

ÍNDICE DE CONTENIDOS

RESUMEN EJECUTIVO	6
INTRODUCCIÓN	8
OBJETIVOS	9
Justificación	9
CAPÍTULO I	
MARCO TEÓRICO	10
1.1. Planificación Estratégica	10
1.2. Análisis Estratégico	12
1.2.1 Análisis Situacional	12
1.2.2. Análisis Industrial	14
1.2.3. Análisis FODA	18
1.3. Plan de Marketing	19
CAPÍTULO II	
FORMACIÓN DE LA COOPERATIVA ODONTOLÓGICA UNIVERSITARIA, Dentbox	21
2.1. Naturaleza del Proyecto	21
2.1.1. La Misión de la Empresa	23
2.1.2. La Visión de la Empresa	23
2.1.3. Metas	23
2.2. Definición del Mercado	24
2.2.1. Clientes que son Personas Naturales	24
2.2.2. Clientes que son Empresas	25
2.2.3. Clientes Potenciales	25

CAPÍTULO III

ANÁLISIS ESTRATÉGICO	26
3.1. Análisis Situacional	26
3.1.1. Entorno Económico	26
3.1.2. Entorno Político-Legal	26
3.1.3. Entorno Cultural	27
3.1.4. Entorno Demográfico	28
3.1.5. Entorno del Medio Ambiente	28
3.1.6. Entorno Tecnológico	29
3.2. Análisis del Sector Industrial	29
3.2.1. Competencia de los Productos Sustitutos	29
3.2.2. Amenaza de entrada de Nuevos Competidores	30
3.2.3. Poder de Negociación de los Compradores	31
3.2.4. Poder de Negociación de los Proveedores	31
3.2.5. Rivalidad entre Competidores Establecidos	32
3.2.6. Análisis de la Competencia Existente	32
3.3. Análisis FODA	33
3.3.1. Fortalezas	33
3.3.2. Oportunidades	35
3.3.3. Debilidades	36
3.3.4. Amenazas	37

CAPÍTULO IV

PLAN DE MARKETING	38
4.1. Comparación de la Competencia con la Empresa	39
4.2. Marketing Mix	40
4.2.1. Producto	40
4.2.2. Precio	41
Estudio de los precios de la competencia	42
4.2.3. Promoción	44
4.2.4. Canales de Distribución	46

CAPÍTULO V

PROYECCIÓN DE VENTAS	48
5.1. Los Proveedores	48
5.2. Los Socios	50
Los Beneficios para Socios	51
5.3. Las Ventas	53
CONCLUSIONES	57
LIMITACIONES	59
BIBLIOGRAFÍA	60
ANEXOS	62

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1. Promedio de Paciente atendidos diariamente en las Clínicas Odontológicas de la Universidad de Talca

CUADRO 2. Comparación Costo Total para Listado de Instrumental e Insumos según curso lectivo año 2006.

CUADRO 3. Comparación Socios esperados DENTBOX, año 2007, v/s Mercado Objetivo.

CUADRO 4. Compra Promedio Anual en Insumos e Instrumental Odontológico, año 2007, según número de Socios por Nivel.

CUADRO 5. Total Compras Promedio Anual estimadas, año 2007.

CUADRO 6. Comportamiento de las Compras según Mes, año 2007.

CUADRO 7. Proyección de ventas para los siguientes tres años.