

PLAN DE NEGOCIO

DR FLIGHT

PLAN DE NEGOCIO

(PERÍODO: 2023)

EJECUTOR:

Everlydes Villarreal Coneo

Tabla de contenido

PLAN DE NEGOCIO (DR FLIGHT)	3
1. <i>RESUMEN EJECUTIVO</i>	3
2. <i>DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA</i>	5
3. <i>ESTRUCTURA ORGANIZATIVA</i>	6
3.1. ORGANIGRAMA	6
3.2. FUNCIONES	6
3.2.1. FUNCIONES DE (CARGO 1)	6
3.2.2. FUNCIONES DE (CARGO 2)	6
3.2.3. FUNCIONES DE (CARGO 3)	6
3.2.4. FUNCIONES DE (CARGO 4)	6
3.2.5. FUNCIONES DE (CARGO 5)	6
3.3. ESQUEMA DE GOBERNANZA	6
4. <i>ANÁLISIS DEL MERCADO</i>	<i>¡Error! Marcador no definido.</i>
5. <i>DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO</i>	7
6. <i>DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS</i>	9
7. <i>PLAN DE MERCADEO</i>	11
7.1. MERCADO OBJETIVO	11
7.2. GESTIÓN Y ESTRATEGIA COMERCIAL	14
8. <i>DESARROLLO DE PRODUCTO Y DE TECNOLOGÍAS</i>	<i>¡Error! Marcador no definido.</i>
8.1. HARDWARE Y SOFTWARE	16
8.2. RECURSOS DIGITALES Y HERRAMIENTAS	16
8.3. GESTIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL	16
9. <i>PLAN FINANCIERO</i>	17
10. <i>HITOS Y MÉTRICAS</i>	21

PLAN DE NEGOCIO (DR FLIGHT)

1. RESUMEN EJECUTIVO

Descripción breve de la empresa.

Es una compañía enfocada en turismo médico. Busca prestar servicios de salud en la ciudad de Barranquilla para personas del extranjero. Tienen foco inicial en la Florida donde piensan atraer pacientes que quieran hacerse procedimientos médicos en Colombia.

Misión.

Eliminamos las barreras geográficas, económicas, sociales y logísticas para la atención integral en salud, teniendo al paciente como eje principal de nuestro actuar.

Resumen de los productos o servicios ofrecidos.

Plataforma digital de turismo médico que conecta a pacientes, médicos y agencias de turismo en una experiencia única y transformadora. Apoyándose en la Inteligencia Artificial (IA), ofrece recomendaciones personalizadas, asegurándose que los pacientes tomen decisiones informadas a la hora de viajar.

Breve introducción a los fundadores y el equipo directivo.

El equipo de trabajo de Dr. Flight está conformado por:

1. Pedro Vergara: CEO.
2. John Natera: Desarrollador.
3. Valentina Rodríguez Salas: Community Manager.
4. Isa Katherine Pabón: Diseñadora gráfica.

5. Jairo Vergara: Abogado asociado.

Resumen de los objetivos y metas del negocio.

1. Conformar el equipo de trabajo pionero
2. Definir el modelo de negocio
3. Establecer el plan comercial y el plan de marketing
4. Prototipar, diseñar, desarrollar y validar el MVP de la solución
5. Realizar el plan financiero
6. Constituir la empresa

2. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

2.1. Nombre de la empresa	DR FLIGHT
2.2. BREVE DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	
<p>Es una compañía enfocada en turismo médico. Busca prestar servicios de salud en la ciudad de Barranquilla para personas del extranjero. Tienen foco inicial en la Florida donde piensan atraer pacientes que quieran hacerse procedimientos médicos en Colombia.</p>	
2.3. MISIÓN	
<p>Eliminamos las barreras geográficas, económicas, sociales y logísticas para la atención integral en salud, teniendo al paciente como eje principal de nuestro actuar.</p>	
2.4. VISIÓN	
<p>Brindar a las personas de todo el mundo acceso a la salud y atención médica de calidad.</p>	
2.5. OBJETIVOS A LARGO Y CORTO PLAZO	
<ol style="list-style-type: none">1. Conformar el equipo de trabajo pionero2. Definir el modelo de negocio3. Establecer el plan comercial y el plan de marketing4. Prototipar, diseñar, desarrollar y validar el MVP de la solución5. Realizar el plan financiero6. Constituir la empresa	

3. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

3.1. ORGANIGRAMA

Pedro Vergara: CEO.

John Natera: Desarrollador.

Valentina Rodríguez Salas: Community Manager.

Isa Katerine Pabón: Diseñadora gráfica.

Jairo Vergara: Abogado asociado.

3.2. FUNCIONES

3.2.1. Funciones de (CEO): Dirección y Administración.

3.2.2. Funciones de (Desarrollador): Desarrollo tecnológico y soporte técnico.

3.2.3. Funciones de (Community Manager): Construir y administrar la comunidad online.

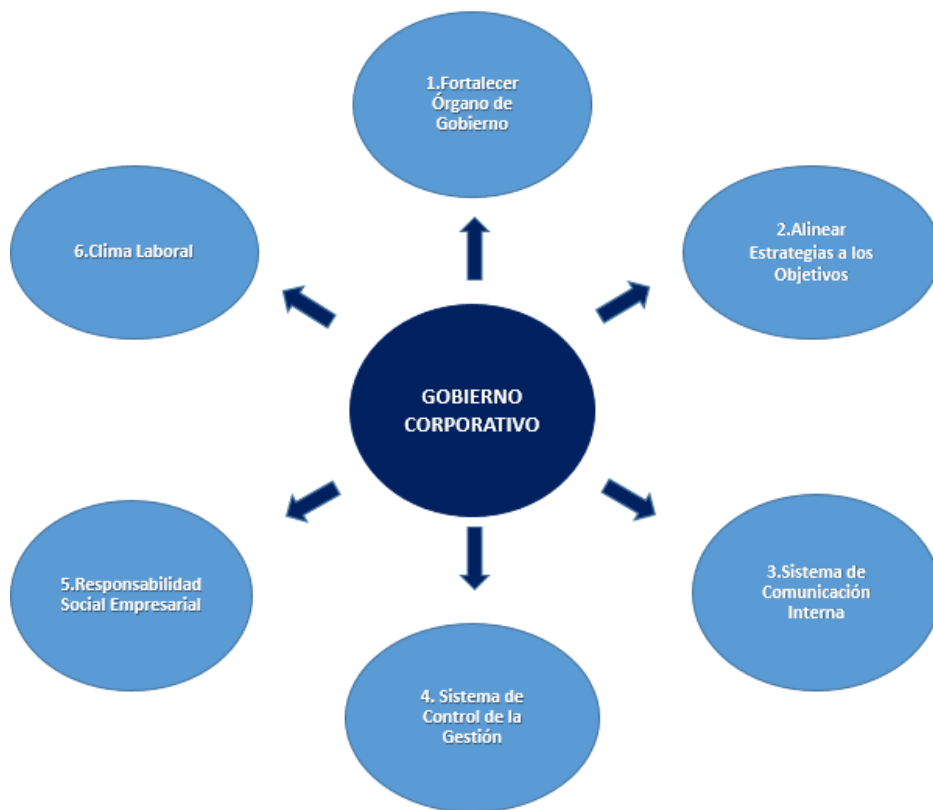
3.2.4. Funciones de (Diseñadora gráfica): Diseño y desarrollo de la marca y elaboración de manual de marca.

3.2.5. Funciones de (Abogado asociado): Asesoría legal integral a la empresa.

3.3. ESQUEMA DE GOBERNANZA

La Alta dirección sabe la importancia de definir y construir un Gobierno Corporativo; por el momento manejan con el equipo de trabajo directrices, políticas, normas, conductos regulares y herramientas digitales para la comunicación, lo que les ha permitido lograr crear una trazabilidad de la información y conversación. Ver Figura N° 1 Gobierno Corporativo.

Figura N° 1 Gobierno Corporativo



4. DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

4.1. PROPUESTA DE VALOR

En Dr. Flight, ofrecemos una solución integral para facilitar un viaje por motivos de salud.

Coordinamos todos los aspectos de tu traslado, desde la elección del centro médico más adecuado para tu caso, hasta la gestión de los pago.

4.2. ESQUEMA DE MONETIZACIÓN

Markup por procedimiento y paquete vendido.

Suscripciones por:

- Mayor exposición y creación de contenido.
- Permanencia dentro del catálogo de médicos.

Ingresos publicidad sitio web.

Proceso de pago: Tarjeta de crédito, PayPal o global 66.

4.3. ACTIVIDADES Y RECURSOS CLAVES PARA LA OPERACIÓN

1. Definir modelo de monetización.
2. Desarrollo de la plataforma web.
3. Soporte técnico.
4. Comercial.
5. Marketing.
6. Servicio de asistencia al cliente.

5. DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS

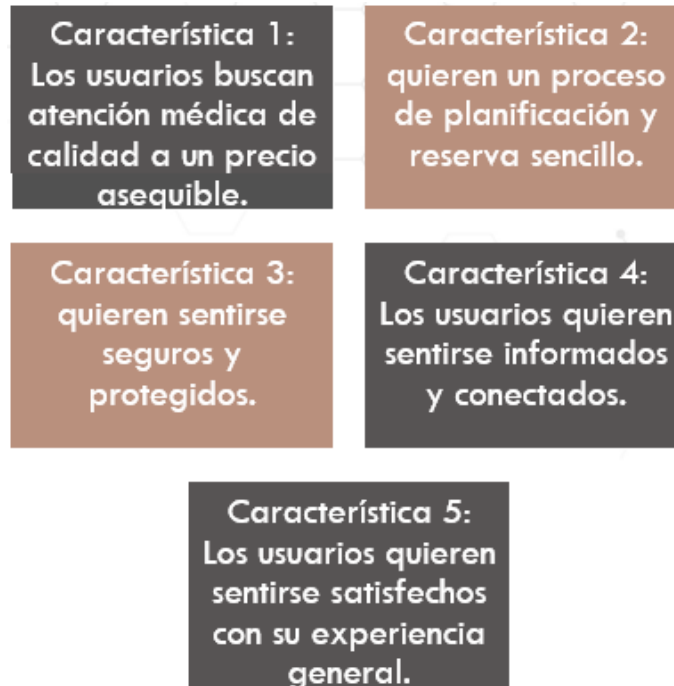
Ítem	Descripción
Idea / Producto/Servicio	Plataforma digital de turismo médico que conecta a pacientes, médicos y agencias de turismo en una experiencia única y transformadora. Apoyándose en la Inteligencia Artificial (IA), ofrece recomendaciones personalizadas, asegurándose que los pacientes tomen decisiones informadas a la hora de viajar.
Problema que resuelve	<p>Dificultad para coordinar un viaje por medicina: Acceso de pacientes extranjeros a tratamientos médicos y odontológicos nacionales. Seguridad. Conveniencia de pago. Acompañamiento. Desconocimiento de la calidad prestadores de servicios. Acceso de médicos y odontólogos colombianos a pacientes extranjeros. Poco alcance de las estrategias de mercadeo internacionales. Alto costo inversión en infraestructura personal y tecnología para atraer al paciente extranjero. Falta de capacitación (Idiomas y protocolos de atención).</p>
Características distintivas	<ul style="list-style-type: none"> • Enfoque personalizado: Tu empresa se centra en ofrecer una experiencia de turismo médico completa y personalizada. Esto significa que tu empresa trabajará con los pacientes para comprender sus necesidades y deseos, y luego desarrollará un plan de atención que se adapte a su presupuesto. • Selección de proveedores de servicios médicos: Tu empresa solo trabaja con proveedores de servicios médicos que cumplen con los más altos estándares de calidad.
Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> • Los centros y profesionales médicos que ofrecen los servicios de salud que demandan nuestros clientes, y que nos permiten ofrecer una propuesta de valor diferenciada y de calidad. • Las aerolíneas, hoteles, empresas de transporte y otros proveedores turísticos que facilitan el viaje y la estancia de nuestros clientes, y que nos ofrecen condiciones especiales y ventajosas. • Las entidades financieras, aseguradoras y plataformas de pago que garantizan la seguridad y transparencia de las transacciones que realizamos con nuestros clientes y proveedores.

	<ul style="list-style-type: none"> • Los medios de comunicación, influencers, organizaciones y otros actores que nos ayudan a difundir nuestro servicio y a generar confianza y credibilidad en el mercado.
Permisos Especiales y Propiedad Intelectual	Realizar la gestión necesaria para realizar el registro del software en Colombia ante Dirección Nacional de Derechos de Autor, Documentos de términos y condiciones, tratamiento de datos y contratos para clientes y proveedores. Además conseguir apoyo en la creación de la empresa.
Producto Descripción del servicio	<p>Plataforma digital que oferte paquetes de turismo médico, incluirá:</p> <p>Hospedaje + Tiquetes de vuelo.</p> <p>Cotización completa incluyendo costo del procedimiento.</p> <p>Venta de seguros médicos.</p> <p>Servicios extra como traductor transporte.</p> <p>Equipo de marketing para médicos y odontólogos.</p>

6. PLAN DE MERCADEO

6.1. MERCADO OBJETIVO

Características más comunes.



Segmentos de Mercado.

Segmento 1:

Médicos con interés en empezar a recibir pacientes internacionales.

Segmento 2:

Pacientes que necesitan atención médica especializada que no está disponible en su país.

Segmento 3:

Agencias de turismo interesadas en traer más turistas.

Perfil del cliente ideal.

Perfil 1: Médico colombiano

Comportamiento: Profesional, dedicado, comprometido con la salud de sus pacientes.

Intereses: La medicina, la ciencia, la investigación.

Frustraciones: El sistema de salud colombiano, la falta de recursos, la burocracia.

Deseos: Mejorar la atención médica en Colombia, ofrecer servicios de alta calidad a sus pacientes.

Perfil 2: Paciente extranjero

Comportamiento: Informado, exigente, preocupado por su salud.

Intereses: La salud, el bienestar, el estilo de vida.

Frustraciones: El costo de la atención médica en su país, la dificultad para encontrar información sobre la atención médica en el extranjero, la falta de confianza en los proveedores de atención médica en el extranjero.

Deseos: Recibir atención médica de alta calidad a un precio asequible, tener una experiencia positiva.

Perfil 3: Agencia de turismo

Comportamiento: Eficiente, organizada, enfocada en el cliente.

Intereses: El turismo, los viajes, la satisfacción del cliente.

Frustraciones: La competencia, la dificultad para encontrar proveedores turísticos confiables, la falta de información sobre los destinos turísticos.

Deseos: Crecer como empresa, ofrecer servicios de alta calidad a sus clientes, convertirse en un líder en el mercado.

Análisis de la competencia.

Los más reconocidos son: Medicosdoc, Realsef, Doctoralia, Topdoctors y Medicaldepartures.

Identificación de oportunidades y amenazas en el mercado.

Oportunidades:

Demanda en Crecimiento: El turismo médico en Colombia está en crecimiento debido a la calidad de la atención médica y los costos competitivos. Esto ofrece una oportunidad para captar una parte del mercado.

Tecnología e Inteligencia Artificial: Mi experiencia en la creación de contenido y en la utilización de herramientas de inteligencia artificial puede ser una ventaja para ofrecer soluciones innovadoras en la gestión de servicios de salud y la creación de contenido relacionado.

Enfoque en la Experiencia del Usuario: Enfocarse en mejorar la experiencia del paciente y en la personalización de los servicios puede diferenciarse de la competencia y atraer a pacientes extranjeros.

Amenazas:

Cambios en las Regulaciones: Cambios en las regulaciones gubernamentales o de salud podrían afectar la forma en que opera el turismo médico en Colombia y representar una amenaza para el negocio.

Problemas de Calidad: Garantizar la calidad de la atención médica y los servicios en la industria del turismo médico es crucial. Cualquier problema de calidad podría dañar la reputación del negocio.

Volatilidad Económica: La volatilidad en los mercados financieros o las tasas de cambio pueden afectar la asequibilidad de los servicios médicos para los pacientes extranjeros y, en última instancia, impactar en la demanda.

6.2. GESTIÓN Y ESTRATEGIA COMERCIAL

Estrategia de marketing.

Diseñar campañas de marketing y contenidos de redes sociales dirigidas a: Los Médicos colombianos, Pacientes extranjeros y Agencias de turismo.

Se le recomienda revisar el siguiente blog de interés:

[La Hipersegmentación de mercados](#)

Estrategia de ventas y distribución.

Embudo de ventas



Distribución

Principal

Ir directo: Comercializar Dr. Flight con visitas comerciales especializadas.

Plan de precios.

7. DESARROLLO DE PRODUCTO Y DE TECNOLOGÍAS

7.1. HARDWARE Y SOFTWARE

Contaran con Plataforma web.

7.2. RECURSOS DIGITALES Y HERRAMIENTAS

El equipo de trabajo puede hacer uso de herramientas como: cursos de capacitación, webinars, e-books y manuales enfocados en mejorar el desempeño.

7.3. GESTIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

Realizar la gestión necesaria para realizar el registro del software en Colombia ante Dirección Nacional de Derechos de Autor, Documentos de términos y condiciones, tratamiento de datos y contratos para clientes y proveedores. Además conseguir apoyo en la creación de la empresa.

8. PLAN FINANCIERO

8.1. PLAN DE INGRESOS

Se calcularon los siguientes ingresos por ventas de Dr. Flight.

INGRESOS	Mes 1			Mes 2			Mes 3		
	Cant	VI Un	Total	Cant	VI Un	Total	Cant	VI Un	Total
Ventas esperadas (Producto/Servicio/ proyecto)	4,00	\$ 50.000.000,00	\$ 200.000.000,00	4,00	\$ 50.000.000,00	\$ 200.000.000,00	5,00	\$ 50.000.000,00	\$ 250.000.000,00
TOTAL INGRESOS			\$ 200.000.000,00			\$ 200.000.000,00			\$ 250.000.000,00

Para mayor detalle ver [Plan financiero Dr Flight](#)

8.2. COSTOS

Se calcularon los siguientes costos de Dr. Flight.

Costos

Todos aquellos relacionados directamente con el desarrollo del producto/servicio/ proyecto

PV	COSTO (SIN IVA)	MARGEN	PV1	IVA*	P LISTA 1
PRODUCTO 1	\$ 40.000.000,00	20%	\$ 50.000.000,00	\$ 9.500.000,00	\$ 59.500.000,00

*Con base al tipo de impuesto que debe facturar

**Para calcular el precio de venta debe ingresar el costo y el margen que tiene

** Deben validar el IVA, para efecto de la formula se calculó con el 19%, en caso de ser diferente cambiar el número

COSTOS									
Costo (Producto/Servicio/ proyecto)	4,00	\$ 40.000.000,00	\$ 160.000.000,00	4,00	\$ 40.000.000,00	\$ 160.000.000,00	5,00	\$ 40.000.000,00	\$ 200.000.000,00
TOTAL COSTOS			\$ 160.000.000,00			\$ 160.000.000,00			\$ 200.000.000,00

Para mayor detalle ver [Plan financiero Dr Flight](#)

OTROS	Tributarios	Retefuente	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
		Impuestos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
		Descuentos comerciales	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL OTROS EGRESOS		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	

TOTAL EGRESOS	\$ 11.025.000,00	\$ 11.025.000,00	\$ 11.025.000,00	\$ 11.025.000,00	\$ 11.025.000,00	\$ 11.025.000,00	\$ 11.025.000,00	\$ 11.025.000,00	\$ 11.025.000,00
---------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------

SALDO	\$ 188.975.000,00	\$ 377.950.000,00	\$ 616.925.000,00	\$ 855.900.000,00	\$ 1.144.875.000,00	\$ 1.433.850.000,00	\$ 1.772.825.000,00	\$ 2.111.800.000,00
-------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------

Para mayor detalle ver [Plan financiero Dr Flight](#)

8.4. PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es establecido a través de un cálculo que sirve para definir el momento en que los ingresos de una empresa cubren sus gastos fijos y variables, esto es, cuando logras vender lo mismo que gastas, no ganas ni pierdes, has alcanzado el punto de equilibrio.

PE Mes 1		PE Mes 2		PE Mes 3	
PE (\$)	\$52.500.000	PE (\$)	\$52.500.000	PE (\$)	\$52.500.000
PE (Q)	1	PE (Q)	1	PE (Q)	1

PE (\$): Se refiere a los ingresos mínimos que se deben percibir por ventas de Dr. Flight para lograr el Punto de Equilibrio.

PE (Q): Se refiere a las cantidades mínimas que se deben vender de Dr. Flight para lograr el Punto de Equilibrio.

Para mayor detalle ver [Plan financiero Dr Flight](#)

9. HITOS Y MÉTRICAS

9.1. VENTAS

Se muestran ventas proyectadas para el primer año por:

DESCRIPCION	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
VENTAS	\$ 200.000.000,00	\$ 200.000.000,00	\$ 250.000.000,00	\$ 250.000.000,00	\$ 300.000.000,00	\$ 300.000.000,00	\$ 350.000.000,00	\$ 350.000.000,00
TOTAL INGRESOS	\$ 200.000.000,00	\$ 388.975.000,00	\$ 627.950.000,00	\$ 866.925.000,00	\$ 1.155.900.000,00	\$ 1.444.875.000,00	\$ 1.783.850.000,00	\$ 2.122.825.000,00

9.2. CLIENTES

No cuenta con clientes aún; sin embargo, ya ha generado interés la solución propuesta.

9.3. EMPLEO

El equipo de trabajo lo conforman 5 personas que son:

Pedro Vergara: CEO.

John Natera: Desarrollador.

Valentina Rodríguez Salas: Community Manager.

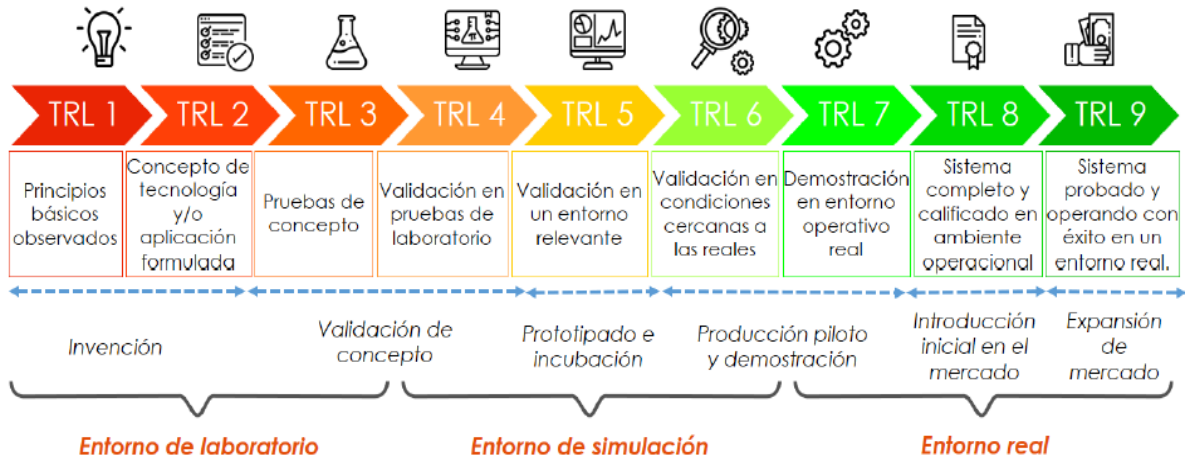
Isa Katerine Pabón: Diseñadora gráfica.

Jairo Vergara: Abogado asociado.

9.4. DESARROLLO DE LA TECNOLOGÍA

NIVEL DE MADURACIÓN DE LA TECNOLOGÍA

Technology Readiness Level - TRL



TRL 4 – Validación de componentes/subsistemas en pruebas de laboratorio. En esta fase, los componentes que integran determinada tecnología han sido identificados y se busca establecer si dichos componentes individuales cuentan con las capacidades para actuar de manera integrada, funcionando conjuntamente en un sistema. Una unidad de prototipo ha sido construida en el laboratorio y en un entorno controlado. Las operaciones proporcionan datos para identificar el potencial de ampliación dado que se ha validado de manera preliminar el ciclo de vida y los modelos de evaluación económica iniciales. (diseño de producto).