

Tabla de contenido

Tabla de contenido	ii
Índice de figuras	v
1. Descripción del proyecto	1
1.1. Introducción.....	1
1.2. Objetivos.....	2
1.2.1. Objetivo general.....	2
1.2.2. Objetivos específicos.....	2
1.3. Alcances	2
1.4. Metodología	3
1.5. Justificación	5
1.6. Resultados esperados.....	6
2. Marco conceptual.....	7
2.1. Conceptos y modelos para el proyecto.....	7
2.2. Conceptos clínicos.....	9
2.3. Conceptos de franquicias	11
3. Características de la organización	12
3.1. Descripción general de la organización.....	12
3.2. Visión	13
3.3. Misión.....	13
3.4. Valores	13
3.5. Estructura organizacional	14
3.6. Productos, servicios y actividades.....	14
3.7. Actualidad	15
4. Análisis de mercados.....	16
4.1. El mercado de las franquicias	16
4.2. El mercado de los centros médicos.....	20
4.3. Investigación de mercado	25
4.3.1. Diseño de investigación	25
4.3.2. Trabajo de campo y resultados.....	26
4.4. Análisis Porter de las 5 fuerzas	30
4.5. Análisis FODA.....	31
4.6. Readiness assesment	33
5. Plan de negocios	34
5.1. Modelo de negocios.....	34
5.1.1. Segmento de clientes.....	34
5.1.2. Propuesta de valor.....	36
5.1.3. Canales	37
5.1.4. Relaciones con el cliente	38
5.1.5. Fuente de ingresos	39
5.1.6. Recursos clave	40
5.1.7. Actividades clave	40
5.1.8. Asociaciones clave	41
5.1.9. Estructura de costos	42

5.2.	Plan de marketing	43
5.2.1.	Diseño de estrategia de marketing	43
5.2.1.1.	Segmentación	43
5.2.1.2.	Targeting	43
5.2.1.3.	Posicionamiento	45
5.2.2.	Formulación del plan de marketing	45
5.2.2.1.	Producto	45
5.2.2.2.	Precio	46
5.2.2.3.	Plaza	47
5.2.2.4.	Promoción y publicidad	48
5.2.2.5.	Pos-venta	49
5.3.	Plan de ventas	49
5.3.1.	Análisis de capacidad financiera	50
5.3.2.	Análisis de capacidad operativa y mercado meta	51
5.3.3.	Plan de penetración	52
5.3.4.	Plan de expansión, crecimiento y ciclo de ventas	53
5.3.5.	Determinación y proyección de ingresos	54
5.4.	Plan de operación y logística	58
5.4.1.	Proceso de apertura de una franquicia	58
5.4.2.	Ramp up de la franquicia	68
5.4.3.	Proceso de soporte y mejora continua	69
5.4.4.	Inversión inicial	71
5.4.5.	Costos fijos y costos de puesta en marcha	72
5.4.6.	Costos variables de operación	75
5.4.7.	Determinación y proyección de egresos	76
5.5.	Plan de recursos humanos	77
5.5.1.	Estructura organizacional	77
5.5.2.	Selección de personal	79
5.5.3.	Plan de capacitación	81
5.5.4.	Gastos de administración y venta	82
5.6.	Aspectos legales	83
5.6.1.	Constitución de una sociedad por acciones	83
5.6.2.	Cláusulas de contrato franquicia	83
5.6.3.	Plano regulador	85
5.7.	Evaluación económica	85
5.7.1.	Supuestos y parámetros de la evaluación	85
5.7.2.	Flujo de caja	86
5.7.3.	Análisis de sensibilidad	87
6.	Conclusiones	89
7.	Glosario	95
8.	Bibliografía	95
9.	Anexos	97
	Anexo A: Valores empresariales de Maiposalud	97
	Anexo B: Organigrama completo	98
	Anexo C: Evolución de la capacidad instalada	101
	Anexo D: Listado de empresas operando como franquicias en Chile	102

Anexo E: Dinámicas de grupo vs entrevistas	109
Anexo F: Estructura de la entrevista.....	110
Anexo G: Utilidad promedio de un centro Maiposalud vs otras franquicias	115
Anexo H: CANVAS completo	117
Anexo I: Clasificación por riesgo y requerimientos por cliente	118
Anexo J: Propuestas de valor individuales para cada segmento de clientes	119
Anexo K: FODA completo	120
Anexo L: Plan básico de franquicia	120
Anexo M: Flujos mensuales de los ingresos	121
Anexo N: Información financiera requerida.....	124
Anexo O: Validez de una propiedad	124
Anexo P: Detalle de inversión inicial	125
Anexo Q: Detalle de costos de puesta en marcha y acompañamiento	125
Anexo R: Costos en marketing.....	126
Anexo S: Tasas de impuestos.....	126
Anexo T: Calculo tasa de descuento	127
Anexo U: Esquema de las 5 fuerzas de Porter.....	128
Anexo V: Documentos arquitectónicos y de ingeniería	129
Anexo W: Evaluación pesimista.....	130
Anexo X: Criterios y evaluación readiness assesment	131
Anexo Y: Ratios de éxito y duraciones del franchise funnel.....	135