



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE

INGENIERÍA

CARRERA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

“PROYECTO DE INVERSIÓN: CREACIÓN DE UN
CONSULTORIO ODONTOLÓGICO UBICADO EN EL
DISTRITO DE SAN JUAN DE MIRAFLORES EN EL AÑO 2016”

Autor:

1. Bachiller en Ingeniería Industrial: Armando Bruno Cruz Mejía

Asesor:

Mg. Fernando Lucio Cieza Paredes

Lima – Perú

2016

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CAPITULO N° 1. MERCADO OBJETIVO Y SUS PROYECCIONES.....	14
1.1. ¿Cuáles son las características del grupo de personas al que esperas llegar?	
1.2. ¿Cómo será ese grupo de personas en los próximos años?	16
1.3. ¿En qué se diferencia el producto o servicio que ofrecerá tu empresa de los demás productos similares?.....	17
1.4. ¿Por qué es mejor que el resto y por qué llamaría la atención del público?19	
1.5. Describe las características del producto o servicio que se ofrecerá.....	20
CAPITULO N° 2. INVESTIGACION DE MERCADO	21
2.1. Los clientes	21
2.2. El mercado: tamaño y tendencias.....	24
2.3. Análisis de datos obtenidos con la encuesta de opinión.....	26
2.4. ¿Cuáles son los hábitos de consumo de dicho grupo?.....	29
CAPITULO N° 3. PLAN DE MARKETING.....	38
3.1. Descripción del Mercado.....	38
3.2. Escala de necesidades	41
3.3. Producto.....	42
3.4. Precio.....	44
3.5. Promoción.....	44
3.6. Puntos de Venta	44
3.7. Revisión de los Servicios	45
3.8. Revisión de la competencia	46
3.9. Análisis de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas	49
3.10. Objetivos y problemas.....	53
3.11. Estrategia de marketing	53
3.12. Posicionamiento.....	54
3.13. Estrategia de Servicio	54
3.14. Estrategia de precios	54
3.15. Estrategia de comunicación de marketing	55
3.16. Mercado Objetivo.....	55

3.17.	Necesidades del Mercado.....	55
CAPITULO N° 4. SISTEMA DE OPERACIÓN Y FUNCIONAMIENTO		57
4.1	Localización	57
4.2.	Distribución del consultorio	59
4.3.	Operaciones y procesos	60
CAPITULO N° 5. PLAN FINANCIERO		63
5.1.	Flujo de efectivo proyectado	63
5.2.	Gastos y egresos del consultorio	69
5.3.	Ingresos del consultorio	84
5.4.	Costo de los servicios	87
5.5.	Flujo de caja.....	91
CAPITULO N° 6. RESULTADOS		95
6.1.	CONCLUSIONES	96
6.2.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	97

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1.	Población Total en San Juan de Miraflores. Año 2015.....	23
Tabla N° 2.	Total del rango etéreo según encuesta de opinión.....	26
Tabla N° 3.	Segmentación de pacientes según edad y NSE	36
Tabla N° 4.	Total de citas diarias estimadas por tratamiento	37
Tabla N° 5.	Necesidades y características de cada segmento	40
Tabla N° 6.	Inversión de activos tangibles	64
Tabla N° 7.	Inversión de activos intangibles.....	68
Tabla N° 8.	Total inversión de activos	68
Tabla N° 9.	Gastos de insumos mensual administrativo	69
Tabla N° 10.	Gastos de insumos anuales administrativos	71
Tabla N° 11.	Requerimiento mensual Insumos para oficinas.....	72
Tabla N° 12.	Requerimiento mensual de insumos para limpieza.....	73
Tabla N° 13.	Requerimiento mensual ropa de trabajo y seguridad.....	73
Tabla N° 14.	Requerimiento anual de materiales de trabajo, limpieza y ropa de trabajo..	74
Tabla N° 15.	Pagos mensuales de colaboradores consultorio dental	75
Tabla N° 16.	Pagos mensuales de colaboradores de consultorio dental	76
Tabla N° 17.	Consumo mensual de combustible	77
Tabla N° 18.	Consumo anual de combustible	78
Tabla N° 19.	Costo de Mantenimiento vehículos y equipos dentales.....	79
Tabla N° 20.	Costo de seguro vehicular.....	79
Tabla N° 21.	Gasto en servicios fijos mensuales	81
Tabla N° 22.	Gasto de servicios fijos anuales	82
Tabla N° 23.	Ingresos diarios por atención de pacientes	84
Tabla N° 24.	Ingresos semanales por atención de pacientes	85
Tabla N° 25.	Ingresos anuales por atención de pacientes	86
Tabla N° 26.	Costo de ventas por servicios	88
Tabla N° 27.	Flujo de Ingresos.....	92
Tabla N° 28.	Flujo de Egresos	93

Tabla N° 29.	Cálculo de EBITDA, flujo neto del proyecto y saldo acumulado	94
Tabla N° 30.	Capital de trabajo	102
Tabla N° 31.	Depreciación anual de maquinarias y vehículos	103

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1.	Ubicación del Consultorio Odontológico	15
Gráfico N° 2.	Crecimiento estimado de población en San Juan de Miraflores	17
Gráfico N° 3.	Propuesta de negocio.....	19
Gráfico N° 4.	Porcentaje de enfermedades en la cavidad bucal	22
Gráfico N° 5.	Consultorios odontológicos inscritos en la RENAMU.....	23
Gráfico N° 6.	Nivel socio económico personas cercanas al consultorio.....	26
Gráfico N° 7.	Porcentaje de rango etario	27
Gráfico N° 8.	Aspecto importantes para la ubicación del consultorio	27
Gráfico N° 9.	¿Ha visitado a un odontólogo el último año?	28
Gráfico N° 10.	Factores principales para elegir un consultorio odontológico	28
Gráfico N° 11.	Frecuencia de visita a un odontólogo	29
Gráfico N° 12.	Motivo de visita a un consultorio odontológico.....	30
Gráfico N° 13.	Tratamientos odontológicos solicitados con mayor frecuencia	31
Gráfico N° 14.	Aspectos importantes para elegir un consultorio odontológico	32
Gráfico N° 15.	Tipo de promociones que le gustaría recibir de un consultorio.....	33
Gráfico N° 16.	¿Cómo le gustaría obtener una cita o realizar una consulta a un consultorio odontológico?	34
Gráfico N° 17.	¿Le gustaría mantenerse informado sobre las novedades del consultorio odontológico?.....	35
Gráfico N° 18.	Asistencia el último año a un odontólogo.....	38
Gráfico N° 19.	Jerarquía de Maslow de las necesidades	41
Gráfico N° 20.	Marca del consultorio odontológico	43
Gráfico N° 21.	Nivel de estudios entorno demográfico.....	46
Gráfico N° 22.	Diagrama FODA	52
Gráfico N° 23.	Mapa de ubicación del consultorio odontológico	58
Gráfico N° 24.	Plano consultorio odontológico	59
Gráfico N° 25.	Diagrama de flujo atención a pacientes.....	61
Gráfico N° 26.	Proceso de atención	62
Gráfico N° 27.	Encuesta odontológica	99
Gráfico N° 28.	Encuesta odontológica	100

Gráfico N° 29. Encuesta odontológica	101
Gráfico N° 30. Encuesta odontológica	102

RESUMEN

En la actualidad el auge de los distintos consultorios odontológicos se debe al constante crecimiento económico de nuestro país y una mejor educación respecto a la salud bucal; esto sumado a que numerosos profesionales de estomatología egresan anualmente de las universidades, conlleva al hecho de que este tipo de proyecto de inversión resulta atractivo desde el punto de vista de la rentabilidad.

En el siguiente proyecto he desarrollado un plan de inversión a través del estudio e investigación de los distintos factores que serán necesarios y de utilidad para el proyecto del consultorio odontológico.

La investigación empezó con un análisis de mercado objetivo y las proyecciones que se esperaban, haciendo uso de distinta bibliografía así como de la consulta de distintos profesionales en la salud bucal, se logró determinar en una primera instancia y de manera general este objetivo.

Seguidamente procedí a realizar una investigación de mercado, la cual se llevó a cabo para determinar el tipo de personas o clientes, los cuales serán el público objetivo del proyecto de inversión. Con la data obtenida se realizó un plan de marketing para desarrollar la estrategia necesaria, la cual atraerá a los pacientes al consultorio odontológico. Así mismo, he desarrollado la investigación necesaria para crear un sistema de operación en la cual se desarrollara las etapas de operación y proceso del consultorio, su ubicación y el funcionamiento del mismo.

Finalmente desarrollé un plan de inversión durante los diez primeros años para verificar la viabilidad del proyecto.

ABSTRACT

Currently, increase of various dental offices in number is due to the constant economic growth of our country and better education regarding dental health. In addition many professionals in the field of stomatology graduate annually from universities. This leads to the fact that this type of investment project could be attractive concerning of profitability.

Within this project an investment plan was developed by means of analysis of different factors that will be necessary and useful for this project dental office.

The investigation began with an analysis of target market by using literature and consultation of various dental health professionals. Results were determined in the first instance in order to achieve the objective of this study.

A market research was conducted to determine the type of customers, which will be the target group of the investment project. With the data obtained a marketing plan was made to develop the necessary strategy, which will attract patients to a dental office. An operating system was created in order to develop the stages of operation and process, the location and rationality of a dental office.

Finally an investment plan was developed for the first ten years to verify the feasibility of the project.

Nota de acceso:

No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales.

6.1. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- [1] Definición de paciente disponible en: <https://es.wikipedia.org/wiki/Paciente>: consultado el 04/02/2016
- [2] [5] Compañía peruana de estudios de mercados y opinión pública S.A.C. (2012) ¿Qué tanto los limeños acuden al servicio dental? [Versión electrónica]. Recuperado el 15 de enero de 2016, de http://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/10/ARTICULO_PAGINAWEB_DENTAL.pdf
- [3] [8] Instituto nacional de estadística e informática INEI. Censos Nacionales 2007: XI de población y VI de vivienda. Recuperado el 20 de febrero de 2016. Disponible en <http://censos.inei.gob.pe/Censos2007/IDSE/>
- [4] Ministerio de Salud MINSA. Indicadores trazadores. Recuperado el 18 de enero de 2016. Disponible en <http://www.minsa.gob.pe/index.asp?op=6>
- [6] Odontomarketing (2011) Estudio de mercado dental [versión electrónica], Revista virtual odontológica, recuperado el 12 de febrero de 2016, de <http://www.odontomarketing.com/201111.pdf>
- [7] Más de 8000 personas ejercen ilegalmente la Odontología. Diario la República, consultado el 27 de febrero de 2016. Disponible en: <http://larepublica.pe/08-06-2013/mas-de-8000-personas-ejercen-ilegalmente-la-odontologia>
- [9] KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary (2012) Marketing. 14^a.ed. México: Pearson educación.
- D' ALESSIO, Fernando (2012) Administración de las operaciones Productivos. México: Pearson.
 - MENDEZ, José (1949) Economía dental. Buenos Aires: Kraft Ltda.
 - BOJ, Juan y otros (2004) Odontopediatría. Barcelona: Masson.
 - PORTILLO, Vanessa y otros (2013) Plan de mercadeo y publicidad para incrementar la afluencia de pacientes para la clínica odontológica del doctor Angel Salvador García, ubicada en el barrio San Francisco de la ciudad de San Miguel, departamento de San Miguel, año 2013 (Trabajo de graduación). San Miguel: Universidad de el Salvador.
 - KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary (2008) Fundamentos de marketing. 8va. Ed. Mexico: Pearson Educación.
 - MONGE, María (2011) Plan de Marketing para introducción y posicionamiento en el mercado de la clínica dental "Diente de Leche" ubicada en el distrito metropolitano de Quito (disertación de grado). Quito: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
 - DÁVILA, Y. [Yanina Davila]. (2015, Mayo 23). Instrumentos y materiales para ortodoncia [Archivo de vídeo]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=UQINz5YPudM>

- BRULL, Desamparados (2013) Plan de empresa de una clínica dental de nueva creación en la ciudad de Torrent (Valencia). Valencia: Universidad politécnica de valencia.
- Observatorio ciudadano (2015) Encuesta Lima como vamos [versión electrónica], Estudio de percepción sobre la calidad de vida a través de encuestas aplicadas en las viviendas seleccionadas. Recuperado el 05 de febrero de 2016, de <http://www.limacomovamos.org>
- DOUGLAS, Montgomery y RUNGER, George (2013) Probabilidad y estadísticas aplicadas a la ingeniería 2da ed. Mexico: Limusa
- PRIETO, Oscar y otros (2012). Principios y estrategia de marketing 2da ed. Barcelona UOC.

