|  |
| --- |
|  |
| NUEVO CONSULTORIO MÉDICO  LISTA DE COMPROBACIÓN |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1. PARA EMPEZAR – DECLARACIÓN DE MISIÓN Y VISIÓN | |  |  |
|  | Decide por qué quieres crear una empresa | | |
|  | Crea un plan: ¿Qué hacemos? ¿Cómo lo hacemos? ¿A quién brindamos servicios? | | |
|  | Determina la viabilidad: ¿Hay un mercado para tu servicio? | | |
|  | Determina una ubicación que pueda proporcionar mejor servicio a tu mercado. | | |
|  | Evalúa cuánto capital tienes disponible para invertir y cuánto necesitas reunir. | | |
|  | ¿Cuáles son tus asociaciones clave? | | |
|  | Comenta los planes con los miembros de tu familia para asegurarte de que te respalden. | | |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1. OBJETIVOS COMERCIALES. | |  |  |
|  | Define el "problema" del cliente y cómo la empresa puede proporcionar una solución de forma exclusiva. | | |
|  | ¿Qué productos o servicios ofrecerás a tus clientes? (p. ej., pediatría, medicina general, odontología, etc.) | | |
|  | Determina la viabilidad: ¿Hay un mercado para tu servicio? ¿Hay una cantidad suficiente o insuficiente de este servicio? | | |
|  | Análisis de la industria: ¿Cuáles son los factores de éxito clave, tamaño, índice de crecimiento y tendencias del sector? | | |
|  | ¿Cuál es tu estrategia de crecimiento? | | |
|  | ¿Cómo te mantendrás al corriente de los mercados cambiantes y te adaptarás a ellos? | | |
|  | Define tu mercado: ¿Quién es tu cliente ideal? ¿Qué tamaño tiene tu mercado? ¿Qué tan fácil es atraer al cliente? | | |
|  | Crea un plan operativo: operaciones generales, protocolo, ubicación de la empresa, instalaciones y equipos necesarios. | | |
|  | Determina la estructura de tu empresa, el equipo de administración y el personal. | | |
|  | Crea un plan financiero: Identifica costos y pronóstico de ventas. ¿Cuándo puedes recuperar la inversión y obtener ganancias? | | |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1. ESTABLECE TU EMPRESA | |  |  |
|  | Disponibilidad de nombre comercial: Realiza una búsqueda de nombre corporativo para asegurarte de que tu nombre aún esté disponible. | | |
|  | Registra el dominio de tu empresa. | | |
|  | Solicita licencias y permisos comerciales y la identificación de contribuyente. | | |
|  | Decide la estructura jurídica o la estructura de empresa e incorpora lo siguiente: Corporación, SRL o empresa individual. | | |
|  | Configura las plataformas de software y el sistema de seguimiento de CRM. | | |
|  | Establece el plan de contabilidad y registro de tu empresa: contrata a un contador, selecciona un sistema de contabilidad y un año fiscal. | | |
|  | Adquiere las pólizas de seguros necesarias para tu empresa: responsabilidad, compensación de trabajadores, mala praxis o seguro médico. | | |
|  | Abre una cuenta bancaria empresarial y una tarjeta de crédito empresarial. | | |
|  | Solicitudes de préstamos | | |
|  | Compra de equipos médicos y muebles | | |
|  | Reclutamiento de personal y empleados | | |
|  | Empieza a relacionarte con materiales anteriores al marketing, como tarjetas de presentación, folletos o relaciones públicas. | | |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1. GASTOS INICIALES: PRESUPUESTO | |  |  |
|  | Calcula cuánto tiempo tardará tu empresa en generar ganancias. | | |
|  | Detalla los gastos diarios del primer año, como mínimo, y evalúa de dónde provendrán. | | |
|  | Detalla cuánto capital inicial se necesita para crear la empresa y proyecta cuánto tiempo tardarás para rentabilizarlo. | | |
|  | Si se requiere una inversión externa más allá de los ahorros de los fundadores, determina lo siguiente:   * el importe del préstamo * la forma en la que se usarán los fondos * la devolución requerida de los préstamos (cantidad de meses/años) * garantía ofrecida | | |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1. PLANIFICACIÓN DE TU NUEVO CONSULTORIO MÉDICO | |  |  |
|  | Escribe un **Resumen ejecutivo** cuando hayas completado las demás secciones del plan de negocios. | | |
|  | Completa **una visión general** de la empresa que incluya información básica y un resumen del equipo de administración. | | |
|  | Escribe **una sección de Descripción de la empresa** en la que se describan tus productos y servicios y los problemas que solucionan. | | |
|  | Elabora una sección de **Análisis de mercado** donde se describa el mercado total Y el mercado objetivo, las necesidades específicas del segmento, las ofertas disponibles de la competencia y cualquier tendencia que afecte al análisis. | | |
|  | Describe un **Plan de operaciones** para la empresa, como el horario de atención, el número de empleados, los proveedores clave o cualquier ajuste de temporada a los que tiene que adaptarse tu empresa. | | |
|  | Crea un **Plan de ventas y marketing** que incluya un plan para "Salir al mercado" o un plan de lanzamiento, precios, cómo tu empresa generará clientes potenciales, cómo cerrará nuevos negocios y cómo conservará a los clientes existentes. | | |
|  | Crea un **Plan financiero** en el que se muestre un análisis de umbral de rentabilidad, las pérdidas y ganancias previstas y los flujos de efectivo proyectados. | | |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1. PREPARACIÓN PARA LAS OPERACIONES | |  |  |
|  | Ubicación: Encuentra un espacio apto para maximizar tu llegada al público objetivo. | | |
|  | Identifica las necesidades de personal. | | |
|  | Recluta, entrevista, contrata y entrena empleados (si corresponde). | | |
|  | Identifica y configura la tecnología necesaria: **Sistemas de PDV**, correo, teléfono, **CRM**, facturación y pagos | | |
|  | Asegúrate de que los sistemas tecnológicos protejan tu información o la información de los clientes. | | |
|  | Según el tipo de empresa, identifica a los proveedores adecuados y asóciate a ellos. | | |
|  | Configura tu estructura de precios. | | |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1. MARKETING Y LANZAMIENTO DE TU EMPRESA | |  |  |
|  | Desarrolla y perfecciona una marca para tu empresa y sus productos o servicios. | | |
|  | Para comenzar, distribuye o muestra tus materiales de marketing: publicidad basada en la web, medios sociales, correo directo, tarjetas de presentación, ferias comerciales, folletos. | | |
|  | Participa de asociaciones comerciales con organizaciones de administración de la salud, agencias gubernamentales y compañías de seguros de salud. | | |
|  | Promociona tu clínica médica en periódicos comunitarios, TV local y estaciones de radio locales | | |
|  | Inicia estrategias de marketing digital en blogs, correos o estrategias de SEO para impulsar el tráfico a tu sitio web. | | |
|  | Patrocina programas de salud comunitarios, asiste a exposiciones, etc. | | |
|  | Organiza un evento de apertura en una empresa local. Crea una relación que pueda permitir promociones cruzadas. | | |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1. SOSTENER TU EMPRESA | |  |  |
|  | Realiza un seguimiento de las estrategias que funcionaron y fracasaron para perfeccionar tus tácticas de marketing. | | |
|  | Pide recomendaciones y testimonios para generar credibilidad. | | |
|  | Mantén y cultiva la fidelidad del cliente. Recuerda que cuesta un 80% menos mantener una relación actual que salir a buscar una nueva. | | |