MEDICAL SENSES

EOI MBA Part-time 2007-2009

Beatriz González Arrojo

Josefina Medrano Fernández

Fernando Menéndez Bracamontes

27 de Febrero 2009

MISIÓN Y FILOSOFÍA DE LA EMPRESA

MISIÓN: ser los líderes en el campo de la salud corporativa.

Nuestra empresa introduce un nuevo concepto en el mundo de la salud, en el entorno empresarial, ya que nuestra finalidad es mejorar la salud de los empleados, por medio del tratamiento y la prevención, de nuestro público objetivo, que son grandes empresas. Tampoco descartamos los clientes particulares de la zona.

FILOSOFÍA: es tratar y prevenir lesiones que afectan a los empleados de nuestras empresas-clientes, llegando a mejorar la calidad de vida de nuestros clientes y consiguiendo así aumente la productividad de sus propios empleados. Ofreciendo la medicina alternativa como complemento a la medicina convencional y respaldado siempre por un equipo médico.

Los valores de nuestra empresa son la flexibilidad y la evolución tanto personal como profesional mediante objetivos de nuestros empleados. Una fuerte orientación al cliente, donde nuestra excelencia es el servicio y el trato personalizado, gracias a la profesionalidad de nuestros expertos conseguimos el beneficio para nuestros clientes.

ANALISIS DEL MERCADO

En la actualidad, España se encuentra en una posición de desconocimiento ante las terapias naturales, respecto a otros países, como la UE, Estados Unidos o Australia. Esto en parte está promovido por la falta de información verídica, la incredulidad de médicos y farmacéuticos, y el escaso apoyo del Ministerio de Educación en la homologación de estos títulos, que cambiará con la homogeneización de titulaciones en el Acuerdo de Bolonia, que se firmará en 2010.

El mercado en este sector es muy difícil de cuantificar debido a que estas terapias, al no estar homologadas, por lo que hemos tratado de encontrar una oportunidad dentro del sector de la salud, combinando la medicina occidental con las terapias alternativas para poder ofrecer a nuestros clientes una mejora en su calidad de vida.

Nuestro principal público objetivo son las grandes empresas y buscamos conocer la opinión de sus empleados y el resultado fue: 84% usaría estas terapias, y más aún si lo subvencionara su empresa.

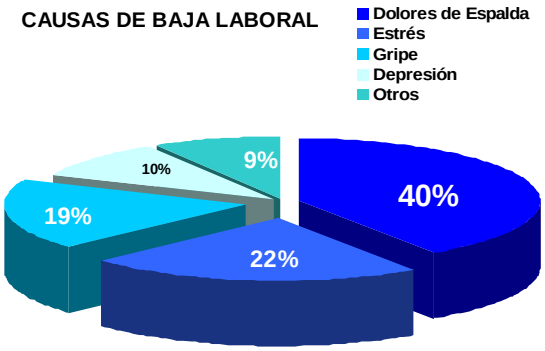
Respecto a nuestros competidores y teniendo en cuenta el auge que tiene dentro de la sociedad la preocupación por la salud y por la belleza podemos diferenciar varios tipos de competidores:

- Centros de estética o belleza
- Centros con Spa y masajes
- Gimnasios orientados a empresas
- Centros de osteopatía, homeopatía y otras de terapias
- Clínicas médicas
- Centros de Yoga y Pilates

DATOS RELEVANTES

Para la búsqueda de oportunidad dentro del sector salud y analizados a nuestros competidores, tratamos de identificar dentro de nuestra sociedad cuales son las principales causas que producen bajas laborales entre los empleados:

Hemos detectado que hay alguna lesión temporal que produce un gran número de bajas a las empresas, nos focalizamos principalmente en: El dolor de Espalda.

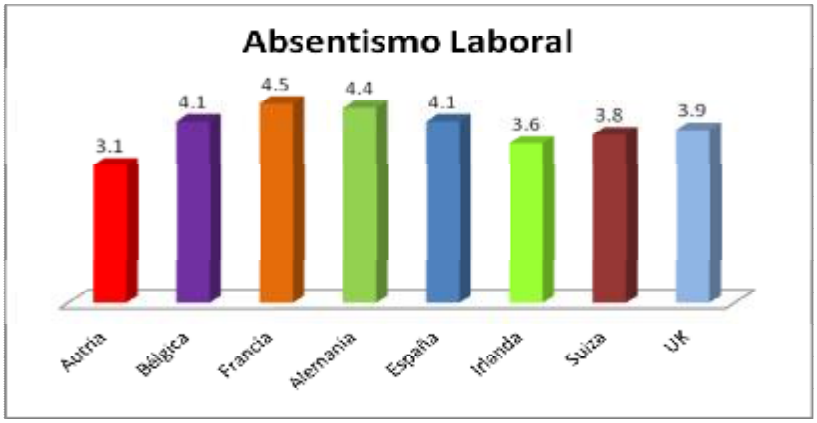


Esta dolencia afecta a mas de la mitad de la población y es la causa número uno de baja laboral, 80 de cada 100 personas padecen o han padecido este tipo de trastornos.

El absentismo laboral supone un coste para las empresas españolas de unos 12.800 millones de euros anuales. En 2007 la media europea de absentismo laboral se situaba en el 4%. Por encima de ésta se encuentran Alemania y Francia, con un 4,4 y un 4,5% siendo los países donde más tiempo se pierde al cabo del día. Los trabajadores españoles faltan a su trabajo un 4,1% de la jornada laboral.

Según INSS, en 2007 supuso un coste para la Seguridad Social de 7.312,57 millones de euros y según estimaciones de Eurostat, todo este absentismo por dolores de espalda supuso un coste para la economía europea del 1,6% del PIB.

España, en 2008, se ha situado a la cabeza de Europa en absentismo laboral con el 4,8 por ciento de media, lo que ha supuesto un gasto del 1,22 por ciento del Producto Interior Bruto (PIB) del país, según el Grupo Winterman -empresa de investigación privada.



Los costes asociados al estrés superan en Europa los 20.000 millones de euros anuales y en la empresa española, el estrés causa más del 10% de las bajas laborales.

Pretendemos conseguir reducir, no solo el absentismo en las empresas, sino cualquier tipo de desequilibrio físico o psíquico, y puesto que se trata de medicina preventiva a través de terapias, podremos ofrecer una mejor calidad de vida a nuestros clientes.

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS:

Pretendemos posicionarnos y ser referentes en la terapia alternativa, respaldados por un riguroso seguimiento médico y un revolucionario sistema llamado Quantum.
Queremos posicionar a nuestra empresa dentro del tejido empresarial como un beneficio más para el empleado, como un producto indispensable en el abatimiento de costes laborales, como una herramienta para la gestión de recursos humanos reduciendo el absentismo.

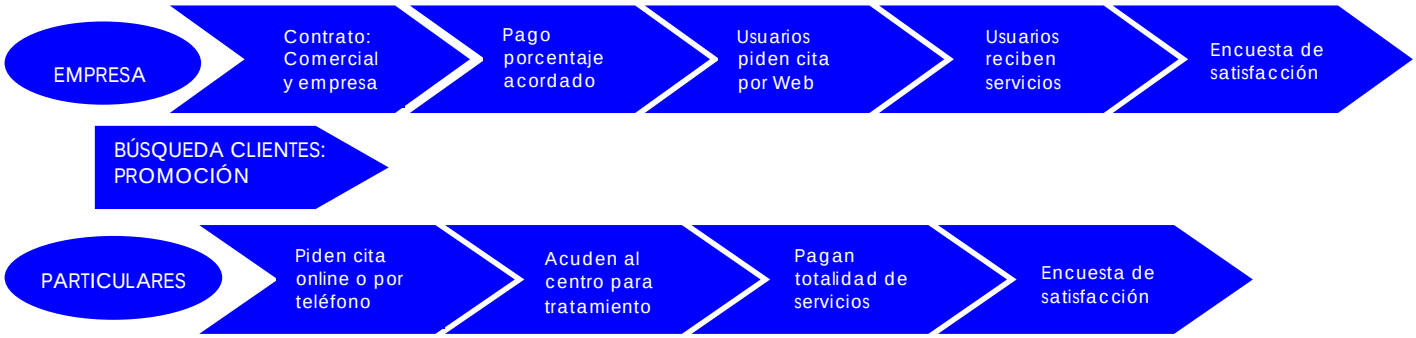
Dentro del mercado particular queremos ser parte de la vida cotidiana de nuestros clientes, ser un elemento de equilibrio físico y psíquico.

Nuestra meta es posicionarnos el primer año dentro del municipio Alcobendas como un referente y socio de las empresas y de esta forma iniciar la expansión operativa por todo Madrid, siempre ubicándonos cerca de los centros empresariales, pero en una zona de fácil acceso al cliente particular.

PLAN DE OPERACIONES

Nuestra empresa ofrece a los clientes una serie de servicios a través de terapias y técnicas alternativas a la medicina convencional, dichas terapias sirven de complemento y ayuda para la mejora de la salud. En esta empresa contamos siempre con el apoyo y el asesoramiento de un médico para la seguridad y la tranquilidad de nuestros clientes, así como la supervisión de un técnico especialista y de gran experiencia en este tipo de terapias.

Nuestro flujo de operaciones:



UBICACIÓN DEL LOCAL

Debido a la orientación de nuestro negocio, el cual está enfocado principalmente a empresas, hemos buscado en Madrid una posición viable para nuestra operación, donde nos encontramos al alcance de empresas sin perder la orientación hacia el cliente particular, el análisis de sitios realizado nos muestra que la zona Norte cumple con las características necesarias, en particular el ayuntamiento de Alcobendas:

- Se trata de un local de 364m2 y cuya ubicación es Avda. Príncipe Carlos (San Chinarro), muy próximo a Las Tablas.
- Aprovechamos la proximidad al polígono industrial de Alcobendas y San Sebastian de los Reyes donde en el 5º año abriremos un segundo local.

TERAPIAS

- Quantum SCIO nuestro servicio estrella. Es un sofisticado sistema de prediagnóstico y tratamiento con la mayoría de sus funciones aplicadas automáticamente

- Osteopatía: Alivio y cura de músculos, huesos y vísceras, ya que considera el cuerpo como un todo.

- Medicina Tradicional China **à** es una medicina preventiva que conforman una terapéutica global del individuo y de la enfermedad: Acupuntura, fitoterapia, moxibustión, dietoterapia, tuina, ventosas y martillo de siete puntas

- Acupuntura: Disciplina de la Medicina Tradicional China que trata los meridianos o puntos estratégicos del cuerpo para curar determinadas dolencias.
- Pilates/Yoga: Tablas de ejercicios, respiraciones y concentración, que ayudan a mantener el equilibrio en el cuerpo.

Horario y Sesiones

El horario para nuestros clientes será ininterrumpido, abierto de 8:30 a 22h de lunes a sábado.

Y los turnos laborales de nuestros especialistas serán 2, donde los especialistas de mañana y de tarde serán diferentes y nuestros clientes podrán elegir:

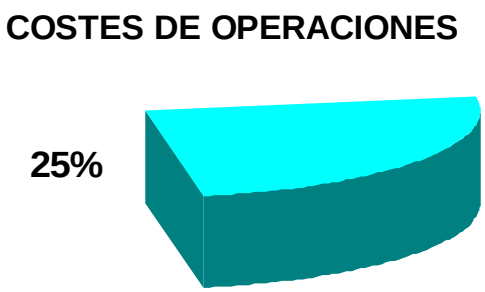
- Turno de mañana: 2 especialistas de 8:30h- 16:30h
- Turno de tarde : 2 especialistas diferentes de 14:00h-22:00h

TERAPIA	PRECIO (€/sesión)	SESION
*QUAMTUM diagnostico	100	50min
*QUAMTUM terapia	120	50min
* Naturopatia/Osteopatia	50	55min
* Fisioterapia	50	55min
* Kinesiologia/Medicina China	50	55min
Pilates/Yoga	25	1h

En Pilates y Yoga las sesiones son 2 días en semana, 1hora/día y con un máximo de 5 personas y por supuesto con flexibilidad de horarios y el precio total sería de 150euros/mes

COSTES DE OPERACIONES

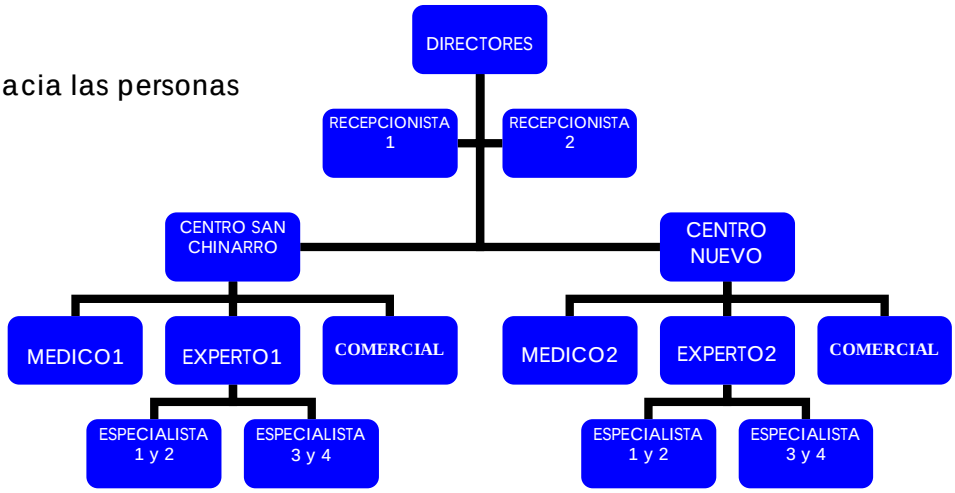
Los costes de operaciones, que constan son todas las máquinas, herramientas, mantenimientos y materia prima necesarios para el desarrollo de la actividad, suponen 25% de las ventas.



PLAN DE RRHH

La estrategia de gestión de recursos humanos está encaminada a desarrollar y aprovechar el potencial de todos y cada uno de los trabajadores en la empresa, de forma que la gestión de los Recursos Humanos sea uno de los pilares fundamentales del éxito y este basada en la gestión de competencias. Las competencias críticas o valores en los que se basa nuestro modelo de gestión son las siguientes:

- Flexibilidad
- Integridad
- Orientación hacia las personas
- Compromiso

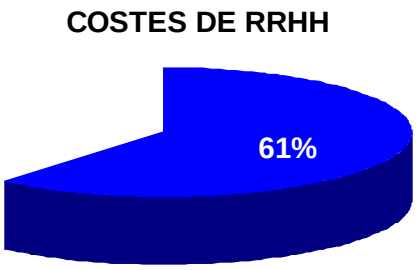


FORMACIÓN Y SELECCIÓN

Nuestro personal es lo más importante en nuestro negocio, por ello buscamos a través de consultoras especializadas en el sector salud a los mejores profesionales y más cualificados, principales perfiles: fisioterapeutas con algún complemento en terapias naturales y por supuesto el médico. Nosotros ofrecemos un contrato indefinido, con horario flexible ya que queremos que estén contentos y cómodos trabajando en nuestro negocio pues nuestro personal es nuestra imagen, por lo que el trato que reciba nuestro personal será transmitido a nuestros clientes. Algo muy importante a fomentar, es la formación continua, cada trabajador podrá acceder a aquellos cursos que le permitan ampliar sus conocimientos y mejorar en el desarrollo de la actividad. A destacar los cursos especializados en QUAMTUM para un control y dominio del equipo.

COSTES DE PERSONAL

Los costes de personal son altos, puesto que su conocimiento y experiencia son el diferenciador de nuestro producto.



Tenemos muy claro que necesitamos hacer un gran esfuerzo de Marketing, pues según nuestros análisis nos enfrentamos a un reto importante; lograr la credibilidad y aceptación de los clientes para un producto novedoso, el reto es llevarlos la primera vez, ya que el tema de fidelización no nos preocupa, pues lo que es en un inicio es desventaja (el que no exista en el mercado) una vez probado será una de nuestras mayores fortalezas. A continuación describimos los hitos más importantes de la campaña:

Nuestra Estrategia es posicionarnos en la mente del cliente como un producto novedoso, sano e indispensable para el equilibrio físico y mental.

Entendemos que la marca es un elemento diferenciador, por lo que intentamos trasmitir nuestra esencia y misión dentro de ella:

MEDICAL SENSES: Relájate y deja tu salud en nuestras manos

En comunicación, lo menos es más, por lo tanto hemos elegido las palabras Medical y Senses. La primera nos hace intuir que estamos en un centro médico, y la segunda evoca a las sensaciones, así Medical Senses se posiciona como atributo propio de nuestros productos, que unen la medicina convencional con las terapias naturales.

Nuestro canal de distribución es sencillo; Business to Consumer, o N=0 tanto para los contratos realizados directamente con grandes empresas, como para los pacientes particulares.

Así mismo apoyados en las nuevas tecnologías crearemos un portal de internet con toda la información sobre productos, novedades, consejos, sugerencias; además contarán con la posibilidad de hacer citas, ver disponibilidades de salas, expertos y podrán los clientes habituales tener acceso a un portal de consulta virtual, donde todas sus inquietudes serán resueltas a la brevedad posible.

La comunicación será agresiva para la captación eficaz de los clientes. Para lo que contaremos con un experto comercial con promociones, descuentos y regalos muy atractivos buscando que nuestros clientes tengan su primera experiencia en este mundo. Se moverá con una estrategia “below the line” teniendo un contacto personal de relaciones públicas y publicidad directa.

De esta forma hemos pensado en una campaña alternando distintos medios para que nuestro mensaje llegue al cliente, y les "suene" la marca y lo asociado a ella, la idea es en un área geográfica específica, que cumple con las características geográficas, demográficas, sociales y culturales hacer todo el esfuerzo.

- Fuerza de Ventas: se contará con un comercial con experiencia específica en el campo de la salud y sólidas relaciones personales en el mundo empresarial, el está destinado a conseguir el primer año 1 cuenta de empresa.

- Publicidad: Se centralizará en el municipio de Alcobendas (BTL), y para ello hemos creado un mensaje publicitario que consolidará nuestra imagen de marca en la mente de nuestros clientes, tanto de trabajadores como de particulares:

  MEDICAL SENSES: Relájate y deja tu salud en manos de los mejores médicos. El estrés y los dolores de espalda interrumpen tu actividad diaria? Nosotros lo solucionamos de forma natural con Quantum: La más novedosa, indolora y completa técnica médica de curación.

  Esta campaña publicitaria se colocará en el diario gratuito de la zona norte de Madrid, Más Alcobendas.Sanse, también conocido como "El Más".

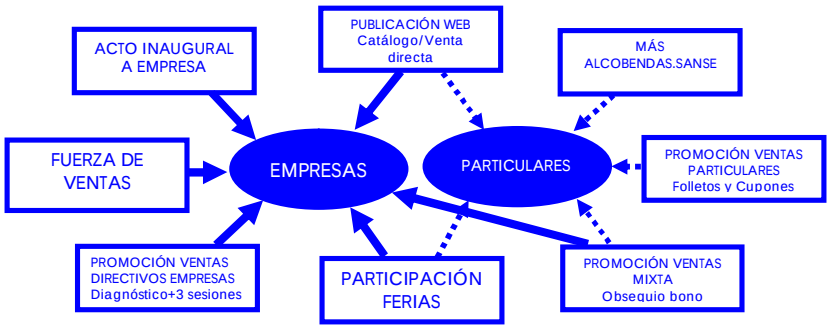
- Promoción de Venta: ofreceremos paquetes de prueba para los directivos y mandos intermedios de los distintos departamentos de las empresas, los cuales también podrán ser disfrutados por sus familiares. Estos paquetes constarán de una primera sesión gratis con diagnóstico incluido, y tres sesiones en las terapias recomendadas por nuestros expertos. Los clientes espontáneos encontrarán folletos informativos con cupones de descuento en la primera visita, localizados estratégicamente en gimnasios, tiendas y supermercados de la zona. Por último, habrá opción para empresas y particulares, de obsequiar con bonos descuentos que incluirán la primera visita más 10 sesiones, ahorrándose 4 sesiones.

- Relaciones Públicas: Participaremos en tres ferias anuales, relacionadas con la salud, el deporte y el ocio, en el Recinto Ferial IFEMA de Madrid, que tiene proyección nacional e internacional:

- Fitur: XXIX Feria Internacional de Turismo (28 de enero a 1 de febrero)
- Fitness: XIII Salón de la Industria del Gimnasio e Instalaciones Deportivas. (26 de febrero a 1 de marzo)
- Fisalud: VI Feria de la salud (19 al 22 de noviembre)

También tendremos en cuenta la publicidad institucional:

- Acto de inauguración: Invitación a directivos y mandos intermedios de Departamentos de Marketing y RRHH, contactados por nuestra fuerza de ventas. Se realizará en el propio local para un máximo de 200 personas.
- Publicación de catálogos: Uno de nuestros proveedores, Medical Simulator, preparará un catálogo, que por un lado se utilizará para los folletos promocionales, y por otro lado será la manera de que nuestros futuros clientes conozcan nuestros servicios a través de la página Web.



GASTOS DE MARKETING

Los costes de marketing del primer año representarán el 14% de nuestra facturación e irán en decremento los posteriores años, hacia el 10%, sin nunca abandonar la promoción y el posicionamiento en el cliente.

PLAN FINANCIERO

Para desarrollar el Plan Financiero de Medical Senses, tendremos en cuenta todas las partidas de gastos e ingresos ya presupuestadas en los Planes de Operaciones, Marketing y Recursos Humanos, así como la financiación y nivel de tesorería que serán necesarios para hacer viable el proyecto.

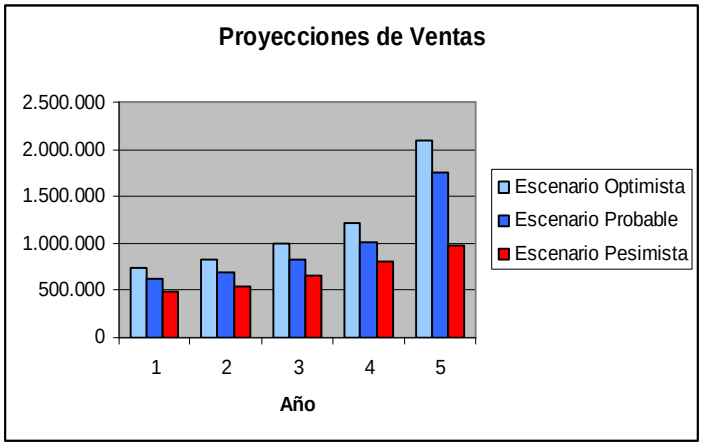
PROYECCIÓN DE VENTAS

A continuación presentamos el escenario que consideramos más probable según las distintas investigaciones y entorno examinado:

ESCENARIO PROBABLE

Ingresos	2010	2011	2012	2013	2014
Ingresos Diagnóstico Quantum	44.000	48.000	54.600	84.000	136.710
Ingresos Tratamiento Quantum	212.400	240.000	289.800	340.200	591.381
Ingresos Osteopatía/Neuropatía	66.500	72.500	89.250	105.000	183.566
Ingresos Kinesiología/Medicina China	110.000	125.000	156.975	194.250	325.238
Ingresos Fisioterapia	44.000	50.000	60.375	81.375	133.954
Ingresos Yoga y Pilates	140.000	150.000	178.500	215.250	380.363
Ingresos por ventas	616.900	685.500	829.500	1.020.075	1.751.211

Partiendo de las estimaciones anteriores hacemos los escenarios pesimista y optimista, para su mejor comprensión se presenta trazados y comparados a continuación, cabe señalar que para las proyecciones optimistas consideramos un incremento interanual en la facturación del 20%, mientras que para el caso pesimista el primer año un decremento del 20%, mientras que los años posteriores un decremento del 15% y no se prevé la apertura de un segundo centro a inicios 2014.



Escenario Optimista	740.280	822.600	995.400	1.224.090	2.101.453
Escenario Probable	616.900	685.500	829.500	1.020.075	1.751.211
Escenario Pesimista	493,520	582,675	705,075	867,064	1,001,459

Condiciones e Hipótesis Financieras

La empresa Medical Senses se constituirá a finales de 2009, en este primer año nos centraremos en la captación de clientes en la zona de Las Tablas, San Chinarro y polígono de Alcobendas donde encontramos una cantidad de considerables empresas a quien ofrecer nuestros servicios.

Dada la inversión de nuestro negocio, hemos proyectado los estados financieros y la cuenta de resultados a 5 años para comprobar la maduración del negocio.

Las hipótesis utilizadas en el modelo son las siguientes:

Hipótesis	2010	2011	2012	2013	2014
Índice de precios	1,052	1,052	1,052	1,052	1,052
Tipos de interés (préstamos)	8%	8%	8%	8%	8%
Tipo del IVA	16%	16%	16%	16%	16%
Tipo impuesto sociedades	25,00%	25,00%	25,00%	30,00%	30,00%
Coste SS por trabajador	35%	35%	35%	35%	35%
Aplicación a reservas voluntarias	100%				
Capital social	90.000	0	0	0	0
Pago trimestral de IVA	25%	25%	25%	25%	25%

Nuestro modelo económico tiene la intención de ser lo más preciso, realista y sencillo para poderles aportar un escenario confiable. Todo se resume en entradas y salidas según las directrices contables y económicas.

- Para las entradas tomamos los costes e ingresos de cada una de las áreas del negocio:

	FIJOS	VARIABLES
OPERAC.	COSTES GENERALES E INVERSIONES	INSUMOS POR SERVICIO IMPARTIDO
RRHH	RETRIBUCION PERSONAL	INCENTIVOS PERSONAL
MKTG	COSTES DE MARKETING	INGRESOS DE SERVICIOS

- Las salidas del Modelo son el Balance General, así como la cuenta de PyG a lo largo de los siguientes 5 años.
- Los ratios de análisis: Provienen de información cruzada de la cuenta de PyG y el balance. Los ratios que se han seleccionado como más relevantes han sido:
    - ROI, ROE (ratios de rentabilidad), VAN, TIR y PAYBACK.

Pérdidas y Ganancias:

Ingresos y gastos operativos

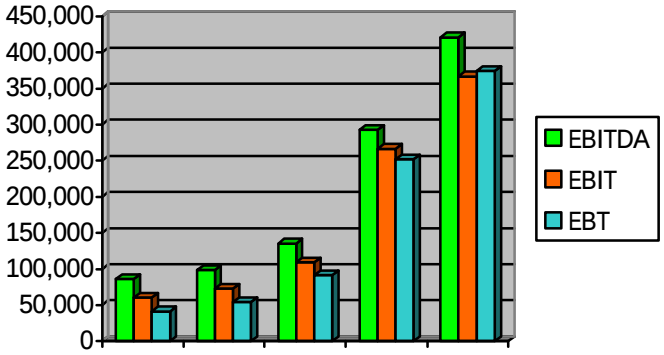
	2010	2011	2012	2013	2014
Ingresos por ventas	616,900	685,500	829,500	1,020,075	1,751,211
Ingresos operativos	616,900	685,500	829,500	1,020,075	1,751,211
Gastos de marketing	75,100	69,219	69,748	71,882	92,086
Gastos Operativos	25,909	25,909	25,909	25,909	53,909
Gastos generales	116,849	123,290	130,785	139,060	288,632
Costes de personal	339,220	394,325	493,729	516,855	949,597
Costes operativos	557,078	612,743	720,171	753,706	1,384,224
MARGEN OPERATIVO (EBIT)	59,822	72,757	109,329	266,369	366,987

Ingresos y gastos financieros

	2010	2011	2012	2013	2014
Ingresos financieros	1,196	1,455	2,187	5,327	7,340
Gastos financieros	20,000	20,000	20,000	20,000	0
MARGEN FINANCIERO	-18,804	-18,545	-17,813	-14,673	7,340

Beneficios

	2010	2011	2012	2013	2014
EBITDA	85,731	98,666	135,238	292,278	420,895
EBIT	59,822	72,757	109,329	266,369	366,987
EBT	41,019	54,212	91,516	251,696	374,326
Impuesto de sociedades (IS)	10,255	13,553	22,879	75,509	112,298
BENEFICIOS DESPUÉS DE IMPUESTOS	30,764	40,659	68,637	176,187	262,028



Estructura y Equilibrio Financiero:

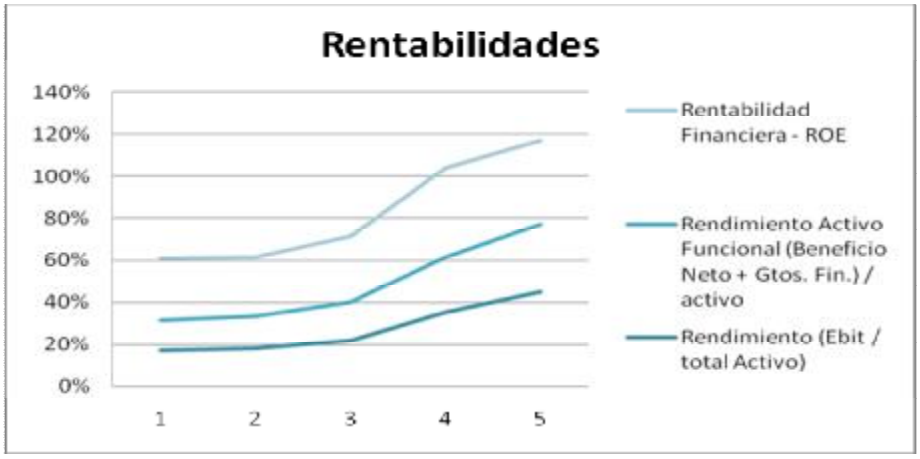
ACTIVO					
Activos no corrientes					
	2010	2011	2012	2013	2014
Inmovilizado	156,968	131,060	105,151	79,242	225,333
Activos Corrientes					
	2010	2011	2012	2013	2014
Existencias de producto terminado					
Existencias de materias primas	1,380	8,081	11,776	13,610	4,653
Clientes	13,724	15,250	18,454	22,693	38,958
Iva pendiente de compensar	0	0	0	0	0
Crédito Fiscal	0	0	0	0	0
Tesorería	232,271	314,011	424,239	682,729	597,935
Total activo	404,343	468,401	559,620	798,274	866,880
Total pasivo	404,343	468,401	559,620	798,274	866,880

PASIVO					
Patrimonio neto					
	2010	2011	2012	2013	2014
Capital social	90,000	90,000	90,000	90,000	90,000
Reserva legal		3,777	8,784	16,739	35,396
Reserva voluntaria		33,992	75,280	138,093	289,260
BDI (Resultado neto)	37,768	50,073	79,552	186,563	277,823
Pérdidas acumuladas		0	0	0	0
Pasivo no corriente					
	2010	2011	2012	2013	2014
Deudas a largo plazo	250,000	250,000	250,000	250,000	0
Pasivo Corriente					
	2010	2011	2012	2013	2014
Proveedores	4,230	4,198	4,378	4,611	8,414
IVA a ingresar	9,755	19,671	25,108	32,312	46,920
Deuda fiscal por IS	12,589	16,691	26,517	79,956	119,067
Total pasivo	404,343	468,401	559,620	798,274	866,880
Total activo	404,343	468,401	559,620	798,274	866,880

PRINCIPALES RATIOS:

RENTABILIDAD	2010	2011	2012	2013	2014
Rendimiento	19%	19%	22%	35%	45%
Rendimiento Activo Funcional	16%	15%	18%	26%	32%
Rentabilidad Financiera - ROE	34%	28%	31%	42%	40%

LIQUIDEZ	2010	2011	2012	2013	2014
Liquidez	9.3	8.3	8.1	6.2	3.7
Tesorería	9.3	8.1	7.9	6	3.7
Disponible	8.7	7.7	7.6	5.8	3.4
ENDEUDAMIENTO					
Endeudamiento	0.7	0.6	0.5	0.4	0.1
Calidad de deuda	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2
Coste de la Deuda	0.1	0.1	0.1	0.1	0
ROTACIÓN DE ACTIVOS					
Rotación del Activo No Corriente	3.9	5.2	7.9	12.9	7.8
ANALISIS DE GASTOS					
Gastos Fijos / ventas	89%	88%	85%	72%	78%
Gastos de Personal / ventas	54%	56%	58%	50%	53%
Gastos de Publicidad / Ventas	12%	10%	8%	7%	5%



ANÁLISIS DE ESCENARIOS:

Partiendo de los datos anteriormente presentados y tomándolos como partida el escenario realista, hemos hecho el ejercicio de dibujar los escenario optimista y pesímista con sus correspondientes hipótesis.

<u>INGRESOS</u>

Escenario Pesimista					
P1: Diagnóstico Quantum	35,200	38,400	43,680	67,200	81,144
P2: Tratamiento Quantum	169,920	192,000	231,840	272,160	328,633
P3: Osteopatía/Neuropatía	53,200	58,000	71,400	84,000	101,430
P4: Kinesiología/Medicina China	88,000	100,000	125,580	155,400	187,646
P5: Fisioterapia	35,200	40,000	48,300	65,100	78,608
P6: Yoga y Pilates	112,000	120,000	142,800	172,200	207,932
Ingresos por ventas	493,520	548,400	663,600	816,060	985,392

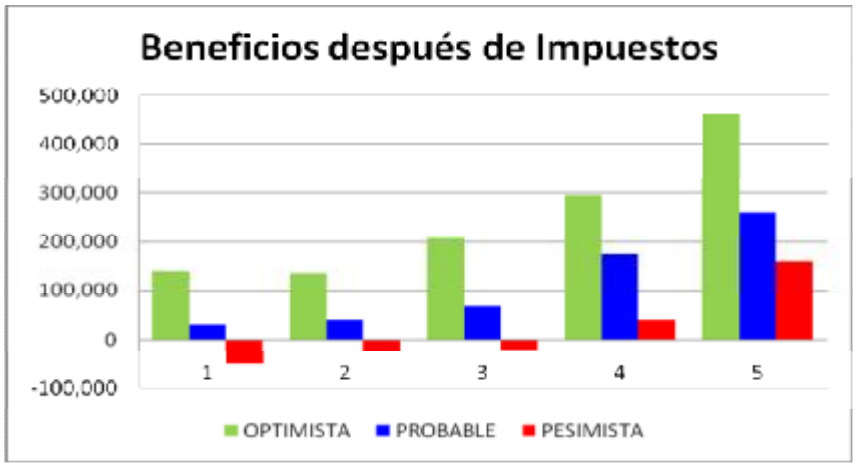
Escenario Optimista	2010	2011	2012	2013	2014
P1: Diagnóstico Quantum	52,800	57,600	65,520	100,800	164,052
P2: Tratamiento Quantum	254,880	288,000	347,760	408,240	709,657
P3: Osteopatía/Naturopatía	79,800	87,000	107,100	126,000	220,280
P4: Kinesiología/Medicina China	132,000	150,000	188,370	233,100	390,285
P5: Fisioterapia	52,800	60,000	72,450	97,650	160,745
P6: Yoga y Pilates	168,000	180,000	214,200	258,300	456,435
Ingresos por ventas	740,280	822,600	995,400	1,224,090	2,101,453

Derivado de las anteriores hipótesis a continuación los resultados y ratios más importantes comparados con el escenario real.

BENEFICIOS

Beneficios - Optimistas	2010	2011	2012	2013	2014
EBITDA	176,916	171,405	267,650	387,992	586,359
EBIT	202,824	197,314	293,559	413,901	648,268
EBT	186,881	181,260	279,430	422,179	661,233
Impuesto de sociedades (IS)	46,720	45,315	69,857	126,654	198,370
BENEFICIOS DESPUÉS DE IMPUESTOS	140,161	135,945	209,572	295,525	462,863

Beneficios - Pesimista	2010	2011	2012	2013	2014
EBITDA	-67,377	-33,398	-30,154	58,774	204,125
EBIT	-41,468	-7,489	-4,246	84,683	230,034
EBT	-66,468	-32,489	-29,246	59,683	230,034
Impuesto de sociedades (IS)	-16,617	-8,122	-7,311	17,905	69,010
BENEFICIOS DESPUÉS DE IMPUESTOS	-49,851	-24,367	-21,934	41,778	161,024



	Probable	Pesimista	Optimista
NPV / VAN	**$547,000.00**	**$242,000.00**	**$954,000.00**
TIR	29%	3%	59%

CUADRO DE MANDO

	Responsable	Indicador	Definición Indicador	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
OPERACIONES	Directores	Ratio de ocupación (BBDD)	Horas ocupadas/Hora totales	55%	60%	70%	85%	60%
	Directores	Ratio de eficiencia	Nº empleados/Horas ocupadas	55%	60%	70%	85%	60%
	Directores	Ratio repetición clientes	Nº clientes repiten más de un período / Nº clientes totales	70%	75%	77%	82%	85%
	Empresa Mantenimiento	Averías Máquinas	Nº averías al año	0%	0%	0%	0%	0%
	Empresa Limpieza	Nº manchas /metro cuadrado	Nº manchas /metro cuadrado	0%	0%	0%	0%	0%
MARKETING	Médico / Experto	Calidad percibida	Base de Datos	90%	90%	90%	90%	90%
	Comercial	Satisfacción clientes	Nº encuestas clientes satisfechos / Nº de encuestas	85%	87%	90%	91%	93%
	Comercial	Cumplimiento objetivos de venta	Objetivos de venta	100%	100%	100%	100%	100%
	Comercial	Conocimiento de marca	Nº de promociones realizadas	70%	75%	82%	85%	90%
RRHH	Directores	Rotación personal	Nº cambio empleados	0%	0%	0%	0%	0%
	Directores	Satisfacción empleados	Encuestas empleados	90%	93%	94%	96%	98%
	Directores	Absentismo	Nº faltas de empleados (enfermedad, etc)	3%	3%	3%	2%	3%
FINANCIERO	Directores	Crecimiento ingresos		-	11%	21%	23%	72%
	Directores	Desviación del gasto fijo		5%	5%	5%	5%	5%
	Directores	Cumplimiento objetivos EBITDA		100%	100%	100%	100%	100%

CONCLUSIONES:

En los últimos años a nivel global hemos estado experimentando grandes cambios en lo que a salud se refiere, la moda es "estar, verse y sentirse" bien por lo que nuestro producto encaja de forma ideal con la tendencia.

Como bien se puede percibir existe un nicho de mercado muy interesante dentro del mercado español para este tipo de terapias, ya que la falta de apertura por parte de autoridades y de la sociedad misma nos ha derivado en un obscurantismo de la medicina alternativa.

Como hemos citado, ese desconocimiento del producto es nuestra mayor amenaza en los primeros tiempos del negocio, sin embargo creemos que puede ser una fortaleza, sabiendo encaminar la situación, una vez que el cliente nos conozca y "pruebe" tenemos una gran posibilidad de la reincidencia y fidelización, derivada de la gran efectividad y resultados de nuestro producto, así como de la inexistente competencia directa en el mercado español.

El Quantum es nuestro gran elemento diferenciador, el cuál será vital para el desarrollo del negocio, aunado a la gran experiencia y formación de los expertos previstos estamos seguros que conseguiremos complacer a los distintos mercados objetivos.

Hemos querido centrarnos en el mundo empresarial, pues la gran fuga económica que representa el ausentismo en las empresas será nuestra llave de entrada, el planteamiento lo vemos claro, además de una ayuda social y de satisfacción para el empleado seremos socios de la empresa en el área de recursos humanos, buscando reducir al mínimo las bajas de sus empleados, redundando en ahorros y beneficios. Así mismo sabemos que el mercado doméstico puede darnos una mayor rentabilidad que el empresarial, por lo que no queremos olvidarlo y buscaremos también su captación.

Con respecto a los recursos humanos, son esenciales para que esto funcione de forma correcta, son el corazón de nuestro negocio, de su dedicación, conocimiento, empeño y motivación dependerá nuestro éxito.

Desde el punto de vista financiero es un proyecto viable y sólido en todos los sentidos, sus ratios y números nos demuestran un negocio con una alta rentabilidad y riesgo moderado.