

Tabla de contenido

DEDICATORIA	III
AGRADECIMIENTOS	IV
TABLA DE CONTENIDO	V
ÍNDICE DE TABLAS.....	VI
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	VII
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	VIII
1 INTRODUCCIÓN	1
1.1 DEFINICIONES PREVIAS	1
1.2 OBJETIVOS	3
1.3 ALCANCES	3
1.4 MARCO TEÓRICO.....	3
1.4.1 <i>Investigación de mercados</i>	3
1.4.2 <i>Modelo de las cinco fuerzas</i>	6
1.4.3 <i>Lean Canvas</i>	7
1.4.4 <i>Matriz DAFO</i>	8
1.5 METODOLOGÍA	9
2 DESCUBRIMIENTO DE OPORTUNIDADES.....	11
2.1 PROBLEMAS DE LOS PACIENTES	11
2.1.1 <i>Entrevistas</i>	11
2.1.2 <i>Encuesta</i>	12
2.2 PROBLEMAS DE LOS PRESTADORES	13
2.3 ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN	15
3 TAMAÑO DEL MERCADO Y ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	17
3.1 PACIENTES	17
3.2 PRESTADORES.....	17
3.3 COMPETENCIA	18
3.3.1 <i>Análisis de la competencia</i>	21
4 TESTS DE CONCEPTO.....	24
5 MODELO DE NEGOCIOS	29
6 EVALUACIÓN ECONÓMICA.....	31
6.1 INGRESOS.....	31
6.2 COSTOS VARIABLES	33
6.3 GASTO FIJO	34
6.4 INVERSIÓN	35
6.5 TASA DE DESCUENTO.....	36
6.6 FLUJO DE CAJA	37
7 CONCLUSIONES	39
8 BIBLIOGRAFÍA.....	41
9 ANEXOS.....	43