



BEAUTY AND TRAVEL S.A.S

PLAN DE NEGOCIOS

BEAUTY AND TRAVELS.A.S

ANTIOQUIA

1 DE DICIEMBRE DEL 2011

Plan de Negocios

Integrantes

Maryury Avendaño

Montymer Moreno

Carolina Rivas

Beauty and travel

Antioquia

Medellín, Diciembre,2011

Contenido - Plan de Negocio

RESUMEN EJECUTIVO

1. INFORMACION SOBRE LOS INTEGRANTES DEL TRABAJO

2. PROPOSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

3. INFORMACION GENERAL DE LA EMPRESA

3.1 Nombre de la empresa

3.2 Descripción de la empresa

3.3 Misión de la empresa

3.4 Objetivos corto, mediano y largo plazo

4. ANALISIS DEL MERCADO

4.1 Objetivos del mercado

4.2 Descripción del portafolio de bienes

4.3 El mercado meta de los bienes

4.3.1 Estudio del mercado Consumidor

4.4 El mercado proveedor

4.4.1 Proveedores

4.4.2 Estudio del mercado proveedor

4.5 Mercado competidor

4.5.1 Competidores

4.5.2 Estudio del mercado competidor

4.6 El mercado distribuidor

4.6.1 Canal de distribución

4.6.2 Manejo de inventarios

4.6.3 Actividades de promoción y divulgación

4.7 Precios del productos

4.7.1 factores que influyen en la determinación del precio

4.7.2 precio nacional del producto

4.7.3 precio de exportación del producto

5. ASPECTOS TECNICOS (ANALISIS DE LA PRODUCCION)

5.1 Objetivos de la producción

5.2 Descripción del proceso de producción

5.3 Capacidad de producción

5.4 Plan de producción

5.5 Recursos materiales y humanos para la producción

5.5.1 Locaciones

5.5.2 Requerimiento de maquinaria, equipos, muebles y enseres

5.5.3 Requerimiento de materiales e insumos

5.5.4 Requerimiento de servicios

5.5.5 Requerimiento de personal

5.6 Programa de producción

6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.1 Procesos administrativos

6.1.1 Descripción de los procesos administrativos

6.1.2 Procesos administrativos externalizados

6.2 Estructura Organizacional Del Negocio

6.2.1 Organigrama

6.2.2 Descripción funcional de la organización

6.3 Recursos materiales y humanos para la administración

6.3.1 Locaciones

6.3.2 Requerimientos de equipos, muebles y enseres

6.3.3 Requerimientos de materiales de oficina

7. ASPECTOS LEGALES

7.1 Tipo de organización empresarial

7.2 Certificaciones y gestiones ante entidades públicas

CONSIDERACIONES FINALES

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

RESUMEN EJECUTIVO

Hay que señalar que el negocio de este milenio es la industria del bienestar, pues la gente quiere sentirse y verse bien. Hoy en día la gente dedica tiempo a cuidarse, a tomar vacaciones, al entretenimiento, al conocimiento a través de la lectura o la música. Ante el estilo tan acelerado que se vive en la actualidad, se identificó la oportunidad de satisfacer la demanda de las personas que quieran embellecer su cuerpo pero al mismo tiempo relajarse; esto puede lograrse a través de la creación de un negocio que permita satisfacer las necesidades ya mencionadas, pero al mismo tiempo recuperar la inversión realizada y mantenernos en el mercado.

El proyecto incluye la descripción de los servicios, análisis de las ventajas de los Servicios dentro de las que destacamos: personal especializado en la organización y desarrollo de las actividades, alternativa en la generación de empleo, También se hizo el comparativo de mercado en lo relacionado con precios, siguiendo los lineamientos metodológicos de microempresas de Antioquia teniendo en cuenta aspectos como: entorno, análisis de oferta y demanda, análisis de servicios y productos sustitutos, segmentación del mercado, aspectos técnicos (estudio de proveedores.)

Por lo tanto el proyecto está orientado en Turismo-Estética, dicho ideal es el de alcanzar la satisfacción y brindar al cliente la recuperación total después de una cirugía estética, y como una experiencia agradable.

Nos apoyamos en los estándares de la medicina convencional, sobre los avances, servicios, tecnologías, procedimientos, productos, que maneja nuestro País, de personajes especializados y expertos de la ciencia médica y la estética convencional, que pueda ofrecer Colombia al exterior.

1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

Maryury Avendaño Zuluaga					
Identificación:	1017134906	Teléfono:	4414477	Celular:	3147454371
Dirección:	Calle 82 # 71 ^a 27		Barrio:	Córdoba	
Ciudad	Medellín	Correo electrónico:	Maz3006@hotmail.com		
Estudios:	Técnicos	Tecnológicos	x	Universitarios	
Otros Estudios:					

Montymer Moreno Vargas					
Identificación:	1098605409	Teléfono:	3324411	Celular:	3218173682
Dirección:	Carrera 43 ^a # 49 sur 40			Barrio:	Las casitas
Ciudad	envigado	Correo electrónico:	demonunlimited@hotmail.com		
Estudios:	Técnicos	x	Tecnológicos	Universitarios	x
Otros Estudios:					

Carolina Rivas					
Identificación:	1017127458	Teléfono:	4383447	Celular:	3044156100
Dirección:	CL 64 CC CR 11 -66			Barrio:	Robledo
Ciudad	Medellín	Correo electrónico:	Carorivas86@hotmail.com		
Estudios:	Técnicos	Tecnológicos	x	Universitarios	
Otros Estudios:					

2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

El propósito de este plan de negocios es dar a conocer la calidad de servicios quirúrgicos en la ciudad de Medellín y una amplia gama de lugares de buen renombre y encanto turístico a nivel nacional a través de paquetes completos enfocados a mejorar la estética y la relajación de los clientes que son traídos del exterior.

Además de tener un aprendizaje y bases necesarias para la creación de una empresa que nos permita satisfacer las necesidades del sector salud, incrementando el fomento de pymes en la ciudad de Medellín, teniendo en cuenta la complejidad y dinámica de los mercados actuales, ninguna empresa puede crecer y competir sin tener en cuenta las variables que intervienen y realizar un análisis integral para verificar si el emprendimiento es o no factible.

Y por último y como punto importante también, el trabajo sirve para atender el requerimiento de trabajo de Grado para optar al titulado de Tecnólogos en Comercio Internacional.

3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

3.1 Nombre de la Empresa

Beauty and Travel S.A.S

3.2 Descripción de la Empresa

Se trata de colocar una locación para las personas del extranjero principalmente de la ciudad de Boston que quieran practicarse una cirugía estética. El paquete incluye el transporte, alojamiento, turismo y el servicio clínico, el valor agregado del proyecto es que se brinda servicios pre y post hospitalarios.

Al empezar nuestro proyecto estaremos ubicados en el sector del poblado en el barrio Manila, y luego seguidos de la construcción de la zona franca de salud en la ciudad de rionegro, allí se comprara una nueva sede en el mismo municipio para la cercanía de los clientes

3.3 Misión y Visión de la Empresa

Misión

Lograr que nuestros clientes de la ciudad de Boston (EEUU) se sientan completamente atendidos y relajados en un ambiente de tranquilidad y seguridad que proporcionan nuestras excelentes instalaciones, servicio quirúrgico, paquetes turísticos ya que creemos que su bienestar, belleza y conocimiento son lo más importante para nosotros.

Visión

Brindar a nuestros clientes todas las soluciones profesionales para el mejoramiento estético de su cuerpo y la calidad de vida en cuanto a servicio, tratamiento post quirúrgicos y sitios turísticos.

3.4 Objetivos

Objetivo General

Comercializar servicios quirúrgicos y turísticos organizados en paquetes que van hacer dirigidos a las personas de la ciudad de Boston (EEUU) buscando satisfacer las necesidades de bienestar, belleza y conocimiento.

Objetivos específicos

- ✓ Comercializar en la ciudad de Boston (EEUU) servicios de cirugía estética y turismo en la ciudad de Medellín por paquetes
- ✓ Promover los sitios turísticos de Colombia por las diferentes ciudades

- ✓ Satisfacer las necesidades de los clientes en cuanto belleza, bienestar, servicio y conocimiento.
- ✓ Contar el personal calificado enfocado en servicio, para realizar y garantizar el buen desempeño de cada una de las actividades

3.5 Ventajas Competitivas

La empresa Beauty and travel se destaca por prestar un servicio personalizado que va desde contar con el transporte para recogerlo en la puerta de la casa hasta tener todo un paquete que incluye tiquetes aéreos, hospedaje, alimentación, exámenes, cirugía, cuidados post quirúrgicos y maravillosos sitios turísticos en Colombia que podrá escoger de acuerdo al paquete elegido. Además con nuestras instalaciones crearemos una experiencia única donde sentirán la mejor combinación de modernismo y sofisticación para disfrutar de una recuperación con los mejores cuidados mientras viaja y conoce de los mejores lugares de Colombia.

3.6 Necesidad o problema que se quiere intervenir

Beauty and travel S.A.S podrá satisfacer la necesidad que tienen los extranjeros para realizarse cirugías estéticas y a su vez disfrutar de los sitios turísticos que cuenta nuestro país.

Una oportunidad que se tiene son los bajos costos con respecto a otros países.

El goodwill que tienen los profesionales en negocios internacionales y salud.

3.7 Relación de productos y/o servicios

Primer paquete: Vuelo ida (Colombia) y vuelta (Boston), hospedaje durante los días de recuperación, cirugía aumento o disminución de senos en convenio con clínica reconocida y certificada, paquete turístico por los principales destinos en Antioquia.

Segundo paquete: Vuelo ida (Colombia) y vuelta (Boston), hospedaje durante los días de recuperación, cirugía aumento o disminución de senos en convenio con clínica reconocida y certificada, paquete turístico por 3 de los principales destinos nacionales en Colombia.

- ✓ Después de que el cliente viaje a Colombia se hospedara en nuestras instalaciones ubicadas estratégicamente en el poblado, que contara con 50 habitaciones.
- ✓ Seguidamente con anticipación se tendrá programada la fecha y hora de la cirugía en la clínica de las américas, uno de los 3 doctores certificados en cirugía estética con los cuales se tendrá el convenio.

- ✓ El paso siguiente es siempre y cuando el cliente haya aceptado uno de los dos planes turísticos. Para este tendremos contratación con aviatur para la prestación de estos viajes.
- ✓ Finalmente regreso a BOSTON.

3.8 Justificación del Negocio

Por qué se ve la necesidad que tienen las personas del extranjero de poder operarse brindándoles un acompañamiento durante todo el proceso logrando así unos servicios quirúrgicos y de turismo de fácil acceso, haciendo así que mientras se mejoran su estética pueden disfrutar de todo el encanto de nuestro país.

3.9 Análisis del entorno y del sector

Colombia ha sido reconocida como un país líder en la prestación de servicios de salud y por esta razón es uno de los destinos más atractivos para la realización de tratamientos médicos. Las alianzas entre gobierno, empresa privada, científicos y expertos permiten ofrecer un amplio portafolio de servicios médicos y quirúrgicos de altísima calidad.

Oportunidades

Las principales oportunidades para este sector están enfocadas en especialidades como Cardiología, tratamientos de Cáncer, Oftalmología, Ortopedia y Odontología, además de chequeos médicos generales.

Estados Unidos

Oportunidad: Servicios de Salud

Tendencia: En la actualidad los consumidores extranjeros de servicios médicos nacionales son en su mayoría los ciudadanos colombianos residentes en Estados Unidos. En segunda instancia, latinos o hispano parlantes que tienen relación con Colombia (sea por familiaridad o por simpatía). Competimos con países vecinos (Perú, México y Argentina entre otros).

Los consumidores a la hora de tomar la decisión tienen en cuenta las medidas relacionadas con la seguridad del paciente, tasas de infección y acreditaciones internacionales de los hospitales. Colombia ofrece servicios de reproducción, oncología, oftalmología, cirugía plástica y reconstructiva, estudios y procedimientos con células madres, cardiología, cirugía bariátrica (obesidad), tratamientos dentales y chequeos médicos ejecutivos, por lo que tenemos una gran trayectoria y acogida en el exterior en cuanto a servicios quirúrgicos

Canal de Distribución

Para procedimientos de baja complejidad (tratamientos dentales, oftalmológicos o cirugías plásticas) la decisión se toma por recomendaciones o publicidad. En el caso de operaciones complejas o costosas hay empresas dedicadas a intermediar entre los consumidores y los proveedores de servicios de salud, que prestan un servicio integral desde la facilitación de consultas preoperatorias, logística de viaje para el paciente y su familia. Estos facilitadores hacen publicidad en línea y participan en redes sociales para divulgar testimoniales. También hay compañías de beneficios de salud quienes son intermediarios que cuentan con redes de proveedores de servicios con acuerdos y presentan alternativas o productos de programas de salud a las empresas auto aseguradas.

3.1 Conocimientos para entrar en el Negocio

- ✓ Conocimientos administrativos para saber todo lo relacionado con la documentación legal y comercial que requiere el negocio, papelería necesaria para la creación de la empresa
- ✓ Conocimientos en Mercadeo y publicidad para desarrollar el plan de introducción, posicionamiento en el mercado extranjero.
- ✓ Comercial y financiero para definir el valor, los costos, gastos del negocio, utilidad y administración de los recursos
- ✓ Conocimientos logísticos para dirigir, controlar y ejecutar todos los procesos en programación de vehículos, tiquetes aéreos, paquetes turísticos, alimentación, habitaciones y los médicos.

4. ANALISIS DEL MERCADO

4.1 Objetivos de Mercadeo

- ✓ Penetrar en un 10% el segmento del mercado identificado que son las mujeres de la ciudad de Boston que desean mejorar su aspecto físico y a la vez disfrutar de unas maravillosas vacaciones.
- ✓ Identificar cual será el precio adecuado para vender el servicio mirando las diferentes variables económicas y fluctuaciones del dólar.
- ✓ Prestar un servicio de calidad, buscando una mejora continua que nos posicione dentro del sector.
- ✓ Lograr una intermediación selectiva basada en los mejores spa, gimnasios, medios particulares que operen a nivel internacional.
- ✓ Identificar las posibles desventajas y amenazas que se podrían presentar

4.2 Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios

Nuestro servicio es de turismo, alojamiento personas del extranjero principalmente de la ciudad de Boston que quieran practicarse la cirugía estética de senos. El paquete incluye el transporte, alojamiento, turismo, servicio clínico, servicio post hospitalarios.

Con este servicio nuestros clientes:

- ✓ Obtendrán el cambio que desean en su aspecto físico
- ✓ No se preocupara por gastos de alimentación, transporte y exámenes médicos
- ✓ El excelente servicio personalizado con atención post quirúrgico
- ✓ Disfrutar de los mejores sitios turísticos de Colombia (dependiendo del paquete).

Es importante destacar que el servicio incluye recoger al cliente en la ciudad de Boston y trasladarlo hasta el aeropuerto para mayor comodidad.

4.2.1 El Mercado Meta

La distribución del servicio es a consumidores finales

Boston es un centro de enseñanza superior y, a su vez, un centro para la medicina. La economía también se basa en la investigación, la electrónica, la ingeniería, las finanzas, la tecnología y la biotecnología, principalmente. Boston ocupa el primer lugar en el país en puestos de trabajo por milla cuadrada, por delante de la ciudad de Nueva York y Washington D.C. La ciudad ha experimentado un aburguesamiento y tiene uno de los más altos costos de vida de los Estados Unidos

Cuenta con una población de 4,5 millones de habitantes, su rica historia atrae ahora a 16,3 millones de visitantes al año, Esta fluctuación de la población es provocada por cientos de miles de residentes suburbanos que viajan a la ciudad en relación con el trabajo, educación, salud y eventos especiales.

En la ciudad, la población se repartió por edades de la siguiente manera: con un 19,8% menores de 18 años; el 16,2% de 18 a 24; el 35,8% de 25 a 44; el 17,8% de 45 a 64; y el 10,4% contaba con 65 años de edad o más. La media de edad fue de 31 años. Por cada 100 mujeres, hay 92,8 hombres. Por cada 100 mujeres mayores de 18 años, hay 90,2 hombres. Las Escuelas Públicas de Boston como el mejor sistema escolar del país, con una tasa de graduación del 82%.

4.2.2. Estudio del Mercado Consumidor

a) Objetivos del estudio del mercado consumidor

- ✓ Atraer nuevos clientes en la ciudad de Boston a través de publicidad radial, televisiva, volantes para vender los paquetes de turismo medico con los cuales cuenta la empresa.
- ✓ Implementar estrategias de mercadeo y financieras para que los clientes tengas facilidades de pago y acuerdos comerciales con las diferentes compañías definiendo cierto tipo de fidelidad ayudando a mejorar el precio del servicio ofertado

Variables futuras

Ofrecer el servicio a ambos sexos

Extender el servicio a más ciudades de estados unidos.

b) Medios a través de los cuales se realizó el estudio del Consumidor

Por medio de encuestas

http://www.encuestafacil.com/MiArea/Crear_Editar_Encuesta.aspx?EID=1092621

c) Aplicación de la Medios

A las mujeres de la ciudad de Boston que las encontramos en las diferentes localidades de la ciudad como son centros comerciales, gimnasios, spa entre otros

d) Determinación de la demanda

Se demandaran un promedio de 60 planes mensuales entre nuestras posibles clientas futuras tratando de incrementar este número para una mejor rentabilidad

e) Resultados del estudio de los consumidores

Población Consumidora

Mujeres que se encuentran en la ciudad de Boston que deseen operarse, además de relajarse en un lugar paradisíaco de la geografía colombiana; la variación de temporada es con referente a los vuelos y la disponibilidad del cirujano y la clínica

Con paquetes que oscilan entre 4200 y 9000 dólares

Pago en efectivo, tarjeta de crédito, cheques, plan separe.

4.3 El Mercado Proveedor

4.3.1 Proveedores

ESTRATEGICOS

Aviatur

Oficina principal, Carrera 49 N° 55 - 25. Edificio el parque tel.576 5000

Calidad: excelente

Tiempo de respuesta: muy bueno y completo

Capacidad total

El objetivo que brindaría Aviatur en nuestro proyecto es el de satisfacer las necesidades de los clientes de la siguiente forma: que los clientes logren un viaje seguro desde su país de origen al país de destino, también aplicaría como guía turística en los viajes que se realizarían con los clientes al momento de prestar el turismo; Ya que cuenta con variedad de precios según lo el gusto y destino de cada cliente.

EPM

Carrera 58 # 42-125 - Piso M - Torre Sur tel. 4444115

Calidad: excelente

Tiempo de respuesta: 24 horas

Capacidad total

Es una empresa prestadora de servicios la cual ofrecerá un gran portafolio de servicios como energía, acueducto, gas, alcantarillado. El cual será necesario para el Hospedaje en nuestro proyecto.

CORRIENTES

Clínica del poblado

Cl. 7 # 39-290 poblado tel.3568585

Tiempo de respuesta: cronograma de cirugías

Calidad: muy buena

Capacidad: alta

Servicio obtenido: Es el centro de salud, el lugar que sería destinado a la atención primaria de los pacientes; Que tienen como objetivo atender a los extranjeros en el momento de realizarse la cirugía plástica.

Clínica de las américas

Carrera 80 diagonal 75B N. 2 A – 80 140 tel. 342 1010

Tiempo de respuesta: cronograma de cirugías

Capacidad: alta

Calidad: buena

Servicio obtenido: Es el centro de salud, el lugar que sería destinado a la atención primaria de los pacientes; Que tienen como objetivo atender a los extranjeros en el momento de realizarse la cirugía plástica.

Muebles juventud

80: Cl 46 80-05 tel. 416 18 18

Tiempo de respuesta: según pedido

Calidad: excelente

Capacidad: alta

Servicio obtenido: es la empresa que suministraría de todos los muebles necesarios en nuestra empresa, como por ejemplo, alcobas, salas, entre otros.

Fantasía

CI 25 52-126 tel. 2351013

Tiempo de respuesta: según pedido

Calidad: buena

Capacidad: alta

Servicio obtenido: es la empresa que suministraría de los colchones necesarios en nuestra empresa.

Restaurantes eurest

Carrera 50 GG 12 sur 145 Itagüí tel. 4445411

Tiempo de respuesta: diaria

Calidad: alta

Capacidad: buena

Servicio obtenido: Se destacaría en suministrar los alimentos cuidadosamente elegidos para los clientes que se encuentren en el hospedaje que brindaría nuestra empresa.

Aseo S. A

Cr80 39-159 Interior 503 tel. 4112377

Tiempo de respuesta: diariamente

Calidad: alta

Capacidad: buena

Servicio obtenido: Los servicios de aseo para nuestra compañía, servicio de limpieza profesional.

Col tejer

Cr42 54 a-161 tel.3757500

Tiempo de respuesta: inmediata

Calidad: muy buena

Capacidad: alta

Servicio obtenido: sería la empresa de del gremio textil, encargada de surtir todo en el área de textiles como cortinas, acolchados, cobijas, entre otros.

Electroriente

CI 44 # 51-25 L- 116 tel. 2325322

Tiempo de respuesta: según pedido

Calidad: muy buena

Capacidad: alta

Servicio obtenido: se encargara de suministrar nuestra empresa con los electrodomésticos necesarios para para brindarle una comodidad más amplia a nuestro cliente, en cuanto a equipos como televisores, minicomponentes, DVD, entre otros artículos.

Comcel

Cr55 49-101 tel. 5109300

Tiempo de respuesta: 1 día hábil

Calidad: muy buena

Capacidad: alta

Servicio obtenido: es la empresa operadora de telefonía móvil celular y es importante en nuestra empresa, ya que se requiere de Comunicación Celular.

4.3.2 Estudio del Mercado de Proveedor

a) Variables estudiadas del mercado proveedor

Es importante estudiar las variables de los futuros proveedores del proyecto de la siguiente forma:

Realizar una Investigación y análisis de las diferentes ofertas en cuanto a

- Precios,
- Beneficios,
- Servicios y certificaciones

De las empresas con las cuales se acordara algún convenio.

Evaluar los diferentes puntos estratégicos para la localización del servicio de hospedaje y de la sede ubicada en la ciudad de BOSTON.

En nuestro país esta tendencia cobra cada día mejor interés, lo cual es atractivo para muchos turistas, ya que viajan motivados generalmente por varias razones, por ejemplo los precios que brindamos, la disponibilidad que manejamos en cuanto médicos cirujanos de alta calidad y el buen servicio.

b) Medios a través de los cuales se realizó el estudio del mercado proveedor

Básicamente el estudio para la sede ubicada en Boston se realizó a través de:

- ✓ información recopilada de internet
- ✓ Tarifas
- ✓ Ubicaciones de los sectores de salud en dicha ciudad.

Para todos los proveedores que tendríamos en Colombia tuvimos en cuenta:

- ✓ Opiniones personales
- ✓ Información tarifaria en internet
- ✓ Eficiencia del servicio
- ✓ Modo de pago.

4.4 El Mercado Competidor

4.4.1 Competidores

Dentro de los países más destacados como competidores tenemos:

PAIS	SERVICIO	CONTACTO
ARGENTINA	Turismo medico	BioesteticaGroups
MEXICO	Turismo medico	Caretravel
PERU	Turismo medico	Disfruta - salud.peru Sociedad cirugía plastica Perú

4.4.2 Estudio del Mercado Competidor

a) Variables estudiadas del mercado Competidor

De los países se quiso investigar el crecimiento en turismo médico, las ventajas de los sitios turísticos, las instalaciones y servicios que prestan en cada una, los canales por donde ofrecen el servicio y desventajas.

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado competidor

El medio por el cual se realizó dicha investigación fue por internet, bajando la mayor cantidad posible de información como investigaciones, investigaciones de periódicos etc...

c) Resultados del Estudio de la Competencia

Entre los resultados, encontramos que el destino más destacado es Perú-Lima

- ✓ Han mostrado un crecimiento de 20 por ciento este año, impulsada por la demanda de procesos clínicos en cirugía plástica, sostuvo Consorcio de Exportadores de Servicios de Salud Electivos.
- ✓ Los Estados Unidos es el principal destino de las exportaciones peruanas en salud
- ✓ La calidad de los cirujanos plásticos está creciendo junto a los muchos sitios turísticos que cuenta Perú.
- ✓ Tiene el menor costo a comparación con mercados como el americano y europeo.

4.5 El Mercado Distribuidor

4.5.1 Distribución

La distribución es directa a través de una franquicia que ubicaremos en Boston (EE.UU)

Problema: buscar y traer a las potenciales clientas para brindarles el servicio de cirugías en el país.

4.5.2 Distribución Directa

a) Describa los medios a través de los cuales se hará la distribución del producto

Los medios a utilizar son: publicidad (volantes, folletos, vallas publicitarias y tarjetas de presentación), a través de una franquicia que ubicaremos en Boston estratégicamente.

b) Fuerza de ventas

Estas son las personas encargadas de vender el servicio (los paquetes)

	ACTIVIDADES AGRUPADAS	FUNCIONES	PERFIL	CARGO	REQUERIMIENTO	SALARIO
BOSTON	Administrar, planear y asesoría	Reporte nivel de ventas, encargada de planeación y acuerdo con aerolíneas en Boston, asesoría y venta en el local	Tecnólogo en áreas administrativas o a fines	Auxiliar administrativo	Computador, escritorio, silla, cafetera y celular	\$ 1.900.000
	Ventas y asesoría	Vender, conseguir clientes y brindar asesoría	tecnólogo en mercadeo especializado en ventas, con más de 1 año de experiencia	Vendedor	Portátil y celular	\$ 1.200.000

4.5.3 Manejo de Inventarios

Debido a la capacidad del hotel estamos en capacidad de atender 90 personas al mes con una proyección de 1 ó 2 paquetes por día.

4.5.4 Comunicación

La empresa **Beauty and Travel** tendrá 2 paquetes a promocionar con las siguientes especificaciones:

Primer paquete: Vuelo ida (Colombia) y vuelta (Boston), hospedaje durante durante los días de recuperación, cirugía aumento o disminución de senos en convenio con clínica reconocida y certificada, paquete turístico por los principales destinos en Antioquia.

Segundo paquete: Vuelo ida (Colombia) y vuelta (Boston), hospedaje durante durante los días de recuperación, cirugía aumento o disminución de senos en convenio con clínica reconocida y certificada, paquete turístico por 3 de los principales destinos nacionales en Colombia.

- ✓ Después de que el cliente viaje a Colombia se hospedara en nuestras instalaciones ubicadas estratégicamente en el poblado, que contara con 50 habitaciones.
- ✓ Seguidamente con anticipación se tendrá programada la fecha y hora de la cirugía en la clínica de las américas, uno de los 3 doctores certificados en cirugía estética con los cuales se tendrá el convenio.

- ✓ El paso siguiente es siempre y cuando el cliente haya aceptado uno de los dos planes turísticos. Para este tendremos contratación con aviatur para la prestación de estos viajes.
- ✓ Finalmente regreso a BOSTON.



Beauty and Travel

Colombia es pasión 

4.5.5 Actividades de promoción y divulgación

Los medios a utilizar son: publicidad (volantes, folletos, vallas publicitarias y tarjetas de presentación), web y a través de una franquicia que ubicaremos en Boston estratégicamente atenderemos a nuestros futuros clientes.

4.6 Precios de los Productos

4.6.1 Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos

- ✓ Costos
- ✓ Porcentaje de utilidad
- ✓ Mano de obra
- ✓ Valor agregado
- ✓ Calidad
- ✓ Demanda
- ✓ Temporadas.
- ✓ Competencia

4.6.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos

	Plan alto	Paquete normal
Vuelo	2.300.000 cop	1.800.000 cop
Alojamiento	700.000 cop	600.000 cop
Alimentación	600.000 cop	450.000 cop
Cirugía estética	3.000.000 cop	3.000.000 cop
Clínica	1.900.000 cop	1.900.000 cop
Transporte interno	350.000 cop	200.000 cop
Plan de turismo	1.400.000 cop	500.000 cop
Total	10.250.000 cop	8.450.000 cop

4.6.3 Los Precios de los Productos propuestos

Precio de exportación del servicio

Paquete normal : 5.500 usd

Plan alto : 7.000 usd

4.6.4 Política de Precios

- ✓ Variación de precio del vuelo depende de la temporada
- ✓ En el plan separe, se empezara a desarrollar todo lo referente a la programación con el cirujano y clínica llevado cancelado más de un60% del valor total
- ✓ En cheques deben ser posfechados y no superiores a un mes

4.7 Costos asociados a las Actividades de Comercialización

Vendedor	Básico 650 usd	\$ 1.170.000
Rodamiento	100usd al mes.	\$ 180.000 al mes.
Auxiliar administrativo	950 usd al mes	\$ 1.710.000 al mes
Computador portátil	480 usd	\$ 864.000
Arriendo de local	400 usd mensual	\$ 720.000 mensual
Servicios del local	140 usd al mes	\$ 252.000 al mes
Total	2720 usd el primer mes	\$ 4.896.000 el primer mes

USD =\$1.800

4.8 Riesgos y Oportunidades del mercado

Oportunidades:

Por la alta demanda del servicio, es viable tener una alta rentabilidad del proyecto, aunque los gastos iniciales y de sostenimiento sean altos. Una de las inversiones más altas y difícil de determinar es la locación ya que estratégicamente debe estar muy bien ubicada especialmente la sede en BOSTON.

Nuestro proyecto se ha enfocado en un mercado especialmente atractivo, en el exterior en los Estados Unidos, especialmente en la ciudad de Boston.

Por lo tanto existe la posibilidad de que sea mucho más fácil incursionar en este mercado de manera que se pueda dar a conocer nuestro servicio en el exterior, dado a que Colombia es uno de los países donde más se practica la cirugía plástica en el mundo, teniendo en cuenta la alta competitividad que aplica en precios, calidad y en mejor servicio.

En nuestro país esta tendencia cobra cada día mejor interés, lo cual es atractivo para muchos turistas, ya que viajan motivados generalmente por varias razones, por ejemplo los precios que brindamos, la disponibilidad que manejamos en cuanto médicos cirujanos de alta calidad y el buen servicio.

Esto hace que nuestro servicio sea más fácil de ser reconocido en el exterior y por lo tanto sea más aceptado.

Riesgos:

- ✓ Podrían optar por operarse en su mismo país o estados cercanos
- ✓ Perú se ha ido posicionando en el mercado por sus buenos precios y destinos turísticos
- ✓ Argentina y México se caracterizan por sus excelentes sitios turísticos
- ✓ El turismo medico se está posicionando cada vez más en diferentes países, ya que han ido encontrando una gran negocio por explotar

Para atender esta demanda, es necesario que hoteles como el Radisson Royal decidieron iniciar este año una estrategia exclusiva para huéspedes que llegan a la ciudad a practicarse procedimientos médicos; el primer paso fue dedicar un piso completo del hotel a este tipo de huéspedes y, como valor agregado, ofrecer el servicio de traductor y acompañamiento permanente en las salidas turísticas tanto a los pacientes como a los acompañantes.

5. ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)

5.1 Objetivos de producción

- ✓ Determinar si es viable exportar paquetes turísticos con fines médicos, a través de diferentes convenios con clínicas, médicos, aerolínea y empresa de viajes nacionales e intermunicipales. Además de contar con la infraestructura adecuada para la prestación del servicio tanto en BOSTON como en Colombia.

- ✓ Ofrecer paquetes de cirugía de senos en Colombia en clínicas certificadas y los mejores médicos, donde se incluyan maravillosos destinos turísticos a las personas de BOSTON.
- ✓ Los clientes se buscan en la ciudad de BOSTON donde tendremos instalada una sede de fines publicitarios, cotizaciones y pagos.

5.2 Descripción del proceso de producción

1. Exhibición del producto en punto de venta, volantes, vallas publicitarias, publicidad radial y televisiva.
2. Contacto con el cliente para la asesoría y venta de uno de nuestros paquetes.
3. Entra el nuevo cliente a nuestra base de datos.
4. Se hace la planeación del vuelo, hospedaje, clínica, cirujano y paquete turístico dado el caso.
5. Se recoge el cliente y se lleva al aeropuerto y aerolínea seleccionada para su viaje de ida(BOSTON, USA; MEDELLIN, COLOMBIA)
6. Se recoge el cliente en el aeropuerto internacional José María Córdoba en el municipio de Rionegro y es transportado hacia el edificio esmeralda en la ciudad de Medellín.
7. Se le asigna habitación en el edificio esmeralda y tipo de alimentación adecuada para la operación.
8. Se transporta y acompaña el cliente a las citas con el cirujano para el diagnóstico, exámenes, determinación de tamaño de prótesis o reducción de las glándulas mamarias, y para orientarla en los cuidados antes y después de la operación.
9. Acompañamiento y transporte a la cita con el anesthesiólogo.
10. Programación de la cirugía.
11. Transporte del edificio a la clínica y viceversa, acompañamiento para la operación.
12. Recuperación del cliente en las nuestras instalaciones.
13. Transporte y acompañamiento a las citas de revisión pos-operatoria y quitada de puntos.
14. Transporte hacia el aeropuerto Enrique Olaya Herrera para destino turístico elegido por el cliente previamente
15. Se recoge la cliente en el aeropuerto Enrique Olaya Herrera de vuelta del viaje turístico en el lugar escogido.
16. Se hospeda la cliente en el edificio y se le da un paseo turístico por la ciudad.
17. Se recoge el cliente en el edificio esmeralda y se transporta hacia el aeropuerto internacional José María Córdoba en el municipio de Rionegro para su vuelo de vuelta (MEDELLIN, COLOMBIA; BOSTON, USA).
18. Transporte de aeropuerto a lugar de residencia de la cliente.

5.3 Capacidad de producción

La capacidad de producción sería de 60 personas al mismo tiempo, ya que este es el número de habitaciones que tendría el hotel para hospedar a nuestros clientes.

Una cirugía estética de mamoplastia en Estados Unidos puede tener un valor aproximadamente entre 7 a 9 mil dólares, cuando en el País de Colombia una cirugía de este tipo tiene un valor aproximado de 4 a 5 millones de pesos.

Adicional tener en cuenta la calidad de los profesionales de la medicina que tenemos, y el inmenso inventario de lugares turísticos, naturales y arquitectónicos, que tenemos.

Colombia se proyecta como uno de los principales destinos en Latinoamérica en el producto de turismo de salud.

5.4 Plan de Producción

Por 1 día: aproximadamente entre 1 a 2 paquetes vendidos.

Por 1 mes: es una variable aproximada de 60 paquetes vendidos.

5.5 Recursos materiales y humanos para la producción

5.5.1 Locaciones

Local comercial en BOSTON Peatonal e/ 22 y 24. En alquiler y un área de 2,90mts x 9mts:



Edificio ESMERALDA: Calle 14, Medellín, Antioquia, Colombia y un área de 72mts x 48.9mts



5.5.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.

Equipos, muebles y enseres	Cantidad	Proveedor	Valor
Computadores	2	Dell	\$ 1.699.000
Escritorios	3	Empresa madera	\$ 376.200
Sillas	3	Reclinomatic	\$ 34.200
Cafetera	1	Aceros S.A	\$ 49.900
Celulares	5	Comcel	\$ 95.000
Portatil	2	Dell	\$ 1.500.000
Automovil	2	Automotores KIA	\$ 63.000.000
Telefono	1	Samsung	\$ 79.000
Televisores LCD 32´	60	Samsung	\$ 900.000
Equipos de sonido	60	Sony	\$ 299.900

5.5.3 Requerimientos de materiales e insumos.

La materia prima requerida es:

Insumos de aseo, publicidad, servicios médicos e instalaciones de clínica, servicios turísticos, empresa prestadora de energía, internet y agua, amueblamiento de sitio de alojamiento y sede en BOSTON.

5.5.4 Requerimientos de servicios.

Insumos de aseo, publicidad, servicios médicos e instalaciones de clínica, servicios turísticos, empresa prestadora de energía, internet y agua, amueblamiento de sitio de alojamiento (hotel) y sede en BOSTON.

5.5.5 Requerimientos de personal.

	ACTIVIDADES AGRUPADAS	FUNCIONES	PERFIL	CARGO	SALARIO
BOSTON	Administrar, planear y asesoría	Reporte nivel de ventas, encargada de planeación y acuerdo con aerolíneas en Boston, asesoría y venta en el local	Tecnólogo en áreas administrativas o a fines	Auxiliar administrativo	\$ 1.900.000

COLOMBIA	Ventas y asesoría	Vender, conseguir clientes y brindar asesoría	tecnólogo en mercadeo especializado en ventas, con más de 1 año de experiencia	Vendedor	\$ 1.200.000
	Administrar, negociar, planear y dirigir	Planeación estratégica y negociación de vuelos, hospedaje, clínicas, cirujano y paquetes turísticos. Controlar y supervisar la sede en Boston	Profesional en negocios internacionales, administración, mercadeo y/o afines - Bilingüe	Gerente y administrador	\$ 4.000.000
	Coordinar y controlar	Coordinar la programación diaria para cada cliente, administración y seguimiento de la base de datos	Secretariado ejecutivo Bilingüe	Recepcionista / secretaria	\$ 1.000.000
	Transportar	Movilizar a los clientes desde aeropuerto, edificio y clínicas	Bachiller mayor de 25 años con pase C4 a C5, persona proactiva con 2 años de Experiencia	Conductor	\$ 600.000
	Vigilante	persona encargada de proteger la integridad física de las personas y los bienes materiales de las instalaciones	Técnico certificado en seguridad privada	Vigilante	\$ 1.200.000

5.6 Programa de producción

- ✓ Contratación de personal
- ✓ Contratación con empresas outsourcing, políticas de trabajo y modo de pago
- ✓ Compra del local en Medellín y arrendamiento de local en Boston
- ✓ Selección de proveedores, acuerdos de pagos y políticas de entrega
 - ✓ Exhibición del producto en punto de venta, volantes, vallas publicitarias, publicidad radial y televisiva.
 - ✓ Contacto con el cliente para la asesoría y venta de uno de nuestros paquetes.
 - ✓ Entra el nuevo cliente a nuestra base de datos.
 - ✓ Se hace la planeación del vuelo, hospedaje, clínica, cirujano y paquete turístico dado el caso.
 - ✓ Se recoge el cliente y se lleva al aeropuerto y aerolínea seleccionada para su viaje de ida(BOSTON, USA; MEDELLIN,COLOMBIA)
 - ✓ Se recoge el cliente en el aeropuerto internacional José María Córdoba en el municipio de Rionegro y es transportado hacia el edificio esmeralda en la ciudad de Medellín.
 - ✓ Se le asigna habitación en el edificio esmeralda y tipo de alimentación adecuada para la operación.
 - ✓ Se transporta y acompaña el cliente a las citas con el cirujano para el diagnóstico, exámenes, determinación de tamaño de prótesis o reducción de las glándulas mamarias, y para orientarla en los cuidados antes y después de la operación.
 - ✓ Acompañamiento y transporte a la cita con el anesthesiólogo.
 - ✓ Programación de la cirugía.
 - ✓ Transporte del edificio a la clínica y viceversa, acompañamiento para la operación.
 - ✓ Recuperación del cliente en las nuestras instalaciones.
 - ✓ Transporte y acompañamiento a las citas de revisión pos-operatoria y quitada de puntos.
 - ✓ Transporte hacia el aeropuerto Enrique Olaya Herrera para destino turístico elegido por el cliente previamente

- ✓ Se recoge la cliente en el aeropuerto Enrique Olaya Herrera de vuelta del viaje turístico en el lugar escogido.
- ✓ Se hospeda la cliente en el edificio y se le da un paseo turístico por la ciudad.
- ✓ Se recoge el cliente en el edificio Esmeralda y se transporta hacia el aeropuerto internacional José María Córdoba en el municipio de Rionegro para su vuelo de vuelta (MEDELLÍN, COLOMBIA; BOSTON, USA).
- ✓ Transporte de aeropuerto a lugar de residencia de la cliente.

6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.1 Procesos Administrativos

6.1.1 Descripción de los procesos administrativos

Área administrativa

Encargada planear, dirigir y ejecutar todos los planes de acción, además de brindar el soporte necesario a las demás áreas que lo necesiten. Está conformada por 3 personas que conforman la sociedad por acciones simplificada.

Área de mercadeo y ventas

Encargados de dirigir la parte comercial e imagen de la empresa además de estar pendiente de cada una de las personas que desempeñará el programa estratégico para atraer futuros clientes, posicionar y proyectar la empresa.

Área de comercio Exterior

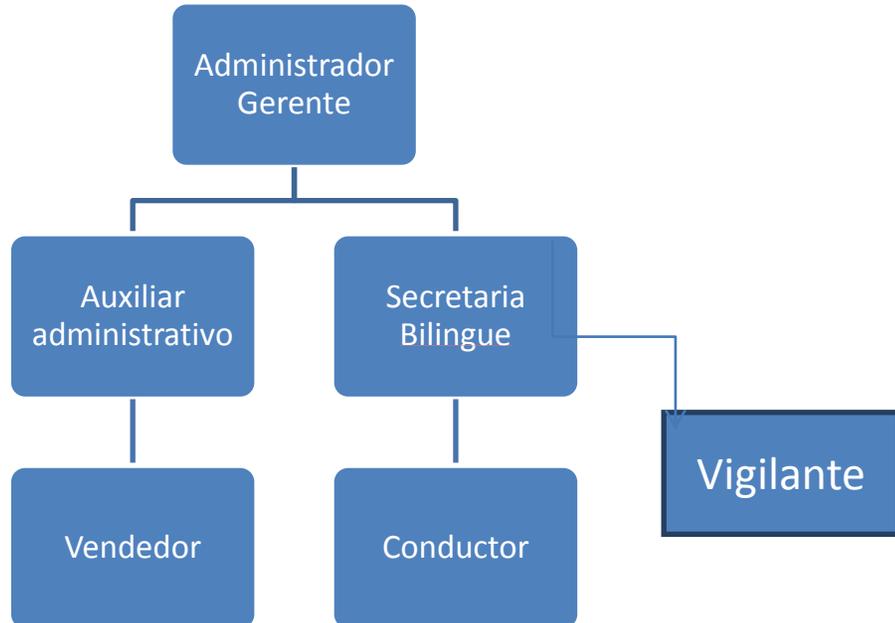
Esta área está encargada de la comercialización de los paquetes turísticos, cumplir con la documentación y requisitos necesarios para su exportación promover la empresa en feria, guías comerciales y encontrar nuevos mercados potenciales.

6.1.2 Procesos administrativos externalizados

Actividad	Proveedores	Alcance	Precio
Aseo	Aseo S.A	Realizará el aseo permanentemente en las instalaciones ubicadas en el poblado - Medellín	Pago mes \$10.000.000
Publicidad	Horacedood	Diseñara toda la estrategia de mercadeo y publicidad (volantes, tarjetas, vallas...) en Boston	\$10.000.000
Alimentación	Eurest	Se encargara de preparar toda la parte de alimentación tipo buffet durante las 12 horas del día	Pago mes \$15.000.000
Viajes	Aviatur	Encargado de la contratación de transporte de a los diferentes sitios turísticos, reservas en hoteles, alimentación y guía turísticos	Depende del viaje temporada y cantidad de viajeros

6.2 Estructura Organizacional del Negocio

6.2.1 Organigrama



6.2.2 Descripción funcional de la Organización

	ACTIVIDADES AGRUPADAS	FUNCIONES	CARGO
BOSTON	Administrar, planear y asesoría	Reporte nivel de ventas, encargada de planeación y acuerdo con aerolíneas en Boston, asesoría y venta en el local	Auxiliar administrativo
	Ventas y asesoría	Vender, conseguir clientes y brindar asesoría	Vendedor
COLOMBIA	Administrar, negociar, planear y dirigir	Planeación estratégica y negociación de vuelos, hospedaje, clínicas, cirujano y paquetes turísticos. Controlar y supervisar la sede en Boston	Gerente, administrador y negociador internacional
	Coordinar y controlar	Coordinar la programación diaria para cada cliente, administración y seguimiento de la base de datos	Recepcionista / secretaria
	Transportar	Movilizar a los clientes desde aeropuerto, edificio y clínicas	Conductor
	Vigilante	persona encargada de proteger la integridad física de las personas y los bienes materiales de las instalaciones	Vigilante

6.3 Recursos materiales y humanos para la administración

6.3.1 Locaciones

El área que necesitaremos ya está definida en el Edificio ESMERALDA: Calle 14, Medellín, Antioquia, Colombia y un área de 72mts x 48.9mts. Sera comprada

Y para Boston necesitaremos un local ya identificado en :Peatonal e/ 22 y 24.En alquiler y un área de 2,90mts x 9mts. Sera arrendada

6.3.2 Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.

Equipos, muebles, enseres y software	Cantidad	Proveedor	Valor
Computadores	2	Dell	\$ 1.699.000
Escritorios	3	Empresa madera	\$ 376.200
Sillas	3	Reclinomatic	\$ 34.200
Cafetera	1	Aceros S.A	\$ 49.900
Celulares	5	Comcel	\$ 95.000
Portatil	2	Dell	\$ 1.500.000
Automovil	2	Automotores KIA	\$ 63.000.000
Telefono	1	Samsung	\$ 79.000
Televisores LCD 32´	60	Samsung	\$ 900.000
Equipos de sonido	60	Sony	\$ 299.900
Software - no aplica	N	N	N

6.3.3 Requerimientos de materiales de oficina.

Materiales e Insumos	Cantidad	Valor
Bolígrafos	8	\$ 8.000
Resma de hojas	10	\$ 64.000
Cosedora	2	\$ 8.000
Resaltadores	5	\$ 7.000
Folder	10	\$ 20.000

7 ASPECTOS LEGALES

7.1 Tipo de Organización empresarial

La Empresa S.A.S

El contrato de sociedad, es aquel por el cual dos o más personas se obligan a hacer un aporte en dinero, en trabajo o en otros bienes apreciables en dinero, con el fin de repartirse entre sí las utilidades obtenidas en la empresa o actividad social. La sociedad, una vez constituida legalmente, forma una persona jurídica independiente que responde, según el tipo de sociedad que se elija, conforme a la ley.

Sociedad por acciones simplificada (S.A.S): se constituye mediante documento privado registrado ante cámara de comercio, en el cual 2 más accionistas responden por el monto del capital que ha suministrado la sociedad.

Se debe definir en el documento privado de constitución el nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas; el domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan, así como el capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital, la forma y termino en que estas deberán pagarse.

La estructura organizacional de la sociedad, administración y el funcionamiento de sus órganos pueden ser determinados libremente por los accionistas, quienes solamente se encuentran obligados a designar un representante legal de la compañía.

7.2 Certificaciones y gestiones ante entidades publicas

- ✓ RUT
- ✓ NIT
- ✓ Licencias sanitarias
- ✓ Licencia de salud
- ✓ Licencia de operación de hoteles
- ✓ Certificados ambientales
- ✓ Licencia de transporte turistico (MINTUR)
- ✓ Registro ante el ministerio de comercio, industria y turismo
- ✓ Renta departamental.
- ✓ Registro mercantil
- ✓ Certificado de bomberos

8 CONSIDERACIONES FINALES

Este mercado se está abriendo y creciendo cada vez más en diferentes países que hemos encontrado en este un negocio en explotación. Determinamos que es viable exportar paquetes turísticos con fines médicos, a través de diferentes convenios con clínicas, médicos, aerolíneas y empresas de viajes nacionales e intermunicipales, todo esto teniendo en cuenta que los gastos y costos que tienen el negocio son rentables para la empresa.

En cuanto al punto financiero, el proyecto se ve a futuro con excelentes resultados, debido a que la demanda que se verifica actualmente es elevada, a pesar que la exportación de este sector es relativamente nueva, su ritmo de crecimiento anual es alto debido a que los servicios ofertados son de primera calidad pues nuestro País cuenta con profesionales de alta calidad.

Colombia es un reconocido destino de turismo en salud. Lo dicen las cifras de Proexport; lo indican cirujanos plásticos, quienes semanalmente reciben pacientes de otros países en sus consultas.

Vemos viable y muy interesante para los extranjeros tener una atención tan personalizada como la que brindara la empresa beauty and travel.

INFORME DE VENTAS

Proyecto:	Beauty and Travel S.A.S
Fecha:	01/12/2011 09:26
Responsable:	0

VENTAS TOTALES POR PRODUCTO			
		Ventas	Participación del total Ventas
PRODUCTOS	Plan Alto	\$ 213.300.014,2	58,96%
	Plan Normal	\$ 148.500.001,0	41,04%
	Producto 3	\$ 0,0	0,00%
	Producto 4	\$ 0,0	0,00%
	Producto 5	\$ 0,0	0,00%
	Producto 6	\$ 0,0	0,00%
	Producto 7	\$ 0,0	0,00%
	Producto 8	\$ 0,0	0,00%
	Producto 9	\$ 0,0	0,00%
	Producto 10	\$ 0,0	0,00%
	Producto 11	\$ 0,0	0,00%
	Producto 12	\$ 0,0	0,00%
	Producto 13	\$ 0,0	0,00%

	Producto 14	\$ 0,0	0,00%
	Producto 15	\$ 0,0	0,00%
	VENTAS TOTALES (VT)	\$ 361.800.015,2	100,00%

ESTRUCTURA DE COSTOS

Proyecto: Beauty and Travel S.A.S
 01/12/2011
 Fecha: 09:30
 Responsable: 0

COSTOS TOTALES

Total Costos Variables por Producto		Ventas Unidades	Costo Variable total	Participación Ventas	Costos Unitario Total Ponderado por Producto	
PRODUCTOS	Plan Alto	\$ 10.250.000,0	15	\$ 153.750.010,3	58,96%	\$ 11.813.295,95
	Plan Normal	\$ 8.450.000,0	15	\$ 126.750.000,8	41,04%	\$ 9.538.370,60
	Producto 3	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -
	Producto 4	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -
	Producto 5	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -
	Producto 6	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -
	Producto 7	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -
	Producto 8	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -
	Producto 9	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -
	Producto 10	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -
	Producto 11	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -
	Producto 12	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -
	Producto 13	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -
	Producto 14	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -

Producto 15	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -
COSTO VARIABLE TOTAL (CVT)			\$ 280.500.011,1		

COSTOS FIJOS		
TOTAL COSTOS FIJOS PRODUCCIÓN		\$ 0,0
TOTAL COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN		\$ 25.743.000,0
TOTAL COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS		\$ 14.032.000,0
COSTOS FIJOS TOTAL (CFT)		\$ 39.775.000,0
RESUMEN COSTOS		
Cuenta	Valor	Participación
Total Costos Variables	\$ 280.500.011,1	87,58%
Total Costos fijos de producción	\$ 0,0	0,00%
Total Costos fijos de administración	\$ 25.743.000,0	8,04%
Total Costos fijos de Comercialización y Ventas	\$ 14.032.000,0	4,38%
Costos Totales	\$ 320.275.011,1	100,00%

PUNTO DE EQUILIBRIO TOTAL

Beauty and Travel – Plan de Negocios

Producto o Servicio	Cantidad a Vender por Mes	Costo Variable Unitario/CMV	Precio de Venta Unitario	Costo Variable Total	Venta Total
Plan Alto	15	\$ 10.250.000,00	\$ 14.220.000,00	\$ 153.750.010,25	\$ 213.300.014,22
Plan Normal	15	\$ 8.450.000,00	\$ 9.900.000,00	\$ 126.750.000,85	\$ 148.500.000,99
Producto 3	0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Producto 4	0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Producto 5	0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Producto 6	0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Producto 7	0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Producto 8	0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Producto 9	0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Producto 10	0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Producto 11	0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Producto 12	0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Producto 13	0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Producto 14	0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Producto 15	0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
VALORES TOTALES				\$ 280.500.011,10	\$ 361.800.015,21

PUNTO DE EQUILIBRIO POR PRODUCTO			
Margen Contribucion Unitario	Participación Ventas	Punto Equilibrio (Unidades)	Punto Equilibrio (Pesos)
\$ 3.970.000,00	58,96%	5,91	\$ 83.992.707,62
\$ 1.450.000,00	41,04%	11,26	\$ 111.464.162,29

DATOS GENERALES DEL PROYECTO

Simulación (Sensibilidad)

Ingreso Cambio Porcentual en el Precio:	0,00%	Ver Resultados
Ingreso Cambio Porcentual en las Ventas:	0,00%	Ver Resultados
Ingreso Cambio Porcentual Costos Variables:	0,00%	Ver Resultados
Ingreso Cambio Porcentual Costos Fijos:	0,00%	Ver Resultados
Tasa de Rentabilidad Esperada	0,00%	Ver Resultados
Combinación de los anteriores cambios		Ver Resultados

Proyecciones (Flujo de Caja Anual)

Ingreso Variacion Porcentual Anual de Precios	0,00%	Ver Resultados para:								
Ingreso Variacion Porcentual Anual de Ventas	0,00%									
Ingreso Variacion Porcentual Anual de Costos	0,00%									
Ingreso Inflación promedio estimada	0,00%	<table border="1"> <tr> <th colspan="4">Número de Años</th> </tr> <tr> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> </table>	Número de Años				2	3	4	5
Número de Años										
2	3	4	5							

ESTRUCTURA FINANCIERA

INVERSIONES (EXIGIBLES y DISPONIBLES)

Inversiones	Exigibles (Valor)	Disponible
Activos Fijos	\$ 131.032.300,0	\$ 126.000.000,0
Gastos Preoperativos	\$ 500.000,0	\$ 0,0
Capital de Trabajo	\$ 80.241.670,4	\$ 80.241.670,4

Requerimiento Financiero

\$ 5.032.300,0

\$ 500.000,0

\$ 0,0

Total Requerimientos Financieros

\$ 5.532.300,0

INVERSIONES (EXIGIBLES y DISPONIBLES)

Inversiones	Exigibles (Valor)	Disponible
Activos Fijos	\$ 131.032.300,0	\$ 126.000.000,0
Gastos Preoperativos	\$ 500.000,0	\$ 0,0
Capital de Trabajo	\$ 80.241.670,4	\$ 80.241.670,4

Requerimiento Financiero

\$ 5.032.300,0

\$ 500.000,0

\$ 0,0

Total Requerimientos Financieros	\$ 5.532.300,0
---	-----------------------

CAPITAL DE TRABAJO

	CUENTA	VALOR
Requerimientos de Efectivo	Costos Variables	\$ 93.500.004
	Costos Fijos de Producción	\$ 0
	Costos Fijos de Administración	\$ 8.581.000

Beauty and Travel – Plan de Negocios

	Costos Fijos de Comercialización y Ventas	\$ 4.677.333
Activo Corriente	CUENTA	VALOR
	Cuentas por Cobrar	\$ 106.758.337
	Inventarios productos	\$ 93.500.004
	Inventario de Materia Prima	\$ 93.500.004
Pasivo Corriente	CUENTA	VALOR
	Materia Prima	\$ 280.500.011
	Fijos de Produccion	\$ 0
	Administrativos	\$ 25.743.000
	Comercialización y Ventas	\$ 14.032.000
INVERSION EN CAPITAL DE TRABAJO		\$ 80.241.670

ESTADO DE RESULTADOS

CUENTAS	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5
----------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

Beauty and Travel – Plan de Negocios

Ingresos por concepto de Ventas	361.800.015	361.800.015	361.800.015	361.800.015	361.800.015
Costo Variables	280.500.011	280.500.011	280.500.011	280.500.011	280.500.011
Costos Fijos Producción	0	0	0	0	0
Gastos Depreciación	2.230.836	2.230.836	2.230.836	2.230.836	2.230.836
Utilidad Bruta en Ventas	79.069.168	79.069.168	79.069.168	79.069.168	79.069.168
Costos fijos de Administración	25.743.000	25.743.000	25.743.000	25.743.000	25.743.000
Costos Fijos de Ventas y Distribución	14.032.000	14.032.000	14.032.000	14.032.000	14.032.000
Amortización de diferidos	8.333	8.333	8.333	8.333	8.333
Utilidad Operativa	39.285.835	39.285.835	39.285.835	39.285.835	39.285.835
Otros Ingresos	0	0	0	0	0
Otros egresos	0	0	0	0	0
Costos de Financiación	0	0	0	0	0
Utilidad Antes de Impuestos	39.285.835	39.285.835	39.285.835	39.285.835	39.285.835
Impuestos	12.964.326	12.964.326	12.964.326	12.964.326	12.964.326
UTILIDAD NETA	26.321.509	26.321.509	26.321.509	26.321.509	26.321.509
Utilidades Repartidas (Dividendos)	0	0	0	0	0
Utilidades no Repartidas	26.321.509	26.321.509	26.321.509	26.321.509	26.321.509
Utilidades no Repartidas Acumuladas	26.321.509	52.643.019	78.964.528	131.607.547	157.929.056

Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
361.800.015	361.800.015	361.800.015	361.800.015	361.800.015	361.800.015
280.500.011	280.500.011	280.500.011	280.500.011	280.500.011	280.500.011
0	0	0	0	0	0
2.230.836	2.230.836	2.230.836	2.230.836	2.230.836	2.230.836
79.069.168	79.069.168	79.069.168	79.069.168	79.069.168	79.069.168
25.743.000	25.743.000	25.743.000	25.743.000	25.743.000	25.743.000
14.032.000	14.032.000	14.032.000	14.032.000	14.032.000	14.032.000
8.333	8.333	8.333	8.333	8.333	8.333
39.285.835	39.285.835	39.285.835	39.285.835	39.285.835	39.285.835
0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0
39.285.835	39.285.835	39.285.835	39.285.835	39.285.835	39.285.835
12.964.326	12.964.326	12.964.326	12.964.326	12.964.326	12.964.326
26.321.509	26.321.509	26.321.509	26.321.509	26.321.509	26.321.509
0	0	0	0	0	0
26.321.509	26.321.509	26.321.509	26.321.509	26.321.509	26.321.509
184.250.566	210.572.075	236.893.585	263.215.094	289.536.604	315.858.113

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

<http://www.monografias.com/trabajos83/primor-centro-estetica-spa/primor-centro-estetica-spa.shtml>

<http://viref.udea.edu.co/contenido/pdf/068-elaboracion.pdf>

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/barrientos_m_e/capitulo5.pdf

<http://www.proexport.com.co/>

<https://www.cia.gov/>

<http://www.samsung.com/co/>

<http://www.comcel.com/14/equipos/>

<http://es.wikipedia.org/wiki/Boston>

<http://boston.yalwa.us/Agencias-de-publicidad/10103>

<http://www.grupovisiting.com/blog/estadisticas-de-turismo-a-nivel-mundial-organizacion-mundial-del-turismo/>

<http://colombiasaludybelleza.com/turismo-medico/>