

TABLA DE CONTENIDO

1.	Introducción.....	1
2.	Descripción del Tema a Abordar y Preguntas Claves a Responder	1
3.	Alcance del Tema a Abordar	3
4.	Objetivos.....	3
4.1.	Objetivo General	3
4.2.	Objetivos Específicos	3
5.	Resultados Esperados	4
6.	Metodología.....	4
6.1.	Elaboración de Diagnóstico	4
6.2.	Síntesis de Diagnóstico	5
6.3.	Objetivos de la Estrategia	5
6.4.	Estrategia	5
6.5.	Evaluación Económica del Negocio.....	6
6.6.	Conclusiones y Recomendaciones	6
7.	Diagnóstico	6
7.1.	Descripción General del Mercado Odontológico en Chile	6
7.2.	Misión y Visión	10
7.3.	Análisis del Mercado Potencial.....	10
7.4.	Análisis de los Clientes.....	14
7.4.1.	Entrevistas en Profundidad.....	14
7.4.2.	Confección y Estrategia de Encuesta de Mercado	15
7.4.3.	Resultados de la Encuesta de Mercado	16
7.5.	Análisis de Competidores Relevantes	26
7.6.	Benchmarking Internacional	27
7.7.	Análisis del Macroentorno	29
7.7.1.	Generalidades	29
7.7.2.	Aranceles Referenciales.....	31
7.8.	Análisis Interno	32
7.8.1.	Antecedentes Generales de la Clínica Odontológica Martín de Zamora (MDZ).....	32
7.8.2.	Estadística y datos relevantes de los pacientes actuales de MDZ.....	38
7.8.3.	Ingresos y Costos actuales de la clínica MDZ.....	40

8. Síntesis del Diagnóstico (FODA).....	46
8.1. Fortalezas.....	46
8.2. Oportunidades	46
8.3. Debilidades	47
8.4. Amenazas.....	48
9. Objetivos de la Estrategia	49
10. Estrategia	49
10.1. Segmentos Objetivos/ Mercados Metas.....	49
10.2. Plan Estratégico	50
10.2.1. Definición del Plan Estratégico.....	50
10.3. Estrategia de Servicios.....	50
10.3.1. Implementaciones del Plan Estratégico.....	50
10.4. Estrategia de Orden Interno	53
10.5. Estrategia de Precios	55
10.5.1. Caso Base de Precios (actual).....	55
10.5.2. Estrategia de aumento de precios.....	55
10.5.3. Proyección de Precios e Ingresos	57
10.6. Estrategia Comunicacional y de Posicionamiento	58
10.6.1. Objetivos del Plan de Marketing Estratégico	58
10.6.2. Posicionamiento	58
10.6.3. Marketing Mix “4p”.....	59
11. Evaluación Económica	63
11.1. Ingresos	63
11.2. Costos.....	65
11.3. Gastos.....	66
11.4. Inversiones	69
11.5. Flujo mensual.....	70
11.6. Flujo anual	71
11.7. Tasa de descuento.....	72
11.8. Valor Presente Neto	72
11.9. Análisis de Sensibilidad	72
12. Conclusión.....	74
13. Bibliografía.....	76