

TRAVELER EXECUTIVE BRÓKER
MODALIDAD CREACIÓN DE EMPRESA

VIVIANA PAOLA HUERTAS SOSA
JORGE LEONARDO HUERTAS MARTINEZ

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DEL ÁREA ANDINA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS FINANCIERAS Y ECONÓMICAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
BOGOTÁ
2019

TRAVELER EXECUTIVE BRÓKER
MODALIDAD CREACIÓN DE EMPRESA

VIVIANA PAOLA HUERTAS SOSA
JORGE LEONARDO HUERTAS MARTINEZ

Asesor Metodológico
Sergio Humberto Sánchez Rojas

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DEL ÁREA ANDINA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS FINANCIERAS Y ECONÓMICAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
BOGOTÁ
2019
PLAN DE NEGOCIOS
SOLUCIONES EMPRESARIALES

MODALIDAD CREACIÓN DE EMPRESA

Trabajo de Grado para optar al Título de Administración de Empresas

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DEL ÁREA ANDINA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS FINANCIERAS Y ECONÓMICAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
BOGOTÁ
2019
FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DEL ÁREA ANDINA
AUTORIDADES ACADÉMICAS

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DEL ÁREA ANDINA
AUTORIDADES ACADÉMICAS

Rector

DR. LEONARDO VALENCIA

Vicerrector Académico

DRA. MARTHA CASTELLANOS

Decano Facultad de Ciencias Administrativas Económicas y Financieras

DR. MAURICIO ANDRES HERNANDEZ ANZOLA

Secretario Académico

DR. LUZ ESPERANZA ANGEL

Director del Programa

DR. MARCELA GARZON POSADA

Asesor Metodológico

SERGIO HUMBERTO SÁNCHEZ ROJAS

NOTA DE ACEPTACIÓN

PRESIDENTE DEL JURADO

JURADO

JURADO

Ciudad _____ **Día** _____ **Mes Año** _____

CONTENIDO

Glosario.....	12
Introducción	1
Problemática.....	2
Pregunta Problema	3
Justificación.....	4
OBJETIVOS.....	5
Objetivo general	5
Objetivos específicos	5
Investigación de mercados	6
Antecedentes del proyecto	6
• Análisis del sector.....	7
• Sector Turístico	7
• Sector asegurador	12
• Análisis Del Mercado	12
• Mercado Objetivo	13
• Mercado Potencial	14
• Consumo aparente	14
Análisis De La Competencia	14
Estrategias de mercado	16
Concepto del producto o servicio	17
Estrategia de distribución	19
Estrategia de precio	19
Estrategias de promoción.....	20
Estrategias de comunicación	21
Estrategias De Servicio.....	22
Estrategias de Marketing Digital	23
Presupuesto de la mezcla de mercados	24
Promoción.....	24

Proyección de ventas	25
Tabla proyección de ventas	25
Justificación de las ventas.....	26
Política de Cartera.....	26
Ficha Técnica Del Producto O Servicio	27
Estado de Desarrollo	29
Descripción del proceso	30
Diagramas de tiempos y movimientos.....	32
Diseño de planta o instalaciones.....	33
NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS.....	34
PLAN DE PRODUCCIÓN.....	34
INFRAESTRUCTURA	35
Fuerza laboral	38
Estado de salud.....	38
Capacitación	39
Modulo Organización.....	40
Estructura Organizacional.....	40
DOFA.....	41
Estructura Organizacional.....	45
Aspectos Legales.....	46
Constitución empresa y aspectos legales.....	47
Costos Administrativos	48
Tabla gastos de personal	49
Tabla de gastos de puesta en marcha.....	50
Tabla de gastos anuales de administración.....	51
Alimentar tabla de recursos	52
Egresos.....	54
Tabla de egresos, como se genera.....	54
Costos anualizados administrativos, gastos de personal anualizado.....	55
Capital trabajo	55
Alimentar tabla de capital de trabajo	56
Plan operativo.....	56
Cronograma de actividades.....	57

Metas sociales	58
Aportes del plan de negocio al plan nacional de desarrollo	58
Número de empleos indirectos	59
Impactos	59
Impacto económico	59
Impacto social	60
Impacto ambiental	60
Resumen ejecutivo	61
Concepto del Negocio	61
Misión	61
Visión	61
Valores Corporativos	61
Objetivos	62
Objetivo general	62
Objetivo Específicos	62
Función social	62
Mercado Objetivo	63
Potencial del mercado en cifras	63
Ventajas competitivas y propuestas de valor	64
Resumen de las inversiones requeridas	65
Proyecciones de ventas y rentabilidad	65
Bibliografía	66

Lista de ilustraciones

Ilustración 1: Grafica salidas pasajeros aéreos. Tráfico aéreo del ministerio de comercio, industria y turismo	7
Ilustración 2: Cuadro salidas de personas por ciudades Tráfico aéreo del ministerio de comercio, industria y turismo	8
Ilustración 3 Oficina el dorado	15
Ilustración 4 Estrategia de Promoción	20
Ilustración 5: Cotización Pagina Web alimedia.....	24
Ilustración 6 Grafica de procesos.....	31
Ilustración 7; Planta. Propia.....	33
Ilustración 8; Computador Lenovo. Ktronic	36
Ilustración 9; Impresora Epson. Ktronic	37
Ilustración 10; Teléfono Panasonic. Ktronic	38
Ilustración 11; Estructura Organizacional. Propio	40

Lista de tablas

Tabla 1: Estadística viajeros Antioquia. DANE	9
Tabla 2: Estadística viajeros Bogotá. DANE	10
Tabla 3: Estadística viajeros Cundinamarca. DANE	11
Tabla 4: Estadística viajeros Valle del Cauca. DANE	11
Tabla 5; Proyección de ventas. Propia	25
Tabla 6 Ficha técnica del servicio. Propia.....	27
Tabla 7; Diagrama de tiempos y movimientos. Propia.....	32
Tabla 8; Necesidades y requerimientos. Propia.....	34
Tabla 9; Plan de producción	34
Tabla 10; Aspectos Legales. Propia	46
Tabla 11 Costos administrativos.Propia.....	48
Tabla 12 GASTOS DE PERSONAL.Propia	50
Tabla 13 Tabla gastos puesta en marcha.Propia	50
Tabla 14 Gastos personal anuales.Propia	51
Tabla 15 Tabla Costos mensuales. Propia.....	52
Tabla 16; Balance General. Propia	53
Tabla 17 Tabla gastos puesta en marcha. Propia	54
Tabla 18 GASTOS DE PERSONAL. Propia	55
Tabla 19 Gastos anuales. Propia	55
Tabla 20; Capital de trabajo. Propia.....	56
Tabla 21; Cronograma de actividades. Propio.....	57
Tabla 17 Tabla gastos puesta en marcha. Propia	65

Tabla 18 GASTOS DE PERSONAL. Propia65

Glosario

Póliza: Documento con que se formalizan ciertos contratos de seguros, mercantiles o de operaciones comerciales.

Per cápita: Es una expresión asociada fundamentalmente al ámbito de la economía y las estadísticas. Es empleada para establecer la relación entre una variable económica y el número total de personas a las que afecta.

Fasecolda: La Federación de Aseguradores Colombianos, Fasecolda, es una entidad sin ánimo de lucro que agrupa a las empresas de seguros, reaseguros y a las sociedades de capitalización en Colombia. ... Esta herramienta pública es consultada tanto por las compañías que comercializan seguros, como por el usuario final.

Preexistencia: Es aquella enfermedad o patología que existe con anterioridad al momento de la contratación del seguro.

Introducción

Mensualmente miles de personas viajan fuera del país, donde están expuestos a varios riesgos, diferentes enfermedades, algunas alergias por los entornos y cambios climáticos que existen en cada uno de los países. Dejar el lugar de residencia para adentrarse a un destino no familiar es un acto que genera incertidumbre y ansiedad, para controlar ese proceso, los viajeros recurren a la contratación de protecciones adicionales. (Korstanje, 2013). Para esto nos surge la solución en los seguros o asistencias de viaje, los cuales son una herramienta para la protección del viajero, ya que no solo lo protege de los riesgos médicos, si no brinda una cobertura integral, que va desde el equipaje, repatriación, acompañamiento legal entre otros.

De manera general podemos afirmar que el viajero en cualquier contexto se halla ante un incremento de los riesgos del devenir normal de su existencia en su habitad. Esto es más relevante en territorios fuera de su nacionalidad y por supuesto en medios cuya lengua no es la nativa. En estas condiciones, situaciones de la vida normal, como requerir servicios de uso común, revisten mayor dificultad para su satisfacción, por lo cual el conjunto de servicios ofrecidos, para cubrir estas situaciones es amplio y agrupa diversos productos que ameritan el análisis detallado. (Torres Gonzalez, Uribe Aristizabal , Cortes Segura, & Isaza Posse, 2011)

Problemática

En la actualidad las asistencias en viajes cuentan con un porcentaje importante de participación en el mercado del turismo internacional, el cual corresponde a 18% del total del consumo del servicio por parte de los viajeros en Colombia. (González, 2019)

María Gimena Rodríguez, vicepresidente comercial de HDI Seguros, señala al respecto que el desconocimiento de los colombianos hacia la industria es latente. “Los colombianos no vemos los seguros como una necesidad” (Portafolio, 2019).

El mercado de asistencias en Colombia registra sus inicios en el año 1979 con la compañía Assist Card como la pionera en la implementación de productos de asistencia en viaje. (González, 2019). Lo recomendable es que la persona al viajar contacte con las compañías aseguradoras para que compre el paquete que se adecue a sus necesidades (republica, 2015)

Han crecido 103% en los últimos dos años, llegando a 3,8 millones. Esto muestra que los colombianos cada vez estamos más interesados en conocer el mundo y que tenemos más capacidad para hacerlo. El problema es que los colombianos creemos que nunca nos va a pasar nada y solamente el 18% de los nacionales viaja protegido, es decir, 684.000 personas (González, 2019).

Las quejas en las compañías son frecuentes, en solo el año 2018 Assist Card presento un total de 748 y continental Assist un total de 520, se han presentado situaciones en la principal compañía prestadora del servicio (Assist Card) donde se queja por las limitantes que tiene la compañía y el no pago de un servicio que se prestó al cliente (DINERO, 2014).

Lo descrito anteriormente lleva a formular el problema en el desconocimiento y la baja comercialización de un producto más completo que pueda suplir las necesidades del mercado, lo cual genera aumento de quejas y reclamos de los usuarios de las mismas ya que los procesos en los productos conocidos presentan falencias y límites en sus coberturas.

Pregunta Problema

¿Cómo elaborar un plan de negocios para la creación de una empresa comercializadora de asistencia en viaje en la ciudad de Bogotá?

Justificación

En el plan de negocios a desarrollar se muestra la recopilación, definición de objetivos y desarrollo de los mismos, reflejando el resultado de toda la investigación y la propuesta que se pretende llevar a la realidad.

Todo lo anterior tiene como prerrequisito una establecida planeación estratégica, que permite la implantación, desarrollo, crecimiento y permanencia de la empresa. Se incluye, por supuesto, los planeamientos y consideraciones propias del marco conceptual y marco legal que sustenta el trabajo, enfocado siempre desde la perspectiva de una teoría empresarial humanística sin dejar de ser moderna, tanto como la síntesis de lo analizado de la investigación para el establecimiento del marco sectorial.

Por último, se realiza un análisis financiero, este estudio tiene como función principal estar enterados de la actual situación económica y buscar opciones atractivas que permitan a la propia empresa ahorrar costos y gastos y aumentar sus expectativas de rendimiento, así como establecer la proyección de ventas a un tiempo considerable para no tener pérdidas en el ejercicio contable y garantizar el período de vida del proyecto.

OBJETIVOS

Objetivo general

Verificar la viabilidad de la puesta en marcha de una empresa dedicada a la promoción de pólizas de viajes que permita la comercialización de un producto completo e innovador en el mercado colombiano.

Objetivos específicos

- Desarrollar la investigación del mercado objetivo.
- Diseñar el esquema operativo de acuerdo a los requerimientos técnicos del servicio que se va a ofrecer.
- Definir el adecuado esquema organizacional para la correcta aplicación a la línea del negocio.
- Desarrollar estudios financieros para determinar la viabilidad de la empresa y sostenibilidad en el tiempo.
- Identificar las variables sociales que intervienen en el proyecto y su impacto sobre el mismo.
- Determinar los impactos económicos, sociales y ambientales

Investigación de mercados

Antecedentes del proyecto

El Contrato de Seguro entonces, quedó regulado en el Título V del Libro Cuarto del Código de Comercio (Decreto Ley 410 de 1971) y ha sido objeto de obras doctrinales de capital importancia en el derecho nacional. El Código de Comercio entró a regular todos los aspectos relacionados con el contrato de seguro, base para el negocio asegurador. (Fasecolda, 2011)

En el ordenamiento jurídico colombiano no encontramos referencia directa a este tipo de contrato, por lo cual para contextualizar el objetivo descrito, se debe partir del concepto de la asistencia en viaje internacional, donde el mercado, de forma genérica se refiere a el conjunto de servicios que brinda a una persona durante sus desplazamientos fuera del lugar de residencia permanente, con el fin de superar percances e imprevistos. Conceptualmente el contrato de asistencia en viaje Internacional podría enmarcarse como un contrato consensual, atípico, bilateral, oneroso y aleatorio, principal y de adhesión. (Torres Gonzalez, Uribe Aristizabal , Cortes Segura, & Isaza Posse, 2011)

En el decreto se incluyeron todas las normas existentes en ese momento en materia financiera, incluyendo las Leyes 45 de 1990 y 35 de 1993, y todo lo referente a constitución de entidades aseguradoras, régimen de corredores de seguros, de agencias y agentes, el régimen disciplinario para las juntas directivas y representantes legales de entidades aseguradoras. Adicionalmente se trataron temas acerca de seguros especiales, tales como el seguro de cumplimiento, manejo, SOAT, los seguros de vida grupo hipotecario, obligatorio hipotecario, así

como los temas en general de la supervisión financiera, el funcionamiento de la SFC, el régimen de sanciones administrativo y personal, entre otras disposiciones. (Fasecolda, 2011)

- **Análisis del sector**

Traveler Executive Bróker pertenece al sector financiero, la empresa estará constituida bajo el código CIU No 621 como actividades de agentes y corredores de seguros. A continuación, se describirá los diferentes sectores en los que intervendrá Traveler Executive Bróker:

- **Sector Turístico**

Según estadística nacional – tráfico aéreo del ministerio de comercio, industria y turismo, en los últimos 5 años se ha registrado incrementos en los viajeros a nivel internacional. En el 2018 tenemos un crecimiento de 676.519 de personas que realizan viajes al exterior. En otras palabras en los últimos 5 se ha proyectado en alza la salida de personas, lo cual nos genera una confianza para promocionar el producto de pólizas de viaje.

Ilustración 1: Grafica salidas pasajeros aéreos. Tráfico aéreo del ministerio de comercio, industria y turismo



En este cuadro detallamos la participación individual de cada ciudad, con el volumen de personas que realizan viajes al exterior.

Ilustración 2: Cuadro salidas de personas por ciudades Tráfico aéreo del ministerio de comercio, industria y turismo

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
ANTIOQUIA	357.058	401.023	317.647	450.470	519.255	584.002	652.938	770.326	777.993	868.966	451.542
ATLÁNTICO	96.806	115.653	80.124	111.892	118.013	122.828	134.694	153.454	151.720	162.361	82.459
BOGOTÁ, D. C.	1.711.809	1.895.101	1.772.645	2.551.406	2.964.959	3.334.110	3.675.120	3.800.839	4.078.369	4.461.059	2.167.963
BOLÍVAR	150.565	160.929	109.667	174.916	197.324	222.088	261.067	327.164	361.824	484.172	262.071
CALDAS	4331	5120	4297	1610	461	0	0	0	0	0	0
CESAR	205	464	554	0	0	0	0	0	0	0	0
CÓRDOBA	1312	1369	2096	936	0	0	0	0	0	0	0
LA GUAJIRA	0	0	1525	346	0	0	0	0	0	0	0
MAGDALENA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1855	8092
NARIÑO	152	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
NORTE DE SANTANDER	7101	7777	7542	16.392	17.837	25.355	21.224	15.363	18.030	23.229	15.522
QUINDÍO	7869	19.336	18.308	27.110	27.220	25.640	27.687	43.698	43.201	40.852	18.062
RISARALDA	69.978	74.299	55.086	70.787	79.415	86.220	89.636	100.925	96.385	111.674	56.903
SANTANDER	27.805	32.599	25.943	37.513	40.023	41.739	44.679	36.480	41.183	46.380	23.461
TOLIMA	330	140	0	0	0	0	0	0	0	0	0
VALLE DEL CAUCA	270.399	297.106	231.397	330.859	362.580	399.484	429.009	468.841	466.501	514.732	269.859
ARCHIPIÉLAGO DE SAN ANDRÉS, PROVIDENCIA Y SANTA CATALINA	29.208	29.316	20.361	34.089	29.078	48.556	46.968	58.530	52.616	45.594	23.965
Sin especificar la ciudad en Magdalena	3745	4507	3388	3440	0	0	450	0	1235	0	0
Sin Especificar	12.882	10.230	9645	24.032	29.971	26.863	34.379	44.017	34.864	39.566	16.358
TOTAL GENERAL	2.751.555	3.054.969	2.660.225	3.835.798	4.386.136	4.916.885	5.417.851	5.819.637	6.123.921	6.800.440	3.396.257

El comportamiento de la salida de viajeros en el país durante los últimos 5 años ha estado en crecimiento, esto se han debido a las facilidades y los precios de las aerolíneas, las campañas y propuestas que presentan los países para incrementar su turismo.

De igual forma a los convenios que tienen la mayoría de países en la parte de educación, Según cifras de Colfuturo y Migración Colombia, la movilidad de los colombianos en las pasadas dos décadas ha aumentado notablemente. Durante los últimos siete años el número de jóvenes que buscan estudiar por fuera aumentó en un 25.8% (Colombia.com, 2019)

Los números publicados por Migración Colombia son contundentes: mientras que en 2012 un total de 66.747 estudiantes salieron del país, en 2018 el número ascendió a 84.002, más de 555.000 jóvenes colombianos viajando a estudiar por fuera del país. (Colombia.com, 2019)

En lo que va corrido del año, hasta julio, han salido 51.305 colombianos a estudiar por fuera. El destino favorito es Estados Unidos, que ha recibido un total de 12.601 jóvenes. Le siguen España, con 5.509 colombianos y Canadá, donde 3.489 nacionales han viajado a buscar una excelente calidad de vida, gracias a su estabilidad política y mercado laboral. Otros destinos son Alemania, Australia, Francia, Argentina, Chile y México, entre otros. (Colombia.com, 2019)

Tabla 1: Estadística viajeros Antioquia. DANE

05. ANTIOQUIA

Edad	1985-1990		1990-1995		1995-2000		2000-2005		2005-2010		2010-2015		2015-2020	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
0-4	-1.067	-1.029	13	-515	8	247	233	723	825	836	841	852	863	875
5-9	-1.678	-1.741	314	382	464	-77	215	487	1.023	1.029	1.042	1.049	1.069	1.076
10-14	-2.013	-1.977	-242	-409	1.480	1.432	2.839	2.233	2.049	2.046	2.088	2.085	2.143	2.139
15-19	-2.289	-2.029	-652	-1.662	2.245	2.140	4.155	3.636	2.900	2.933	2.956	2.989	3.033	3.067
20-24	-2.252	-2.314	-1.439	-1.995	2.496	2.365	4.321	4.414	3.306	3.425	3.369	3.491	3.457	3.582
25-29	-2.380	-2.693	-1.159	-1.114	1.508	1.281	2.508	2.507	2.691	2.896	2.742	2.951	2.814	3.028
30-34	-2.458	-2.637	-477	-750	756	513	1.123	878	1.994	2.248	2.032	2.291	2.085	2.351
35-39	-1.906	-1.835	-254	-909	536	364	728	451	1.361	1.613	1.387	1.644	1.424	1.687
40-44	-1.124	-1.067	64	-445	449	360	740	575	798	996	813	1.015	835	1.042
45-49	-635	-565	208	-282	387	328	603	535	485	641	494	654	507	671
50-54	-366	-325	254	-141	352	298	513	483	310	437	316	445	325	457
55-59	-211	-171	209	-101	353	300	486	466	210	315	214	321	219	330
60-64	-108	-48	94	-61	306	283	409	458	163	263	166	268	170	275
65-69	-77	-51	113	43	247	262	320	398	117	198	119	202	122	207
70-74	-49	-47	32	2	185	246	214	365	85	150	87	153	89	157
75-79	-28	-24	27	-19	118	195	179	317	60	111	61	113	62	116
80-Y+	-12	-5	35	-8	120	83	202	143	66	55	67	56	69	58
Total	-18.653	-18.558	-2.860	-7.984	12.010	10.620	19.788	19.069	18.443	20.192	18.794	20.579	19.286	21.118

Tabla 2: Estadística viajeros Bogotá. DANE

11. BOGOTÁ D.C.

EDAD	1985-1990		1990-1995		1995-2000		2000-2005		2005-2010		2010-2015		2015-2020	
	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES
0-4	7.045	7.708	6.931	6.989	2.069	2.765	1.830	2.517	2.111	2.129	2.109	2.127	2.170	2.188
5-9	6.397	7.350	5.328	6.323	3.661	3.785	2.150	2.742	1.623	1.926	1.621	1.924	1.668	1.979
10-14	10.401	12.612	9.329	11.806	4.202	5.829	3.355	3.470	2.841	3.596	2.839	3.592	2.920	3.696
15-19	20.836	25.047	22.684	28.359	10.381	13.079	6.466	6.781	6.909	8.637	6.902	8.629	7.101	8.877
20-24	24.990	30.828	29.564	35.187	12.680	14.618	7.179	8.718	9.004	10.717	8.996	10.707	9.255	11.015
25-29	19.329	22.618	19.628	21.805	8.881	9.299	5.789	6.665	5.978	6.641	5.973	6.635	6.144	6.826
30-34	11.483	12.994	9.981	10.579	4.491	4.480	3.538	3.751	3.040	3.222	3.037	3.219	3.124	3.312
35-39	7.012	8.053	5.312	5.806	2.323	2.371	2.237	2.349	1.618	1.768	1.616	1.767	1.663	1.817
40-44	4.229	5.072	2.944	3.563	1.273	1.416	1.423	1.523	897	1.085	896	1.084	922	1.115
45-49	2.595	3.302	1.947	2.473	887	961	1.060	1.172	593	753	592	753	609	774
50-54	1.777	2.425	1.510	2.165	810	978	830	978	460	659	459	659	473	678
55-59	1.264	1.860	1.085	1.729	720	826	716	888	330	527	330	526	340	541
60-64	875	1.349	698	1.365	510	637	395	574	213	416	212	415	219	427
65-69	642	1.042	542	1.218	391	590	315	450	165	371	165	371	170	381
70-74	442	759	477	855	369	483	205	274	145	260	145	260	149	268
75-79	347	551	373	585	287	360	224	304	114	178	113	178	117	183
80-Y+	268	429	364	497	326	368	162	228	111	151	111	151	114	156
Total	119.932	143.999	118.697	141.304	54.261	62.845	37.874	43.384	36.152	43.036	36.116	42.997	37.158	44.233

Tabla 3: Estadística viajeros Cundinamarca. DANE

25. CUNDINAMARCA

EDAD	1985-1990		1990-1995		1995-2000		2000-2005		2005-2010		2010-2015		2015-2020	
	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES
0-4	-949	-879	-962	-1.009	135	147	176	276	2.570	2.424	2.789	2.631	3.019	2.847
5-9	-1.196	-1.100	-1.262	-1.155	290	182	1.111	1.047	2.570	2.424	2.789	2.631	3.019	2.847
10-14	-1.834	-1.556	-1.942	-1.623	350	270	565	523	2.119	1.919	2.299	2.082	2.489	2.254
15-19	-1.662	-4.577	-1.797	-4.888	482	406	936	1.016	927	786	1.006	853	1.089	923
20-24	-2.533	-4.236	-2.762	-4.639	917	980	1.221	1.266	804	966	873	1.048	944	1.134
25-29	-1.703	-2.274	-1.784	-2.466	1.416	1.404	1.368	1.169	1.689	2.046	1.833	2.221	1.984	2.403
30-34	-1.319	-1.375	-1.341	-1.466	1.444	1.469	1.727	1.378	1.890	1.970	2.051	2.138	2.220	2.313
35-39	-828	-958	-820	-1.009	1.335	1.307	2.287	1.721	1.801	1.709	1.954	1.855	2.115	2.008
40-44	-434	-874	-416	-922	1.208	1.114	2.249	1.649	1.358	1.155	1.474	1.254	1.595	1.357
45-49	-321	-474	-314	-501	929	856	1.399	1.094	911	749	989	812	1.070	879
50-54	-180	-629	-167	-662	712	664	1.041	895	676	572	734	621	794	672
55-59	-93	-360	-83	-406	732	667	1.053	988	519	499	563	542	609	586
60-64	-98	-258	-123	-325	571	620	854	961	416	394	451	427	489	462
65-69	-65	-255	-69	-308	585	552	894	907	267	266	290	288	314	312
70-74	-89	-329	-85	-277	337	324	340	407	182	135	197	146	213	158
75-79	-69	-121	-73	-135	219	282	300	270	71	78	77	85	83	92
80-Y+	-31	-144	-37	-152	113	139	240	285	34	40	37	43	40	47
Total	-13.404	-20.399	-14.037	-21.943	11.775	11.383	17.761	15.852	18.804	18.132	20.406	19.677	22.086	21.294

Tabla 4: Estadística viajeros Valle del Cauca. DANE

76. VALLE DEL CAUCA

EDAD	1985-1990		1990-1995		1995-2000		2000-2005		2005-2010		2010-2015		2015-2020	
	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES
0-4	1.478	1.633	1.902	1.748	-971	-836	-1.153	-822	-286	-204	-71	-51	272	194
5-9	1.085	1.431	1.207	1.408	-541	-926	-800	-637	-198	-158	-49	-39	189	150
10-14	1.382	1.769	1.562	1.809	-2.547	-3.488	-1.285	-1.723	-319	-427	-79	-106	303	406
15-19	1.640	1.793	2.524	2.872	-3.759	-4.750	-2.574	-3.231	-897	-1.126	-224	-281	852	1.070
20-24	2.407	2.971	2.818	2.916	-4.954	-5.542	-3.450	-3.600	-1.202	-1.254	-300	-313	1.143	1.192
25-29	2.837	2.909	2.883	2.915	-4.734	-4.573	-2.439	-2.555	-850	-890	-212	-222	808	846
30-34	2.535	2.401	2.862	2.742	-2.906	-3.055	-1.848	-2.004	-644	-698	-161	-174	612	664
35-39	1.934	1.873	2.304	2.274	-1.744	-1.912	-820	-1.037	-286	-361	-71	-90	272	343
40-44	1.447	1.572	1.763	1.909	-982	-1.152	-426	-701	-148	-244	-37	-61	141	232
45-49	1.079	1.251	1.342	1.541	-506	-782	-79	-322	-28	-112	-7	-28	26	107
50-54	849	1.063	937	1.183	-240	-538	63	-150	-21	-49	-5	-12	20	47
55-59	272	362	519	639	-97	-399	36	-168	-12	-55	-3	-14	11	52
60-64	189	268	317	453	-85	-454	22	-119	-7	-39	-2	-10	7	37
65-69	92	127	160	192	-38	-385	3	-146	-1	-48	0	-12	1	46
70-74	62	388	71	89	-18	-218	-30	-66	-10	-22	-2	-5	9	21
75-79	19	24	43	66	-45	-198	-3	-25	-1	-8	0	-2	1	8
80-Y+	23	36	23	32	-25	-96	3	-15	-1	-5	0	-1	1	5
Total	19.330	21.871	23.237	24.788	-24.192	-29.304	-14.780	-17.321	-4.911	-5.700	-1.223	-1.421	4.668	5.420

Según las tablas suministradas por el (DANE, Demografía y población - Movilidad y migración, 2018) donde analizan las estimaciones que tendrán en los próximos 5 años, los

departamentos mencionados respecto a la salida de hombre y mujeres fuera del país, con el objetivo de realizar estudios, donde encontramos puntos altos en la población entre los 19 años hasta una edad aproximada de 44 años.

- **Sector asegurador**

Este año a industria aseguradora colombiana experimentará un mejor desempeño en comparación con los registros del 2018, según lo señala un informe de la calificadora de riesgo Fitch Ratings. Justamente, la expectativa de la agencia es que el sector experimente un crecimiento de entre 8 y 10 por ciento al cierre del 2019, aunque este dependerá en buena parte de la dinámica de la economía local. El análisis de la calificadora afirma que, por lo pronto, esta industria muestra datos más favorables que durante el 2018. De hecho, en el primer semestre de este año su crecimiento fue de 8,3 por ciento, comparado con el 5,1 por ciento de la primera mitad del año pasado. (Portafolio, 2019).

Las plataformas virtuales están haciendo más eficiente la compra de seguros, se está generando un gran valor en plataformas que agregan información y ofrecen alternativas personalizadas pero escalables. Hacia el 2020 se estima que los corredores pierdan 15-20% del mercado a manos de nuevos modelos de negocio (Fasecolda, 2011)

- **Análisis Del Mercado**

Después de realizar un análisis del sector de seguros, en el primer trimestre de este año su crecimiento fue de 8,3 por ciento, comparado con el 5,1 por ciento de la primera mitad del año pasado, Por otra parte, el estudio señala que se espera que la rentabilidad técnica siga mejorando en los seguros generales, aunque advirtió que existen presiones relacionadas con la volatilidad en el precio del dólar y una mayor competencia vía precios, entre otros temas. Esta industria tiene un

potencial de crecimiento grande, mientras que el alcance de los seguros sigue siendo bajo. Los datos más recientes que reveló la Superintendencia Financiera señalan que, a junio de este año, el gasto promedio de seguros por persona es de 565.503 pesos. Los seguros de vida tienen primas per cápita promedio de 287.580 pesos, mientras que en los generales son de 277.923 pesos. (Portafolio, 2019)

En lo que va corrido del año, hasta julio, han salido 51.305 colombianos a estudiar por fuera. El destino favorito es Estados Unidos, que ha recibido un total de 12.601 jóvenes. Le siguen España, con 5.509 colombianos y Canadá, donde 3.489 nacionales han viajado a buscar una excelente calidad de vida, gracias a su estabilidad política y mercado laboral. Otros destinos son Alemania, Australia, Francia, Argentina, Chile y México, entre otros. (Colombia.com, 2019)

De los cerca de 3,8 millones de colombianos que viajan al exterior al año, cerca de 18% lo hace asegurado con Assist Card (republica, La republica, 2018)

Normalmente en el mercado se observa que la estructura del contrato de asistencia planea obligaciones relacionadas con: 1) el apoyo legal al viajero, frente a eventos de responsabilidad o eventos de reclamación, de afectación propia o de sus bienes; 2) inconvenientes de salud (asistencia médica), 3) requerimiento de traslado y/o repatriaciones.

- **Mercado Objetivo**

Va enfocado a las personas hombres y mujeres entre los 19 y los 44 años de edad, que resida en los departamentos de Cundinamarca, Antioquia, Valle del Cauca y la ciudad de Bogotá, de estrato 3 a 5, que realice viajes fuera del exterior, con el fin de estudio, viaje de negocios y recreación. El enfoque es realizado con las tablas 1, tabla 2, tabla 3 y tabla 4 realizadas en el análisis del sector.

- **Mercado Potencial**

En el año 2017, 6.123.921 personas realizaron viajes al exterior para el 2018, 6.800.400 personas viajaron, registrando un aumento de 676.479 personas, debido a esto podemos observar un crecimiento exponencial de viajeros anualmente

- **Consumo aparente**

Las primas de las asistencias varían dependiendo de los días que el cliente estará de viaje y los límites de cobertura que tomará. El valor están entre USD 6 a 8 diarios (dependiendo de la TRM del día se pasará a pesos colombianos). La diferencia con nuestro producto es que no tenemos límites de cobertura, para lo cual se tiene una prima diaria de USD 10 a 12.

Análisis De La Competencia

A nivel mundial diariamente se realizan ventas de asistencia en viajes. En nuestro análisis pudimos detectar que todas estas ventas se realizan vía internet. Todas nuestras competencias manejan plataformas virtuales para la venta de sus servicios. Las empresas de asistencia que hacen más presencia a nivel nacional se encuentran.

Competencia directa

ASSIST CAR: esta empresa es la mayor en ventas a nivel mundial, actualmente hace presencia en Colombia hace 9 años, En 2017 vendieron a nivel nacional \$ 26.000 millones, posesionándose en el ranking de las empresas más grandes de Colombia. Sus ventas se realizan por medio de la

página web, y cuenta con 2 oficinas en Bogotá. 1 en el aeropuerto el dorado y 2 en el parque de virrey, su publicidad se refleja por medio de redes sociales.

Assist Card líder del mercado Colombiano en venta de asistencia en viajes ofrece productos que tienen límite de cobertura (Dinero, 2018) los cuales manejan las siguientes coberturas: asistencia médica con cobertura máximo de USD 1.000.000, extravió de equipaje con un máximo de USD 4.500, preexistencia con un máximo de USD 2.500. Continental Assist maneja coberturas por consulta médica USD 60.000, extravió de equipaje USD 800, preexistencias por valor de USD 1.000.

Ilustración 3 Oficina el dorado



Otra empresa con alto conocimiento y ventas a nivel mundial es:

Seguros de viaje mundial: Este cuenta con su sede principal en estados unidos. Este aparece varios servicios de asistencia, sus ventas se realizan a nivel nacional solamente por internet. En la página se puede observar experiencias y comentarios de sus clientes. Ofrece varios medios de pago. Actualmente cuenta con operaciones propias en Latinoamérica en el cual se encuentra

Colombia, Perú, México, Ecuador, Chile, Panamá, entre otros. Su nombre originario es

TRAVELER ASSISTANCE SERVICES.

<https://www.segurodeviajemundial.com.co/nosotros>

seguoparaviaje.com, es otra empresa con gran número de ventas a nivel Latinoamérica, esta empresa lleva en el mercado desde del 2006, sus ventas solo se realizan en hispanohablantes.

Cuenta con más 200 trabajadores que atienden por medio de la página web y por call center, atendiendo a clientes de México, Costa Rica, Guatemala, Colombia, Perú, etc. Sus ventajas son, servicio 24/7, Red Mundial de Salud Médica de primer nivel, Atención al cliente en varios idiomas, Control en la calidad de servicio de nuestros médicos.

<https://www.seguoparaviaje.com.co/nosotros/por-que>

Este punto se encuentra incluido en el anexo (Punto 8) con el desarrollo total del análisis de la competencia.

Estrategias de mercado

Para nuestra compañía Traveler Executive Broker el enfoque de servicio al cliente es un factor importante dentro de la estrategia, por ello tendremos personas especializadas en la comercialización, atención a consultas técnicas.

Un factor importante es que manejaremos todo en nuestra página web, donde manejaremos un cotizador de los productos ofrecidos, el envío de las certificaciones de las asistencias se realizarán vía correo electrónico, un chat con los asesores técnicos.

La última estrategia es el acompañamiento al momento de presentar la reclamación de los servicios a nuestro outsourcing Bupa Global, el cual será un plus que brindaremos a nuestros clientes para servicio completo.

Concepto del producto o servicio

- Que se va a vender: El servicio que comercializaremos es una asistencia única en el mercado, con cobertura a nivel mundial, no maneja límites de cobertura y mejora el tema de las preexistencias.
- Descripción Básica: es una asistencia en viajes con cobertura a nivel mundial, cobertura médica sin restricción, servicio de emergencias de 24 horas los siete días de la semana, libre elección de hospitales, cobertura total sin deducible, franquicia ni copago en cobertura médica. Cobertura de la mayoría de los deportes y las ocupaciones de alto riesgo y con cobertura de enfermedades ya con preexistencias conocida, el cliente paga la totalidad de la consulta y nosotros reembolsamos el 100% de los costos.
 - Especificaciones: Se tomaría por 12 meses, la cobertura se renueva automáticamente una vez que el asegurado retome a su país de origen, ya que esta solo cubre 30 días desde la partida. Una vez retomando su ciudad y si el cliente lo necesita, la cobertura inicia automáticamente, la forma de validar los tiempos es solicitando una copia del pasaporte. Con la aplicación mytravel podrá acceder en todo momento seguro virtual desde un Smartphone o tablet, independientemente de donde se encuentre, donde encontrará información completa de los centros médicos del país donde se encuentre, contacto directo con el departamento de traveler executive 24 horas, acceso directo a los productos, condiciones de la póliza y formularios de solicitud de reembolso.
 - Características:

Cobertura médica

Esta opción le proporciona los siguientes beneficios:

- Cobertura médica sin restricciones
- Tratamiento hospitalario
- Tratamiento ambulatorio
- Evacuación
- Repatriación
- Psicólogo de emergencias en caso de atraco y agresión
- Repatriación compasiva de emergencia
- Acompañamiento
- Expatriación compasiva de emergencia
- Gastos contemplados por la ley en caso de fallecimiento
- Repatriación del fallecido.

Opción de servicios no médicos

Esta opción le proporciona los siguientes beneficios:

- Accidente personal: fallecimiento y
- Discapacidad
- Equipaje: robo, pérdida o daño
- Equipaje retrasado
- Robo de pasaporte y/o dinero (en efectivo)
- Responsabilidad personal: daño de propiedad
- Responsabilidad personal: lesión corporal

- Retraso de un viaje
- Pérdida de conexión de un vuelo
- Beneficio hospitalario diario
- Seguridad y asistencia legal

Opción de cancelación de viajes

Esta opción proporciona cobertura en caso de que no pueda viajar a causa de enfermedad aguda, lesión o fallecimiento.

Estrategia de distribución

Traveler Executive distribuirá su servicio de asistencia por medio de las redes sociales, en este se dará información detallada, anexando imágenes y videos innovadores, presentando promociones, ofertas para captar clientes. Otra herramienta de distribución es la página web, en este se encontrará toda la información de Traveler Executive, se atenderán dudas al cliente, se brinda información de cada servicio, como sus coberturas, exclusiones etc. Se aplica estos canales de distribución ya que actualmente todo se maneja de manera virtual, es más accesible al cliente y en estos podemos constantemente actualizarlos, subiendo información constante, montando novedades para el cliente como nuevas asistencias y nuevos descuentos.

Estrategia de precio

Esta estrategia será realizada con el lanzamiento de nuestro producto, donde realizaremos descuentos por la compra de 3 asistencias, se difundirá por medio de nuestras redes sociales, fidelizar a nuestros clientes con promociones en las asistencias.

Estrategias de promoción

Las estrategias de promoción a implementar en Traveler Executive, es publicidad. Esta implementará vía internet, se utilizará excesivamente por medio de las redes sociales Facebook, Instagram, twitter, YouTube etc. Por medio de estas plataformas se mostrará información de nosotros, igualmente promociones, descuentos, nuevos productos, nuevas formas de pago etc. Para las personas que se contactaron con nosotros recibirán información constante vía correo electrónico donde conocerán nuestros nuevos servicios, descuentos y demás novedades que al cliente le agradara.

Las promociones serán novedosas, se plica promociones por primera compra, 2 por 1, nuevas coberturas más descuentos, por su tercera compra tendrá descuentos, si viaja a países de Europa obtendrá descuento etc. Estos se estarán alimentando contantemente para que el cliente siembre este pendiente de nuestros servicios y su gran número de promociones a los que pueden acceder.

Ilustración 4 Estrategia de Promoción

Otro objetivo de la página web es que el cliente encontrara números de contacto o correos para ser atendido personalmente. En este encontrara opiniones de nuestros clientes y sus experiencias con nosotros.

Para tener una página web excelente y la estrategia sea un éxito para la empresa, la idea principal es contar con un ingeniero de sistemas, el cual realizara la creación de la plataforma, montara toda la información indicada, incorporando innovación para que página sea agradable, confiable y completa para el cliente.

Otra estrategia a aplicar es Facebook, esta plataforma nos ayudara a subir información y captar clientes, el personal de la empresa como nuestro coordinador operativo y técnico tecnológico tendrán acceso a este para actualizaciones y atender novedades.

El objetivo de esta estrategia es que el cliente sienta confianza y que al momento en que nos busque en redes estemos activos y no solo dependamos de la página web.

los anteriores mencionado el 100% son plataformas virtuales, que son la mejor opción ya que en la actualidad son las más vistas y generan menos costos.

Estrategias De Servicio

La opinión y experiencias del cliente con nuestro trabajo es valioso, por lo cual nuestra estrategia para tener y aplicar un buen servicio es, dar prioridad a los comentarios y dudas del cliente, establecer un buen contacto con ellos y satisfacerlos en las necesidades que se puedan presentar.

Una de las estrategias a implementar es capacitación hacia nuestros trabajadores, quienes deben conocer a su totalidad el servicio a ofrecer y la ética con la que tiene que atender a nuestros

clientes. Ellos deberán evaluar las necesidades del cliente y como brindar solución pronta a esa necesidad.

Otra estrategia a incorporar es que los trabajadores serán evaluados, se analizará su servicio al cliente, sus actividades a desarrollar y verificar si ellos están cumpliendo con los objetivos de la empresa.

Con el cumplimiento de los objetivos los trabajadores se les reconocerán por su buen trabajo. Se les reconocerá o recompensaran con bonos de máximo \$ 50.000 o con tiempo libre.

Estas estrategias de servicio serán de obligatorio cumplimiento y se aplicara en la normatividad de la empresa. Esto por ser fundamental para la organización llegando a cumplimiento de metas y objetivos con ayuda de nuestros trabajadores y clientes.

Estrategias de Marketing Digital

Las estrategias a incorporar en Marketing es estar activo en la web y perfiles sociales, esto ayudara a ser más accesibles al cliente y a los trabajadores, las redes sociales brindaran confianza al cliente, en estos solo subiéremos información, imágenes y fotografías. Nuestra estrategia es implementar el medio online correctamente. Ya identificado nuestros clientes que son ejecutivos, postearemos cosas coloquiales y cercanas a los gustos de nuestros viajeros, que nos ayude a que sea agradable al cliente. Nuestro blog lo orientaremos con gustos de nuestros clientes, con un lenguaje profesional.

Una estrategia fundamental es analizar la competencia, verificar que acciones están haciendo y que les ha funcionado y que no, para poderlas aplicar en mejoría en nuestra empresa. En esta estrategia estaremos recolectando información valiosa para hacer cambio y plantear mejoras.

Plantearnos objetivos, esta estrategia nos ayudara a tener metas claras y desarrollar un plan de ejecución. Esta plataforma virtual nos ayudara a descargar informes reales, ver cuántas personas acceden a nuestra página web y poder analizar el número de personas que acceden y cuantos toman nuestro servicio.

Transformar ideas, debemos estar activos e innovar todas las redes, estar en constante actualización adquiriendo información del entorno de la empresa que novedades se presentan y que es lo nuevo a subir en nuestras redes. Debemos tener las redes en constante movimiento y que estas sean cada vez más novedosas y agradables al cliente.

Presupuesto de la mezcla de mercados

Promoción

La estrategia de publicidad con la que se trabajará, será la difusión por medio nuestras redes sociales informando de los descuentos que aplicaremos en días específicos la cual no genera costos, de igual forma la creación de una página Web donde daremos a conocer información detallada de nuestra empresa, información completa del producto a comercializar, esta página tendrá un costo de \$ 400.000 al año. Estos procesos serán tramitados por nuestro publicista.

Ilustración 5: Cotización Pagina Web alimedia

SITIO WEB PLUS**\$ 400.000** /año

Precio normal \$800.000

- 50 gb espacio
- Dominio
- Hasta 6 secciones
- Adaptable a cualquier dispositivo
- Formulario de Contacto
- Enlace a redes sociales
- Administrable
- Chat Whatsapp
- Certificado SSL
- Ubicación Google maps
- 3 cuentas de correo corporativo
- Google Analytics

Proyección de ventas**Tabla proyección de ventas**

Se realiza una proyección de ventas para el año en curso, desde el mes de enero y se desglosara mes a mes, se basara en el control de ventas mensuales, el valor de la comisión los gastos fijos.

Tabla 5; Proyección de ventas. Propia

AÑO	2019	2020	2021	2022	2023
-----	------	------	------	------	------

Unidades de venta	2865	3008	3159	3317	3483
Precio	\$12.175.848	\$12.784.640	\$13.423.872	\$14.095.066	\$14.799.819
Comisión	\$436.060.154	\$457.863.162	\$480.756.320	\$504.794.136	\$530.033.843
Gastos fijos	\$220.800.000	\$231.840.000	\$243.432.000	\$255.603.600	\$268.383.780
total ventas	\$2.907.067.697	\$3.052.421.081	\$3.205.042.136	\$3.365.294.242	\$3.533.558.954
Ganancias	\$215.260.154	\$226.023.162	\$237.324.320	\$249.190.536	\$261.650.063

Justificación de las ventas

Inicialmente Se toma el precio de venta de la asistencia en viajes y se calcula la comisión del 15% negociada con nuestro proveedor, se multiplica el valor de la comisión con la unidad de ventas y por ultimo restamos la suma de estos ítems con los gastos fijos, la unidad de ventas es una cifra real con el análisis del sector. Esta proyección se calcula realizando el primer año mes a mes con un aumento del 5% en la venta de unidades y siguiente a esto en la tabla anual también se realiza el aumento del 5% por cada uno de los años.

Política de Cartera

La política en los plazos de pago para los clientes será de 30 hasta máximo 60 días, que son para las asistencias de contratación anual. Para las asistencias de contratación por días el pago será inmediato a la contratación del servicio.

Ficha Técnica Del Producto O Servicio

Tabla 6 Ficha técnica del servicio. Propia

FICHA TECNICA	
Traveler Executive Broker	
A-) Denominación del bien o servicio	Corredor de asistencia en viajes a nivel internacional, proporcionando un servicio de venta de asistencia en viajes para los ejecutivos y presidentes de compañías.
B-) denominación técnica del bien o servicio	servicio de asistencia en viajes a nivel internacional
C-) Unidad de medida	<p>PERSONAL: Gerente, encargado de liderazgo y control de la empresa, brinda ideas de innovación y desarrolla metas. (1) Coordinador operativo, encargado de hacer cumplir las metas, liderar a su grupo de trabajo, realiza capacitaciones, realiza informes y reporta novedades. dos (2) personas, Técnicos comerciales con total conocimiento del área de seguros, que brinden información exacta a los clientes, personal a cargo de atención al cliente en caso de dudas o requerimientos, contacto con las aseguradoras y emisión de pólizas. dos (2) servicio de Reclamaciones, encargado de la atención del cliente en el momento del siniestro, brindar asesoría, debe analizar el tipo de siniestro, costos y como debe ser mitigado, realiza la notificación a la aseguradora, debe solicitar al cliente documentos y facturas del costo de este para hacer la entrega a la aseguradora para desembolso y confirma aprobación y pago. un soporte tecnológico (1) encargado de la plataforma página web, está al tanto del funcionamiento y actualización de bases de datos de la empresa, ayuda con soporte técnico y computo. En el área administrativa contamos con (1) asistente administrativo, encargado de reclutamiento del personal, contratación, pago de nómina, afiliación etc., organiza agenda del gerente, organiza documentación de la empresa, (1) contador, responsable del estado financiero, debe actualizar los libros contables, realizar documentación tributaria, realiza informes financieros, prepara presupuestos. Y por último el personal de (1) servicios generales, ella está encargada de la limpieza de la oficina, atiende las visitas y a los trabajadores, debe estar atenta a los suministros de aseo.</p> <p>EQUIPOS: la oficina cuenta con 9 computadores portátiles, cada empleado con su respectivo, correspondientes 1 impresora y 9 teléfonos, los demás muebles los suministrara la oficina que contratamos.</p>
D-) Descripción General	ofrecer el servicio especializado en los temas de asistencia en viaje, enfocado en la creación de un producto para mejorar y potenciar los que se ofrecen en el mercado, realizando cobertura en:

	Asistencia Médica Asistencia Médica por accidente Localización de Equipaje Asistencia en extravío y robo de documentos Repatriación Sanitaria Repatriación administrativa Medicamentos Emergencia Dental Repatriación Funeraria Asistencia Legal
Unidad de medida	Horas de prestación de servicio

Estado de Desarrollo

Actualmente Traveler Executive Broker, no está constituida, pero contamos con información relevante del servicio que queremos ofrecer, por lo tanto tenemos un estudio de la legalización de la empresa, quien va hacer el representante legal y como será los tramites en cámara de comercio y RUT, apertura de cuenta bancaria etc.

Nuestro servicio se desarrollar en su totalidad en la página web, por lo que nuestra mayor inversión será en la tecnología, equipos cómputos, impresoras y por ultimo personal con conocimiento del servicio y pagina web. Se realizará cotización de los costos de este proceso para definir costos iniciales.

El personal que se contratara se le realizara capacitación constante donde se le retroalimentara sobre las novedades del servicio, reglamentación, normatividad e explicación de la página web, para mejorar ventas y atención al cliente.

Se alquilara una oficina amoblada donde se desarrollara las actividades y se iniciara con la contratación del personal.

Descripción del proceso

La actividad principal de Traveler Executive Broker es venta de asistencia en viajes. Dentro del funcionamiento de este se encuentran varias etapas y funciones realizadas por distintos trabajadores, los cuales hacen la entrega final del servicio al cliente, estos son:

- Personal técnico: el objetivo de estos empleados es brindar asesoría al cliente que está interesado en tomar el servicio, soluciona todas las dudas del cliente y toma información de este. Adicional solicita al cliente documentación para la inscripción al servicio de asistencia y toma de datos personales del cliente para el pago, afiliación etc. Este tiene un tiempo estimado de una hora y media en la que el cliente ya debe tener su asistencia para su vuelo.
- Personal de reclamaciones: este personal debe atender a los clientes si este tubo un siniestro en el vuelo, el objetivo de este personal es brindar solución pronta al cliente, brindándole asesoría de las coberturas y exclusiones, dar al cliente información de los hospitales a los cuales puede ingresar, giros en caso de pérdida entre otros.
- Coordinador operativo: encargado de las áreas técnica, este debe hacer cumplir metas con su equipo de trabajo y brindar soluciones a sus empleados y gerente. Presenta informes al gerente mostrando movimientos de este.

Ilustración 6 Grafica de procesos



Diagramas de tiempos y movimientos

Este diagrama muestra los movimientos de cada proceso, desde la presentación y ofrecimiento del servicio al cliente hasta el cierre del proceso de acompañamiento en caso de una reclamación a nuestro proveedor, los tiempos descritos son aproximados, ya que pueden variar según la complejidad de cada caso.

Tabla 7; Diagrama de tiempos y movimientos. Propia

					PROCESO
●					venta
				●	Se presenta al cliente el servicio que ofrecemos, resolviendo dudas e inquietudes.
		●			el cliente toma la decisión de tomar la asistencia
			●		se solicita documentos al cliente para contratación
				●	se analizan los documentos
	●				se presenta al cliente cotización y presentación de propuesta, donde el escogerá la mejor aseguradora
				●	se finaliza venta
	●				se hace entrega formalmente, la asistencia de viajes
	●				se realiza facturación
					viaje
	●				cliente se comunica con nosotros para confirmar viaje
				●	se toma información básica del viaje como: lugar de destino, copia de pasaporte, copia del tiquete y confirmación del día de regreso
					reclamaciones
	●				se solicita al cliente información sobre el siniestro
				●	se analiza el tipo de siniestro
				●	se analizan costos
			●		se solicita al cliente documentación
	●				se reporta a la aseguradora
				●	análisis de la aseguradora
				●	confirmación de aprobación
	●				se mitiga siniestro
●					cierre de proceso

Diseño de planta o instalaciones

Estas instalaciones se encuentran ubicadas cerca al parque de la 93, las cuales son oficinas amobladas, contará con 8 cubículos donde encontramos la sala de técnicos el cual será doble, la oficina del coordinador, una sala de descanso, baño, una oficina doble para nuestra sala de reclamaciones, oficina de soporte, una oficina doble para el contador y asistente administrativo, oficina para el gerente y la sala de juntas o capacitación será compartida con las demás personas del piso en que estén las instalaciones, lo mismo para la cafetería.

Ilustración 7; Planta. Propia



NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

Tabla 8; Necesidades y requerimientos. Propia

REQUERIMIENTOS DE MAQUINARIA, EQUIPO, MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Oficina (mes)	1	\$ 2.300.000,00	\$ 2.300.000,00
Computadores portátiles	9	\$ 969.000,00	\$ 8.721.000,00
Impresora	1	\$ 649.000,00	\$ 649.000,00
Teléfonos	9	\$ 43.900,00	\$ 395.100,00
Papelería	1	\$ 230.000,00	\$ 400.000,00

PLAN DE PRODUCCIÓN

Tabla 9; Plan de producción

MES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO
Ventas diarias	6	6	7	7	7	8	8	8	9	9	10	10	96
Ventas semana	45	47	50	52	55	57	60	63	66	70	73	77	716
Unidades de venta	180	189	198	208	219	230	241	253	266	279	293	308	2865
Precio	\$1.014.654	\$1.014.654	\$1.014.654	\$1.014.654	\$1.014.654	\$1.014.654	\$1.014.654	\$1.014.654	\$1.014.654	\$1.014.654	\$1.014.654	\$1.014.654	\$12.175.848
Comisión	\$27.395.658	\$28.765.441	\$30.203.713	\$31.713.899	\$33.299.594	\$34.964.573	\$36.712.802	\$38.548.442	\$40.475.864	\$42.499.657	\$44.624.640	\$46.855.872	\$436.060.154
Gastos fijos	\$18.400.000	\$18.400.000	\$18.400.000	\$18.400.000	\$18.400.000	\$18.400.000	\$18.400.000	\$18.400.000	\$18.400.000	\$18.400.000	\$18.400.000	\$18.400.000	\$220.800.000
total ventas	\$182.637.720	\$191.769.606	\$201.358.086	\$211.425.991	\$221.997.290	\$233.097.155	\$244.752.012	\$256.989.613	\$269.839.094	\$283.331.048	\$297.497.601	\$312.372.481	\$2.907.067.697
Ganancias	\$8.995.658	\$10.365.441	\$11.803.713	\$13.313.899	\$14.899.594	\$16.564.573	\$18.312.802	\$20.148.442	\$22.075.864	\$24.099.657	\$26.224.640	\$28.455.872	\$215.260.154

AÑO	2019	2020	2021	2022	2023
Unidades de venta	2865	3008	3159	3317	3483
Precio	\$12.175.848	\$12.784.640	\$13.423.872	\$14.095.066	\$14.799.819
Comisión	\$436.060.154	\$457.863.162	\$480.756.320	\$504.794.136	\$530.033.843
Gastos fijos	\$220.800.000	\$231.840.000	\$243.432.000	\$255.603.600	\$268.383.780
total ventas	\$2.907.067.697	\$3.052.421.081	\$3.205.042.136	\$3.365.294.242	\$3.533.558.954
Ganancias	\$215.260.154	\$226.023.162	\$237.324.320	\$249.190.536	\$261.650.063

INFRAESTRUCTURA

La infraestructura de la compañía necesaria para llevar a cabo de manera exitosa la producción, es una oficina amoblada en arriendo con 8 cubículos las cuales no llevaran cambios o modificaciones estructurales, ya que se contratan con los módulos necesarios para la operación. Contará con los siguientes equipos de oficina. Solo compraremos los siguientes equipos para iniciar con la operación:

- **Computadores Portátiles**

Computadores portátiles, última generación marca LENOVO S145 AMD A9 14"

Pulgadas por dos unidades, uno para cada puesto

- 2 técnicos comerciales
- 2 reclamaciones
- 1 Soporte Técnico
- 2 contador y Asistente administrativo
- Gerencia
- Coordinador operativo

Características

- Procesador: AMD A9 9425
- Sistema Operativo: Windows 10 Home 64 EM
- Memoria RAM: 4 GB
- Disco Duro: 500 GB
- Pantalla: 14" Pulgadas en HD

Costo del producto: \$ 969.000 cada uno

Mantenimiento: 1 año



Ilustración 8; Computador Lenovo. Ktronic

- **Impresora**

Impresora Multifuncional EPSON L4160 Negro por una unidad,

Características

- Función: imprime, fotocopia y escanea
- Velocidad de Impresión: Neg 10.5ppm/Col 5ppm
- Resolución impresión: 5760 x1440
- Resolución escáner: 1.200x2.400dpi
- Conectividad: USB 2.0. Wifi direct

Costo del producto: \$ 649.000

Mantenimiento: 1 año, cambio de cartuchos cada ** Precio de los cartuchos \$

.

.



Ilustración 9; Impresora Epson. Kronic

- **Teléfonos**

Teléfono Panasonic Alámbrico TS500 Negro por nueve unidades, uno por cada puesto

Características

- Teléfono Panasonic KX-TS500LX1B
- Tecnología: Alámbrico
- Control de Volumen Electrónico
- Remarcación del Último Número
- Volumen de timbre en 3 niveles (desconectado, bajo y alto)

Costo del Producto: \$ 43.900 por Unidad

Panasonic



Ilustración 10; Teléfono Panasonic. Ktronic

Fuerza laboral

Consta de nueve empleados, los técnicos con conocimientos especializados en el producto a comercializar, con el fin de acompañar y dar una asesoría correcta a nuestro cliente. Los demás empleados deben tener conocimientos en sus áreas con el fin de brindar respuestas oportunas a nuestros clientes.

Estado de salud

Se realizará un respectivo examen de ingreso pre ocupacionales según la regulación de la resolución 2346 de 2007, se practicará con la finalidad de que el empleador conozca las condiciones generales de salud (física, mentales y sociales) del trabajador, antes de que sea contratado (Actualícese, 2019). Los riesgos que incurren nuestros empleados el túnel del carpo y algunas lesiones físicas por mala postura en los ambientes laborales, por lo cual se implementaran 2 jornadas de pausas activas al día, cada una de 5 minutos con el fin de prevenir cualquier tipo de enfermedad labora.

Capacitación

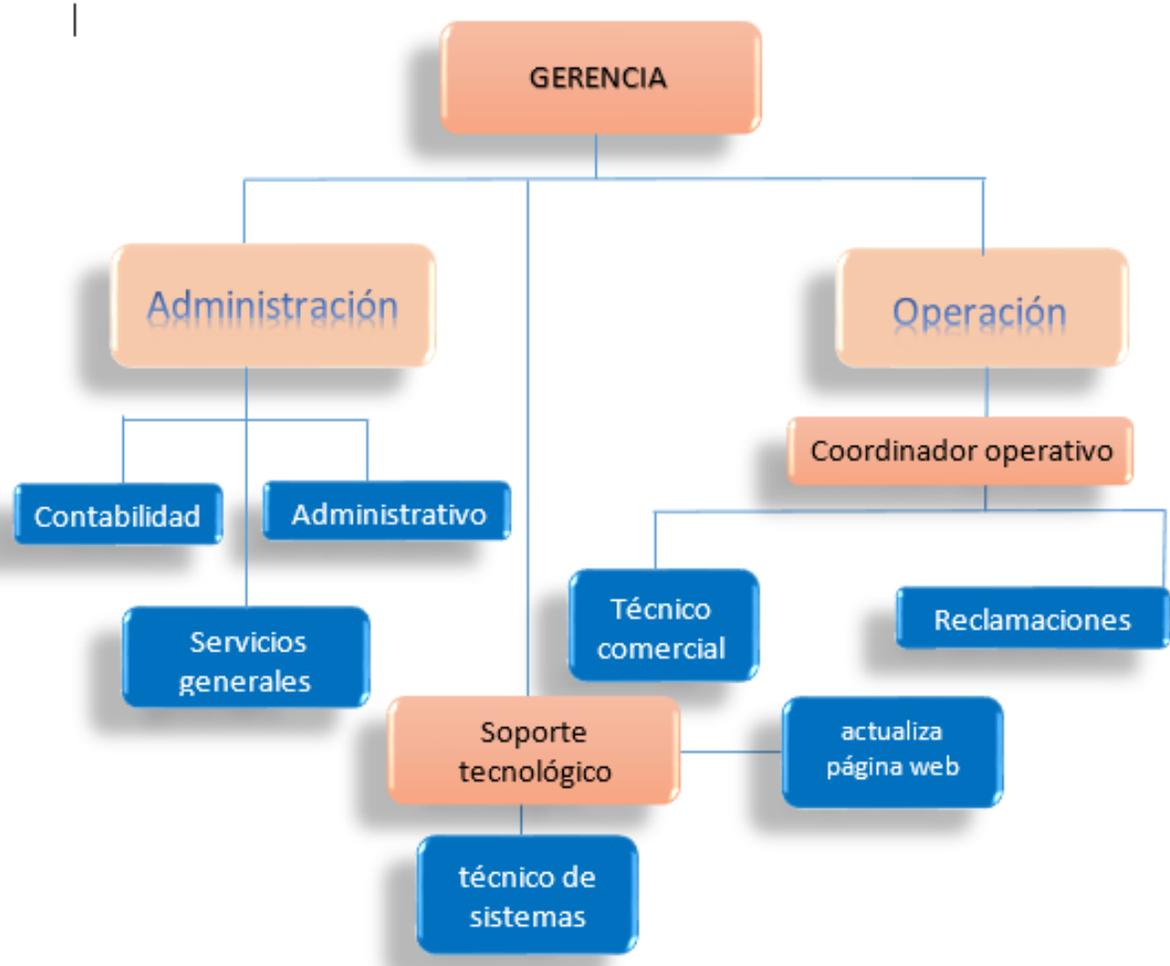
La capacitación para nuestros empleados se coordinará con nuestro proveedor, con el fin de validar cada aspecto necesario para la cotización, emisión y pago de las pólizas, se tendrá en cuenta capacitaciones trimestrales para actualizar la información de los cambios realizados a nuestro producto, de igual forma se realizará mejoras a los procesos operativos.

Modulo Organización

Estructura Organizacional

Se desarrolló un organigrama jerárquico. En este se puede identificar el orden de los cargos, en donde se puede analizar y aplicar el conducto regular de cada área y en la empresa en general. Este esquema ayuda a identificar el orden, estructura y organización de la empresa. En este identificando los líderes de cada área para la implementación de metas y objetivos.

Ilustración 11; Estructura Organizacional. Propio



DOFA

Debilidades

- Entrega incompleta de información al cliente
- recursos financieros limitados
- falta de autonomía en la toma de decisiones
- cambio de lineamientos o proceso de la organización

Fortalezas

- Conocimiento del mercado
- Conocimiento de los clientes potenciales
- Rapidez en atención al cliente
- Modelo de negocio va acorde con las necesidades del mercado

Amenazas

- Desarrollo de nuevas competencias
- Desconfianza al adquirir los productos por temor a inconsistencias
- Novedades positivas en la competencia
- Incrementos de precios en las asistencias, aseguradoras
- caída en la página web

Oportunidades

- variedad de precios y asistencias
- crecimiento del mercado
- buenas expectativas de ingresos económicos.
- Según la encuesta realizada, se incrementará la información en la página web
- Capacitaciones para el conocimiento de las novedades en el mercado.

Estrategias De Debilidades

- Dar capacitación contante a los empleados, para que estos brinden información competa y clara al cliente, y que este no presente dudas en la compra del servicio.
- Se contrata personal profesional con experiencia para los cargos de cartera y administración, los cuales ayudaran a evitar caídas económicas y financieras, evitando estos a perdida de capital.
- Al momento de contratación a cada trabajador se les mostrara la estructura organizaciones de la empresa en general y de cada una de sus áreas de trabajo, como se componen y su estructura jerárquica de cada uno de estos, para no pasar procesos por alto y cumplir con el conducto regular dentro de la empresa.

Estrategias De Amenazas

- Traveler Executive Bróker estará al tanto de las competencias, evaluarla y analizará cada uno de sus actividades y desarrollos, esto ayudará a que estudien nuevos procesos de innovación, para ajustarlos a la captación de clientes y entrar al mercado competitivo.
- Traveler Executive Bróker da capacitación constante a sus trabajadores, dándoles a conocer novedades del servicio, cambio en su normatividad, nuevas coberturas, exclusiones, ética hacia el cliente etc. Brindando confianza al cliente que está tomando la asistencia con nosotros y dando acompañamiento contante por si presenta dudas.
- este sería un impacto negativo para Traveler Executive. Nuestra única forma de venta es por medio de la página web. Para esto contamos con un ingeniero de sistemas el cual está al pendiente de la página evitando caídas del mismo, evitando interrupción en ventas y servicio.

Estrategias De Oportunidades

- Actualmente Traveler Executive cuenta con una página web donde se puede encontrar información de la empresa, como las variedades de servicios que ofrece, como es el proceso de ventas, formas de pago, experiencia de clientes etc. La idea principal es ampliar su publicidad por todos los medios de comunicación como Facebook, Instagram, twitter y cargar videos novedosos y con toda la información relevante a YouTube, se compartirá por todos los medios ya existentes para la ampliación máxima de publicidad. Esta estrategia ayudara hacer más conocidos y que los clientes conozcan que es el servicio sus beneficios y como lo pueden tomar con nosotros

- Traveler Executive innovará constantemente su servicio, brindando variación de servicios y productos al cliente, ofreciéndole varias opciones donde el escogerá el más exequible para él. La estrategia ayudara al que el cliente con mucho o poco dinero tome una asistencia completa con nosotros.

Estrategias De Fortalezas

- Traveler Executive, analiza cada cliente que tomamos y de estos se hace un informe donde detectamos cuales son los países donde viajan constantemente, cargos laborales de cada uno de ellos, con esta información adquirimos conocimiento de cómo debemos enviar publicidad y analizar cómo llegar a ellos para captar futuros clientes viajeros con nuestras asistencias.
- Traveler Executive para vender su servicio está en constante estudio del mercado, se analiza diariamente movimientos en bolsa, a nivel nacional, cuales asistencias se venden más y cuáles no, que novedades de este servicio están funcionando en otras partes del mundo para aplicarlo en el nuestro etc. Estamos todos los días aprendiendo y aplicando para nosotros un conocimiento amplio del mercado a nivel mundial.

Impacto Principal

El impacto principal detectado es que encontramos mucha competencia. En Colombia actualmente ya se encuentran empresas que se dedican ofreciendo el mismo servicio y detectamos que son más novedosos y cuentan con más publicidad.

Estrategia Principal

La estrategia principal de Traveler Executive es ser uno de los mejores en ventas y servicios de asistencia a nivel nacional, destacándonos por ventas de calidad, rapidez y ética hacia los clientes. Siendo líderes en competitividad y excelencia en el mercado nacional. Traveler Executive renovará su publicidad en el cual se dará a conocer por todos los medios electrónicos actuales existentes.

Estructura Organizacional

Este punto se encuentra incluido en el anexo (Punto 11)

En la gráfica representada se visualiza el orden gerencial de la empresa. En este se detalla los cargos en su orden. Este nos ayuda a aplicar el conducto regular para transmitir cualquier información. En este se refleja cada mando indicando la dirección y los cargos manejados por este. En este tipo de gráficos realiza para enfatizar las relaciones jerárquicas de Traveler Executive Broker.

En la imagen se evidencia todos los trabajadores, como líderes de área y sus colaboradores en cada uno de ellos evidenciando líneas de mando.

Aspectos Legales

Nombre: El nombre comercial de la empresa será registrado como Traveler Executive Broker

Tipo de sociedad: Sociedad por acciones simplificadas (SAS)

En el siguiente cuadro podremos observar los pasos que se deben realizar para la legalización de una empresa en Colombia

Tabla 10; Aspectos Legales. Propia

ITEM	DESCRIPCION	VALOR
Minuta de constitución o carta de intención	La minuta es realizada por un Contador Público y no tiene ningún valor. Su entrega es inmediata	Ningún costo
Cámara de comercio	CERTIFICADO DE HOMONIMIA. Tiempo: tres (3) días hábiles después de llevar el formulario diligenciado correctamente.	El formato o formulario es gratuito, se paga en la Caja de la Cámara la suma de \$ 3.500
Escritura pública	Escritura pública	\$2000 por cada hoja, se paga de acuerdo al monto del capital 2.7 por mil $(2.7/1000) + \$ 5.730$ (constante). \$ 1.500 al fondo de notariado y \$ 1.500 a la Superintendencia de Notariado y Registro Público.
Inscripción ante la cámara de comercio	Inscripción ante la cámara de comercio	\$ 3000
Registro único tributario (RUT) Gratuito	Registro único tributario (RUT) Gratuito	Gratuito

La autoridad de supervisión de la actividad aseguradora en Colombia es la Superintendencia Financiera de Colombia, que es un organismo de carácter técnico adscrito al

Ministerio de Hacienda y Crédito Público, mediante el cual el Presidente de la República ejerce la inspección, vigilancia y control sobre las personas que realicen la actividad financiera y aseguradora en Colombia (artículo 325, numeral 1 del Estatuto Orgánico del Sistema Financiero EOSF).

Hacen parte del sector asegurador colombiano las compañías y cooperativas de seguros, las compañías de reaseguros, los intermediarios de seguros y los intermediarios de reaseguros.

Los intermediarios de seguros abarcan las sociedades corredoras de seguros (que se pueden constituir únicamente bajo la forma de sociedades anónimas mercantiles y tienen objeto social exclusivo), las agencias de seguros y los agentes (personas naturales) de seguros.

Constitución empresa y aspectos legales

- Verificar la disponibilidad del nombre de la empresa ante la cámara de comercio
- Iniciar con el proceso de emisión de cámara de comercio, se registrará el nombre de la empresa y se asignará el NIT
- Clasificar la actividad económica
- Escoger el tipo de sociedad que se va a constituir
- Iniciar con trámite ante la DIAN, emitir RUT con el nombre de la empresa, accionistas, actividad principal y secundaria. Emitir firma electrónica para facturación y futuras declaraciones de renta.
- Realizar los trámites ante la notaría pública, registrando acta de constitución de la misma, donde se debe registrar nombre o razón social, objeto social de la empresa, nacionalidad, duración aporte de capital, domicilio, utilidades, caudales de disolución etc. (persona jurídica)

- Salir de la notaria con la documentación autenticada. (persona jurídica)
- Matricular la sociedad en el registro mercantil de la cámara de comercio. Este proceso identifica el tipo de comercio de la empresa y es de obligatorio cumplimiento, se tiene que renovar cada año
- Registrar ante la cámara de comercio los libros contables
- Abrir una cuenta bancaria, donde se reflejará los movimientos de la empresa. (Ingresos, egresos)

Costos Administrativos

Las siguientes tablas describen de manera mensual y anual, el gasto de personal (salario y primas de la parte administrativa) de Traveler Executive Broker

Tabla 11 Costos administrativos.Propia

Puesto	Mensual	Anual
Gerente	\$4.000.000	\$48.000.000
Asistente administrativo	\$1.200.000	\$14.400.000
Contador	\$1.200.000	\$14.400.000
Coordinador operativo	\$2.000.000	\$24.000.000
Técnico comercial 1	\$1.200.000	\$14.400.000
Técnico comercial 2	\$1.200.000	\$14.400.000
Técnico reclamaciones 1	\$1.200.000	\$14.400.000
Técnico reclamaciones 2	\$1.200.000	\$14.400.000
Técnico de soporte	\$2.000.000	\$24.000.000
servicios generales	\$900.000	\$10.800.000
TOTAL	\$16.100.000	\$193.200.000

El tipo de contratación será a término indefinido para todo el personal, exceptuando contabilidad, ya que este puesto estará contratado por prestaciones sociales. El personal contratado a término indefinido estará afiliado a salud, pensión y cesantías, pagado de la siguiente manera:

- Salud = (Empleado 8.5 % - Empleador 4 %)
- Pensión= (Empleado 12 % - Empleador 4 %)
- Prima= Se pagara en junio y diciembre

Aportes Parafiscales:

ARP = 0.522%

ICBF = 3%

SENA = 2%

Caja de compensación familiar = 4%

Tabla gastos de personal

Se tomara los pagos por conceptos de salarios (sueldo, prestaciones sociales, prima, subsidio, parafiscales), identificando los valores mensuales durante el primer año.

Tabla 12 GASTOS DE PERSONAL. Propia

CARGO	DEVENGADO			DEDUCCIONES					Total a pagar
	Datos Básicos		Total Devengado	Aportes Salud		Aportes Pensión		Total Deducciones	
	Sueldo Básico	Días trabajados mes		Aporte obligatorio a salud (4%)	Entidad a la que se esta afiliado	Aporte obligatorio a pension (4%)	Entidad a la que se esta afiliado		
Gerente General	\$ 4.000.000	30	\$ 4.000.000	\$ 200.000	FAMISANAR	\$ 160.000	PROTECCION	\$ 360.000	\$ 3.640.000
Asistente administrativo	\$ 1.200.000	30	\$ 1.200.000	\$ 48.000	SANITAS EPS	\$ 48.000	PROTECCION	\$ 96.000	\$ 1.104.000
Contador	\$ 1.200.000	30	\$ 1.200.000	\$ 48.000	SANITAS EPS	\$ 48.000	PROTECCION	\$ 96.000	\$ 1.104.000
Coordinador Operativo	\$ 2.000.000	30	\$ 2.000.000	\$ 80.000	COMPENSAR EPS	\$ 80.000	PORVENIR	\$ 160.000	\$ 1.840.000
Técnico comercial (1)	\$ 1.200.000	30	\$ 1.200.000	\$ 48.000	FAMISANAR	\$ 48.000	PROTECCION	\$ 96.000	\$ 1.104.000
Técnico comercial (2)	\$ 1.200.000	30	\$ 1.200.000	\$ 48.000	FAMISANAR	\$ 48.000	COLFONDOS	\$ 96.000	\$ 1.104.000
Técnico reclamaciones (1)	\$ 1.200.000	30	\$ 1.200.000	\$ 48.000	SANITAS EPS	\$ 48.000	PROTECCION	\$ 96.000	\$ 1.104.000
Técnico reclamaciones (2)	\$ 1.200.000	30	\$ 1.200.000	\$ 48.000	COMPENSAR EPS	\$ 48.000	PROTECCION	\$ 96.000	\$ 1.104.000
Técnico soporte	\$ 2.000.000	30	\$ 2.000.000	\$ 80.000	SANITAS EPS	\$ 80.000	PORVENIR	\$ 160.000	\$ 1.840.000
Servicios generales	\$ 900.000	30	\$ 900.000	\$ 36.000	COMPENSAR EPS	\$ 36.000	COLFONDOS	\$ 72.000	\$ 828.000
TOTALES			\$ 16.100.000	\$ 684.000		\$ 644.000			\$ 14.772.000

Tabla de gastos de puesta en marcha

A continuación se establecen los gastos necesarios que la empresa tendrá que hacer para poder iniciar sus operaciones:.

Tabla 13 Tabla gastos puesta en marcha. Propia

CANTIDAD	DESCRIPCION	COSTO UNITARIO
1	ARRIENDO OFICINA AMOBLADA	\$ 2.300.000
1	PAPELERIA	\$ 400.000

CANTIDAD	DESCRIPCION	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
9	COMPUTADOR PORTATIL LENOVO	\$ 969.000	\$ 8.721.000
9	TELÉFONOS ALAMBRICOS	\$ 43.900	\$ 395.100
3	IMPRESORA EPSON	\$ 969.000	\$ 2.907.000
TOTAL ANUAL			\$ 12.023.100

✓ Arriendo oficina amoblada: Calle 93, la cual contara con todos los muebles, servicios y espacios para nuestros empleados necesarios, para iniciar las labores.

Total arriendo mensual: \$2.300.000.

✓ Equipos de oficina: compra de 9 equipos portátiles cada uno por valor de \$ 969.000, compra de 9 teléfonos alámbricos por valor de \$ 43.900

Total equipos de oficina: \$ 9.116.100

✓ Papelería: 10 unidades de resma hoja carta \$50.000 , 10 unidades caja esfero \$ 15.000, 10 unidades caja lápices \$ 10.000, 4 unidades de calculadoras \$ 40.000

Total Papelería: \$230.000

Tabla de gastos anuales de administración

Los gastos administrativos valorizados en forma anual, como arriendo, publicidad y gastos de personal.

- Gatos de personal se calculan mensualmente y se proyectan a un año

Tabla 14 Gastos personal anuales.Propia

CARGO	NOMINA PROYECTADA AÑO 1								
	Sueldo Básico	Aporte obligatorio a CAJA COMP (4%)	Aporte obligatorio a pension (12%)	Cesantias	Intereses de Cesantias	prima	Vacaciones	Total prestacional	Total a pagar
Gerente General	\$ 48.000.000	\$ 1.920.000	\$ 5.760.000	\$ 4.000.000	\$ 480.000	\$ 4.000.000	\$ 2.000.000	\$ 18.160.000	\$ 66.160.000
Asistente administrativo	\$ 14.400.000	\$ 576.000	\$ 1.728.000	\$ 1.200.000	\$ 144.000	\$ 1.200.000	\$ 600.000	\$ 5.448.000	\$ 19.848.000
Contador	\$ 14.400.000	\$ 576.000	\$ 1.728.000	\$ 1.200.000	\$ 144.000	\$ 1.200.000	\$ 600.000	\$ 5.448.000	\$ 19.848.000
Coordinador Operativo	\$ 24.000.000	\$ 960.000	\$ 2.880.000	\$ 2.000.000	\$ 240.000	\$ 2.000.000	\$ 1.000.000	\$ 9.080.000	\$ 33.080.000
Técnico comercial (1)	\$ 14.400.000	\$ 576.000	\$ 1.728.000	\$ 1.200.000	\$ 144.000	\$ 1.200.000	\$ 600.000	\$ 5.448.000	\$ 19.848.000
Técnico comercial (2)	\$ 14.400.000	\$ 576.000	\$ 1.728.000	\$ 1.200.000	\$ 144.000	\$ 1.200.000	\$ 600.000	\$ 5.448.000	\$ 19.848.000
Técnico reclamaciones (1)	\$ 14.400.000	\$ 576.000	\$ 1.728.000	\$ 1.200.000	\$ 144.000	\$ 1.200.000	\$ 600.000	\$ 5.448.000	\$ 19.848.000
Técnico reclamaciones (1)	\$ 14.400.000	\$ 576.000	\$ 1.728.000	\$ 1.200.000	\$ 144.000	\$ 1.200.000	\$ 600.000	\$ 5.448.000	\$ 19.848.000
Técnico soporte	\$ 24.000.000	\$ 960.000	\$ 2.880.000	\$ 2.000.000	\$ 240.000	\$ 2.000.000	\$ 1.000.000	\$ 9.080.000	\$ 33.080.000
Servicios generales	\$ 10.800.000	\$ 432.000	\$ 1.296.000	\$ 900.000	\$ 108.000	\$ 900.000	\$ 450.000	\$ 4.086.000	\$ 14.886.000
TOTAL ADMINISTRATIVOS	\$ 144.000.000							\$ 73.094.000	\$ 144.000.000
TOTALES									\$ 410.294.000

Para los gastos administrativos y costos mensuales serán proyectados con un aumento del 5%, mensual, exceptuando el arriendo el cual está proyectado el ajuste del IPC del 3.3%.

Tabla 15 Tabla Costos mensuales. Propia

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PAGINA WEB	\$ 400.000	\$ 420.000	\$ 441.000	\$ 463.050	\$ 486.203
ARRIENDO OFICINA AMOBLADA	\$ 27.600.000	\$ 28.510.800	\$ 29.451.656	\$ 30.423.561	\$ 31.427.539
PAPELERIA	\$ 400.000	\$ 413.200	\$ 426.836	\$ 440.921	\$ 455.472

Ingresos

Alimentar tabla de recursos

Tabla 16; Balance General. Propia

TRAVELER EXECUTIVE BROKER
NIT. 900.000.000 - 0

Proyección Estado de Situación Financiera
Información en pesos colombianos

Activo	Nota	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<i>Activo Corriente</i>						
Efectivo y equivalentes		2.692.622.967	4.568.610.166	6.535.633.205	8.597.925.553	10.759.890.043
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar		0	0	0	0	0
Activo por Impuesto Corriente		23.256.542	24.419.369	25.640.337	26.922.354	28.268.472
Inventarios		0	0	0	0	0
Otros activos corrientes		0	0	0	0	0
Total Activo corriente		2.715.879.509	4.593.029.534	6.561.273.542	8.624.847.907	10.788.158.514
<i>Activo no Corriente</i>						
Propiedades, planta y equipo		12.023.100	12.023.100	12.023.100	12.023.100	12.023.100
(-) Depreciación		-2.404.620	-4.809.240	-7.213.860	-9.618.480	-12.023.100
Propiedades, planta y equipo, neta		9.618.480	7.213.860	4.809.240	2.404.620	0
Impuesto diferido		0	0	0	0	0
Intangibles		0	0	0	0	0
Total Activo no Corriente		9.618.480	7.213.860	4.809.240	2.404.620	0
Total Activo		2.725.497.989	4.600.243.394	6.566.082.782	8.627.252.527	10.788.158.514

Pasivo						
<i>Pasivo Corriente</i>						
Obligaciones financieras		-				-
Acreedores Comerciales y otras cuentas por pagar						
Pasivo por Impuesto Corriente		874.094.122	917.243.535	962.559.760	1.010.171.222	1.060.219.224
Beneficios a empleados		0	0	0	0	0
Otros Pasivos Corrientes		0	0	0	0	0
Total Pasivo Corriente		874.094.122	917.243.535	962.559.760	1.010.171.222	1.060.219.224
<i>Pasivo no Corriente</i>						
Impuesto diferido						
Obligaciones financieras - Préstamos		43.316.297	35.886.504	26.541.036	14.785.963	0
Total Pasivo no Corriente		43.316.297	35.886.504	26.541.036	14.785.963	0
Total Pasivo		917.410.420	953.130.039	989.100.796	1.024.957.185	1.060.219.224
Patrimonio						
Capital		33.411.624	33.411.624	33.411.624	33.411.624	33.411.624
Reservas		0				0
Utilidades retenidas		0	1.774.675.945	3.636.958.273	5.591.246.271	7.642.199.965
Resultado del ejercicio		1.774.675.945	1.862.282.328	1.954.287.998	2.050.953.694	2.152.566.303
Utilidad (Pérdidas) acumulada						
Total Patrimonio		1.808.087.569	3.670.369.897	5.624.657.895	7.675.611.589	9.828.177.892
Total pasivo y patrimonio		2.725.497.989	4.623.499.936	6.613.758.692	8.700.568.774	10.888.397.115
		0	- 23.256.541	- 47.675.910	- 73.316.247	- 100.238.601

El objetivo de los estados financieros es suministrar una información clara acerca de la situación y rendimientos financieros de la empresa, con este balance logramos identificar los activos y pasivos de la empresa con el análisis del patrimonio, según lo proyectado se cuenta con

unos activos corrientes de \$ 2.715.879.509, el cual se incrementara importante cada año. La empresa muestra solvencia y solides, ya que su patrimonio inicial es de \$1.808.087.569.

Egresos

Tabla de egresos, como se genera

El análisis para la puesta en marcha de la compañía se realizó utilizando un horizonte de tiempo de 5 años, El capital necesario para la inversión inicial es de \$ 49.223.100. El valor para pagos de nómina de dos meses por valor de \$ 16.100.000, el arriendo de la oficina amoblada por dos meses el cual está por valor de \$ 2.300.000, la adquisición de activos fijos el cual tiene un valor de \$ 12.023.100 y la implementación de la página web por valor de \$400.000.

Tabla 17 Tabla gastos puesta en marcha. Propia

CANTIDAD	DESCRIPCION	COSTO UNITARIO
1	ARRIENDO OFICINA AMOBLADA	\$ 2.300.000
1	PAPELERIA	\$ 400.000

CANTIDAD	DESCRIPCION	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
9	COMPUTADOR PORTATIL LENOVO	\$ 969.000	\$ 8.721.000
9	TELÉFONOS ALAMBRICOS	\$ 43.900	\$ 395.100
3	IMPRESORA EPSON	\$ 969.000	\$ 2.907.000
TOTAL ANUAL			\$ 12.023.100

Tabla 18 GASTOS DE PERSONAL. Propia

CARGO	DEVENGADO			DEDUCCIONES					Total a pagar
	Datos Básicos		Total Devengado	Aportes Salud		Aportes Pensión		Total Deducciones	
	Sueldo Básico	Días trabajados mes		Aporte obligatorio a salud (4%)	Entidad a la que se esta afiliado	Aporte obligatorio a pensión (4%)	Entidad a la que se esta afiliado		
Gerente General	\$ 4.000.000	30	\$ 4.000.000	\$ 200.000	FAMISANAR	\$ 160.000	PROTECCION	\$ 360.000	\$ 3.640.000
Asistente administrativo	\$ 1.200.000	30	\$ 1.200.000	\$ 48.000	SANITAS EPS	\$ 48.000	PROTECCION	\$ 96.000	\$ 1.104.000
Contador	\$ 1.200.000	30	\$ 1.200.000	\$ 48.000	SANITAS EPS	\$ 48.000	PROTECCION	\$ 96.000	\$ 1.104.000
Coordinador Operativo	\$ 2.000.000	30	\$ 2.000.000	\$ 80.000	COMPENSAR EPS	\$ 80.000	PORVENIR	\$ 160.000	\$ 1.840.000
Técnico comercial (1)	\$ 1.200.000	30	\$ 1.200.000	\$ 48.000	FAMISANAR	\$ 48.000	PROTECCION	\$ 96.000	\$ 1.104.000
Técnico reclamaciones (2)	\$ 1.200.000	30	\$ 1.200.000	\$ 48.000	FAMISANAR	\$ 48.000	COLFONDOS	\$ 96.000	\$ 1.104.000
Técnico reclamaciones (1)	\$ 1.200.000	30	\$ 1.200.000	\$ 48.000	SANITAS EPS	\$ 48.000	PROTECCION	\$ 96.000	\$ 1.104.000
Técnico reclamaciones (2)	\$ 1.200.000	30	\$ 1.200.000	\$ 48.000	COMPENSAR EPS	\$ 48.000	PROTECCION	\$ 96.000	\$ 1.104.000
Técnico soporte	\$ 2.000.000	30	\$ 2.000.000	\$ 80.000	SANITAS EPS	\$ 80.000	PORVENIR	\$ 160.000	\$ 1.840.000
Servicios generales	\$ 900.000	30	\$ 900.000	\$ 36.000	COMPENSAR EPS	\$ 36.000	COLFONDOS	\$ 72.000	\$ 828.000
TOTALES			\$ 16.100.000	\$ 684.000		\$ 644.000			\$ 14.772.000

Costos anualizados administrativos, gastos de personal anualizado

En las siguientes tablas podemos observar los costos anuales en que incurrida la empresa.

Tabla 19 Gastos anuales. Propia

CANTIDAD	DESCRIPCION	COSTO UNITARIO	1 AÑO	2 AÑO	3 AÑO	4 AÑO	5 AÑO
1	ARRIENDO OFICINA AMOBLADA	\$ 2.300.000	\$ 27.600.000	\$ 28.510.800	\$ 29.451.656	\$ 30.423.561	\$ 31.427.539
1	PAPELERIA	\$ 400.000	\$ 400.000	\$ 413.200	\$ 426.836	\$ 440.921	\$ 455.472
TOTAL ANUAL			\$ 56.924.000	\$ 28.924.000	\$ 29.878.492	\$ 30.864.482	\$ 31.883.010
	DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
	PAGINA WEB	\$ 400.000	\$ 420.000	\$ 441.000	\$ 463.050	\$ 486.203	
	TOTALES	\$ 400.000	\$ 420.000	\$ 441.000	\$ 463.050	\$ 486.203	

Capital trabajo

Alimentar tabla de capital de trabajo

Permite conocer los recursos que requiere la empresa para comprar equipos fijos, pago de arriendos, gastos administrativos, mientras se vende, de acuerdo a las proyecciones de ventas para cubrir las deudas adquiridas.

Tabla 20; Capital de trabajo. Propia

TRAVELER EXECUTIVE BROKER					
NIT. 900.000.000 - 0					
Estado de Flujo de Efectivo a partir de utilidad antes de impuestos					
Informacion en pesos colombianos					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE EFECTIVO PROVISTO POR LAS ACTIVIDADES DE OPERACIÓN					
Utilidad Antes de Impuesto	2.648.770.067	2.779.525.863	2.916.847.759	3.061.124.916	3.212.785.526
Ajustes para conciliar la utilidad neta y el flujo de operaciones					
Depreciación	2.404.620	2.404.620	2.404.620	2.404.620	2.404.620
Amortización	0	0	0	0	0
Provisión cuentas por cobrar	0	0	0	0	0
Cambio en activos y pasivos	2.404.620	2.404.620	2.404.620	2.404.620	2.404.620
Disminución (aumento) en cuentas por cobrar	0	0	0	0	0
Disminución (aumento) en inventarios	0	0	0	0	0
(Disminución) aumento en cuentas por pagar	0	0	0	0	0
(Disminución) aumento en pasivo por imp. cte	0	-874.094.122	-917.243.535	-962.559.760	-1.010.171.222
Aumento en otros pasivos	0	0	0	0	0
Total efectivo provisto por las actividades de operación	0	-874.094.122	-917.243.535	-962.559.760	-1.010.171.222
FLUJO DE EFECTIVO EN ACTIVIDADES DE INVERSION					
Adquisición de activos fijos	-12.023.100	0	0	0	0
Disminución (Aumento) de otros activos	0	0	0	0	0
Disminución (Aumento) de inversiones	0	0	0	0	0
Disminución (Aumento) en Activos Recibidos en Leasing	0	0	0	0	0
Total efectivo utilizado en las actividades de inversión	-12.023.100	0	0	0	0
FLUJO DE EFECTIVO EN ACTIVIDADES DE INVERSION					
Adquisición de activos fijos	-12.023.100	0	0	0	0
Disminución (Aumento) de otros activos	0	0	0	0	0
Disminución (Aumento) de inversiones	0	0	0	0	0
Disminución (Aumento) en Activos Recibidos en Leasing	0	0	0	0	0
Total efectivo utilizado en las actividades de inversión	-12.023.100	0	0	0	0
FLUJO DE EFECTIVO EN LAS ACTIVIDADES DE FINANCIACION					
Aportes de los accionistas	33.411.624	0	0	0	0
(Disminución) aumento en obligaciones financieras	43.316.297	-7.429.794	-9.345.468	-11.755.073	-14.785.963
Distribución de utilidades	0	0	0	0	0
Total efectivo utilizado en las actividades de financiación	76.727.921	-7.429.794	-9.345.468	-11.755.073	-14.785.963
FLUJO NETO DE EFECTIVO (UTILIZADO) PROVISTO	2.715.879.509	1.900.406.567	1.992.663.376	2.089.214.703	2.190.232.961
EFFECTIVO DISPONIBLE AL INICIO DEL AÑO	0	2.715.879.509	4.616.286.076	6.608.949.452	8.698.164.154
EFFECTIVO DISPONIBLE AL FINAL DEL AÑO	2.715.879.509	4.616.286.076	6.608.949.452	8.698.164.154	10.888.397.115

Plan operativo

Cronograma de actividades

En el siguiente cronograma se puede identificar el tiempo de cada actividad a desarrollar antes de la entrega de la venta final. La idea es entregar el servicio lo más pronto posible al cliente, mejorando constantemente los tiempos. En la imagen se analiza las actividades y el tiempo estimado de cada una de estas. El área técnica tiene un promedio de hora y media para la entrega del servicio, el área de reclamaciones un promedio de dos horas. Esta imagen nos ayuda a identificar tiempos e implementar mejoras.

Tabla 21; Cronograma de actividades. Propio

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES										
		venta				siniestro				
		inicia 31/08/2019				inicia 31/10/2019				
HORAS		finaliza 31/08/2019				finaliza 31/10/2019				
área de trabajo	actividades	02:00	02:30	03:00	03:30	04:00	04:30	05:00	05:30	06:00
área técnica	venta									
	solicitud de documentos									
	análisis de documentos									
	se hace la entrega formal de asistencia									
	se realiza facturación									
reclamaciones	atención al cliente									
	toma información sobre el siniestro									
	solicita al cliente documentos									
	verifica coberturas y costos									
	confirma aprobación									
	se realiza pago al cliente									
	confirmación									
	sierre									
cartera	confirma pago del cliente									
	confirma consignación del siniestro al cliente									

Metas sociales

- Hacer cumplir los deberes y derechos de los empleados y clientes de la empresa.

La empresa debe cumplir con los deberes y derechos de cada uno de los empleados, ellos al firmar contrato de les debe cumplir ante la ley.

- Hacer uso adecuado de mis deberes y derechos como ciudadano de bien, teniendo presente el respeto hacia los demás

Se apoyará en los proyectos comunitarios de la localidad, generando más interés social en la comunidad. Se brindará apoyo al barrio en donde esté ubicada la oficina, siendo participes en actividades de la comunidad y participación de estos.

- se realizará dentro de la oficina actividades que incentiven el trabajo en equipo.

Se realizará pausas activas, celebración de días especiales como cumpleaños, amor y amistad, Halloween entre otros.

- Reducir el abandono de animales. El grupo de trabajo participara en las actividades de adopción que realiza la comunidad.

- En la oficina el próximo año no utilizará papel, todo será virtual, se incentivará a los empleados en el cuidado del medio ambiente. Este es un objetivo claro en el cual todos los trabajadores deberán participar, dejar el papel por todo virtual, esta es una iniciativa para el cuidado del medio ambiente.

Aportes del plan de negocio al plan nacional de desarrollo

Se presentará un proyecto social en donde se propone al apoyo a personas que viven es estado de pobreza. Se realizará una propuesta ejecutada por todos los integrantes de la empresa donde analizáramos un sector de pobreza cerca de la oficina. En este se analizará

cómo podemos ayudar a estas personas con dinero, ropa, mercado entre otros y verificar como se iniciará la ejecución de este, como se recolectará dichos beneficios a entregar y como hacer la entrega a estas personas. Esta actividad se realizará dos veces al año.

Número de empleos indirectos

El personal que no tendrá contrato directo con la empresa son:

- 1- Asesor jurídico: la empresa no cuenta con el cargo de abogado dentro de la estructura organizacional, este será contactado en casos solicitados, para brindar asesoría y aportes la compañía.
- 2- Publicidad: se tendrá contacto experto con un experto en publicidad digital, el cual será contactado en momentos de hacer innovación en sus publicidades o asesoría para ello.

Impactos

Impacto económico

Los impactos económicos que afectan directamente a Traveler Executive Broker son los siguientes:

- Incremento en los impuestos: es común escuchar nuevos impuestos y aumento de estos en Colombia, nos afecta directamente ya que del capital e ingresos de la empresa nos toca pagar los impuestos para evitar inconvenientes con el estado.

- Competencia: este impacto genera que para alcanzar un buen nivel de la competencia tenemos que invertir en innovación de nuestros servicios, el cual puede generar altos costos.
- Inflación: si el país genera alta inflación la empresa se afectará directamente, sus servicios subirán de costo generando menos ventas e ingresos.

Impacto social

Evitar cambios que puedan afectar el ambiente de los trabajadores realizar actividades donde los trabajadores conocerán más de cada uno e implementar el trabajo en equipo

Realización de prácticas culturales y ambientales

Impacto ambiental

En Traveler Executive bróker afectamos al medio ambiente por la utilización de papel, aún utilizamos impresos, lo cual debemos eliminar como objetivo el próximo año.

Otro impacto negativo hacia el medio ambiente en el consumo excedo de luz, en todo momento estamos usando luz en nuestros computadores, oficinas, celulares etc.

El reciclaje se implementa en la empresa ayudando a la distribución correcta de los desechos de los trabajadores en la oficina.

Resumen ejecutivo

Concepto del Negocio

Nuestra principal actividad económica es, Actividades de agentes y corredores de seguros, correspondiente al código CIIU 6621

Misión

Ser la mejor empresa en ventas de asistencia a nivel nacional, con alta experiencia en satisfacción de clientes. Ofreciendo servicios de calidad y continua innovación. Impulsándonos por el buen mercado del país.

Visión

Ser el corredor de seguros preferido en el mercado colombiano, destacándonos por confiabilidad, atención al cliente, innovación y cumplimiento. En 2021 ser líderes a nivel nacional en las mejores ventas de asistencias ya iniciado nuestros servicios en el exterior.

Valores Corporativos

Los valores de Traveler Executive bróker son:

- **Lealtad:** Nuestro compromiso es con la empresa. Garantizando los derechos individuales y colectivos.
- **Iniciativa:** Aprovechamos las oportunidades y perseguimos los objetivos, cumpliendo con mejor expectativa al cliente.
- **Compromiso:** cumplir con el cliente y empresa en el servicio que ofrecemos.

- **Transparencia:** ofrecer un servicio claro, preciso y veraz, en el cual el cliente se siente seguro de nosotros.
- **Efectividad:** lograr resultados con calidad y cumplimiento, con nuestros clientes y empresa.
- **respeto:** La persona por encima de todo

Objetivos

Objetivo general

- Ser líder en ventas de asistencia en Colombia, con personal de alta calidad y servicio.

Objetivo Específicos

- Garantizar al 100% los servicios ofrecidos a nuestros clientes.
- Obtener ganancias satisfactorias
- Alcanzar metas y objetivos de ventas
- Ser reconocidos por las personas viajeras
- Estar en los primeros puestos en competitividad

Función social

Como mencionamos en metas sociales nosotros Traveler Executive bróker apoyará a la comunidad en actividades que se realicen en pro de beneficios para personas de la localidad o personas en estado de pobreza, esta iniciativa se realizará en medios de actividades ejecutadas por los trabajadores.

Mercado Objetivo

Nuestro mercado objetivo son turistas o viajeros ejecutivos. Nuestra misión es llegar a ellos, ofreciendo nuestro servicio para poderles satisfacer en necesidades que se les puede presentar durante el viaje en el exterior. Ellos son nuestros principales clientes a los cuales debemos brindarles nuestros servicios. Con ellos alcanzar los objetivos y metas de Traveler executive bróker.

Potencial del mercado en cifras

Según nuestro análisis de estudio se identificó que las regiones que viaja más al exterior son:

- Bogotá: 2.167.963
- Atlántico: 451.542
- Bolívar: 262.071

Los países que más visitan los colombianos, son:

- 1- Estados Unidos
- 2- México
- 3- Panamá
- 4- Asia

5- Europa central

El 80% son turistas y el 11% trabajo. En el año 2017 Assist Card la mayor corredora de asistencia en Colombia obtuvo un ingreso total de \$26.000 millones. En el año 2018, un total de 2,3 millones de colombianos viajaron al exterior, de los cuales 1,9 millones eran turistas.

Ventajas competitivas y propuestas de valor

Innovación: se ofrece productos innovadores que satisfagan las necesidades del cliente, brindándole nuevas experiencias.

Calidad: brindar confianza al cliente el producto adquirido, se analizará los servicios vendidos donde evaluaremos la calidad que adquirió el cliente para ampliar mejoras.

Publicidad: la idea inicial es todo visa internet, en este se implementará publicidad 100% virtual, Traveler Executive bróker cuenta con sus propias redes sociales y pagina web, donde subimos nueva información, se cargará publicidad novedosa y videos agradable hacia el cliente, este se compartirá por todos los medios virtuales.

Respeto: tener un contacto excelente con el cliente donde se brindará toda la información de Traveler Executive bróker. Se atenderá toda la información requerida por el cliente brindándole confianza y responsabilidad por lo que se le está vendiendo.

Promoción: se realizará constantemente promociones, ofertas, que ayudaran a atraer más clientes, nuevos paquetes de asistencias con precios más cómodos.

Resumen de las inversiones requeridas

Se solicita un préstamo bancario por valor de \$ 49.223.100 para la adquisición de los elementos necesarios para la apertura de la compañía.

Tabla 22 Tabla gastos puesta en marcha. Propia

CANTIDAD	DESCRIPCION	COSTO UNITARIO
1	ARRIENDO OFICINA AMOBLADA	\$ 2.300.000
1	PAPELERIA	\$ 400.000

CANTIDAD	DESCRIPCION	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
9	COMPUTADOR PORTATIL LENOVO	\$ 969.000	\$ 8.721.000
9	TELÉFONOS ALAMBRICOS	\$ 43.900	\$ 395.100
3	IMPRESORA EPSON	\$ 969.000	\$ 2.907.000
TOTAL ANUAL			\$ 12.023.100

Tabla 23 GASTOS DE PERSONAL. Propia

CARGO	DEVENGADO			DEDUCCIONES				Total a pagar	
	Datos Básicos		Total Devengado	Aportes Salud		Aportes Pensión			Total Deduciones
	Sueldo Básico	Dias trabajados mes		Aporte obligatorio a salud (4%)	Entidad a la que se esta afiliado	Aporte obligatorio a pension (4%)	Entidad a la que se esta afiliado		
Gerente General	\$ 4.000.000	30	\$ 4.000.000	\$ 200.000	FAMISANAR	\$ 160.000	PROTECCION	\$ 360.000	\$ 3.640.000
Asistente administrativo	\$ 1.200.000	30	\$ 1.200.000	\$ 48.000	SANITAS EPS	\$ 48.000	PROTECCION	\$ 96.000	\$ 1.104.000
Contador	\$ 1.200.000	30	\$ 1.200.000	\$ 48.000	SANITAS EPS	\$ 48.000	PROTECCION	\$ 96.000	\$ 1.104.000
Coordinador Operativo	\$ 2.000.000	30	\$ 2.000.000	\$ 80.000	COMPENSAR EPS	\$ 80.000	PORVENIR	\$ 160.000	\$ 1.840.000
Técnico comercial (1)	\$ 1.200.000	30	\$ 1.200.000	\$ 48.000	FAMISANAR	\$ 48.000	PROTECCION	\$ 96.000	\$ 1.104.000
Técnico comercial (2)	\$ 1.200.000	30	\$ 1.200.000	\$ 48.000	FAMISANAR	\$ 48.000	COLFONDOS	\$ 96.000	\$ 1.104.000
Técnico reclamaciones (1)	\$ 1.200.000	30	\$ 1.200.000	\$ 48.000	SANITAS EPS	\$ 48.000	PROTECCION	\$ 96.000	\$ 1.104.000
Técnico reclamaciones (2)	\$ 1.200.000	30	\$ 1.200.000	\$ 48.000	COMPENSAR EPS	\$ 48.000	PROTECCION	\$ 96.000	\$ 1.104.000
Técnico soporte	\$ 2.000.000	30	\$ 2.000.000	\$ 80.000	SANITAS EPS	\$ 80.000	PORVENIR	\$ 160.000	\$ 1.840.000
Servicios generales	\$ 900.000	30	\$ 900.000	\$ 36.000	COMPENSAR EPS	\$ 36.000	COLFONDOS	\$ 72.000	\$ 828.000
TOTALES			\$ 16.100.000	\$ 684.000		\$ 644.000			\$ 14.772.000

Proyecciones de ventas y rentabilidad

MES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICEMBRE	TOTAL AÑO
Ventas diarias	6	6	7	7	7	8	8	8	9	9	10	10	96
Ventas semana	45	47	50	52	55	57	60	63	66	70	73	77	716
Unidades de venta	180	189	198	208	219	230	241	253	266	279	293	308	2865
Precio	\$1.014.654	\$1.014.654	\$1.014.654	\$1.014.654	\$1.014.654	\$1.014.654	\$1.014.654	\$1.014.654	\$1.014.654	\$1.014.654	\$1.014.654	\$1.014.654	\$12.175.848
Comisión	\$27.395.658	\$28.765.441	\$30.203.713	\$31.713.899	\$33.299.594	\$34.964.573	\$36.712.802	\$38.548.442	\$40.475.864	\$42.499.657	\$44.624.640	\$46.855.872	\$436.060.154
Gastos fijos	\$18.400.000	\$18.400.000	\$18.400.000	\$18.400.000	\$18.400.000	\$18.400.000	\$18.400.000	\$18.400.000	\$18.400.000	\$18.400.000	\$18.400.000	\$18.400.000	\$220.800.000
total ventas	\$182.637.720	\$191.769.606	\$201.358.086	\$211.425.991	\$221.997.290	\$233.097.155	\$244.752.012	\$256.989.613	\$269.839.094	\$283.331.048	\$297.497.601	\$312.372.481	\$2.907.067.697
Ganancias	\$8.995.658	\$10.365.441	\$11.803.713	\$13.313.899	\$14.899.594	\$16.564.573	\$18.312.802	\$20.148.442	\$22.075.864	\$24.099.657	\$26.224.640	\$28.455.872	\$215.260.154

Bibliografia

Dinero (11 de agosto de 2014) El contrato importa, el cliente no. Dinero

<https://www.dinero.com/opinion/columnistas/articulo/niegan-pago-cuenta-cobro-cliente/199680>

Dinero (11 de agosto de 2014) El contrato importa, el cliente no. Dinero

<https://www.dinero.com/opinion/columnistas/articulo/niegan-pago-cuenta-cobro-cliente/199680>

Estadísticas llegada pasajeros aéreos internacionales obtenida Ministerio de comercio,
Industria y Turismo

http://www.citur.gov.co/estadisticas/df_pax_aereo_internacionales/all/47?t=1

Colombia.com (02 de septiembre de 2019) La educación en el exterior aumenta dentro de los jóvenes en Colombia <https://www.colombia.com/educacion/estudia-en-el-exterior/estudiar-en-el-exterior-una-eleccion-que-aumenta-dentro-de-los-jovenes-en-colombia-239853>

Demografía y población - Movilidad y migración, 2018, Obtenida DANE

<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/movilidad-y-migracion>.

Dinero (08 de Septiembre de 2019) Sector asegurador crece entre el 8 y 10 % este año:

Fitch <https://www.portafolio.co/economia/finanzas/sector-asegurador-crecera-entre-8-y-10-este-ano-fitch-533360>

Historia legal del seguro en Colombia Obtenida de Fasecolda

http://www.fasecolda.com/files/1913/9101/5728/historia_legal_del_seguro_en_colombia.pdf

Dinero. (09 de agosto de 2018). La empresa que crece a doble dígito con los servicios de asistencia en viajes. Dinero, págs.

<https://www.dinero.com/empresas/articulo/assist-card-en-colombia-y-el-negocio-de-la-asistencia-de-viajes/261789>

Corporación Cres. (29 de enero de 2018). Obtenido de

<http://corpocres.edu.co/informate/2018/01/29/10-pasos-formar-empresa-colombia/>

Seguros de viaje mundial (2019). Obtenido de

<https://www.segurodeviajemundial.com.co/nosotros>

Seguro para viaje.com (2019) obtenido de

<https://www.seguroparaviaje.com.co/nosotros/por-que>

Administrador página Web Obtenido Alimedia

<https://alimediadigital.com/?gclid=Cj0KCQiA2ITuBRDkARIsAMK9Q7O7s-75gxH6Pr>

[elItPh5deoD0P-pUQjp-ds2aKpT3wI3b9AnQy-8YaAjvNEALw_wcB](https://alimediadigital.com/?gclid=Cj0KCQiA2ITuBRDkARIsAMK9Q7O7s-75gxH6Pr)

Oficina El dorado. Página web

<https://eldorado.aero/shop/assist-card/>

Cotización computador Lenovo obtenida Ktronic

<https://www.ktronix.com/portatil-lenovo-s145-amd-a9-14-pulgadas-disco-duro-500gb-gris>

Cotización Multifuncional Epson obtenida Ktronic

<https://www.ktronix.com/multifuncional-epson-l4160>

Cotización Teléfono Panasonic obtenida Ktronic

<https://www.ktronix.com/telefono-panasonic-alambrico-ts500-negro>

