

TABLA DE CONTENIDO

CAPITULO I: INTRODUCCIÓN	1
1.1 ANTECEDENTES	1
1.2 OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS	3
1.2.1 OBJETIVO GENERAL	3
1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	3
1.3 METODOLOGÍA	3
CAPÍTULO II: ANÁLISIS ESTRATÉGICO	4
2.1 ANÁLISIS PESTL	4
2.2 FUERZAS DE PORTER	9
2.3 ANÁLISIS FODA	12
CAPÍTULO III: ANÁLISIS DEL MERCADO	13
3.1 CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO	13
3.2 ANÁLISIS DE LA OFERTA	17
3.2.1 Principales Actores	18
3.2.2 Competencia	19
3.3 Demanda	20
3.3.1 Mercado Total	20
3.3.2 Mercado Potencial	20
3.3.3 Mercado Objetivo	21
3.4 ENCUESTAS Y RESULTADOS	21
CAPÍTULO IV: MODELO DE NEGOCIO	25
4.1 MODELO CANVAS	25
4.2 DEFINICIÓN DEL NEGOCIO	26
4.3 VISIÓN Y MISIÓN	27
4.4 PRODUCTO	27
4.5 PROPUESTA DE VALOR	27
CAPÍTULO V: PLAN COMERCIAL	28
5.1 POSICIONAMIENTO	28
5.2 PRODUCTO	28
5.3 PRECIO	28

5.4 PROMOCIÓN	29
5.5 LOCALIZACIÓN	29
CAPÍTULO VI: PLAN DE OPERACIONES	29
6.1 UBICACIÓN DE LA PLANTA	29
6.2 LAYOUT DE LA CLÍNICA	30
6.3 PROCESO PRODUCTIVO	30
6.4 FLUJO DE PRODUCCIÓN	31
CAPÍTULO VII: PLAN ORGANIZACIONAL	32
7.1 ORGANIGRAMA	32
7.2 DESCRIPCIÓN DE CARGOS	32
7.3 REMUNERACIONES	36
7.4 PLAN DE CONTRATACIÓN	37
CAPÍTULO VIII: EVALUACIÓN ECONÓMICA.....	37
8.1 PROYECCIÓN DE VENTAS	37
8.3 TASA DE DESCUENTO	41
8.4 ANÁLISIS DEL PROYECTO	42
CAPÍTULO IX: PLAN DE IMPLEMENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RIESGO	44
CAPÍTULO X: CONCLUSIONES Y PROPUESTA A SOCIOS.....	45
BIBLIOGRAFÍA.....	46