



PERFECT SMILE CLÍNICA DENTAL

UNA SONRISA SANA

EMPIEZA

AQUÍ

Técnicos de higiene bucodental

Curso 2022/2023
CIFP Lorca

Promotoras:

Laidy Ameza Borja
Marisol Andrade
Doménica Vásquez Muentes



Índice

- 1.- Introducción.
- 2.- Fundamentación de la idea.
- 3.- Necesidades que satisfacen nuestra idea.
- 4.- Factores diferenciadores que se implementan con la idea empresarial.
- 5.-Estudio de mercado.
 - 5.1 Análisis de la clientela.
 - 5.2 Competidores.
 - 5.3 Proveedores.
- 6.- Plan de marketing, publicidad.
- 7.- Ubicación de la empresa empresa.
- 8.- Plan de Inversión y Gastos iniciales. Financiación.
- 9.- Forma Jurídica.
- 10.- Análisis Dafo y Conclusiones.



1.-Introducción

Nuestra idea de negocio consiste en proporcionar servicios de higiene oral, por parte de higienistas bucodentales, a las personas mayores que viven en pedanías y que por lejanía al casco urbano, descuidan su higiene bucal.

Por lo tanto, nuestro equipo de *higienistas bucodentales a domicilio*, se desplazará a determinadas pedanías del término municipal de Lorca; de esta manera, resolvemos la dificultad que tienen las personas mayores para acudir a sus revisiones periódicas con el odontólogo, al no contar con un medio de transporte.

Además, con nuestros servicios mantendremos su calidad de vida, ya que varias de las enfermedades que padecen los mayores, cada vez más polimedicados, comienzan en la cavidad oral.

2.-Fundamentación de la idea.

Actualmente, los cambios demográficos demuestran que vivimos en una población envejecida.

- ¿Qué quiere decir esto?

Que hay una mayor cantidad de personas a las que se debe prestar atención sanitaria y que, sin embargo, están olvidadas.

Por eso, consideramos que uno de nuestros puntos fuertes es que **velamos por la salud de nuestros mayores.**

- ¿Cómo lo conseguimos?
 - Prestándoles servicios de higiene oral.
 - Facilitándoles el transporte a sus correspondientes clínicas cuando sea necesario.
 - Proporcionándoles educación sanitaria sobre salud oral para que tomen un papel activo sobre sus respectivas enfermedades o cuidados orales.



Además, el cuidado oral tiene un papel de gran importancia, debido al desarrollo de nuevas enfermedades provocadas por diversos factores que afectan a la cavidad oral.

Por ejemplo:

- Aumento de caries por el consumo excesivo de azúcares o bebidas carbonatadas.
- Consumo diario de alcohol y tabaco.

Por otro lado, tras la pandemia muchas familias decidieron abandonar el casco urbano y establecer sus residencias a las afueras, en pedanías rurales, en busca de una vida más tranquila.

La consecuencia de esta acción está siendo la dificultad para acceder a la atención odontológica de las personas mayores, ya que la mayoría son dependientes de algún familiar para poder transportarse. Por lo tanto, no pueden permitirse ir a las revisiones necesarias, hacerse limpiezas o realizar el mantenimiento de sus aparatos protésicos.

No obstante, somos conscientes de que tenemos una amenaza externa, y es que las personas mayores son más desconfiadas o reservadas y podrían no consentir que desconocidos, como son los higienistas dentales, entren en sus hogares y les hagan una exploración oral.

Para ello, pensamos que es conveniente contactar primero con sus familiares cercanos y asegurarnos de transmitirles confianza y profesionalidad para que se sientan seguros de contratar nuestros servicios.

3.-Necesidades que satisface nuestra idea.

Nuestra principal necesidad a satisfacer es *el derecho que tienen todas las personas mayores a recibir los cuidados necesarios para envejecer con salud y sin necesidad de sentirse como una molestia por depender de alguien para acudir a sus revisiones con el odontólogo.*

La boca es una de las partes más importantes del cuerpo y si la población envejecida no puede recibir atención sanitaria, tendrá consecuencias en su salud.

Por ejemplo:

- Si no pueden alimentarse correctamente, presentarán desnutrición pudiendo llegar a provocar bulimia o diabetes mellitus.
- Una mala colocación de la prótesis puede generar irritación en la mandíbula e ir incrementando el dolor y provocar infección.



Por lo tanto, queremos ofrecer una vida sana y feliz para que las personas mayores tengan servicio de higienistas dentales a su alcance, garantizando el mantenimiento puntual de su salud bucal.

Además, como empresa socialmente responsable que aspiramos ser, dentro de nuestra política empresarial (misión, visión y valores), podemos citar las siguientes líneas de actuación:

- **Colaboración con distintas fundaciones dedicadas a la investigación de enfermedades raras**, ya que no reciben apoyo suficiente para sus investigaciones y que, sin embargo, afectan a parte de la población.

Por ejemplo:

- TDH.
- Autismo.
- Tetralogía de Fallot .
- Esclerosis lateral amiotrófica.
- Síndrome X-Frágil (SXF).

De esta forma, realizamos una comparativa entre lo olvidados que están las personas mayores y las personas con enfermedades raras, consiguiendo que la población tenga calidad de vida y que sus derechos humanos sean respetados.

- **Uso de material biodegradable** contribuyendo al cuidado del medioambiente.

La mayoría de nuestro material desechable(vasos, servilletas, cepillos) ha sido comprado en distintos laboratorios como dentaltix, proclinic o DVD dental.



- ***Campañas de sensibilización social para determinados colectivos en riesgo de exclusión social***, como colaborar en el “Plan de Desarrollo Gitano” promovido por el Ayuntamiento de Lorca, realizando talleres de información y limpiezas bucales para las poblaciones gitanas. De esta manera, pueden acceder a la educación necesaria en salud oral.

4.- Factores diferenciadores que se implementan con la idea empresarial.

En el casco urbano de la ciudad de Lorca, existen numerosas clínicas dentales y todas ellas ofrecen excelentes servicios a los ciudadanos.

Pero, ¿Pueden todos los habitantes de las pedanías o barrios de Lorca acceder a esos servicios?

Lamentablemente, no.

Esto se debe a que las personas que residen fuera de la ciudad, es decir, en las pedanías, no siempre cuentan con los medios necesarios para poder trasladarse hasta la ciudad y acudir a sus citas.

El término municipal de Lorca, no es sólo el casco urbano, además hay 39 pedanías, algunas de ellas se encuentran a más de 40 kilómetros de distancia del mismo, siendo el segundo municipio más extenso de España.

Es este nuestro factor diferenciador respecto al resto de clínicas, ya que nos enfocamos en los habitantes de las pedanías ofreciendo un servicio a domicilio, igual o mejor del que reciben en sus clínicas. Y si necesitan un servicio más especializado, les proporcionaremos un medio de transporte para que puedan acudir a su clínica dental, cubriendo otra necesidad.

5.- Estudio de mercado.

El objetivo del estudio de mercado es detectar si hay clientela para la necesidad que hemos detectado y también comprobar si hay competencia directa que realice esta actividad.



5.1. Análisis de la clientela.

Nuestra clientela se enfoca en personas de la tercera edad residentes en las pedanías de Lorca, dado que este segmento de población presenta más enfermedades dentales, por ejemplo: caries, enfermedad periodontal o incluso cáncer oral y además, tienen más dificultades para transportarse, ya sea porque dependen de algún familiar o bien porque padecen de alguna discapacidad.

Según el Padrón municipal de Lorca:

Población total 96.238 habitantes.

	Menos de 20 años	Mayores de 65
Población	23,63%	14,35%
Casco urbano	23,68%	12,68%
Pedanías	21,17%	32,68%

Los clientes potenciales en las pedanías ascienden a más de un 32,68 % y sigue aumentando. Por esto, la educación en higiene oral es crucial para que puedan seguir conservando la salud.

Hemos segmentado nuestra clientela según el criterio geográfico. En principio, ofreceremos nuestros servicios a determinadas pedanías, y con el tiempo, esperamos atender a la práctica totalidad de las mismas.

Empezaremos ofreciendo nuestros servicios a las siguientes pedanías que se encuentran próximas unas de otras facilitándonos la movilización.

- ❖ Marchena.
- ❖ Cazalla.
- ❖ Campillo.
- ❖ Torrecilla.

5.2. Competidores.

Hoy en día, el número de nuestros competidores es totalmente nulo, ya que no existe ninguna clínica conocida que ofrezca un servicio a domicilio como nuestra empresa, siendo ésta nuestra principal ventaja competitiva.



5.3. Proveedores-Aliados clave.

Al principio, nuestra empresa se asociará con una clínica odontológica, que será la clínica dental San Cristóbal; ésta nos aportará ciertos materiales e instrumentos de elevado coste que en nuestros comienzos no podremos adquirir. A cambio, nosotros le cedemos clientes que necesitan tratamientos más complejos, proporcionándole el transporte al paciente hasta la clínica.

Por otro lado, tras un estudio exhaustivo, hemos encontrado varias empresas que se acomodan a nuestras necesidades, por lo que se convertirán en nuestros proveedores.

Factores en los que nos hemos basado para elegir las empresas son:

- Calidad- precio.
- Facilidades en las condiciones de pago.
- Empresas locales.
- Uso material reciclable.
- Empresas con políticas de RSC.

Nuestros proveedores serán:

- Health-safety (Valencia): para material desechable, por ejemplo: baberos vasos.
- Plandent International (Finlandia): nos proveerán instrumental dental, por ejemplo: kit de exploración o sonda de exploración, entre otros materiales.
- Dentaltix (Madrid): para adquirir el sillón dental y compresor.
- Makito (Pulpí, Almería): empresa publicitaria. Nos hará folletos de propaganda, kits de regalo y uniformes, todo personalizado con nuestro eslogan.
- Repsol: obtendremos ofertas en el precio de la gasolina, aportando descuentos de hasta 33 céntimos por litro en combustible.

Además, hemos elegido prácticamente, empresas nacionales, contribuyendo de esta forma a la conservación y creación de empleo mientras cuidamos al medio ambiente, evitando traslados de larga distancia y reduciendo las emisiones contaminantes y los residuos.



6. Plan de marketing, publicidad.

Nombre Comercial

PERFECT SMILE

Logotipo



Eslogan

Una sonrisa sana empieza aquí

Elegimos este eslogan porque queremos que aquellas personas que se sientan inseguros o incómodos al sonreír, puedan volver a hacerlo. Así, conseguiremos que puedan llevar una vida más feliz al recuperar de nuevo la confianza en ellos mismos.

Imagen corporativa



Incorporaremos nuestro logotipo tanto en nuestros uniformes como en nuestra caravana para que se nos pueda reconocer con facilidad mientras promocionamos nuestra clínica.



Nuestra clínica dental será móvil, por lo tanto, contamos con una caravana adaptada para realizar los distintos servicios en las pedanías donde nos requieran.

Su interior tendrá un aspecto similar a la de una clínica dental, donde estarán minimizadas las barreras físicas, garantizando que todos nuestros pacientes puedan acceder fácilmente.



Consta de dos salas amplias y acogedoras:

1. Sala de recepción y espera: Será una zona confortable y limpia, donde se respira, orden y familiaridad. A su vez, podremos contribuir a la socialización del paciente mientras hablamos con ellos, para que se sientan más tranquilos mientras esperan su turno.
2. Gabinete o sala de intervención: Un área organizada, donde se realiza la asistencia dental cumpliendo los principios básicos de ergonomía. Contiene el sillón dental y el equipamiento especializado para examinar y tratar al paciente de forma adecuada.



La decoración va a transmitir profesionalidad, tranquilidad y confianza, para ello, emplearemos el color azul.

Numerosos estudios han demostrado que el azul oscuro representa la serenidad absoluta y ayuda a combatir la odontofobia reduciendo la presión sanguínea y el ritmo respiratorio.

De esta manera, nuestros pacientes acudirán a nosotros sin miedo y tranquilos.

¿Pero cómo nos daremos a conocer ante el público?

1. Mediante tarjetas de visitas: llevarán nuestro teléfono móvil y los servicios que prestamos. Las repartiremos en los centros sociales y asociaciones de vecinos de las pedanías.



2. Boca a boca: la mayoría de los habitantes de las pedanías se conocen unos con otros, lo que nos supone una ventaja para promocionar nuestra empresa, ya que nuestros clientes quedarán satisfechos con nuestros servicios y querrán compartir la experiencia con amigos o familiares.
3. Cuña de radio: se emitirá por "Cadena Azul", ya que este medio es bastante escuchado entre las personas mayores.

Tarifa de precios

Examen del paciente para diagnóstico, plan de tratamiento, urgencia.	Gratuito
Limpieza bucal	26€
Fluorización	18€
Sellado de fosas y fisuras	25€



7.-Ubicación de la empresa.

Nuestra empresa no tendrá localización fija, puesto que nos vamos a desplazar hacia diferentes pedanías para prestar nuestros servicios a personas de la tercera edad.

8.-Plan de Inversión y Gastos Iniciales. Financiación

Realizamos inversiones:

- Materiales: Compra de caravana con instalaciones como el sillón dental, compresor, autoclave, materiales e instrumentales necesarios y los mobiliarios de almacenamiento.
- Inmateriales aplicaciones informáticas.
- Gastos necesarios para poner en marcha la empresa.
- Uso de abogados, asesorías, notarios, seguros a todo riesgo.
- El stock mínimo de materiales para poder abrir.

Importe calculado para garantizar la apertura de nuestra empresa durante los cuatro primeros meses.

Inversiones materiales	
Equipos informáticos	462,24€
Maquinaria y herramientas	13.162€
Mobiliario	3.564€
Acondicionamiento del local	400€
Inversiones materiales	
Aplicaciones informáticas	2.100€
Gastos necesarios para constituir y poner en marcha	
Gestoría	250€
Capital de constitución	3000€
Stock inicial de mercaderías	
Stock inicial de mercaderías	453,08€
Dinero en efectivo	
Gastos de personal	3.000€



Alquiler	
Suministros	170€

Publicidad	150€
Gestoría	220€
Gastos financieros	
Seguro	2500€
Devolución del préstamo	1300€
TOTAL:	27.731,32€

Financiación

Cada socio aportará 1.000€ de capital y obtendremos subvenciones a fondo perdido concedidos a empresas de economía social de 8.500€ cada una, adquiriendo un total de 25.500€ + 3000= 28.500€.

Además obtendremos una subvención a fondo perdido por inversiones de inmovilizado material del 30% de la inversión realizada.

Compramos una caravana valorada en 26.000€, adquirimos una subvención del 30% que equivale a 7.800€ de financiación, precio restante 18.200€. El importe que financiamos a dos años, pagando cuotas mensuales de 325€.

9.-Forma Jurídica.

Somos una cooperativa de trabajo asociado de personas que se han unido de forma voluntaria con un objetivo y con aspiraciones económicas, sociales o culturales en común, mediante una empresa de propiedad conjunta y de gestión democrática. Nuestro objetivo es salir del desempleo a través de este proyecto emprendedor, de modo que todas las promotoras seremos socias trabajadoras.

Ventajas	Inconvenientes
No responde personalmente a las deudas.	Mínimo 3 personas para establecerse.
Libertad de acceso y bajas.	Se exige una asamblea al año.
Todos los socios tienen los mismos derechos y obligaciones.	Obligatorio depositar cuentas anuales.
Bonificaciones y beneficios fiscales.	La contratación de trabajadores no socios está limitada.



No necesitan capital mínimo.	Creación y gestión de varios órganos sociales.
------------------------------	--

10.-Análisis Dafo y Conclusiones.

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ● Inexperiencia. ● Falta de recursos económicos. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Crisis económica. ● Falta de concienciación de la población sobre la salud dental. ● Clínicas dentales indirectamente. ● Desconfianza.
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ● Equipo altamente formado y capacitado. ● Compromiso con el paciente. ● Diferenciación. ● Espíritu emprendedor. ● Afán de superación. ● Compromiso con las causas sociales. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Educación sobre higiene oral. ● Desplazamiento ● El incremento de la población mayor en las pedanías.

CONCLUSIÓN

Después de analizar el proyecto y teniendo en cuenta el incremento de personas mayores que habitan en las pedanías de Lorca, podemos concluir que nuestra clientela está garantizada y que *PERFECT SMILE* podrá poner una sonrisa en nuestros usuarios garantizándoles servicios de calidad realizados por profesionales.

Con nuestra empresa queremos que todas las personas mayores procedentes de pedanías y que por cuestiones de edad han desarrollado enfermedades orales o simplemente requieren de cuidados de higiene oral , puedan volver a tener una vida sana y feliz.

“Una sonrisa sana empieza aquí”

