferrari. Un Maserati. El que más te guste.

Tu plan base es el coche tal cual sale de fábrica. Es la opción para el que quiere un Ferrari pero sólo quiere gastarse lo justo en él. Es la opción del tacaño. Quieren lo mejor, pero no quieren pagar un euro de más por ello. Lo esencial les vale. En tu mercado hay un 10-20% de tacaños.

Luego está tu plan brillante, que incluye las mejoras que ofrece la casa. Es la opción que acaba escogiendo la inmensa mayoría. El 70-80% de tu mercado escogerá esta opción. Es la "razonable": "Ya que me gasto tanto en un ferrari, por qué no disfrutar de todos estos extras"

Aún así, siempre habrá algún excéntrico que quiere disfrutar de la experiencia completa: Ir a la fábrica a ver cómo lo ensamblan a mano, que se lo envíen a la puerta de casa en un container rojo transportado por un helicóptero, un color exclusivo que no aparece en los catálogos oficiales, todos los extras imaginables que puedas concebir. Esos son los Ballena. Hay pocos, pero existen. Son los del palco del Real Madrid: ven el mismo partido que los de la grada, pero pagan por ello 15 o 20 veces más. Son las señoras que lucen Louis Vuitton cuando puedes encontrar falsificaciones bastante buenas por una centésima parte de su precio. Las ballenas

existen. Son un 5 o 10% de la población. Y obviar su existencia y no diseñar un plan pensado para ellas es desaprovechar una doble oportunidad:

Por un lado, la estrictamente monetaria: ya has visto que por muy caro que sea armar un Plan Ballena, suelen tener márgenes mínimos de un 50-60%.

Por otro lado, te da la oportunidad de demostrar a todos tus pacientes que eres una opción premium. Que hay quien paga 50 o 60 mil euros por ponerse en tus manos.

¿Cómo crees que te percibe el mercado cuando ve algo así? ¿Como un cirujano del montón o como alguien con prestigio que opera a gente rica?

Ese es el verdadero poder de entender cómo funciona el mercado, que responde a una distribución exponencial, la distribución de Pareto.

4. Por si te da vértigo

Una última consideración:

Si los saltos de precios de que has visto te producen vértigo pese a lo que te acabo de explicar, no deseches esta estrategia y procede como te recomiendo:

Aplica los multiplicadores a tus honorarios del plan base.

Es decir, si el plan base era 9.000 y 3.000 de margen para ti, aplica el multiplicador a esos 3.000.

Así, el plan Brillante lo multiplicas por 3, por ejemplo, y se quedaría en 15.000€. Y el plan Ballena, multiplicas por 10 y se queda en 36.000€.

Siguen siendo saltos considerables que solo afectan a aquello sobre lo que tienes control. Y, aunque hacerlo así no capta al 100% el poder de la distribución de Pareto, es una forma excelente de combatir tu rechazo a aplicar esos saltos. Al fin y al cabo, si alguien opta por el Plan Ballena, no tiene por qué pagar 10 veces más por los materiales. O sí, dependerá de si hay diferentes calidades y así accede a las mejores. Pero ya me entiendes:

La mejor forma de probar algo que funciona es copiarla tal cual. Con los multiplicadores que te he dicho y a la cifra total. La segunda mejor forma, es aplicarla únicamente sobre tus márgenes.

PRICING QUIRÚRGICO

Cierre final del programa

Ya lo has visto. Esto no es teoría, es matemática pura.

El sistema de tres planes multiplica tu rentabilidad sin que tengas que operar a más pacientes.

Y aquí acaba Pricing Quirúrgico.

Has aprendido a usar el precio como el proxy más poderoso para posicionarte como lujo y disparar tus márgenes.

Si aplicas esto, tus resultados cambiarán en cuestión de semanas.

El próximo paso depende de ti.

Puedes quedarte en Pricing Quirúrgico, aplicar el método y crecer solo...

O puedes dar el salto a Cirujano Soberano, donde trabajo contigo de la mano durante 6 semanas para que no solo diseñes tu estrategia de precios, sino que cierres cirugías de alto valor con solvencia y consistencia.

Sea cual sea tu decisión, recuerda:

El paciente no elige si se opera o no.

Elige cómo quiere recuperarse.

Y ahora, gracias a ti, tiene un elenco de tres opciones para decidir.

Nos vemos pronto.

Javier De Vicente.

Octubre de 2025.

Anexo 1: El correo de seguimiento

Tras presentar tu propuesta en consulta, vas a enviás un correo al paciente con la propuesta. Ese correo se estructura en 4 actos:

Acto 1: contexto:

En dos párrafos cuentas:

- Personalizas. Hablas de sus frustraciones y lo que anhela volver a hacer que su lesión le impide.
- Recuerdas el **riesgo de no actuar ahora** (lesión seguirá avanzando).

Así:

"Estimado XXX,

Durante nuestra consulta, me contaste que te preocupa que la lesión de tu hombro avance hasta un punto que no te permita trabajar como fontanero. Ya has dejado de entrenar press-banca y de hacer flexiones y no quieres que te siga limitando físicamente.

El problema del manguito es que no mejora con el tiempo. De hecho, cuanto más esperas, más difícil se vuelve la cirugía, menos eficaz y con una recuperación más dolorosa y limitada."

Acto 2: Solución:

Una línea que introduce los tres planes:

"Para alcanzar este objetivo, he preparado tres posibles niveles de intervención para tu hombro. Esto te da la flexibilidad de elegir el enfoque que mejor se adapte a tu momento actual y a tus ambiciones."

Y luego iría la tabla que has elaborado con los 3 planes:

PRICING QUIRÚRGICO

Las tres rutas posibles hacia tu recuperación:

Incluye	Active	Advanced más demandada	Élite
Cirugía realizada por el Dr. X	✓	✓	✓
Hospitalización básica	✓	✓	✗ (VIP)
Materiales quirúrgicos incluidos	✓	✓	✓
Alta médica inicial	✓	✓	✓
Revisiones ilimitadas hasta el alta	✗	✓	✓
Curas postoperatorias	✗	✓	✓
20 sesiones de fisioterapia	✗	✓	✗ (Ilimitado)
Acceso directo al cirujano	✗	✓ (30 días)	✓ (12 meses)
Fisioterapia ilimitada 12 meses	✗	✗	✓
Medicina regenerativa avanzada	✗	✗	✓
Seguro cirugía de revisión	✗	✗	✓
Imágenes médicas incluidas (3, 6, 12 meses)	✗	✗	✓
Habitación VIP	✗	✗	✓
Atención 24/7 del cirujano	✗	✗	✓
Precio (€)	10.000€	20.000€	50.000€

Acto 3: La recomendación.

Aquí mostramos liderazgo ayudando al paciente a escoger la opción que otros pacientes como él suelen escoger. Le guías en su decisión pero sin imponer tu criterio:

"Los pacientes que más rápido y mejor recuperan su hombro suelen optar por el Plan Advanced. Sinceramente, creo que es la opción idónea para ti: No solo te opero yo, sino que te llevo de la mano hasta que vuelvas a tu vida normal sin sorpresas. Es la opción más segura para alcanzar una recuperación total de tu hombro."

Acto 4: El próximo paso:

Le invitamos a que nos diga por qué plan se decanta:

"Si estás listo para empezar, responde este email indicándome el plan que has elegido. A partir de ahí, fijaremos la fecha de la cirugía y del análisis del preoperatorio."

Simple directo y claro.

Enviar este correo es la diferencia entre soltar un precio o apalancarse en el valor narrativo.

Esto no es solo un correo, es un **asset de cierre**.

Si usas esta herramienta puedes llegar a cerrar 2-3x más planes Advanced/Elite.

Te la dejo completa abajo para que copies y pegues:

PRICING QUIRÚRGICO

Plantilla email seguimiento:

Asunto: Propuesta de tratamiento para tu lesión de manguito rotador

Estimado XXX,

Durante nuestra consulta, me contaste que te preocupa que la lesión de tu hombro avance hasta un punto que no te permita trabajar como fontanero. Ya has dejado de entrenar press-banca y de hacer flexiones y no quieres que te siga limitando físicamente.

El problema del manguito es que no mejora con el tiempo. De hecho, cuanto más esperas, más difícil se vuelve la cirugía, menos eficaz y con una recuperación más dolorosa y limitada.

Para alcanzar este objetivo, he preparado tres posibles niveles de intervención para tu hombro. Esto te da la flexibilidad de elegir el enfoque que mejor se adapte a tu momento actual y a tus ambiciones.

Las tres rutas posibles hacia tu recuperación:

Incluye	Active	Advanced más demandada	Élite
Cirugía realizada por el Dr. X	✓	✓	✓
Hospitalización básica	✓	✓	✗ (VIP)
Materiales quirúrgicos incluidos	✓	✓	✓
Alta médica inicial	✓	✓	✓
Revisiones ilimitadas hasta el alta	✗	✓	✓
Curas postoperatorias	✗	✓	✓
20 sesiones de fisioterapia	✗	✓	✗ (Ilimitado)
Acceso directo al cirujano	✗	✓ (30 días)	✓ (12 meses)
Fisioterapia ilimitada 12 meses	✗	✗	✓
Medicina regenerativa avanzada	✗	✗	✓
Seguro cirugía de revisión	✗	✗	✓
Imágenes médicas incluidas (3, 6, 12 meses)	✗	✗	✓
Habitación VIP	✗	✗	✓
Atención 24/7 del cirujano	✗	✗	✓
Precio (€)	10.000€	20.000€	50.000€

Los pacientes que más rápido y mejor recuperan su hombro suelen optar por el Plan Advanced. Sinceramente, creo que es la opción idónea para ti: No solo te opero yo, sino que te llevo de la mano hasta que vuelvas a tu vida normal sin sorpresas. Es la opción más segura para alcanzar una recuperación total de tu hombro.

Si estás listo para empezar, responde este email indicándome el plan que has elegido. A partir de ahí, fijaremos la fecha de la cirugía y del análisis del preoperatorio.

Dr. XXX

Anexo 2: ejemplo de tabla de planes

Incluye	Plan Active	Plan Advance	Plan Elite
		★ más demandada ★	
Cirugía realizada por el Dr. XX (ha operado 300 manguitos rotadores en los últimos 12 meses)	✓	✓	✓
Hospitalización básica - Estancia hospitalaria cubierta sin costes ocultos	✓	✓	✗ (VIP)
Materiales quirúrgicos incluidos - sin sorpresas.	✓	✓	✓
Alta médica inicial	✓	✓	✓
Revisiones ilimitadas hasta el alta	✗	✓	✓
Curas postoperatorias para evitar complicaciones innecesarias	✗	✓	✓
Programa de rehabilitación para recuperar movilidad y fuerza (20 sesiones).	✗	✓	✗ (Ilimitado)
Contacto directo con el cirujano para resolver tus dudas	✗	✓ (30 días)	✓ (12 meses)
Fisioterapia ilimitada durante 12 meses para maximizar tu recuperación sin recaídas	✗	✗	✓
Medicina regenerativa avanzada para potenciar el proceso de restauración de tu lesión	✗	✗	✓
Seguro cirugía de revisión - Cobertura total en caso de necesitar una intervención adicional	✗	✗	✓
Imágenes médicas incluidas a los 3, 6 y 12 meses para monitorizar evolución con resonancia y ecografía.	✗	✗	✓
Habitación VIP - Habitación privada con máxima comodidad.	✗	✗	✓
Atención 24/7 del cirujano - Disponibilidad total para tu tranquilidad.	✗	✗	✓
Precio (€)	10.000€	20.000 €	50.000€

Extra Inesperado: Tu Pase a Cirujano Soberano

Pricing Quirúrgico pone en tus manos la estrategia que usan las mejores empresas del mundo para presentar precios, aplicada a tu quirófano.

Y lo mejor: con conseguir una sola cirugía con este método, es muy probable que recuperes la inversión que has hecho en este programa.

Pero quiero darte algo más. Algo que no te había contado hasta ahora.

Tu crédito exclusivo

Si en los próximos 30 días decides entrar en mi acompañamiento 1-1 Cirujano Soberano, **lo que has pagado hoy por Pricing Quirúrgico se descuenta de su precio habitual de 6.000€.**

👉 Réstale lo que sea que hayas pagado por esta formación.

Por qué existe este pase

Este bono no es un “descuento”. Es una forma de **premiar a los que toman acción rápida** y quieren acelerar resultados.

Porque quiero que Pricing Quirúrgico no solo sea una idea rentable, sino la palanca que te impulse a implementar todo el sistema conmigo de la mano.

- **Pricing Quirúrgico** te da el marco de posicionamiento.
 - **Soberano** afina tu habilidad para cerrar cirugías de alto valor en consulta, con mi acompañamiento directo.
 - Con esa combinación, no solo multiplicas tu margen: **maximizas tu tiempo de quirófano de cirugías privadas.**
-

Cómo aprovecharlo:

1. Aplica lo aprendido en Pricing Quirúrgico en tus próximas consultas.
 2. Comprueba cómo, con la misma cirugía, ya generas más ingresos y margen.
 3. Decide si quieres que esos ingresos extra financien tu salto a Soberano.
 4. Si lo tienes claro, escíbeme antes de 30 días y activa tu pase.
-

Importante

- El crédito de lo que has pagado por esta formación caduca a los 30 días.
 - Pasado ese plazo, el programa **Cirujano Soberano** vuelve a su precio normal de 6.000€.
 - Esta es una decisión para los que están listos para dar el salto ya.
-

Recuerda

El objetivo de Pricing Quirúrgico es darte resultados inmediatos.

El objetivo de Soberano es transformar tu práctica en una **máquina de cirugías de alto valor**.

Ahora tienes una vía para que una palanca financie la siguiente.

La pelota está en tu tejado.

Tú decides si te basta con los planos de la estrategia...

... o si quieres que construyamos juntos el edificio entero.

En cualquier caso, te deseo todo lo mejor

Nos vemos pronto,

Javier Vicente.