

TABLA DE CONTENIDO

1.	INTRODUCCIÓN	1
2.	Descripción del tema.....	2
2.1.	Descripción del mercado y tendencia de la industria.....	2
2.2.	Alcance del tema a abordar.....	3
2.3.	Objetivo general y objetivos específicos	3
2.3.1.	Objetivos específicos	3
2.4.	Factores críticos de éxito	4
2.5.	MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL	5
2.6.	METODOLOGÍA.....	6
3.	ANÁLISIS AMBIENTAL	7
3.1.	Análisis del entorno	7
3.2.	Análisis de la industria de clínicas estéticas.....	12
3.3.	Definición de mercado objetivo	13
3.3.1.	Competidores	13
3.3.2.	Consumidores.....	14
3.4.	Análisis de la industria: Cinco fuerzas de Porter.....	14
3.4.1.	La amenaza de los nuevos entrantes.....	14
3.4.2.	El poder de negociación de los nuevos clientes	15
3.4.3.	El poder de negociación de los proveedores.....	15
3.4.4.	Amenaza de productos y servicios sustitutos.....	15
3.4.5.	La intensidad de la rivalidad entre competidores de un sector	16
3.5.	Análisis FODA de la Clínica Estética	17
3.5.1.	Fortalezas	17
3.5.2.	Oportunidades.....	18
3.5.3.	Debilidades	19
3.5.4.	Amenazas	19
3.6.	Conclusión del análisis del mercado de la medicina estética	20
4.	ESTRATEGIA DEL NEGOCIO.....	20
4.1	Insight del consumidor	21
4.2	Misión	21
4.3	Visión	22
4.4	Cultura organizacional y valores.....	22
4.5	Cadena de Valor.....	22
4.6	Objetivos estratégicos.	24
4.7	Ventaja competitiva.....	25
4.8	Nombre comercial de la organización	25
5.	PLAN DE MARKETING	26
5.1.	Segmentación	26
5.3.	Declaración de Posicionamiento	26

5.4. Diseño de marca	26
5.5. Objetivos de marketing.....	27
5.6. Marketing mix.....	27
5.6.1. Producto y servicios	28
5.6.2. Precio	28
5.6.3. Plaza	30
5.6.4. Promoción.....	30
5.6.5. Personas.....	31
5.6.6. Procesos.....	32
5.7. Mapa de experiencia del cliente.....	32
5.7.1. Matriz FBC.....	33
5.7.2. Customer Journey	33
5.8. Proyección y Plan de Ventas	34
5.8.1. Cobro a cliente	35
5.8.2. Creación de la demanda.	35
5.8.3. Proyección y estimación de ventas.....	35
5.8.4. Procesos de ventas	37
5.9. Pan de ventas.....	37
5.9.1. Atraer (TOFU – Top of Funnel).....	38
5.10. Costos proyectados del plan de marketing.....	39
6. plan de Operación y logística	40
6.1. Flujo de operaciones.....	40
6.1.2. Plan de producción y adquisiciones	41
6.2. Infraestructura física necesaria.....	41
6.3. Distribución física y dimensión	42
6.4. Equipamiento e insumos de las clínicas estéticas.....	43
6.5. Procesos de compra y almacenamiento.	44
6.6. Agendamiento, administración de ficha médica y recepción de clientes.....	44
6.7. Procesos de post-venta.....	45
6.8. Sistemas de tecnologías de la información.....	46
6.9. Estructura operativa de proveedores	48
6.10. Estructura de servicios y prestaciones.....	48
6.10.1. Procesos internos.....	49
6.10.2. Horarios.....	49
6.10.3. Exámenes de laboratorio	49
6.11. Costos operacionales	50
7. Organización y equipo de trabajo	50
7.1. ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA.....	50
7.2. Equipo de trabajo	51
7.2.1. Definición de calificación y funciones del personal.	51
7.2.2. Descripción de cargos.	52
7.2.3. Subcontratos de apoyo a la gestión.....	53
7.3. Rentas brutas y variables asociadas con el personal.	53
7.4. Beneficios del personal.....	54
7.5. Programa de capacitación.	55

7.6. Costos asociados al capital humano.....	55
8. EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA	55
8.1. Inversión inicial	56
8.2. Estimación de egresos	57
8.3. Flujos proyectados.....	60
8.4. VAN y TIR del proyecto	62
8.5. Conclusión del análisis económico	63
7.6. Análisis de sensibilidad	64
9. Conclusión y recomendaciones generales	65
Glosario de términos.....	67
Bibliografía	68
ANEXOS	69