

## TABLA DE CONTENIDO

1.	INTRODUCCIÓN.....	1
2.	PLANTEAMIENTO DE TESIS.....	3
2.1	Idea de Negocio.....	3
2.2	Preguntas Clave.....	4
2.3	Factores Críticos.....	4
2.4	Objetivos.....	5
2.4.1.	Objetivo General.....	5
2.4.2.	Objetivos Específicos.....	5
2.5	Resultados esperados.....	6
2.6	Alcance del Tema.....	6
2.7	Marco Conceptual.....	7
2.7.1.	Análisis PESTEL.....	7
2.7.2.	Análisis Benchmarking.....	7
2.7.3.	Análisis 5 Fuerzas de Porter.....	7
2.7.4.	Análisis EFAS.....	7
2.7.5.	Definición de estrategia genérica.....	8
2.7.6.	Marketing Mix.....	8
2.7.7.	Cadena de valor.....	8
2.7.7.	Modelo Canvas.....	8
2.7.8.	Evaluación Financiera.....	9
2.8	Metodología.....	9
2.8.1.	Diagnóstico del mercado.....	9
2.8.2.	Definición Estratégica.....	9
2.8.3.	Estrategia marketing.....	10
2.8.4.	Operativa.....	10
2.8.5.	Evaluación Financiera.....	11
2.8.6.	Conclusiones y recomendaciones.....	11
3.	DIAGNÓSTICO.....	12
3.1	Mercado potencial.....	12
3.1.1.	Descripción del mercado.....	12

3.1.2. Descripción de los Citostáticos.....	16
3.2    Análisis del entorno y de la industria .....	18
3.2.1. Análisis PESTEL .....	18
3.2.1.1. Análisis Político .....	18
3.2.1.2. Análisis Económico .....	20
3.2.1.3. Análisis Social .....	22
3.2.1.4. Análisis Tecnológico .....	24
3.2.1.5. Análisis Ecológico .....	26
3.2.1.6. Análisis Legal .....	27
3.3    Benchmarking .....	28
3.3.1 Análisis de Benchmarking .....	28
3.3.2 Juicio experto .....	32
3.4    Caracterización de competidores. ....	33
3.4.1    Resumen Caracterización de competidores. ....	39
3.5    Análisis de Porter .....	40
3.5.1 Amenaza de nuevos entrantes.....	40
3.5.2 Poder de negociación proveedores.....	40
3.5.3 Poder de negociación clientes .....	41
3.5.4 Amenaza producto sustitutos .....	41
3.5.5 Rivalidad en la industria .....	42
3.5.6 Barreras de entrada y salida .....	42
3.5.7 Aliados estratégicos .....	43
3.5.8 Resumen de las 5 fuerzas de Porter.....	44
3.6    ANÁLISIS DE LOS CLIENTES.....	45
3.7. Análisis EFAS.....	48
3.7.1 Oportunidades.....	48
3.7.2 Amenazas .....	48
3.7.3. Matriz EFAS.....	49
4.    FORMULACIÓN ESTRATÉGICA .....	52
4.1. Desarrollo de misión, visión y valores de la empresa.....	52
4.1.1. Misión.....	52
4.1.2. Visión .....	52
4.1.3. Valores.....	52

4.2. Estrategia de negocios a desarrollar, recursos y habilidades necesarias. ....	53
4.2.1 Estrategia de Crecimiento .....	54
5. PLAN DE MARKETING .....	55
5.1 Estrategia de Posicionamiento .....	55
5.2 Customer Journey .....	56
5.3 Marketing Mix (Análisis 4P) .....	58
5.3.1 Producto .....	58
5.3.2 Precio.....	58
5.3.3 Promoción.....	59
5.3.3.1 Generación de contenido de interés .....	59
5.3.3.2 Contar nuestra experiencia.....	60
5.3.3.3 Marketing pack clásico .....	60
5.4 Plaza .....	61
6. PLAN OPERATIVO .....	62
6.1 Ingreso de muestras.....	62
6.1.1 Rechazo de muestras .....	63
6.1.2 Recomendaciones para el transporte de muestras.....	64
6.1.3 Cadena de Custodia .....	65
6.2 Sistema Lims.....	65
6.3 Análisis de muestras .....	68
6.4 Entrega de informes de resultados.....	68
6.5 Equipamiento específico .....	69
6.5.1 GC/MS – Cromatografía de Gases con detector de masas.....	69
6.5.2 Cabina de extracción de flujo laminar .....	71
6.5.3 Equipos menores y materiales.....	72
6.5.4 Conclusiones Plan Operativo.....	72
7. PLAN ORGANIZACIONAL .....	73
7.1 Organigramas de la organización.....	73
7.2 Definición de cargos .....	76
7.2.1 Administración .....	76
7.3 Dotación de personal.....	80
7.4 Remuneraciones .....	81
8. ANÁLISIS FINANCIERO .....	84

8.1	Escenarios.....	85
8.1.1	Escenario financiero con el 100% de mercado.....	86
8.1.2	Escenario financiero con el 80% de mercado.....	87
8.1.3	Escenario financiero con el 60% de mercado.....	88
8.1.4	Escenario financiero con el 50% de mercado.....	89
9.	MODELO CANVAS.....	92
10.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	93
11.	BIBLIOGRAFIA.....	95
	ANEXOS.....	97
	Anexo A Flujoograma de protocolo de vigilancia epidemiológica de trabajadores expuestos a citostáticos.....	97
	Anexo B Cotización de servicios contables.....	98
	Anexo C Pricing model.....	99
	Anexo C1 Remuneraciones Personal.....	99
	Anexo C2 Equipos.....	99
	Anexo C3 Arriendo.....	100
	Anexo C4 TI.....	100
	Anexo C5 Reactivos y consumibles.....	100
	Anexo C6 Pricing consolidado.....	100
	Anexo D Cotizaciones de equipos.....	101

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1	Centros de Quimioterapia privados registro ISP.....	16
Tabla N°2	Evaluación Benchmarking.....	30
Tabla N°3	Resumen Caracterización de competidores.....	39
Tabla N°5	Datos de distribución de Empresas adheridas por Mutualidad e ISL año 2021 46	
Tabla N°4	Evaluación matriz EFAS.....	50
Tabla N°6:	Pricing model.....	58
Tabla N°9:	Listado de equipamientos menores y materiales.....	72
Tabla N°7:	Dotación proyectada del laboratorio de salud ocupacional.....	81
Tabla N°8	Remuneraciones proyectadas del laboratorio de salud ocupacional a 5 años	83
Tabla N°10:	Resumen de escenarios Financieros.....	90

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración N°1 Distribución geográfica centros de atención adultos PANDA .....	13
Ilustración N°2 Distribución geográfica centros de atención infantil PANDA .....	14
Ilustración N°3 Distribución geográfica centros de Radioterapia .....	15
Ilustración N°4 Resumen de las 5 fuerzas de Porter .....	44
Ilustración N°5 Desarrollo de mercado .....	55
Ilustración N°6 Customer Journey .....	57
Ilustración N°7 Mapa de precio UF/m2 en sector de interés .....	61
Ilustración N°10 Flujo operacional de muestras .....	62
Ilustración N°11 Tipos de embalajes de muestras.....	64
Ilustración N°12 Equipo GC/MS .....	70
Ilustración N°13 Diagrama de Cabina de Bioseguridad clase II .....	71
Ilustración N°8 Organigrama propuesto a contar del año 0 al 5 de funcionamiento de la compañía.....	74
Ilustración N°9 Organigrama propuesto a contar del año 6 de funcionamiento de la compañía.....	75
Ilustración N°14 Modelo CANVAS.....	92

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N1 Índices de incertidumbre económica (IEC) y política económica (EPU) en Chile. 20	
Gráfico N2 Inflación Chile año 2021 IPC anual .....	21
Gráfico N3 Variación del valor dólar año 2021 .....	22
Gráfico N°4 Índice de transformación digital de empresas en Chile.....	24
Gráfico N°5 Cifras de madurez digital entre Pyme y Gran empresa.....	25
Gráfico N°6 Tiempos de contacto con laboratorios en segundos.....	31
Gráfico N°7 Distribución de Empresas adheridas por Mutualidad e ISL año 2021 .....	46
Gráfico N°8 Distribución de Centros de tratamiento de Cáncer por Mutualidad .....	47