



---

**SERVICE TRAVEL DENTIST**

---

SERVICE TRAVEL DENTIST S.A.S  
MEDELLÍN-COLOMBIA  
10- NOVIEMBRE- 2010

---

## **TABLA DE CONTENIDO**

### **RESUMEN EJECUTIVO**

- 1. Información sobre los integrantes del grupo de trabajo**
  - 2. Propósito del plan de negocios**
  - 3. Información 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 a corto, mediano y largo plazo
    - 3.5. Ventajas Competitivas
    - 3.6. Necesidad o problema que se quiere intervenir
    - 3.7. Relación de productos y/o servicios
    - 3.8. Justificación del Negocio
    - 3.9. Análisis del entorno y del sector
    - 3.10. Conocimientos para entrar en el Negocio
  - 4. ANALISIS DEL MERCADO**
    - 4.1. Objetivos de Mercadeo
    - 4.2. Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios
-

- 4.3.** El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios
    - 4.3.1.** El Mercado Meta
    - 4.3.2.** Estudio del Mercado Consumidor
  - 4.4.** El Mercado Proveedor
    - 4.4.1.** Proveedores
    - 4.4.2.** Estudio del Mercado de Proveedor
  - 4.5.** El Mercado Competidor
    - 4.5.1.** Competidores
    - 4.5.2.** Estudio del Mercado Competidor
  - 4.6.** El Mercado Distribuidor
    - 4.6.1.** Distribución
    - 4.6.2.** Distribución a través de terceros (En caso de ser aplicable)
    - 4.6.3.** Distribución Directa (En caso de ser aplicable)
    - 4.6.4.** Manejo de Inventarios
    - 4.6.5.** Comunicación
    - 4.6.6.** Actividades de promoción y divulgación
  - 4.7.** Precios de los Productos
    - 4.7.1.** Factores que influyen en la determinación de los precios de los |  
productos
-

4.7.2. Los Precios de los productos tomando como base los Costos

4.7.3. Los Precios de los Productos propuestos

4.7.4. Política de Precios

4.8. Costos asociados a las Actividades de Comercialización

4.9. Riesgos y Oportunidades del mercado

4.10. Plan de ventas

## **5. ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)**

5.1. Objetivos de 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. Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.

5.5.3. Requerimientos de materiales e insumos.

5.5.4. Requerimientos de servicios.

5.5.5. Requerimientos 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, software, muebles y enseres.**

#### **6.3.3. Requerimientos de materiales de oficina.**

#### **6.3.4. Requerimientos de servicios.**

#### **6.3.5. Requerimientos de personal**

### **6.4. Programa de administración**

## **7. ASPECTOS LEGALES**

### **7.1. Tipo de Organización empresarial**

### **7.2. Certificaciones y gestiones ante entidades publicas**

## **8. ASPECTOS FINANCIEROS**

---

- 8.1.** Estructura Financiera del proyecto
    - 8.1.1.** Recursos Propios
    - 8.1.2.** Créditos y Préstamos Bancarios
  - 8.2.** Ingresos y Egresos
    - 8.2.1.** Ingresos
      - 8.2.1.1** Ingresos Propios del Negocio.
      - 8.2.1.2** Otros Ingresos
    - 8.2.2.** Egresos
      - 8.2.2.1.** Inversiones
      - 8.2.2.2.** Costos
      - 8.2.2.3.** Gastos
      - 8.2.2.4.** Gastos Financieros
  - 8.3.** Estados Financieros Proyectados
    - 8.3.1.** Flujo de Caja
    - 8.3.2.** Estado de Pérdidas y Ganancias (Estado de Resultados)
    - 8.3.3.** Balance General
  - 8.4.** Evaluación financiera del proyecto
    - 8.4.1.** Valor Presente Neto
-

**8.4.2.** Tasa Interna de Retorno

**8.4.3.** Indicadores Financieros proyectados

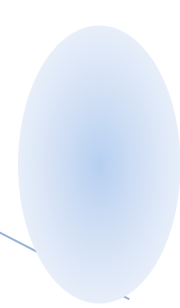
**8.4.4.** Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)

**8.4.5.** Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)

**9. CONSIDERACIONES FINALES**

**10. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS**

---



## **RESUMEN EJECUTIVO**

El siguiente trabajo va dirigido a todos los interesados en conocer detenidamente los factores técnicos, financieros, legales, misión, y objetivos de la empresa, así como otros aspectos relacionados con el mercado, estrategias, y organización del proyecto Service Travel Dental.

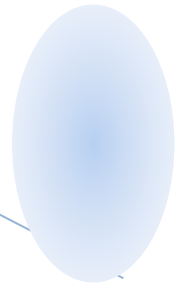
La base de este plan de negocio también está en apropiarnos de los conceptos esenciales acerca de la creación de empresa en donde, “La creación de empresa nace como idea cultural, asumida como una acción legítimamente intencional del hombre por mejorar y por progresar y su funcionamiento”. Contrastar los conceptos relacionados con la realidad, en base al trabajo; Minimizar o mitigar los errores en la ejecución del proyecto, para ello, se realizaron los diferentes estudios, en los cuales se plasmaron las diferentes necesidades para realizar todos los requerimientos propuestos por la gerencia de proyectos.

Se ha optado por el proyecto Service Travel Dental, debido a que en el sector Turismo en Salud se tiene una necesidad sentida de este tipo de proyectos y que la posible demanda, está asegurada con las diferentes clínicas e instituciones de salud regional, por lo que consideramos que este proyecto tendría posibilidades de implementarse en el corto tiempo.

El turismo se abre con una alta proyección en la economía Colombiana, pues desde las mismas directrices del gobierno se busca que los pacientes de cirugías estéticas cosméticas, vean en Colombia una excelente opción para practicarse sus procedimientos con seguridad y profesionalismo.

Desde las políticas gubernamentales hay un gran apoyo, se ha integrado la actividad del turismo en el Plan de Desarrollo para los próximos años, donde se busca no solo posicionar al país como destino turístico, sino también como un epicentro de



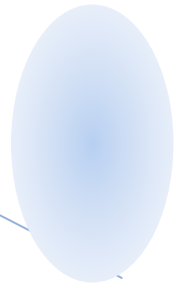


tratamientos médicos. La demanda va en crecimiento, en especial por parte de extranjeros, cuyos ingresos al país se han aumentado en los últimos años, apoyada por la política de seguridad democrática y las variadas opciones que se ofrecen en la salud.

Lo que significa que el sector turístico ha contribuido positivamente con el PIB.

Los aspectos culturales y sociales de la ciudad Medellín favorecen también que la demanda vaya en aumento.

Cada una de las razones mencionadas anteriormente están plasmadas a continuación así que los invitamos a involucrarse en este atractivo proyecto orientado al mercado internacional.



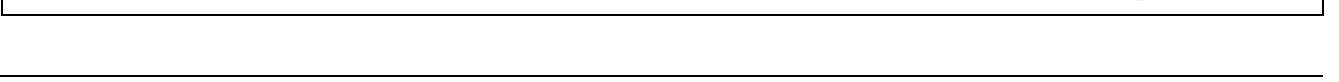
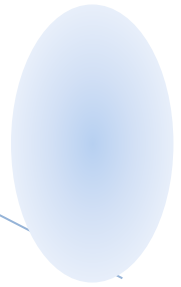
## 1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

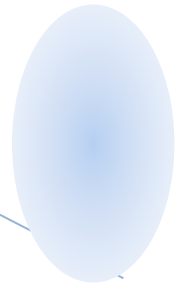
PEDRO RAFAEL GODIN			
<b>Identificación:</b>	1069475628	<b>Teléfono</b>	4747187
		:	
		<b>Celular:</b>	3002849451
<b>Dirección:</b>	Calle 76 # 80-205		<b>Barrio:</b> Robledo
<b>Ciudad</b>	Medellín	<b>Correo electrónico:</b>	Pelly-16@hotmail.com
<b>Estudios:</b>	<b>Técnicos</b>	<b>Tecnológicos</b>	<b>Universitarios</b>
<b>Otros Estudios:</b>	Comercio internacional		

DAVID ALEJANDRO ZAPATA MUÑOZ			
<b>Identificación:</b>	1127229332	<b>Teléfono</b>	2348786
		:	
		<b>Celular:</b>	3154639632
<b>Dirección:</b>	Crr 77 # 73-09		<b>Barrio:</b> Robledo
<b>Ciudad</b>	Medellín	<b>Correo electrónico:</b>	Davidzapata0219@hotmail.com
<b>Estudios:</b>	<b>Técnicos</b>	<b>Tecnológicos</b>	<b>Universitarios</b>
<b>Otros Estudios:</b>	Comercio Internacional		

JESSICA ESCOBAR SÁNCHEZ			
<b>Identificación:</b>	1128422214	<b>Teléfono</b>	2552072
		:	
		<b>Celular:</b>	3117752037
<b>Dirección:</b>	Calle1 # 55-48		<b>Barrio:</b> Guayabal
<b>Ciudad</b>	Medellín	<b>Correo electrónico:</b>	Jessiesco_8909@hotmail.com
<b>Estudios:</b>	<b>Técnicos</b>	<b>Tecnológicos</b>	<b>Universitarios</b>
<b>Otros Estudios:</b>	Comercio internacional		

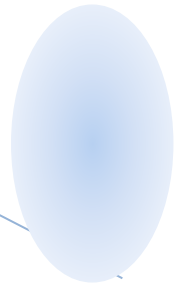
SERVICE TRAVEL DENTIST





## **2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS**

Este plan de negocios se hace para cumplir el requisito académico, para optar al título de tecnólogo en comercio internacional, y al mismo tiempo aprovechar la oportunidad de desarrollar una idea de negocios que creemos es factible realizarla posteriormente teniendo en cuenta el entorno económico actual que impone la creación de nuevas empresas para progresar en un ámbito social en el que es difícil sobrevivir.



### **3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA**

#### **3.1 Nombre de la Empresa**

Service Travel Dentist

#### **3.2 Descripción de la Empresa**

Service Travel Dentist S.A.S Es clasificada microempresa dedicada a la exportación de servicios cosmético odontológicos. En donde nuestro objetivo es enfocar a un público proveniente de Estados Unidos (Miami), el cual adquiere el paquete de servicios, realizarse el procedimiento de cirugía cosmética odontológica, y disfrutar del privilegio de visitar y ser guiado a conocer una de las ciudades más bellas y acogedoras de Colombia y Latinoamérica Medellín.

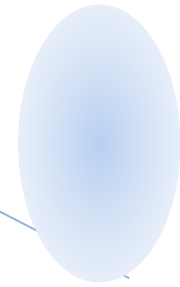
#### **3.3 Misión de la Empresa**

Garantizar una labor social a nuestros clientes y/o afiliados, brindándoles una asistencia odontológica integral y turística, mediante un excelente servicio y una atención personalizada, que aseguran la solución de cualquier trauma relacionado con la salud bucal.

#### **3.4 Objetivos a corto, mediano y largo plazo**

##### **Largo Plazo:**

- Desarrollar Políticas de Mejoramiento Continuo para la eficiencia, eficacia y efectividad del sistema de gestión de calidad.
- Gestionar de forma adecuada cada uno de los procesos, para una mayor satisfacción del cliente.



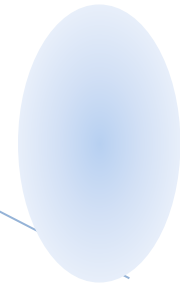
- Integrar a todos los entes que participan en el proceso para innovar y ser más certificados ofreciendo así una mayor seguridad y mejor servicio al cliente.
- Para los próximos 2 años se espera un aumento de la demanda mínimo un 45%.

**Mediano Plazo:**

- Planear mejores paquetes de servicio de acuerdo con la política de calidad, Misión, y Visión de la empresa.
- Desarrollo e investigación de mercados
- Promover y efectuar acciones de capacitación para los empleados.
- Manejar buena logística de cada uno de los servicios ofrecidos.
- Incentivar al personal que con sus ideas contribuya a la mejora continua.
- Desarrollar mejores estrategias, con el fin de generar alianzas o convenios entre los proveedores, cadena de hoteles, tiquetes y Profesionales.

**Corto plazo:**

- Constituirnos legalmente como empresa
- Obtener registros y licencias pertinentes
- Obtener los activos necesarios para comenzar la producción del servicio.
- Lograr un margen de ventas esperado.
- Supervivencia y crecimiento.
- Creación de planes de desarrollo



### **3.5 Ventajas Competitivas**

1. Servicio con un precio atractivo.
2. Servicio de excelente calidad (Profesionales)
3. Excelente Logística.
4. Paquete completo de servicios.
5. Asequibilidad a nuestro servicio.
6. Firma de acuerdos exclusivos con proveedores.
7. La compra genera una gran experiencia.

### **3.6 Necesidad o problema que se quiere intervenir**

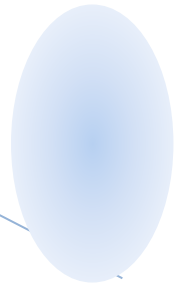
Nuestro proyecto aprovecha una necesidad de solucionar y ayudar a nuestros clientes a lograr la imagen dental deseada y aumentar su realización personal a través de la cirugía. A pesar que la exportación de este sector es relativamente nueva, su ritmo de crecimiento anual es del 15 por ciento. Debido a que los servicios ofertados son de mi primera calidad, pues se cuenta con profesionales reconocidos a nivel internacional. Complementando nuestro servicio asegurando toda la logística para que nuestros pacientes se sientan cómodos y tengan una estadía placentera en la ciudad de Medellín.



### **3.7 Relación de productos y/o servicios**

- Traslado de Clientes, Aeropuerto – Hotel – Aeropuerto
- Alojamiento
- Todos los servicios Médicos y paramédicos establecidos en los programas.
- Asistencia Médica de urgencias 24 horas
- Traslados Terrestres dentro de la ciudad de Medellín durante su estadía
- Desplazamientos a la Clínica
- Tour por la ciudad de Medellín
- Procedimientos Quirúrgicos
- Consulta y valoración oftalmológica previa
- Controles y exámenes Post - Operatorios
- Exámenes Pre - Quirúrgicos
- Kit de medicamentos Post - Operatorios
- Exámenes de Laboratorio y Psicológico
- Honorarios Médico
- Sala de Cirugía
- Anestesiólogo
- Guía Turístico e Intérprete



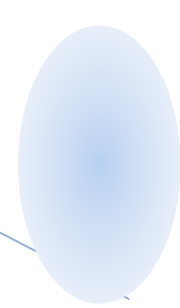


### **3.8 Justificación del Negocio**

Nosotros como equipo al realizar este proyecto pensamos con anticipación sus beneficios; no solo por su gran demanda sino también por el deseo de presentarle al público el mejor servicio cosmético odontológico.

Por otra parte cabe mencionar que con la realización de este proyecto buscamos brindarle comodidad y buena calidad a nuestro público y esto nos ayudara adquirir nuevos conocimiento que serán de mucha ayuda en un futuro para desarrollarnos como empresarios.

Otra ventaja de hacer su tratamiento odontológico en Colombia para pacientes provenientes de Estados Unidos (Miami) es la distancia. A diferencia de otros destinos un poco más distantes de Latino América, Europa y Asia; Colombia ofrece un vuelo relativamente rápido para nuestros clientes y con esto les brindamos un tour por la ciudad y así promovemos el turismo.



### 3.9 Análisis del entorno y del sector

Colombia tiene el 5% del mercado mundial de turismo de medicina curativa además de manejar todo tipo de tratamientos médicos de la más alta calidad y una amplia estructura que cuenta con hotelería especializada, servicios a la medida, centros de capacitación, operadores turísticos y centros de rehabilitación también son de un alto potencial de éxito.

Los procedimientos médicos en Colombia cuestan entre el 10% y el 35% de su precio en los Estados Unidos. Colombia tiene uno de los costos más competitivos en Latinoamérica en términos de cirugías, tratamientos médicos y medicamentos. En el país se pueden recibir tratamientos completos por solo el 10% de lo que cuestan en los Estados Unidos. Colombia tiene una historia de innovación y logros que le dan al país y a sus médicos el reconocimiento internacional con el que cuentan en la actualidad.

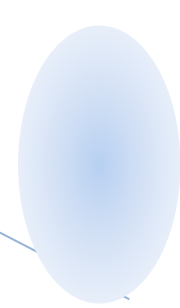
Colombia ha sido pionera en la exportación de servicios de salud en Latinoamérica. Organizaciones como el Instituto Barraquer de América 3, fundado en 1963 tienen una larga trayectoria en la atención de pacientes internacionales. De la misma forma la medicina colombiana ha tenido logros en innovación.

Algunas de las innovaciones que se han dado en Colombia:

- Marcapasos. 1963, Dr. Jorge Reynolds Pombo.
- Válvula de Hakim. 1964, Dr. Salomón Hakim.
- Vacuna contra la Malaria. 1986, Dr. Manuel Patarroyo.

Colombia también ha sido pionera en el campo de las cirugías de alta complejidad. En Colombia se realizaron:

- El Primer trasplante de tráquea en el mundo. 2003, Dr. Luis Fernando Tintinago.
- El Segundo trasplante de laringe en el mundo. 2002, Dr. Luis Fernando Tintinago.
- El Primer trasplante de médula en Latinoamérica.
- El Primer trasplante de hígado en Latinoamérica.



Su localización estratégica cerca de los Estados Unidos y de las grandes capitales latinoamericanas, lo sitúa como la mejor opción para recibir tratamiento médico de la mejor calidad a muy poco tiempo de viaje desde casa. Colombia está a solo 3 horas de vuelo de Miami y a menos de 6 horas de Nueva York, Washington, Houston, Sao Paulo, México y Buenos Aires. Colombia cuenta con una excelente conectividad para la atención de Pacientes Internacionales

Tipos de Medicina que atiende Colombia

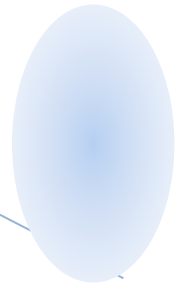
Curativo: Pacientes que buscan tratamientos médicos en el exterior para enfermedades existentes en el momento, así como trasplantes o cirugías no electivas.

Preventivo: Pacientes que buscan prevenir posibles enfermedades, pero que en sus países deben esperar mucho para lograr una cita o los costos de estas son muy altos. Incluye los Chequeos Ejecutivos.

Estético: Pacientes que desean realizarse cirugías electivas principalmente para mejorar su apariencia física, pero que buscan mejor calidad a la disponible en sus países o menores costos. Incluye tratamientos de Ortodoncia y Estética Dental.

Bienestar: Viajeros que buscan relajación y cambios de rutina. Incluye los spas, y el turismo de termales.

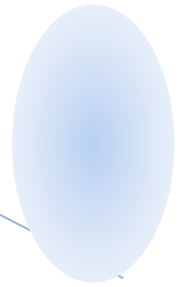
Colombia se proyecta como uno de los principales destinos de salud en Latinoamérica, es un turismo médico de clase mundial según Proexport. En el 2008 cerca del 22% de los turistas que ingresaron al país lo hicieron con el fin de someterse a tratamientos médicos relacionados con cirugías estéticas, bariátricas y diseño de sonrisa. Colombia es un país con una importante oferta de turismo médico, cuenta con excelentes profesionales médicos, infraestructura y servicios de alto nivel. El auge de estos últimos años ha consolidado a Bogotá como un destino de primer orden para atender diversos problemas de salud y tratamientos e intervenciones de tipo estético, empresas y cirujanos plásticos colombianos ofrecen a los pacientes extranjeros la posibilidad de operarse a bajo costo y con excelentes resultados. En cuanto a programas de turismo



médico, la empresa de medicina prepagada más grande de Colombia- Colsanitas ofrece un completo programa

### **3.10 Conocimientos para entrar en el Negocio**

- Comercio internacional
- Salud oral
- Turismo



## **4. ANALISIS DEL MERCADO**

### **4.1 Objetivos de Mercadeo**

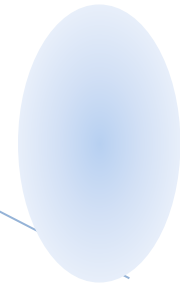
- A corto plazo (1-6 meses):
  - Dar a conocer el producto y comercializarlo en el mercado a nivel internacional
  - Subiendo nuestro porcentaje de ventas en un 20%.
- A mediano plazo (6 meses – 1 año):
  - Mantener nuestra empresa en el mercado con una producción constante.
  - Consecución de un 50% más de clientela
- A largo plazo (1 – 2 años):
  - Expandir el mercado de nuestro producto a otros países
  - Abrir más puntos de ventas y publicidad en mercados de Europa y Asia.

## 4.2 Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios

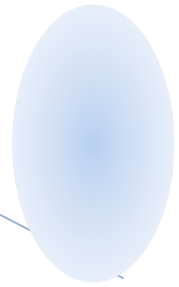
Nuestro producto ofertado será el **paquete corona**, el cual incluye:



- Traslado a Clientes, Aeropuerto – Hotel – Aeropuerto
- Alojamiento 7 noches 8 días
- Todos los servicios Médicos y paramédicos establecidos en los programas. El tratamiento es individualizado, de acuerdo a las características propias de cada cliente, cuyo estado de salud es determinado con el examen médico, exámenes de laboratorio y psicológico inicial que se realiza a la llegada del turista, atendiendo a sus resultados se aplicaran en mayor o menor medida las diferentes modalidades de los procedimientos o tratamientos a seguir.
- Asistencia Medica de urgencias 24 horas
- Traslados Terrestres dentro de la ciudad de Medellín durante su estadía
- Desplazamientos a la Clínica
- Tour por la ciudad de Medellín
- Procedimientos Quirúrgicos
- Consulta y valoración oftalmológica previa
- Controles y exámenes Post - Operatorios
- Exámenes Pre - Quirúrgicos
- Kit de medicamentos Post - Operatorios



- Exámenes de Laboratorio y Psicológico
  - Honorarios Médico
  - Sala de Cirugía
  - Anestesiólogo
  - Guía Turístico e Interprete
- 
- ✓ Transporte interno y tour: Geotours - Es el encargado de los traslados internos, tour por la ciudad y guía especializada)
  - ✓ Hotel: Hotel Estelar Blue - Con una ubicación privilegiada a muy pocos pasos de dos importantes Centros Comerciales a sólo una calle de la Avenida El Poblado, sector financiero de la ciudad, y con un amplio acceso a varias partes importantes de la ciudad se encuentra, Estelar Blue, un con servicios prácticos y la más alta tecnología en seguridad y conectividad  
    Habitación: doble superior (alojamiento y desayuno)
  - ✓ Proceso odontológico: Odontolaser - Se ofrecen servicios especializados en todas las áreas de la odontología moderna, óptimo, serio y personalizado; en nuestro caso rehabilitación que es la reconstrucción y sustitución de los dientes afectados y perdidos por medio de incrustaciones, coronas, puentes fijos, implantes y demás recursos restaurativos que permitan recuperar la función masticatoria)
  - ✓ Enfermera personalizada: Salud en casa- Programa desarrollado especialmente para pacientes que pueden ser atendidos en su casa (en nuestro caso en hotel), mejorando su calidad de vida en casos de asistencia médica. Se trata, básicamente, de trasladar la tecnología necesaria y el servicio que se presta en un centro hospitalario, al hogar del paciente. Allí, podrá contar con los cuidados médicos necesarios de acuerdo con su estado de salud, con un elemento adicional que es la cercanía de los seres queridos y la comodidad de su hogar durante todo el proceso de recuperación



**Este paquete no incluye el transporte internacional (tiquete aéreo)**

### **4.3 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios**

#### **4.3.1 El Mercado Meta**

El mercado meta se encuentra situado en Estados Unidos, en la ciudad de Miami; debido a que nuestro producto es muy general y está directamente relacionado con la salud dental, cualquier persona puede tener dichos problemas, por eso nos vamos a dirigir a personas entre los 18 y 80 años, con estratos socioeconómicos 5,6 y 7

#### **4.2.2. Estudio del Mercado Consumidor**

##### **a) Objetivos del estudio del mercado consumidor**

- Establecer las características del consumidor potencial, su necesidad y la satisfacción de visitar otro país.
- Analizar los precios que generalmente están dispuestos a pagar.
- Conocer la persuasión que tiene respecto a los servicios cosmético odontológico

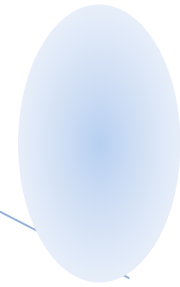
##### **b) Medios a través de los cuales se realizó el estudio del Consumidor**

Estudiamos al consumidor con la ayuda de dirección bibliográfica, internet y asistencia de profesionales.

##### **c) Aplicación de la Medios**

Se le aplicaron los medios a la ayuda de una búsqueda de un consumidor final, donde se trabajó en bibliotecas y lugares de estudio





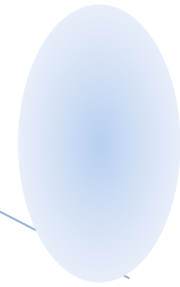
#### **d) Resultados del estudio de los consumidores**

##### Población Consumidora

- Tipo de consumidor: Directo
- Perfil y criterios de compra: La ciudad de Miami es bastante comercial, la mayoría de las personas trabajan y estudian, usan ropa de diseñadores, sus ámbitos de compra son constantes, con cierta frecuencia cenan en restaurantes prestigiosos de la ciudad. Son personas que tienen un ingreso familiar estimado entre \$66,396. Buscan calidad y van a la vanguardia de la moda. La mayoría de las personas buscan tener una dentadura saludable y es por eso que se someten a este proceso de Corona.
- Ubicación del consumidor: Miami Florida
- Tamaño del segmento del mercado: se estima satisfacer un promedio de 20 clientes mensuales.
- Segmentación del Mercado:

Miami es una ciudad estadounidense ubicada en la parte sureste de Florida sobre el río Miami, entre los Everglades y el Océano Atlántico. Es la sede del condado estadounidense de Miami-Dade. Cuenta con una población de 433.136; su área metropolitana engloba a más de 5,4 millones de habitantes, lo que la convierte en la séptima más grande de los Estados Unidos.

Además, es considerada una ciudad global de importancia en las finanzas, el comercio, los medios de comunicación, entretenimiento, artes y comercio internacional. La ciudad es sede de numerosas oficinas centrales de compañías, bancos y estudios de televisión. Es, también, centro internacional del entretenimiento popular en televisión, música, moda, cine y artes escénicas. El puerto de Miami es considerado el puerto que alberga el mayor volumen de cruceros del mundo y es sede, también, de varias



compañías de líneas de cruceros. Además, la ciudad tiene la mayor concentración de bancos internacionales de todo Estados Unidos.

### **Economía:**

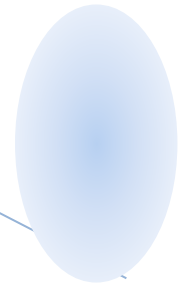
Miami es uno de los centros financieros más importantes de Estados Unidos. Destaca como centro de comercio, finanzas, sedes de empresas y una fuerte comunidad de negocios internacional, Y es que Miami goza de una situación geográfica privilegiada, estando en la encrucijada del Caribe, América Central y América del Sur. Es por ello que la ciudad es el epicentro del comercio internacional entre las distintas Américas, y albergó las negociaciones del Área de Libre Comercio de las Américas celebrada en 2003. La Miami Free TradeZone, la mayor zona comercial privada del mundo.

### **Determinación de la Demanda**

De la totalidad de turistas que ingresaron al país en el año 2009, cerca del 2.5% lo hizo con el fin de someterse a tratamientos médicos relacionados con cirugías estéticas, bariátricas y de diseño de sonrisa. Dentro del dicho porcentaje, la gran mayoría de personas son colombianos residentes en el exterior, quienes una vez intervenidos, se convierten en las mejores referencias de la calidad de los profesionales de la salud nacionales.

Por otra parte, los actores, actrices, modelos y producciones de televisión colombiana han incidido para que cada vez más extranjeros quieran llegar a Colombia con la intención de mejorar su apariencia física y, de paso, aprovechar su estadía en el país para conocer sus sitios de interés.

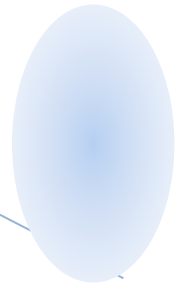
Se estima que aproximada viajan a Colombia 400.000 mil personas por año a someterse a algún tratamiento estético de estos se dicen que el 50% se someten a



cirugías estéticas, el 30% tratamientos odontológicos y diseños de sonrisa y el 20% restante algún otro procedimiento.

-Cantidad de posibles clientes: La demanda esperada inicial será de 72 clientes en el primer trimestre de ahí esperamos un incremento de un 10% por trimestre.

TRIMESTRE	DEMANDA ESPERADA
1	72
2	79
3	87
4	95



## 4.4 El Mercado Proveedor

### 4.4.1 Proveedores

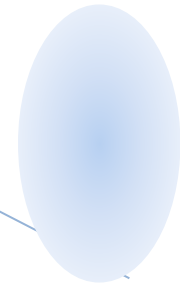
PROVEEDOR	SERVICIO
Geotours	Transporte interno
	Tour ciudad
	Guía especializado
Odontolaser	Procedimiento odontológico
Hotel Estellar Blue	Estadía (5 noches – 6 días)
Salud en casa	Enfermera personalizada (24 horas)

### 4.4.2 Estudio del Mercado de Proveedor

#### a) Variables estudiadas del mercado proveedor

- **Precio**

Este indicador es muy significativo para la empresa; pues es donde establecemos costos de cirugía, hospedaje, y tiquetes, entre otros, cuál de los proveedores es más asequible de acuerdo al costo y que a su vez no interfiera en el nivel de calidad y satisfacción total de nuestro cliente.



- **Calidad**

Hemos visto como el sentido del término de calidad ha evolucionado a lo largo de los años y en este caso se hace más importante. Ofrecer servicios es trabajar en calidad, buscando siempre la satisfacción de nuestros clientes. Cabe explicar que la calidad requerida corresponde a los tributos indispensables que el cliente, pide al expresar su necesidad y que la empresa debe conocer actualizada menté y en todos sus términos para satisfacerlas. Brindando desde:

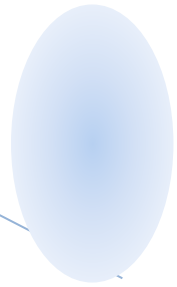
- ✓ El servicio requerido , hasta el inesperado, ( acceso rápido en la información, trato amable y personalizado)
- ✓ Entorno limpio y confortable.
- ✓ Mobiliario adecuado.
- ✓ Uniformidad y comportamiento adecuado del personal.
- ✓ Facilitación de vuelta al domicilio y adecuado seguimiento.
- ✓ Adecuado servicio de información.

- **Confiabilidad**

Profesional y empresarial, en este caso para ser elegidas como ser proveedores, deberán de tener su prestigio profesional, y teniendo en cuenta como principales indicadores su compromiso en el servicio y la excelencia en sus labores.

- **Cumplimiento**

El proveedor deberá garantizar que cumplirá con todo lo previsto en cada uno de los casos respectivos, y en la prestación de servicios según los parámetros que se acuerden entre este y la empresa.



- **Responsabilidad**

El proveedor deberá ser una empresa y/o profesional que cumpla con criterio y honestidad en lo concerniente a la prestación del bien y/o servicio que ofrecerá. Y que a su vez se tendrá que hacer cargo de cualquier irregularidad que ocurra durante el proceso.

- **Servicio al Cliente**

La empresa que nos ofrecerá los bienes y/o servicios, deberá contar con los recursos humanos calificados y suficientes para atender sus requerimientos con eficiencia y calidad, teniendo en cuenta siempre su compromiso con la empresa.

- **Sentido humano**

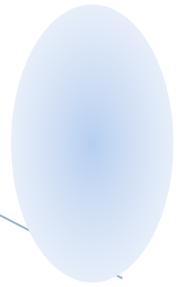
Todo proveedor deberá ofrecerle a la empresa productos y/o servicios pensados para los consumidores, pues son ellos finalmente los que los adquieren.

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

Sin duda alguna, la principal forma de conocer el inventario de proveedores son personas dentro del medio que sirven como orientadores y que indiquen que empresas y profesionales son idóneas, para suplir las necesidades. No descartando la posibilidad también existen ediciones publicitarias y bases de datos en las que distintas empresas y profesionales proveedores del bien o servicio solicitado pautan sus productos o servicios.

**c) Aplicación de la Medios**

Se les aplicaron a los mismos proveedores por medio de cotizaciones, asesorías y consultas privadas



**d) Resultados del estudio de los proveedores**

**Hotel Estelar Blue**

Carrera 42 # 1 - 74 Sur, Medellín, Colombia **Teléfono: +57 (4) 369 8380**

Fortalezas: Con una ubicación privilegiada a muy pocos pasos de dos importantes Centros Comerciales a sólo una calle de la Avenida El Poblado, sector financiero de la ciudad, un Hotel de espacios generosos, servicios prácticos y la más alta tecnología en seguridad y conectividad.

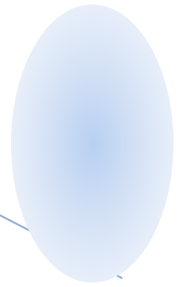
Debilidades: Maneja un alto precio, lejanía con el centro de odontología.

**Salud en casa**

Cl 49 A 63-55 Int 8, Colombia - Antioquia, Medellín Teléfono(s): (57) (4) 5111166

Fortalezas: Programa desarrollado especialmente para pacientes que pueden ser atendidos en su casa (en nuestro caso en hotel), mejorando su calidad de vida en casos de asistencia médica. Se trata, básicamente, de trasladar la tecnología necesaria y el servicio que se presta en un centro hospitalario, al hogar del paciente. Allí, podrá contar con los cuidados médicos necesarios de acuerdo con su estado de salud, con un elemento adicional que es la cercanía de los seres queridos y la comodidad de su hogar durante todo el proceso de recuperación.

Debilidades: Mantener disponibilidad de personal, así como contar con enfermeras bilingües para la buena atención del cliente.



### **GEOTOURS.**

Dirección: Av. 80 No 32-31 Medellín, Colombia Teléfono: 4480570

Fortalezas: Un programa diferente para conocer lo mejor de Medellín recorriendo los principales sitios turísticos de la ciudad, visitado el sur, el occidente, el centro y el norte de la ciudad.

Debilidad: Maneja plan fijo donde no se acepta modificaciones y sin tener en cuenta las prioridades del cliente.

### **ODONTOLASER.**

Dirección: centro comercial obelisco, Cra. 74 No. 48 – 37 consultorio 831

Medellín, Colombia

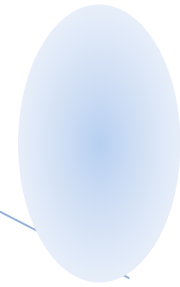
Teléfono: (57) (4)3260909 – (57) (4)2307922

Fortalezas: ofrecen servicios especializados en todas las áreas de la odontología moderna, óptimo, serio y personalizado; en nuestro caso rehabilitación contando con precios asequibles para los clientes.

Debilidades: limitado personal bilingüe, no cuentan con servicio de urgencias 24 horas.

<b>PROVEEDORES</b>	<b>PRECIO</b>
<b>Geotours</b>	\$540.000
<b>Hotel Estellar</b>	\$1.080.000
<b>Blue</b>	
<b>Odontolaser</b>	\$810.000
<b>Salud en casa</b>	\$378.000

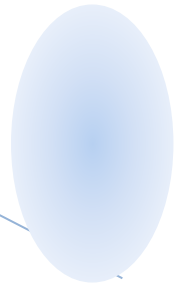




## 4.5 El Mercado Competidor

### 4.5.1 Competidores

NOMBRE	DIRECCION	TELEFONO	PROCEDIMIENTO	PRECIO(\$)
<b>SES Salud, Estética &amp; Sonrisa</b>	Calle 55 # 79-14, Centro comercial mediterráneo, local 110, sector los colores  Medellín	(57)(4) 264 9591  (57)(4) 264 1222	Paquete turístico con procedimiento odontológico(corona porcelana)	4.100.000
<b>Centro odontológico de láser y micro abrasión.</b>	Carrera 16 # 84A - 09 Consultorio 610  Bogotá	(57)(1) 6 217 457  (57)(1) 6 217 447	Paquete turístico con procedimiento odontológico(corona porcelana)	3.500.000
<b>Clínica Dental health, odontología integral y especializada.</b>	Carrera 43 No. 38 A 55  Cali	(57) (2) 405 5359	Procedimiento odontológico con tour por la ciudad, estadía	4.500.000



#### **4.5.2 Estudio del Mercado Competidor**

##### **a) Variables estudiadas del mercado Competidor**

- Precio
- Ubicación
- Valor agregado
- Experiencia

##### **b) Estrategias y medios para el estudio del mercado competidor**

Entrevistas, llamadas telefónicas, cotizaciones, medios informáticos

##### **c) Aplicación de la Medios**

Se aplicaron en Bibliotecas y sitios de estudio

##### **d) Resultados del Estudio de la Competencia**

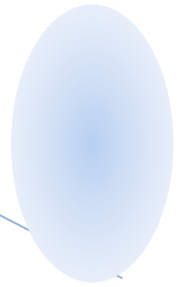
- **SES Salud, Estética & Sonrisa.**

Calle 55 # 79-14, Centro comercial mediterráneo, local 110, sector los colores  
Medellín-Colombia

(57)(4) 264 9591 -(57) (4) 264 1222

Fortalezas: manejan odontólogo de plata lo cual les permite flexibilidad en horarios de atención al cliente y comodidad al mismo, ya que manejan buena tecnología y esto les permite una buena capacidad de producción.

Debilidades: locaciones la cual es reducida y está ubicada en una zona de poca actividad comercial, además manejan precios altos lo cual nos dice que tienen altos márgenes de utilidad.



- **Centro Odontológico de láser y micro abrasión:**

Carrera 16 # 84A - 09 Consultorio 610, Bogotá-Colombia

(57)(1) 6 217 457 - (57) (1) 6 217 447

Fortalezas: manejan precios relativamente bajos lo cual les permite una mayor rotación de clientes, tienen alta tecnología y eso le brinda comodidad y seguridad al cliente.

Debilidades: mínima atención al cliente, no manejan acompañamiento pos procedimiento odontológico y además el tours es sin guía especializado.

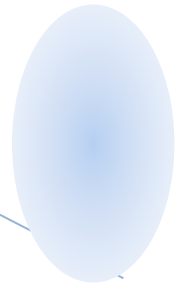
- **Clínica Dental Health, Odontología Integral y Especializada.**

Carrera 43 No. 38 A 55, Cali-Colombia

(57) (2) 405 5359

Fortalezas: gran capacidad instalada, alta tecnología y odontólogo de planta lo cual le permite flexibilidad en horarios y comodidad. Además manejan una atención al cliente donde les ofrecen acompañamiento pos procedimiento y urgencias 24 horas.

Debilidades: manejan precios altos lo que no le permite mayor rotación de clientes, además no manejan tours por la ciudad, toda visita a lugares históricos y traslados hacia el mismo corre por cuenta del cliente.



## 4.6 Mercado Distribuidor

### 4.6.1 Distribución Directa (En caso de ser aplicable)

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

La distribución se hará por medio de puesto de ventas que se encuentran en las oficinas de la empresa

#### b) Fuerza de ventas

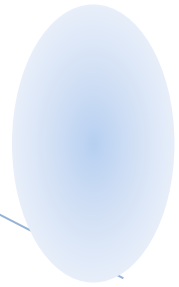
PERSONAL	CANT	COMPETENCIA	COSTO(\$)
Director de mercadeo, ventas y turismo	1	<p>Se encarga de manejar los paquetes turísticos que se ofrecen y manejar contactos y contratos con las clínicas prestadoras del servicio que necesite el cliente.</p> <p>Cierra trato con los clientes una vez que estos queden convencidos de que desean nuestros servicios, Elaborar estrategias de publicidad y promoción, Buscar clientes potenciales, Informar sobre las ventas al departamento de contabilidad y finanzas.</p> <p>Administrar y dirigir la labor de ventas en diversas sub-áreas en las que normalmente se divide la función de ventas.</p>	1.200.000

#### 4.6.2 Comunicación

NOMBRE PRODUCTO: Paquete corona

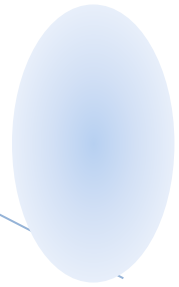
NOMBRE EMPRESA: Service Travel Dentist S.A.S





#### 4.6.3 Actividades de promoción y divulgación

<b>Pauta</b>	<b>No. de veces semestre (cantidad)</b>	<b>Precio unidad</b>	<b>Total</b>	<b>Condiciones</b>
<b>Tarjetas presentación</b>	1000 unidades	\$ 100	\$ 100.000	Contado. Tamaño 5x9 cms., cartulina Kimberly, 2 tintas
<b>Radio</b>	42 comerciales	\$ 20.000	\$ 840.000	Se paga de contado. Se pasan 7 comerciales por mes.
<b>periódicos</b>	30 avisos publicitarios	\$25.000	750.000	Se paga de contado. Se pasan 5 avisos publicitarios por mes.
<b>catalogo</b>	240 catálogos	\$4.000	960.000	Se paga de contado. Se pasan 40 catálogos por mes
<b>Página web</b>	1 página web	1.000.000	1.000.000	Se paga de contado.

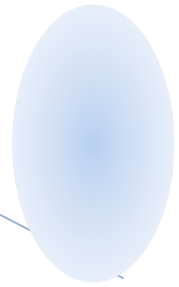


## 4.7 Precios de los Productos

### 4.7.1 Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos

FACTOR	NOMBRE	PRECIO
COMPETENCIA	SES Salud, Estética & Sonrisa.	<b>4.100.000</b>
	Centro Odontológico de láser y micro abrasión:	<b>3.500.000</b>
	Clínica Dental Health, Odontología Integral y Especializada	<b>4.500.000</b>

Para determinar el precio de nuestro producto, se tuvo en cuenta el valor agregado que estamos ofreciendo (tour con guía especializado), ya que a diferencia de nuestros competidores ofrecemos además enfermera pos-procedimiento las 24 horas.

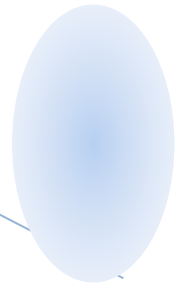


#### 4.7.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos

<b>Ventas</b>		<b>Participación del total Ventas</b>
<b>Paquete Corona Porcelana</b>	\$ 96.370.564,0	100,00%
<b>VENTAS TOTALES (VT)</b>	<b>\$ 96.370.564,0</b>	<b>100,00%</b>

<b>Cuenta</b>	<b>Valor</b>	<b>Participación</b>
<b>Total Costos Variables</b>	\$ 67.392.002,8	85,08%
<b>Total Costos fijos de producción</b>	\$ 0,0	0,00%
<b>Total Costos fijos de administración</b>	\$ 10.139.650,0	12,80%
<b>Total Costos fijos de Comercialización y Ventas</b>	\$ 1.682.960,0	2,12%
<b>Costos Totales</b>	<b>\$ 79.214.612,8</b>	<b>100,00%</b>





### 4.7.3 Los Precios de los Productos propuestos

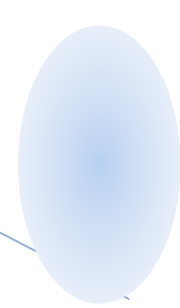
PRODUCTO	PRECIO(\$)
Paquete corona	4.015.440

### 4.7.4 Política de Precios

Ventas ha contado

### 4.8 Costos asociados a las Actividades de Comercialización

RECURSO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO(\$)	PRECIO TOTAL(\$)
Director mercadeo turismo y salud	1	1.200.000	1.200.000
Página web	1	1.000.000	1.000.000
<b>Tarjetas presentación</b>	1000	\$ 100	\$ 100.000
<b>Radio</b>	42	\$ 20.000	\$ 840.000
	comerciales		
<b>periódicos</b>	30 avisos publicitarios	\$25.000	750.000
<b>catalogo</b>	240 catálogos	\$4.000	960.000

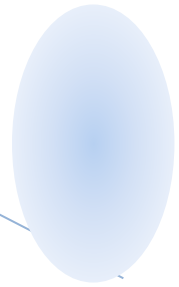


#### **4.9 Riesgos y Oportunidades del mercado**

- La mala imagen que se puede generar en el exterior, por malos procedimientos de los tratamientos médicos en el país, lo que traería como consecuencia directa, la disminución del turismo en salud y por consiguiente baja la afluencia de clientes al hotel.
- Tener el control directo de los pacientes que se atienden y una base de datos de las entidades de salud que cumplen todos los requisitos de dicho sector.
- Que no se consiga la financiación necesaria para la adecuación y puesta en funcionamiento del proyecto.
- Búsqueda de nuevos accionistas y/o patrocinadores para el proyecto.
- La aparición de competencia que obligue a disminuir las tarifas hoteleras disminuyendo los ingresos y aumentando los costos de operación. obligando a desarrollar nuevas estrategias que permitan contrarrestar los esfuerzos de la competencia.
- Trabajar en la fidelización de los clientes y las empresas, logrando un proceso de CMR de acuerdo a los reportes generados por el software un conocimiento más específico de los usuarios del hotel y sus tendencias de compra.

#### **Oportunidades del mercado**

- Precio
- Competencia
- Genera Empleo
- servicio de gran atracciones para los clientes



#### 4.10 Plan de ventas

AÑO	2011	2012	2013	2014
VENTAS(Paquetes)	150	220	250	

### 5. ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)

#### 5.1 Objetivos de producción

Largo Plazo:

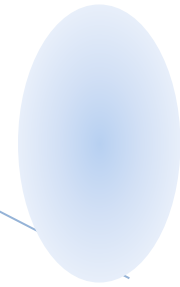
- Desarrollar procesos donde busquemos mejorar Continuamente y así ofrecer un mejor servicio.
- Buscar canales de comunicación entre todos los implicados en el proceso para así mejorar el servicio y poder brindar mejores resultados y satisfacción del cliente.
- Alcanzar altos estándares de calidad para esperar un aumento de la demanda durante los próximos años.

Mediano Plazo:

- Mejorar el paquete ofrecido y buscar desarrollar otros para así ampliar la gama de clientes para tener una mayor competitividad y posicionamiento a nivel internacional.

Corto plazo:

- Ofrecer un paquete de alta calidad y así satisfacer las necesidades del cliente.
- Brindar comodidad para que el cliente este seguro y conforme con el servicio prestado.
- Buscar que el cliente este satisfecho del servicio prestado e incentivar el turismo nacional.



## 5.2 Descripción del desarrollo del servicio

El proceso realizado por la empresa está enfocado a prestarle un servicio con los más altos estándares de calidad para cumplir la satisfacción del cliente por lo cual ofrece un servicio con compromiso, responsabilidad, y entrega.

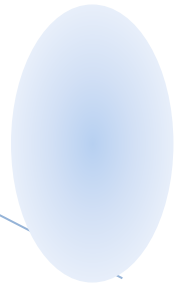
Para ello cumplimos con cada uno de los siguientes pasos:

**Llegada:** El cliente hace su arribo a la ciudad de Medellín donde es recibido por la agencia GEOTOURS la cual es la encargada de traslados internos, tour por la ciudad y guía especializado.

Esta se encargara de todos los traslados internos necesarios para la comodidad y satisfacción del cliente, así como será orientado por un guía especializado durante el recorrido turístico por las principales partes de la ciudad dando a conocer cultura, costumbres, arquitectura entre otras cosas para el agrado del cliente y así fomentar el turismo en la ciudad.

**Hospedaje:** El cliente será hospedado en el Hotel Estellar Blue donde será atendido por 6 días y 5 noches con los más altos estándares de comodidad y lujo ofreciéndole alimentación especial guiada por el odontólogo según tratamiento realizado para la comodidad y bienestar del cliente durante su estadía.

**Odontolaser:** Centro odontológico donde el cliente recibirá su tratamiento con la comodidad, calidad, responsabilidad que el tratamiento requiere, este será ofrecido por odontólogos capacitados y con experiencia para cumplir con la necesidad del cliente y así ofrecerle u buen servicio.

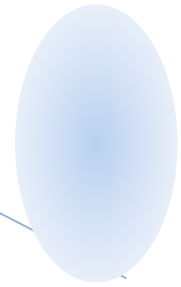


**Salud en casa:** le prestara servicio de enfermería durante los días del tratamiento para su mayor comodidad y tranquilidad, siguiendo estándares de calidad y recomendaciones del odontólogo para ofrecerle al cliente lo más alto en servicio personalizado y cuidado para su bienestar.

PASOS	ENCARGADO	ACTIVIDAD	PRECIO
1	Geotours	Es el encargado de los traslados internos, tour por la ciudad y guía especializada	\$540.000
2	Hotel Estellar Blue	Estadía con los más altos estándares en comodidad y lujo, con la última tecnología en seguridad	\$1.080.000
3	Odontolaser	Procedimiento odontológico: corona porcelana	\$810.000
4	Salud en casa	Enfermera personalizada para la atención y seguridad del paciente	\$378.000

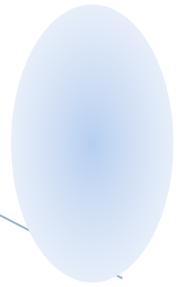
### 5.3 Capacidad de producción

CAPACIDAD PRODUCCION MENSUAL				
PRODUCTO			PROCESOS CON TODO EN PAQUETE INCLUIDO	
			CANTIDAD	PRECIO
PAQUETE 1	CORONA	24	\$3.400.000	\$81.600.000
PORCELANA				
<b>TOTAL</b>				<b>\$81.600.000</b>



### 5.4 Programa de producción

PROCEDIMIENTO	ENCARGADO	TIEMPO(DIAS)					
		1	2	3	4	5	6
TRASLADO AEROPUERTO-HOTEL	GEOTOURS	=>					
ESTADIA(CHECK IN)	HOTEL ESTELLAR	=>					
TRASLADO HOTEL-ODONTOLOGO	GEOTOURS	=>					
REVISION PRELIMINAR	ODONTOLASER	=>					
TRASLADO ODONTOLOGO-HOTEL	GEOTOURS	=>					
TOURS CIUDAD	GEOTOURS	=>					
TRASLADO HOTEL-ODONTOLOGO	GEOTOURS		=>				
PROCEDIMIENTO ODONTOLOGICO	ODONTOLASER		=>				
TRASLADO ODONTOLOGO-HOTEL	GEOTOURS		=>				
ENFERMERA A DOMICILIO(24 HORAS)	SALUD EN CASA		=>				
DIA LIBRE(RECUPERACION)							
TRASLADO HOTEL-ODONTOLOGO	GEOTOURS				=>		
REVISION ODONTOLOGICA	ODONTOLASER			=>			
TRASLADO ODONTOLOGO-HOTEL	GEOTOURS			=>			
ESTADIA(CHECK OUT)	HOTEL ESTELLAR				=>		
TRASLADO HOTEL- AEROPUERTO	GEOTOURS				=>		



## **6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS**

### **6.1 Procesos Administrativos**

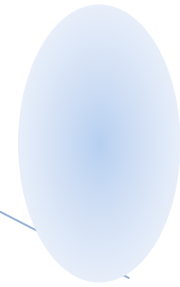
#### **6.1.1 Descripción de los procesos administrativos**

- **Gerente**

El gerente participa activamente en el área de ventas, en primer lugar las ventas y su desarrollo son una actividad variada del proyecto, además cuenta con la máxima responsabilidad de direccionamiento y control de cada una de las áreas de la organización. Se establece claramente la condición fundamental para realizar una labor eficaz en materia de toma de decisiones (cierra negociaciones con el cliente, una vez que estos queden convencidos de obtener nuestro servicio), es la persona indicada para estar al frente de ciertos imprevistos laborales y de riesgos, elabora estrategias de publicidad y promoción, busca clientes potenciales, informa sobre las ventas, Programa, dirige, ejecuta, coordina y controla las actividades de personal, contabilidad, logística y demás servicios. Fija objetivos; deriva metas en cada área, organizar tareas, actividades y personas, motiva, comunica, evalúa y controla.

- **Contabilidad**

En esta área se pretende manejar de manera eficiente las operaciones financieras que ocurren dentro de la empresa. Manejar cartera, realizar pagos a proveedores, manejar nomina, pago de impuestos, reportar los estados financieros, gestionar las actividades de índole legal, digitación de documentos contables, correspondencia interna, cobranzas, estar al tanto de cada uno de los factores económicos que sean devengados dentro de la empresa.



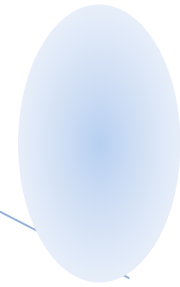
- **Comercio Internacional**

En esta área se manejan las relaciones internacionales en el desarrollo, político, comercial, y cultural con respecto a la prestación del servicio. Se estudian los problemas económicos que plantean las transacciones internacionales, por ende se vinculan los factores del comercio internacional, se habla de toda la comercialización del servicio. Se establecen ventajas comparativas, se establecen las facilidades administrativas, servicios de información y asesoramiento e incluso promocionando directamente el servicio, se habla de publicidad, de exposiciones y ferias internacionales. Se busca mejorar la organización productiva, la formación de los miembros relacionados con la prestación del servicio y la tecnología. Conseguir mayor eficacia, más calidad, a menor coste.

- **Mercadeo, turismo y salud**

En esta área se establecen todas las estrategias de mercadeo, se ejecutan los planes de promoción y mercadeo turístico y los que fortalecen el mejoramiento y la competitividad del sector. Se habla de la Segmentación del Mercado, del servicio prestado, se establece el precio, la promoción, la publicidad, y la plaza. Esta área está encargada de estar en línea y de realizar todos los documentos sobre el Mercadeo para hostelería y turismo. El Marketing. La Mercadotecnia. De establecer los Consumidores. Estudiar el Mercado. Los Viajeros: y todo lo relacionado con el viaje del consumidor.





- ✓ Divulgar el servicio publicitario por parte del personal encargado del proyecto de acuerdo a la información de mercado.
- ✓ Hacer citas con empresas para la presentación e información del servicio.
- ✓ Informarles de requerimientos del servicio.
- ✓ Hacer cotizaciones del servicio publicitario.

- **Secretaria**

Es la que se encarga de forma general de las labores administrativas, de la empresa, maneja el área de recepción de público en general, maneja la correspondencia, maneja central telefónica, apoya las labores administrativas solicitadas por la gerencia. Maneja los recursos humanos, Vigila la elaboración y expedición de documentos de personal.

- ✓ Verifica el contenido de las órdenes del día y los listados de los asuntos que se tratarán incluyendo los soportes documentales necesarios.
- ✓ Remite a cada integrante del comité la carpeta correspondiente en tiempo y forma adecuada y organizada.
- ✓ Vigila que los acuerdos de la empresa se asienten correctamente.
- ✓ Levanta el acta de cada una de las sesiones, para un mejor control y plan de calidad de la empresa.
- ✓ Vigila que el archivo de documentos este completo y actualizado, y conservarlo en custodia.

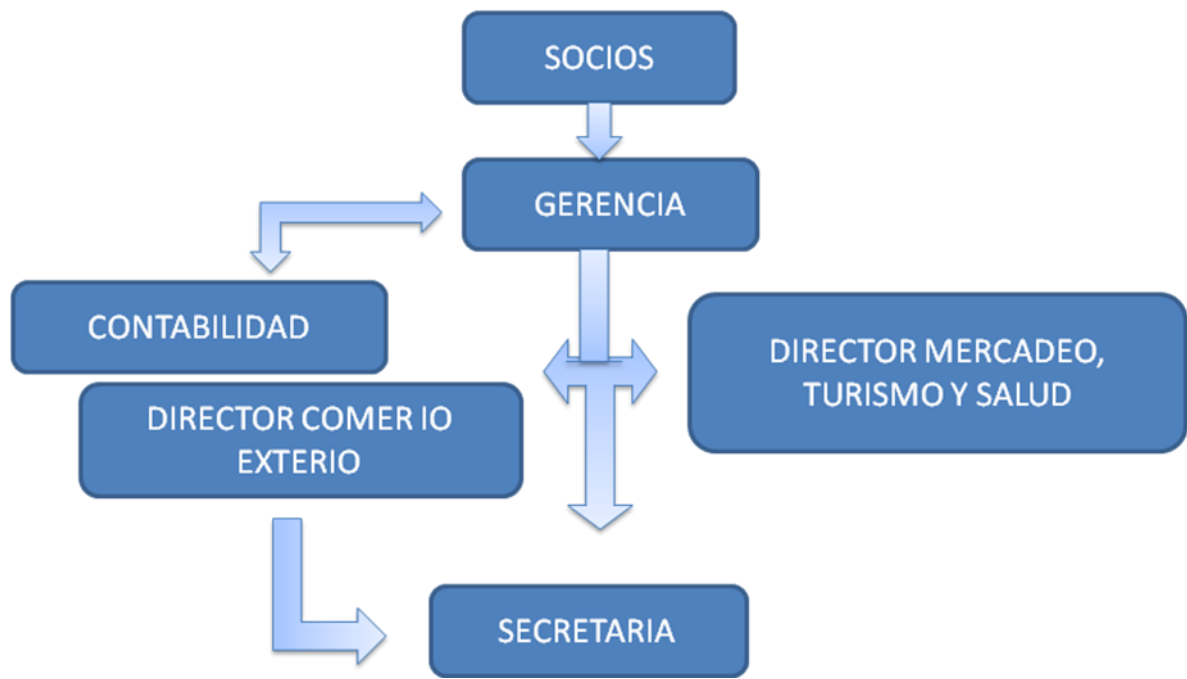


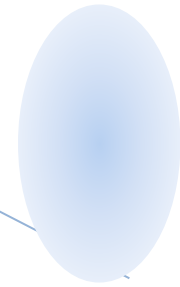
**6.1.2 Procesos administrativos externalizados**

PROCESO	ENCARGADO	PRECIO
<b>Transporte interno y tour</b>	Geotours	\$540.000
<b>Estadía</b>	Hotel Estellar Blue	\$1.080.000
<b>Proceso odontológico</b>	Odontolaser	\$810.000
<b>Enfermera 24 horas</b>	Salud en casa	\$378.000

**6.2 Estructura Organizacional del Negocio**

**6.2.1 Organigrama**





## 6.2.2 Descripción funcional de la Organización

- **Gerente**

Labores principales:

Entre las funciones principales estar a cargo de las áreas ejecutivas de la empresa, con el fin de estudiar los informes presentados por ellas y tomar decisiones.

Programar, dirigir, ejecutar, coordinar y controlar las actividades de personal, tesorería, contabilidad, logística y servicios internos y de mantenimiento.

Ejecutar seis tareas básicas: fijar objetivos; derivar metas en cada área de objetivos; organizar tareas, actividades y personas; motivar y comunicar, controlar y evaluar; y, desarrollar a la gente y a sí mismo.

Presentación de los Estados Financieros y el análisis de cada uno de ellos.

Ser representante legal de la compañía

- **Contador**

Labores principales:

Las aperturas de los libros de contabilidad, Establecimiento de sistema de contabilidad, Estudios de estados financieros y sus análisis, Certificación de planillas para pago de impuestos, Aplicación de beneficios y reportes de dividendos, La elaboración de reportes financieros para la toma de decisiones.

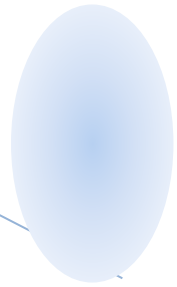
- **Director de comercio exterior**

Labores principales:

Conducir las investigaciones en los mercados externos.

Evaluar la participación en Ferias, Exposiciones y Rondas de Negocios.

Organizar viajes de negocios al exterior.



Evaluación y seguimiento de las actividades de nuestros competidores en el país y en el exterior. Evaluación y seguimiento de la cartera de clientes (informes comerciales). Selección y contratación de Agentes comerciales, Distribuidores, Preparación de los contratos. Seguimiento de todo el proceso de exportación.

- **Director de mercadeo, turismo y salud**

Labores principales:

Se encarga de manejar los paquetes turísticos que se ofrecen y manejar contactos y contratos con las clínicas prestadoras del servicio que necesite el cliente.

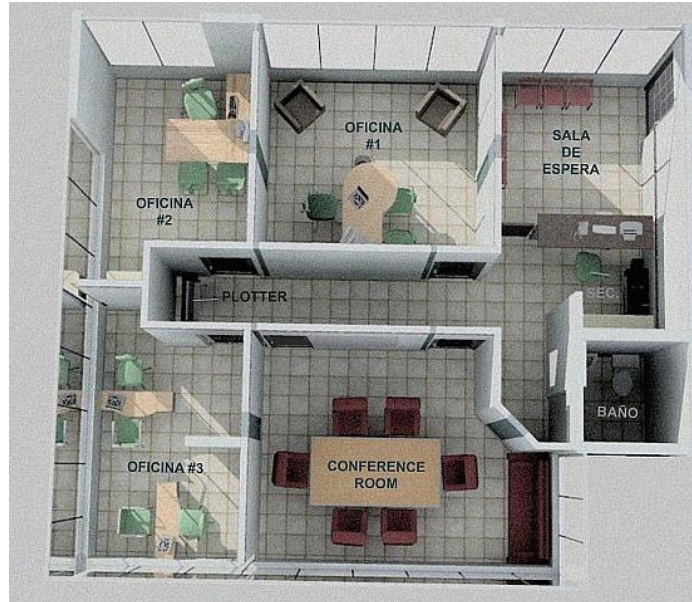
Cierra trato con los clientes una vez que estos queden convencidos de que desean nuestros servicios, Elaborar estrategias de publicidad y promoción, Buscar clientes potenciales, Informar sobre las ventas al departamento de contabilidad y finanzas.

Labores secundarias:

Administrar y dirigir la labor de ventas en diversas sub-áreas en las que normalmente se divide la función de ventas.

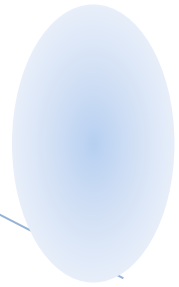
## 6.3 Recursos materiales y humanos para la administración

### 6.3.1 Locaciones



La Empresa **Service Travel Dentist** de Turismo de Salud enfocada en la odontología se encontrara ubicada en la ciudad de Medellín – Colombia, en una oficina al sur de la ciudad sobre la carrera 36A, entre calles 1 (Lomas Los Parras) y 5 Sur (Loma Los González); las instalaciones cuentan con 70 metros cuadrados cuyo alquiler es de \$ 3.000.000, El lugar fue elegido por la cercanía a las clínicas prestadoras de salud y Hoteles. Además satisface con las necesidades de nuestros clientes, una mayor comodidad, área despejada de ruidos y contaminación, punto de referencia como parque lleras y central para nuestros clientes, Teniendo muy buena accesibilidad por varias vías, incluyendo avenidas poblado, superior, aguacatala, en un futuro cercano, la nueva transversal intermedia.

Cuenta con la cercanía de la mejor zona comercial y residencial. Cercana a centros comerciales mall Oviedo, Santafé, y restaurantes prestigiosos de la ciudad como Hard Rock, Macdonals, lennos y carbón entre otros de servicios y entretenimiento de la ciudad.

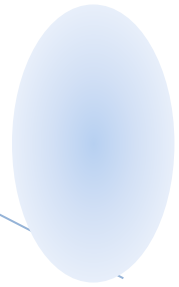


### 6.3.2 Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.

<b>EQUIPO. MUEBLES Y ENSERES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO(\$)</b>	<b>PRECIO TOTAL(\$)</b>
<b>Escritorios</b>	5	150.000	750.000
<b>Sillas</b>	12	120.000	1.440.000
<b>Impresora multifuncional</b>	1	800.000	800.000
<b>Fax</b>	1	293.000	293.000
<b>Teléfono</b>	5	80.000	400.000
<b>Tarjeteros</b>	4	10.000	40.000
<b>Computadores</b>	5	800.000	4.000.000
<b>Sofá</b>	1	300.000	300.000
<b>Archivador</b>	3	120.000	360.000
<b>TOTAL</b>			8.383.000

### 6.3.3 Requerimientos de materiales de oficina.

<b>MATERIALES OFICINA</b>	<b>PRECIO(\$)</b>
<b>Papelería</b>	100.000
<b>Tintas</b>	30.000
<b>Lápices, lapiceros,</b>	15.000
<b>varios</b>	5.000
<b>TOTAL</b>	150.000



#### 6.3.4 Requerimientos de servicios.

<b>PRESUPUESTO MENSUAL</b>	
<b>SERVICIO</b>	<b>PRECIO TOTAL(\$)</b>
<b>Paquete comunicaciones(internet, teléfono)</b>	125.000
<b>Agua</b>	25.000
<b>Energía</b>	80.000
<b>TOTAL</b>	<b>233.000</b>

#### 6.3.5 Requerimientos de personal

<b>CARGO</b>	<b>SALARIO</b>	<b>PREST. SOCIALES</b>	<b>LIQUIDACION pri. Mes</b>	
<b>Horas extras</b>	0		<b>SALARIO</b>	2.000.000
<b>Gerente</b>	2.000.000	Cesantías 8.33%	Prestaciones	436.600
<b>Sub Transporte.</b>		166.600	Deducciones	
	2.000.000	Prima 8.33%	Horas extras	0
		166.600	Sub Transporte	0
		Vacaciones 4.17%	<b>TOTAL</b>	<b>2.436.000</b>
		83.400		
		Intereses 1%		
		20.000		
<b>TOTAL</b>		<b>436.600</b>		

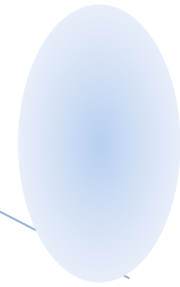
CARGO	SALARIO	PREST. SOCIALES	LIQUIDACION pri. Mes	
Horas extras	0		SALARIO	1.200.000
Director comercio exterior	1.200.000	Cesantías 8.33%	Prestaciones	261.960
Sub Transporte.		99.960	Deducciones	
	1.200.000	Prima 8.33%	Horas extras	0
		99.960	Sub Transporte	0
		Vacaciones 4.17%	<b>TOTAL</b>	<b>1.461.960</b>
		50.040		
		Intereses 1%		
		12.000		
	<b>TOTAL</b>	<b>261.960</b>		

CARGO	SALARIO	PREST. SOCIALES	LIQUIDACION pri. Mes	
Horas extras	0		SALARIO	1.200.000
Contabilidad	1.200.000	Cesantías 8.33%	Prestaciones	261.960
Sub Transporte.		99.960	Deducciones	
	1.200.000	Prima 8.33%	Horas extras	0
		99.960	Sub Transporte	0
		Vacaciones 4.17%	<b>TOTAL</b>	<b>1.461.960</b>
		50.040		
		Intereses 1%		
		12.000		
	<b>TOTAL</b>	<b>261.960</b>		



CARGO	SALARIO	PREST. SOCIALES	LIQUIDACION pri. Mes	
Horas extras	0		SALARIO	1.200.000
Director mercadeo turismo y ventas	1.200.000	Cesantías 8.33%	Prestaciones	261.960
<b>Sub</b>		99.960	Deducciones	
<b>Transporte.</b>				
	1.200.000	Prima 8.33%	Horas extras	0
		99.960	Sub Transporte	0
		Vacaciones 4.17%	<b>TOTAL</b>	<b>1.461.960</b>
		50.040		
		Intereses 1%		
		12.000		
	<b>TOTAL</b>	<b>261.960</b>		

CARGO	SALARIO	PREST. SOCIALES	LIQUIDACION pri. Mes	
Horas extras	0		SALARIO	600.000
Secretaria	600.000	Cesantías 8.33%	Prestaciones	130.980
<b>Sub</b>		49.980	Deducciones	
<b>Transporte.</b>				
	600.000	Prima 8.33%	Horas extras	0
		49.980	Sub Transporte	0
		Vacaciones 4.17%	<b>TOTAL</b>	<b>730.980</b>
		25.020		
		Intereses 1%		
		6.000		
	<b>TOTAL</b>	<b>130.980</b>		



## **7. ASPECTOS LEGALES**

### **7.1 Tipo de Organización empresarial**

El tipo de organización que más se ajusta a nuestro plan de negocio, Ssociedad por acciones simplificada S.A.S. Esto facilita, la creación de empresas, de cara a suplir la demanda internacional que con seguridad se abrirá para los bienes y servicios de colombianos, gracias a la negociación de tratados de libre comercio.

Se constituye mediante documento privado registrado ante Cámara de Comercio, en la cual uno o más accionistas quienes responden hasta por el monto del capital que han suministrado a la sociedad. Con este esquema se reducen los riesgos del empresario para avanzar hacia el desarrollo del emprendimiento.

Se trata de un tipo de sociedad flexible y menos costosa para facilitar la realización de negocios y también para garantizar el crecimiento, toda vez que hace más fácil el camino para recibir el apoyo de fondos de

La estructura orgánica de la sociedad, su 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

RÁMITE O CERTIFICACIÓN	ENTIDAD	TIEMPO	COSTO(\$)
RUT	DIAN	1 día	\$0
NIT	DIAN	1 día	\$0
Escritura Publica	NOTARIA	1 semana	\$0
Certificado de matrícula de existencia y/o representación legal	CAMARA DE COMERCIO	1 semana	\$20.000
Registro de Industria y Comercio	CAMARA DE COMERCIO	1 semana	\$192.000
Licencia de Bomberos	BOMBEROS	1 día	\$90.000
Registro Mercantil			\$330.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$632.000</b>

## 8. ASPECTOS FINANCIEROS

### 8.1 Estructura Financiera del proyecto

### 8.2 Créditos y Préstamos Bancarios

**Monto del Préstamo:** \$ 150.000.000

**Intereses (efectivo Mensual):** 1.88%

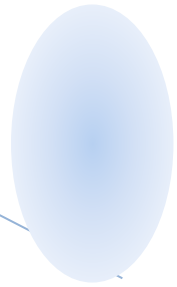
**Plazo (meses):** 48

**Modalidad del Préstamo:** m.v

Periodo	Cuota Préstamo	Intereses	Capital	Saldo
0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$150,000,000
1	4,768,614	\$ 2.815,39	\$ 1.953,22	\$ 148.046,78
2	4,768,614	\$ 2.778,73	\$ 1.989,89	\$ 146.056,89
3	4,768,614	\$ 2.741,38	\$ 2.027,23	\$ 144.029,66
4	4,768,614	\$ 2.703,33	\$ 2.065,28	\$ 141.964,37
5	4,768,614	\$ 2.664,57	\$ 2.104,05	\$ 139.860,33
6	4,768,614	\$ 2.625,08	\$ 2.143,54	\$ 137.716,79
7	4,768,614	\$ 2.584,84	\$ 2.183,77	\$ 135.533,02
8	4,768,614	\$ 2.543,86	\$ 2.224,76	\$ 133.308,26
9	4,768,614	\$ 2.502,10	\$ 2.266,52	\$ 131.041,74
10	4,768,614	\$ 2.459,56	\$ 2.309,06	\$ 128.732,69
11	4,768,614	\$ 2.416,22	\$ 2.352,40	\$ 126.380,29
12	4,768,614	\$ 2.372,07	\$ 2.396,55	\$ 123.983,74
13	4,768,614	\$ 2.327,08	\$ 2.441,53	\$ 121.542,21
14	4,768,614	\$ 2.281,26	\$ 2.487,36	\$ 119.054,85
15	4,768,614	\$ 2.234,57	\$ 2.534,04	\$ 116.520,81
16	4,768,614	\$ 2.187,01	\$ 2.581,60	\$ 113.939,21
17	4,768,614	\$ 2.138,56	\$ 2.630,06	\$ 111.309,15
18	4,768,614	\$ 2.089,19	\$ 2.679,42	\$ 108.629,73
19	4,768,614	\$ 2.038,90	\$ 2.729,71	\$ 105.900,01
20	4,768,614	\$ 1.987,67	\$ 2.780,95	\$ 103.119,06
21	4,768,614	\$ 1.935,47	\$ 2.833,15	\$ 100.285,92

SERVICE TRAVEL DENTIST

22	4,768,614	\$ 1.882,29	\$ 2.886,32	\$ 97.399,60
23	4,768,614	\$ 1.828,12	\$ 2.940,50	\$ 94.459,10
24	4,768,614	\$ 1.772,93	\$ 2.995,69	\$ 91.463,42
25	4,768,614	\$ 1.716,70	\$ 3.051,91	\$ 88.411,50
26	4,768,614	\$ 1.659,42	\$ 3.109,20	\$ 85.302,31
27	4,768,614	\$ 1.601,06	\$ 3.167,55	\$ 82.134,75
28	4,768,614	\$ 1.541,61	\$ 3.227,01	\$ 78.907,75
29	4,768,614	\$ 1.481,04	\$ 3.287,57	\$ 75.620,18
30	4,768,614	\$ 1.419,34	\$ 3.349,28	\$ 72.270,90
31	4,768,614	\$ 1.356,47	\$ 3.412,14	\$ 68.858,75
32	4,768,614	\$ 1.292,43	\$ 3.476,19	\$ 65.382,57
33	4,768,614	\$ 1.227,18	\$ 3.541,43	\$ 61.841,14
34	4,768,614	\$ 1.160,71	\$ 3.607,90	\$ 58.233,24
35	4,768,614	\$ 1.093,00	\$ 3.675,62	\$ 54.557,62
36	4,768,614	\$ 1.024,01	\$ 3.744,61	\$ 50.813,01
37	4,768,614	\$ 953,72	\$ 3.814,89	\$ 46.998,12
38	4,768,614	\$ 882,12	\$ 3.886,49	\$ 43.111,62
39	4,768,614	\$ 809,17	\$ 3.959,44	\$ 39.152,18
40	4,768,614	\$ 734,86	\$ 4.033,76	\$ 35.118,43
41	4,768,614	\$ 659,15	\$ 4.109,47	\$ 31.008,96
42	4,768,614	\$ 582,02	\$ 4.186,56	\$ 26.882,36
43	4,768,614	\$ 503,44	\$ 4.265,18	\$ 22.557,18
44	4,768,614	\$ 423,38	\$ 4.345,23	\$ 18.211,95
45	4,768,614	\$ 341,83	\$ 4.426,79	\$ 13.785,16
46	4,768,614	\$ 258,74	\$ 4.509,88	\$ 9.275,28
47	4,768,614	\$ 174,09	\$ 4.594,52	\$ 4.680,76
48	4,768,614	\$ 87,85	\$ 4.680,76	\$ 0



### 8.3 Ingresos y Egresos

#### 8.4 Ingresos

##### 8.4.1.1 Ingresos Propios del Negocio.

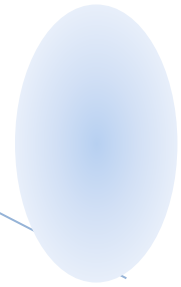
PRODUCTO	Ventas	Participación del total Ventas
Paquete Corona Porcelana	\$ 96.370.564,0	100,00%
Producto 2	\$ 0,0	0,00%
Producto 3	\$ 0,0	0,00%
Producto 15	\$ 0,0	0,00%
<hr/>		
VENTAS TOTALES (VT)	\$ 96.370.564,0	100,00%

#### 8.5 Egresos

##### 8.5.1.1 Inversiones

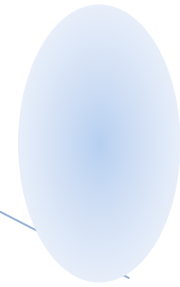
Activos Fijos Exigibles (Vida Útil)	Valor	Depreciación Mensual
Terrenos	\$ 0,0	\$ 0,0
Edificios (20 años)	\$ 0,0	\$ 0,0
Equipos (5 años)	\$ 800.000,0	\$ 13.333,0
Equipos de Informática y Comunicaciones (3 años)	\$ 4.693.000,0	\$ 130.361,0
Maquinaria (5 años)	\$ 0,0	\$ 0,0
Herramienta (5 años)	\$ 0,0	\$ 0,0
Muebles y Enseres (10 años)	\$ 2.890.000,0	\$ 24.083,0
Vehículos (5 años)	\$ 0,0	\$ 0,0

SERVICE TRAVEL DENTIST



Otros (Especificar)	\$ 0,0	\$ 0,0
Total Activos Fijos Exigibles	\$ 8.383.000,0	
<hr/>		
Total Depreciación Mensual		\$ 167.777,0

Gastos Preoperativos Exigibles	Valor	Amortización
Constitución y registro	\$ 632.000,0	\$ 0,0
Diseño organizacional	\$ 0,0	\$ 0,0
Presentación y Promoción	\$ 0,0	\$ 0,0
Estudios financieros	\$ 0,0	\$ 0,0
Investigación y estudios	\$ 0,0	\$ 0,0
Salarios	\$ 0,0	\$ 0,0
Costos financieros	\$ 0,0	\$ 0,0
Viaje y representación	\$ 0,0	\$ 0,0
Costos de Capacitación	\$ 0,0	\$ 0,0
Honorarios de Asesores	\$ 0,0	\$ 0,0
Publicidad y Promoción	\$ 1.000.000,0	\$ 0,0
Puesta en Marcha	\$ 0,0	\$ 0,0
Otros (Especificar)	\$ 0,0	\$ 0,0
Adecuaciones Locativas	\$ 1.600.000,0	\$ 26.666,7
Gastos de Registro	\$ 0,0	\$ 0,0
Certificados de salud y Bomberos	\$ 90.000,0	\$ 1.500,0
<hr/>		
Total Gasto Preoperativos Exigibles	\$ 3.322.000,0	



Total Amortización Mensual \$ 28.166,7

<b>Inversiones Financiero</b>	<b>Exigibles (Valor)</b>	<b>Disponible</b>	<b>Requerimiento</b>
Activos Fijos	\$ 8.383.000,0	\$ 0,0	\$ 8.383.000,0
Gastos Preoperativos	\$ 3.322.000,0	\$ 0,0	\$ 3.322.000,0
Capital de Trabajo	\$ 142.665.745,6	\$ 0,0	\$ 142.665.745,6
<b>Total Requerimientos Financieros</b>			<b>\$ 154.370.745,6</b>

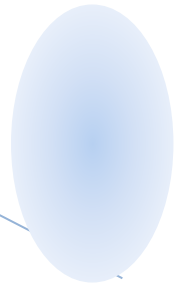
### 8.5.1.2 Costos

#### Requerimientos de Efectivo

#### CUENTA VALOR

Costos Variables	\$ 44.928.002
Costos Fijos de Producción	\$ 0
Costos Fijos de Administración	\$ 6.759.767
Costos Fijos de Comercialización y Ventas	\$ 1.121.973



**Activo Corriente****CUENTA VALOR**

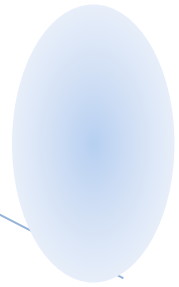
Cuentas por Cobrar	\$ 52.809.742
Inventarios productos	\$ 44.928.002
Inventario de Materia Prima	\$ 44.928.002

**Pasivo Corriente****CUENTA VALOR**

Materia Prima	\$ 44.928.002
Fijos de Producción	\$ 0
Administrativos	\$ 6.759.767
Comercialización y Ventas	\$ 1.121.973

---

**INVERSION EN CAPITAL DE TRABAJO      \$ 142.665.746**



## PRODUCTOS

---

Total Costos Variables Por Producto	Ventas Unidades	Costo Variable total	Participación Ventas	Costos Unitario Total Ponderado
<b>Paquete Corona</b>				
Porcelana \$ 2.808.000,0	24	\$ 67.392.002,8	100,00%	\$ 3.300.608,73
Producto 2 \$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -

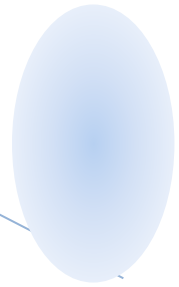
---

<b>COSTO VARIABLE TOTAL (CVT)</b>	<b>\$ 67.392.002,8</b>
-----------------------------------	------------------------

## COSTOS FIJOS

TOTAL COSTOS FIJOS PRODUCCIÓN	\$ 0,0
TOTAL COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 10.139.650,0
TOTAL COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS	\$ 1.682.960,0
<b>COSTOS FIJOS TOTAL (CFT)</b>	<b>\$ 11.822.610,0</b>

---



## RESUMEN COSTOS

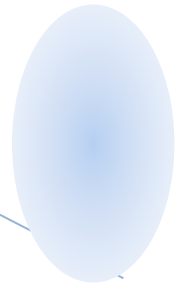
<b>Cuenta</b>	<b>Valor</b>	<b>Participación</b>
Total Costos Variables	\$ 67.392.002,8	85,08%
Total Costos fijos de producción	\$ 0,0	0,00%
Total Costos fijos de		
Administración	\$ 10.139.650,0	12,80%
Total Costos fijos de		
Comercialización y Ventas	\$ 1.682.960,0	2,12%
<b>Costos Totales</b>	<b>\$ 79.214.612,8</b>	<b>100,00%</b>

### 8.5.1.3 Gastos

Gastos Administrativos y legales

#### GASTOS ADMINISTRATIVOS

Salarios	\$ 5.000.000
Prestaciones Sociales	\$ 1.091.500
Gastos de representación	\$ 0
Papelería	\$ 150.000
Mantenimiento (Equipos de Oficina)	\$ 40.000
Seguros	\$ 0



Administración	\$ 0
Varios (Vigilancia, aseo, etc.)	\$ 0
Otros (Especificar)	\$ 628.150
Servicio Públicos	\$ 230.000
Arrendamiento	\$ 3.000.000
Otros (Especificar)	\$ 0

---

**TOTAL COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN \$ 10.139.650**

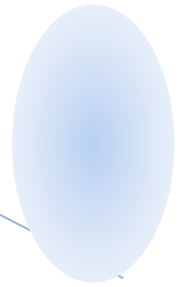
**Gastos Distribución y Ventas**

Salarios	\$ 1.200.000
Prestaciones Sociales	\$ 261.960
Publicidad y Mercadeo	\$ 221.000
Otros (Especificar)	\$ 0

---

**TOTAL COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION**

**Y VENTAS \$ 1.682.960**

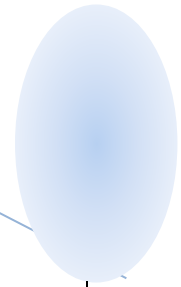


## 8.6 Estados Financieros Proyectados

### 8.7 Flujo de Caja

<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>Inversión</b>	<b>Mes 1</b>	<b>Mes 2</b>	<b>Mes 3</b>	<b>Mes 4</b>	<b>Mes 5</b>
<b>+ Ingresos por venta</b>		\$ 96.370.564	\$ 96.370.564	\$ 96.370.564	\$ 96.370.564	\$ 96.370.564
<b>- Costos variables</b>		\$ 67.392.003	\$ 67.392.003	\$ 67.392.003	\$ 67.392.003	\$ 67.392.003
<b>- Costos fijos</b>	\$ 0	\$ 11.822.610	\$ 11.822.610	\$ 11.822.610	\$ 11.822.610	\$ 11.822.610
Costos fijos de Producción		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Costos fijos de Administración		\$ 10.139.650	\$ 10.139.650	\$ 10.139.650	\$ 10.139.650	\$ 10.139.650
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 1.682.960	\$ 1.682.960	\$ 1.682.960	\$ 1.682.960	\$ 1.682.960
<b>- No Desembolsables</b>	\$ 0	\$ 195.944	\$ 195.944	\$ 195.944	\$ 195.944	\$ 195.944
<b>- Intereses Crédito</b>	\$ 0	\$ 2.815	\$ 2.779	\$ 2.741	\$ 2.703	\$ 2.665
<b>= Utilidad Antes de Impuestos</b>	\$ 0	\$ 16.957.192	\$ 16.957.229	\$ 16.957.266	\$ 16.957.304	\$ 16.957.343
<b>- Impuestos</b>	\$ 0	\$ 5.731.531	\$ 5.731.543	\$ 5.731.556	\$ 5.731.569	\$ 5.731.582
<b>= Utilidad después de Impuestos</b>	\$ 0	\$ 11.225.661	\$ 11.225.685	\$ 11.225.710	\$ 11.225.735	\$ 11.225.761
<b>+ Ajuste por No Desembolsables</b>	\$ 0	\$ 195.944	\$ 195.944	\$ 195.944	\$ 195.944	\$ 195.944
<b>+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)</b>	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Prestamos	\$150,000,000					
Recuperación Capital de trabajo						

SERVICE TRAVEL DENTIST



Valor de Salvamento						
<b>- Otros Egresos no deducibles de impuesto</b>	\$ 154.370.746	\$ 1.953	\$ 1.990	\$ 2.027	\$ 2.065	\$ 2.104
Activos Fijos	\$ 8.383.000					
Pago Crédito (Capital)		\$ 1.953	\$ 1.990	\$ 2.027	\$ 2.065	\$ 2.104
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 3.322.000					
Capital de Trabajo	\$ 142.665.746					
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-\$ 154.370.746</b>	<b>\$ 11.419.652</b>	<b>\$ 11.419.639</b>	<b>\$ 11.419.627</b>	<b>\$ 11.419.614</b>	<b>\$ 11.419.601</b>

SERVICE TRAVEL DENTIST

Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
\$ 96.370.564	\$ 96.370.564	\$ 96.370.564	\$ 96.370.564	\$ 96.370.564	\$ 96.370.564
\$ 67.392.003	\$ 67.392.003	\$ 67.392.003	\$ 67.392.003	\$ 67.392.003	\$ 67.392.003
\$ 11.822.610	\$ 11.822.610	\$ 11.822.610	\$ 11.822.610	\$ 11.822.610	\$ 11.822.610
\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
\$ 10.139.650	\$ 10.139.650	\$ 10.139.650	\$ 10.139.650	\$ 10.139.650	\$ 10.139.650
\$ 1.682.960	\$ 1.682.960	\$ 1.682.960	\$ 1.682.960	\$ 1.682.960	\$ 1.682.960
\$ 195.944	\$ 195.944	\$ 195.944	\$ 195.944	\$ 195.944	\$ 195.944
\$ 2.585	\$ 2.544	\$ 2.502	\$ 2.460	\$ 2.416	\$ 2.372
\$ 16.957.423	\$ 16.957.464	\$ 16.957.505	\$ 16.957.548	\$ 16.957.591	\$ 16.957.635
\$ 5.731.609	\$ 5.731.623	\$ 5.731.637	\$ 5.731.651	\$ 5.731.666	\$ 5.731.681
\$ 11.225.814	\$ 11.225.841	\$ 11.225.869	\$ 11.225.897	\$ 11.225.925	\$ 11.225.955
\$ 195.944	\$ 195.944	\$ 195.944	\$ 195.944	\$ 195.944	\$ 195.944
\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 152.019.422
					\$ 142.665.746
					\$ 9.353.676
\$ 2.184	\$ 2.225	\$ 2.267	\$ 2.309	\$ 2.352	\$ 2.397
\$ 2.184	\$ 2.225	\$ 2.267	\$ 2.309	\$ 2.352	\$ 2.397
\$ 11.419.574	\$ 11.419.560	\$ 11.419.546	\$ 11.419.531	\$ 11.419.517	\$ 163.438.923

**8.8 Estado de Pérdidas y Ganancias (Estado de Resultados)**

	CUENTAS	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5
+	Ingresos por concepto de Ventas	96.370.564	96.370.564	96.370.564	96.370.564	96.370.564
-	Costo Variables	67.392.003	67.392.003	67.392.003	67.392.003	67.392.003
-	Costos Fijos Producción	0	0	0	0	0
-	Gastos Depreciación	167.777	167.777	167.777	167.777	167.777
=	Utilidad Bruta en Ventas	28.810.784	28.810.784	28.810.784	28.810.784	28.810.784
-	Costos fijos de Administración	10.139.650	10.139.650	10.139.650	10.139.650	10.139.650
-	Costos Fijos de Ventas y Distribución	1.682.960	1.682.960	1.682.960	1.682.960	1.682.960
-	Amortización de diferidos	28.167	28.167	28.167	28.167	28.167
=	Utilidad Operativa	16.960.008	16.960.008	16.960.008	16.960.008	16.960.008
+	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	16.960.008	16.960.008	16.960.008	16.960.008	16.960.008
-	Impuestos	5.732.483	5.732.483	5.732.483	5.732.483	5.732.483
=	<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>11.227.525</b>	<b>11.227.525</b>	<b>11.227.525</b>	<b>11.227.525</b>	<b>11.227.525</b>
-	Utilidades Repartidas (Dividendos)	0	0	0	0	0
=	Utilidades no Repartidas	11.227.525	11.227.525	11.227.525	11.227.525	11.227.525
	Utilidades no Repartidas Acumuladas	11.227.525	22.455.050	33.682.575	44.910.100	56.137.625



SERVICE TRAVEL DENTIST

Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
96.370.564	96.370.564	96.370.564	96.370.564	96.370.564	96.370.564	96.370.564
67.392.003	67.392.003	67.392.003	67.392.003	67.392.003	67.392.003	67.392.003
0	0	0	0	0	0	0
167.777	167.777	167.777	167.777	167.777	167.777	167.777
28.810.784	28.810.784	28.810.784	28.810.784	28.810.784	28.810.784	28.810.784
10.139.650	10.139.650	10.139.650	10.139.650	10.139.650	10.139.650	10.139.650
1.682.960	1.682.960	1.682.960	1.682.960	1.682.960	1.682.960	1.682.960
28.167	28.167	28.167	28.167	28.167	28.167	28.167
16.960.008	16.960.008	16.960.008	16.960.008	16.960.008	16.960.008	16.960.008
0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0
16.960.008	16.960.008	16.960.008	16.960.008	16.960.008	16.960.008	16.960.008
5.732.483	5.732.483	5.732.483	5.732.483	5.732.483	5.732.483	5.732.483
11.227.525	11.227.525	11.227.525	11.227.525	11.227.525	11.227.525	11.227.525
0	0	0	0	0	0	0
11.227.525	11.227.525	11.227.525	11.227.525	11.227.525	11.227.525	11.227.525
67.365.150	78.592.675	89.820.200	101.047.725	112.275.250	123.502.775	134.730.300

### 8.3.3 Balance General

Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
+ Ingresos por venta		\$ 1.156.446.768	\$ 1.156.446.768	\$ 1.156.446.768	\$ 1.156.446.768
- Costos variables		\$ 808.704.034	\$ 808.704.034	\$ 808.704.034	\$ 808.704.034
- Costos fijos	\$ 0	\$ 141.871.320	\$ 141.871.320	\$ 141.871.320	\$ 141.871.320
Costos fijos de Producción		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Costos fijos de Administración		\$ 121.675.800	\$ 121.675.800	\$ 121.675.800	\$ 121.675.800
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 20.195.520	\$ 20.195.520	\$ 20.195.520	\$ 20.195.520
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 2.351.324	\$ 2.351.324	\$ 2.351.324	\$ 2.351.324
- Intereses Credito	\$ 0	\$ 31.207	\$ 24.703	\$ 16.573	\$ 6.410
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 203.488.883	\$ 203.495.387	\$ 203.503.518	\$ 203.513.680
- Impuestos	\$ 0	\$ 68.779.243	\$ 68.781.441	\$ 68.784.189	\$ 68.787.624
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 134.709.641	\$ 134.713.946	\$ 134.719.329	\$ 134.726.056
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 2.351.324	\$ 2.351.324	\$ 2.351.324	\$ 2.351.324
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 144.965.450
Prestamos	\$150,000,000				
Recuperación Capital de trabajo					\$ 142.665.746
Valor de Salvamento					\$ 2.299.704
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 154.370.746	\$ 26.016	\$ 32.520	\$ 40.650	\$ 50.813
Activos Fijos	\$ 8.383.000				
Pago Credito (Capital)	\$ 0	\$ 26.016	\$ 32.520	\$ 40.650	\$ 50.813
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 3.322.000				
Capital de Trabajo	\$ 142.665.746	\$ 0	\$ 0	\$ 0	
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-\$ 154.370.746</b>	<b>\$ 134.683.625</b>	<b>\$ 134.681.426</b>	<b>\$ 134.678.678</b>	<b>\$ 279.640.693</b>

## 8.9 Evaluación financiera del proyecto

### 8.9.1 Valor Presente Neto

<b>Valor Presente Neto</b>	<b>65.923.201</b>
<b>Tasa de Rentabilidad:</b>	<b>5,00%</b>
<b>Impuesto sobre las Ventas</b>	<b>33,80%</b>

### 8.9.2 Tasa Interna de Retorno

Tasa Interna de Retorno	3,00%
Valor Presente Neto	65.923.201
<hr/>	
Tasa Interna de Retorno	7,31%

### 8.9.3 Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)

#### VARIACION DEMANDA 10%

CONCEPTOS	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5
+ Ingresos por venta		\$ 106.007.620	\$ 106.007.620	\$ 106.007.620	\$ 106.007.620	\$ 106.007.620
- Costos variables		\$ 74.131.203	\$ 74.131.203	\$ 74.131.203	\$ 74.131.203	\$ 74.131.203
- Costos fijos	\$ 0	\$ 11.822.610	\$ 11.822.610	\$ 11.822.610	\$ 11.822.610	\$ 11.822.610
Costos fijos de Producción		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Costos fijos de Administración		\$ 10.139.650	\$ 10.139.650	\$ 10.139.650	\$ 10.139.650	\$ 10.139.650
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 1.682.960	\$ 1.682.960	\$ 1.682.960	\$ 1.682.960	\$ 1.682.960
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 195.944	\$ 195.944	\$ 195.944	\$ 195.944	\$ 195.944
- Intereses Credito	\$ 0	\$ 2.815	\$ 2.779	\$ 2.741	\$ 2.703	\$ 2.665
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 19.855.048	\$ 19.855.085	\$ 19.855.122	\$ 19.855.160	\$ 19.855.199
- Impuestos	\$ 0	\$ 6.711.006	\$ 6.711.019	\$ 6.711.031	\$ 6.711.044	\$ 6.711.057
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 13.144.042	\$ 13.144.066	\$ 13.144.091	\$ 13.144.116	\$ 13.144.142
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 195.944	\$ 195.944	\$ 195.944	\$ 195.944	\$ 195.944
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Prestamos	\$150,000,000					
Recuperación Capital de trabajo						
Valor de Salvamento						
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 167.849.146	\$ 1.953	\$ 1.990	\$ 2.027	\$ 2.065	\$ 2.104
Activos Fijos	\$ 8.383.000					
Pago Credito (Capital)		\$ 1.953	\$ 1.990	\$ 2.027	\$ 2.065	\$ 2.104
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 3.322.000					
Capital de Trabajo	\$ 156.144.146					
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-\$ 167.849.146</b>	<b>\$ 13.338.032</b>	<b>\$ 13.338.020</b>	<b>\$ 13.338.007</b>	<b>\$ 13.337.995</b>	<b>\$ 13.337.981</b>

SERVICE TRAVEL DENTIST

Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
\$ 106.007.620	\$ 106.007.620	\$ 106.007.620	\$ 106.007.620	\$ 106.007.620	\$ 106.007.620	\$ 106.007.620
\$ 74.131.203	\$ 74.131.203	\$ 74.131.203	\$ 74.131.203	\$ 74.131.203	\$ 74.131.203	\$ 74.131.203
\$ 11.822.610	\$ 11.822.610	\$ 11.822.610	\$ 11.822.610	\$ 11.822.610	\$ 11.822.610	\$ 11.822.610
\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
\$ 10.139.650	\$ 10.139.650	\$ 10.139.650	\$ 10.139.650	\$ 10.139.650	\$ 10.139.650	\$ 10.139.650
\$ 1.682.960	\$ 1.682.960	\$ 1.682.960	\$ 1.682.960	\$ 1.682.960	\$ 1.682.960	\$ 1.682.960
\$ 195.944	\$ 195.944	\$ 195.944	\$ 195.944	\$ 195.944	\$ 195.944	\$ 195.944
\$ 2.625	\$ 2.585	\$ 2.544	\$ 2.502	\$ 2.460	\$ 2.416	\$ 2.372
\$ 19.855.239	\$ 19.855.279	\$ 19.855.320	\$ 19.855.362	\$ 19.855.404	\$ 19.855.447	\$ 19.855.492
\$ 6.711.071	\$ 6.711.084	\$ 6.711.098	\$ 6.711.112	\$ 6.711.127	\$ 6.711.141	\$ 6.711.156
\$ 13.144.168	\$ 13.144.195	\$ 13.144.222	\$ 13.144.249	\$ 13.144.278	\$ 13.144.306	\$ 13.144.335
\$ 195.944	\$ 195.944	\$ 195.944	\$ 195.944	\$ 195.944	\$ 195.944	\$ 195.944
\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 165.497.822
						\$ 156.144.146
						\$ 9.353.676
\$ 2.144	\$ 2.184	\$ 2.225	\$ 2.267	\$ 2.309	\$ 2.352	\$ 2.397
\$ 2.144	\$ 2.184	\$ 2.225	\$ 2.267	\$ 2.309	\$ 2.352	\$ 2.397
\$ 13.337.968	\$ 13.337.954	\$ 13.337.941	\$ 13.337.927	\$ 13.337.912	\$ 13.337.897	\$ 178.835.705

SERVICE TRAVEL DENTIST



Cambio Porcentual en las Ventas	10,00%
Tasa de Retorno	3,00%
Valor Presente Neto	80.993.849
Tasa Interna de Retorno	7,87%

### 8.9.4 Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)

#### VARIACION PRECIO AL +15%

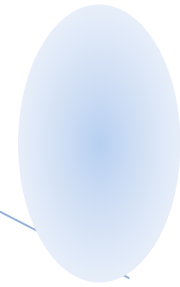
Conceptos	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5
+ Ingresos por venta		\$ 110.826.149	\$ 110.826.149	\$ 110.826.149	\$ 110.826.149	\$ 110.826.149
- Costos variables		\$ 67.392.003	\$ 67.392.003	\$ 67.392.003	\$ 67.392.003	\$ 67.392.003
- Costos fijos	\$ 0	\$ 11.822.610	\$ 11.822.610	\$ 11.822.610	\$ 11.822.610	\$ 11.822.610
Costos fijos de Producción		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Costos fijos de Administración		\$ 10.139.650	\$ 10.139.650	\$ 10.139.650	\$ 10.139.650	\$ 10.139.650
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 1.682.960	\$ 1.682.960	\$ 1.682.960	\$ 1.682.960	\$ 1.682.960
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 195.944	\$ 195.944	\$ 195.944	\$ 195.944	\$ 195.944
- Intereses Credito	\$ 0	\$ 2.815	\$ 2.779	\$ 2.741	\$ 2.703	\$ 2.665
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 31.412.777	\$ 31.412.813	\$ 31.412.851	\$ 31.412.889	\$ 31.412.928
- Impuestos	\$ 0	\$ 10.617.519	\$ 10.617.531	\$ 10.617.544	\$ 10.617.556	\$ 10.617.570
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 20.795.258	\$ 20.795.282	\$ 20.795.307	\$ 20.795.332	\$ 20.795.358
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 195.944	\$ 195.944	\$ 195.944	\$ 195.944	\$ 195.944
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Préstamos	\$150,000,000					
Recuperación Capital de trabajo						
Valor de Salvamento						
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 154.370.746	\$ 1.953	\$ 1.990	\$ 2.027	\$ 2.065	\$ 2.104
Activos Fijos	\$ 8.383.000					
Pago Credito (Capital)		\$ 1.953	\$ 1.990	\$ 2.027	\$ 2.065	\$ 2.104
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 3.322.000					
Capital de Trabajo	\$ 142.665.746					
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-\$ 154.370.746</b>	<b>\$ 20.989.249</b>	<b>\$ 20.989.236</b>	<b>\$ 20.989.224</b>	<b>\$ 20.989.211</b>	<b>\$ 20.989.198</b>

SERVICE TRAVEL DENTIST



Cambio Porcentual en el Precio	15,00%
Tasa de Retorno	3,00%
Valor Presente Neto	161.179.008
Tasa Interna de Retorno	13,54%





## **9. CONSIDERACIONES FINALES**

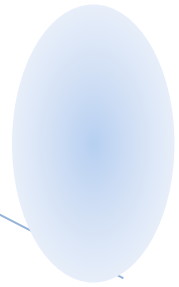
Para llegar a la conclusión principal del proyecto, es necesario retomar los puntos de la introducción en donde se pretendía elaborar un proyecto de creación de empresa, y es aportante la experiencia pues se tiene una idea centrada y soportada bajo la información encontrada y conocida a través de los estudios realizado.

El presente plan nos hace verificar la factibilidad del proyecto, de tener la idea clara y concreta de cómo hacerlo y de cómo satisfacer la necesidad de cada uno de los clientes, además de la importancia de concretar el servicio, competencia, oferta y demanda.

Con este proyecto y cada uno de sus factores se pretende también en un futuro seguir con la planeación y ejecución de este y buscar el apoyo de entidades que nos ayuden a fortalecer y a crecer con nuestra idea de negocio, tanto en capacitación como económicamente.

Consideramos que desde el estudio sectorial es factible realizar este proyecto. Por un lado la cultura de la población, los aspectos sociales y por el otro las políticas del gobierno hacen que sea atractivo y posible estar en este sector y penetrar a ese mercado.

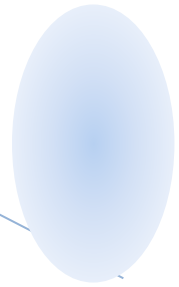
Cabe inferir que en Medellín se ha liderado lo que es el Turismo de negocios, el cual tiene una alta oferta, pero también está el de Turismo en salud, que apenas se está empezando a generar, lo cual nos hace líderes en el proyecto. El turismo hace parte fundamental del desarrollo competitivo de los países, en sus procesos de crecimiento económico y consolidación social. Fortalece las estructuras económicas al contribuir en



la generación de empleo, de ingresos, divisas, etc.

Se puede concluir que es un sector donde se puede participar, teniendo en cuenta que hay voluntad e interés en lo privado como en lo público para que este sector sea realmente competitivo.

Damos gracias también a nuestro docente Carlos Mario Morales, por el acompañamiento durante el semestre, y por haber compartido sus conocimientos con cada uno de los integrantes del proyecto.



## 10.REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- <http://es.wikipedia.org/wiki/miami#demograf.C3.aDa>
- [http://www.yellowpages.com/miami-fl/dentist,](http://www.yellowpages.com/miami-fl/dentist)
- [www.proexport.com.co](http://www.proexport.com.co)
- <http://www.nuevoherald.com>
- [www.paginasamarillas.com](http://www.paginasamarillas.com)
- [www.caribeantropicalin.com/odontologia.htm](http://www.caribeantropicalin.com/odontologia.htm)
- [www.google.com.co](http://www.google.com.co)
- [www.bancrep.com](http://www.bancrep.com)