

## TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN.....	1
2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO .....	2
2.1. OBJETIVOS	3
2.2. ALCANCE	4
2.3. MARCO CONCEPTUAL	4
2.4. METODOLOGÍA	6
2.5. RESULTADOS ESPERADOS	7
3. ANÁLISIS DEL MERCADO Y LA INDUSTRIA DE LAS FRANQUICIAS DE CHILE, EUROPA Y EL MUNDO.....	7
3.1. MERCADO DE LAS FRANQUICIAS EN CHILE	7
3.1.1. ANÁLISIS GENERAL DEL MERCADO	8
3.1.2. FRANQUICIAS Y RUBROS	11
3.1.3. ANÁLISIS FODA	19
3.2. MERCADO DE FRANQUICIAS DE EUROPA	20
3.2.1. ANÁLISIS GENERAL DEL MERCADO	20
3.2.2. FRANQUICIAS Y RUBROS	21
3.2.3. ANÁLISIS FODA	28
3.3. TENDENCIAS DEL MERCADO DE FRANQUICIAS	28
3.3.1. ANÁLISIS GLOBAL GRÁFICO	28
3.3.2. ANÁLISIS COMPETITIVO DE PORTER	35
3.4. DEFINICIÓN DEL MERCADO OBJETIVO	36
3.4.1. CARACTERIZACIÓN DE CLIENTES	36
3.4.2. PAUTA DE ENTREVISTAS	37
3.4.3. ANÁLISIS DE RESPUESTAS	45
3.4.4. TAMAÑO DE MERCADO	47
4. DESCRIPCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN .....	50
4.1. ASPECTOS GENERALES	50
4.2. SERVICIOS Y DIFERENCIACIÓN	51
4.3. CLIENTES	51
4.4. CANAL DE DISTRIBUCIÓN	51
4.5. FACTORES CLAVES	52
4.6. MISIÓN, VISIÓN Y VALORES	52
4.7. FLUJO DE ASOCIACIÓN	52
4.8. OTROS ASPECTOS LEGALES	53

5. MODELO ESTRATÉGICO DEL NEGOCIO (CANVAS).....	54
5.1. SEGMENTACIÓN DE CLIENTES	54
5.2. PROPUESTA DE VALOR	54
5.3. CANALES DE DISTRIBUCIÓN	55
5.4. RELACIÓN CON CLIENTES	55
5.5. FUENTES DE INGRESOS	55
5.6. RECURSOS CLAVES	56
5.7. ACTIVIDADES CLAVES	56
5.8. ASOCIACIONES CLAVES	56
5.9. ESTRUCTURA DE COSTOS	56
6. MARKETING Y ESTRATEGIA COMPETITIVA .....	57
6.1. OBJETIVOS	57
6.2. SEGMENTACIÓN Y POSICIONAMIENTO	57
6.3. ESTRATEGIA COMPETITIVA	58
6.4. MODELO DE COMERCIALIZACIÓN E INGRESOS	58
6.5. MARKETING MIX	59
7. ORGANIZACIÓN, OPERACIONES Y PLAN DE IMPLEMENTACIÓN .....	61
7.1. MAPA OPERATIVO DEL SERVICIO DE ASESORÍA	61
7.2. CADENA DE VALOR	64
7.3. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN Y FACTORES CRÍTICOS	64
7.4. EQUIPO EMPRENDEDOR Y ORGANIGRAMA	65
8. PROYECCIÓN FINANCIERA.....	66
8.1. TABLA DE INGRESOS POR ASESORÍA Y GESTIÓN	66
8.2. DETERMINAR INVERSIÓN Y CAPITAL DE TRABAJO	67
8.3. TABLA DE DETERMINACIÓN DE COSTOS	67
8.4. FLUJO DE CAJA Y EVALUACIÓN ECONÓMICA	68
9. CONCLUSIONES.....	69
10. BIBLIOGRAFÍA.....	70
11. ANEXOS.....	71