



“Plataforma Receta Fácil”

**PLAN DE NEGOCIOS PARA OPTAR AL GRADO DE
MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN (MBA)
PARTE I.**

Alumno:

Pablo Teppa Pacheco

Profesor Guía:

Erich Spencer Ruff

Santiago, 30 de Septiembre de 2019

1 CONTENIDO

Resumen Ejecutivo:.....	4
I. Oportunidad de Negocio:.....	5
II. Análisis de la Industria, Competidores, Clientes:.....	8
2.1 Industria.....	8
2.2 Competidores.....	11
2.3 Clientes.....	12
III. Descripción de la empresa y propuesta de valor.....	15
3.1 Modelo de negocios.....	15
3.2 Descripción de la empresa.....	17
3.3 Estrategia de crecimiento o escalamiento. Visión Global.....	17
3.4 RSE y Sustentabilidad.....	19
IV. Plan de Marketing.....	21
4.1 Objetivos de marketing.....	21
4.2 Estrategia de segmentación.....	21
4.3 Estrategia de producto/servicio.....	23
4.4 Estrategia de Precio.....	24
4.5 Estrategia de Distribución.....	25
4.6 Estrategia de Comunicación y ventas.....	26
4.7 Estimación de la demanda y proyecciones de crecimiento anual.....	26
4.8 Presupuesto de Marketing y cronograma.....	28
V. Plan de Operaciones:.....	30
VI. Equipo del proyecto:.....	31
VII. Plan Financiero:.....	32
VIII. Riesgos críticos:.....	33
IX. Propuesta Inversionista.....	34
X. Conclusiones.....	35
XI. Anexos.....	36
11.1 Anexo 1 Desarrollo de la Idea.....	36
11.2 Anexo N°2: Extracción de Datos.....	43
11.3 Anexo N°3: Link Relevantes de Información.....	44

11.4 Anexo N°4 – Entrevistas.....44

RESUMEN EJECUTIVO:

Hoy en día, existe un descontento generalizado por parte de los consumidores finales (Pacientes) respecto a la emisión, trazabilidad, portabilidad y control sobre las recetas medicas derivadas de atenciones en centros médicos y clínicas, esto debido a la falta de información existente en el mercado, el costo (tiempo) asociado de la compra física en las farmacias, diferencias de precio importantes entre una cadena y otra, costos de inventario e imprecisiones para la generación de campañas de salud por parte del ministerio, clínicas, hospitales, etc.

Dado lo anterior, es que se plantea la necesidad de “Receta Fácil”, la que al ser una plataforma web (responsiva) facilitará la emisión, disponibilidad, seguridad y privacidad de la información contenida en las recetas médicas, adicionalmente , las recetas contendrán un código QR único que permitirá que los doctores generen la receta, posteriormente, los clientes por medio de ese código podrán acudir a las farmacias y presentar su receta a través de un celular, el que será consultado generando las validaciones correspondientes en un marco de privacidad.

Receta Fácil, tendrá distintas fuentes de ingreso, la primera será a través de la venta directa a las instituciones de salud, en donde existirá un cobro de instalación y configuración, en segundo lugar, existirá un cobro por cada una de las recetas emitidas (según volumen mensual) y finalmente, un costo por mantención y soporte mensual.

Para la puesta en marcha de la plataforma, se requiere contar con una demo de “Receta Fácil” de modo de facilitar la venta y comercialización, los desarrollos serán llevados a cabo por la consultora ActiveIT, empresa en la que trabaja uno de los participantes del proyecto. Además, de la inversión para puesta en producción, soporte y marketing asociado.

Se estima que los resultados con una proyección a 5 años de los EERR, el proyecto de la plataforma “Receta Fácil” cumple con atractivo financiero, explicado por un VAN de MM\$81, TIR cercana al 57%, y una recuperación de la inversión (payback) a los 3,97 años.

I. OPORTUNIDAD DE NEGOCIO:

La oportunidad de negocio consiste en la creación de una plataforma tecnológica denominada **RECETA FÁCIL**, la que permitirá la creación, gestión y control de recetas médicas digitales por medio de la generación de un código QR único, que permitirá efectuar la validación del paciente al momento de realizar la compra de sus medicamentos en las farmacias, manteniendo la privacidad de sus datos, en primera instancia en forma presencial y luego con la posibilidad de generar la compra a través de la web (lo cual se efectuará en forma escalable por etapas).

Lo anterior, se llevará a cabo a través de una herramienta web (responsiva) y una APP, que facilite tanto la emisión, modificación, disponibilidad, seguridad y privacidad de la información contenida del paciente. A su vez la herramienta permitirá en fases posteriores, mostrar el listado de precios, disponibilidad de los productos por farmacia y zona geográfica, compra y despacho online y finalmente como un mercado en dónde las farmacias puedan ofrecer su venta de acuerdo a las recetas digitales que suban los clientes/pacientes.

Nota: Para más detalle ver Anexo N°1, desarrollo de la Idea.

Receta Fácil, apunta a un subconjunto del universo del mercado de las atenciones médicas del país, dado que primero debe existir una atención médica, para la posterior emisión de recetas médicas digitales, según lo siguiente:

Universo nivel país (sector privado)	Universo Metropolitana	Región Centro - Oriente
14,8 millones de atenciones médicas al año	10,6 millones de atenciones médicas al año	6.7 millones de atenciones médicas al año

** cifras obtenidas desde Ministerio de Salud (<http://www.deis.cl/estadisticas-sectorprivado/>)

Nota: El mercado objetivo está asociado a las instituciones de salud privadas (centros médicos o clínicas) de las comunas Centro y Oriente de la Región Metropolitana, los que atienden aproximadamente a 6.7 millones de consultas médicas, equivalentes al 64% del total de atenciones en la región metropolitana. La subsegmentación se generó con el fin de tener un foco asociado a la demanda existente, lo que llevó a considerar 5 comunas (Providencia, Las Condes, Santiago, Estación Central y Vitacura), es importante señalar

que la fuente de información está en base a atenciones médicas, por lo que tendencia de acuerdo a las entrevistas sostenidas, es que al menos el 50% de las atenciones médicas, culmina con una emisión de recetas médicas (Escenario conservador). Por lo que el mercado objetivo de la idea de negocio de acuerdo a esta hipótesis será de 3,4 millones de recetas médicas al año, considerando una segmentación geográfica (zona oriente):

Mercado de Atenciones médicas	Mercado Generación Recetas médicas.
6,7 millones de atenciones anuales	3,4 millones de recetas médicas anuales

** cifras obtenidas desde Ministerio de Salud (<http://www.deis.cl/estadisticas-sectorprivado/>)

Los emprendedores cuentan con los recursos monetarios para implementar “Receta Fácil” además, poseen experiencia en áreas comerciales, procesos, riesgos y tecnología, lo cual les permite tener una visión más holística para lograr desarrollar un producto atractivo para el cliente.

Un factor relevante, es la alianza con la empresa consultora Active IT donde participa uno de los emprendedores, los principales beneficios de esta alianza, es contar con personal externo capacitado, viabilidad de uso de instalaciones (salas de reunión y eventos), tener un sponsor que respalde la función técnica de los desarrollos, considerando que estos también realizarán el soporte productivo de la plataforma.

En forma preliminar, ya se comenzó con la construcción de la plataforma en la etapa de diseño, con el fin de ir avanzado en lograr construir un MVP, para continuar con las conversaciones con los grupos e instituciones de interés de modo de recibir feedback de la plataforma.

Por último, se espera atraer a potenciales clientes por medio de dos opciones:

- a) Avisos en periódicos o revistas: Con esto se busca dar a conocer la plataforma a los potenciales clientes y a la vez generar un impacto en la comunidad, con el fin de iniciar campañas por la mejora de las condiciones en que se prestan los servicios a los pacientes.
- b) Eventos: Se ejecutarán dos eventos mensuales (inicialmente) para ir convocando a distintos actores del mercado y posteriormente lograr concretar reuniones para establecer posibles acuerdos comerciales atractivos (oferta de implementación con descuento del 50%).

Finalmente se destaca que, dentro de la proyección del proyecto (5 años), se cuentan con indicadores de rentabilidad solventes, los cuales reflejan:

- TIR: 56,98%
- VAN: \$114.074.545
- Playback: 3,97%
- ROI: 149%
- Tasa de Descuento: 14,89%

Esto permite señalar que el proyecto cuenta con una rentabilidad interesante para cualquier inversionista (Ver Capítulo 10).

II. ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA, COMPETIDORES, CLIENTES:

2.1 INDUSTRIA.

El mercado objetivo está asociado a las atenciones que prestan las instituciones de salud privada, específicamente a centros médicos y clínicas de las principales comunas del centro y oriente (Providencia, Las Condes, Santiago, Estación Central, Vitacura) de la Región Metropolitana, los que realizan 6.7 millones de atenciones o consultas médicas al año, equivalentes al 64% del total de atenciones dentro de la región metropolitana

Universo nivel país (sector privado)	Universo Región Metropolitana	Subsegmento Centro – Oriente
14,8 millones de atenciones médicas al año	10,6 millones de atenciones médicas al año	6.7 millones de atenciones médicas al año

La subsegmentación se generó con el fin de tener un foco asociado a la demanda existente, lo que llevó a considerar 5 comunas, que representan el 64% de atenciones en la Región Metropolitana (equivalente a 6.7 millones de atenciones médicas al año).

Es importante señalar que la fuente de información está en base a atenciones médicas y tendencias de acuerdo a las entrevistas sostenidas, por lo que se considera que al menos el 50% de las atenciones médicas culmina con una emisión de recetas médicas (Escenario conservador). Por lo que el **mercado objetivo de la idea de negocio de acuerdo a esta hipótesis** será de 3,4 millones de recetas médicas al año, considerando nuestra segmentación geográfica (zona oriente):

Mercado de Atenciones médicas	Mercado Generación Recetas médicas.
6.7 millones de atenciones anuales	3,4 millones de recetas médicas anuales

Análisis del Entorno – Pestel	
Político	Dentro del actual gobierno, está la propuesta de modernizar los servicios asociados a la salud. Actualmente se está analizando una actualización a la ley 20.724 asociada a la receta digital, lo que se considera como un aliciente para el proyecto, que incentivará la implementación de plataformas o herramientas que permitan la modernización acompañado del cumplimiento de la normativa vigente.
Económico	La sociedad va envejeciendo y se han incrementado en forma considerable las atenciones médicas a lo largo del país, lo que genera una necesidad inmediata de contar con una plataforma que pueda mejorar la experiencia y costos de los clientes / pacientes a la hora de obtener una receta digital y puntualmente para las empresas proveedoras (clientes) que podrán lograr eficiencias directas a la hora de generar las recetas, así como disminución en sus costos de logística, campañas, inventario, procesos internos, etc.
Social	Existe una apreciación social sobre la escasa competencia que existe en la industria farmacéutica, este proyecto abarca esta necesidad en sus dos últimas fases, lo que permitirá optar a mejores precios para los clientes / pacientes. Si bien puede existir un riesgo, dada la resistencia al cambio en esta industria, se espera que de todas formas se vayan sumando, considerando la apertura de nuevas farmacias (farmacias populares y farmacias online)
Tecnológico	Actualmente la industria de la salud, cuentan con desarrollos tecnológicos para la gestión interna, pero no existen iniciativa relevantes asociada al consumidor final, esta necesidad sumada a la nueva legislación generará una búsqueda de los clientes por herramientas tecnológicas que les permita mejorar sus procesos e imagen sobre sus clientes / pacientes, siendo una excelente señal para el mercado y para el desarrollo del proyecto, sin embargo, se observa un riesgo que desde el Ministerio de Salud, quieran centralizar una herramienta única que considere el uso integral de las clínicas del sector público y privado.
Legal	No existe directamente una prohibición para implementar una plataforma para generar recetas médicas digitales, solo se necesita

que posea la firma digital de los médicos.

Conclusión: Al considerar los distintos elementos de este análisis, se observa que si bien existe un elemento a considerar (herramienta tecnológica centralizada), se considera que una implementación de esa envergadura es poco viable, dada las distintas realidades que hoy en día posee cada clínica y/o centro médico del país, de esta forma, el proyecto cuenta con ventajas competitivas respecto a que los clientes se puedan posicionar por sobre el resto de sus competidores o participantes de la industria.

Análisis Porter – Análisis de las Fuerzas

Nuevos Participantes: Receta Fácil cuenta con elementos específicos asociados a su tecnología, esta puede ser replicada por distintos competidores al mediano plazo, por lo que es indispensable tomar una rápida participación diferenciadora dentro del mercado y entregando una oferta de valor atractiva. De acuerdo a lo anterior la barrera de entrada es baja.

Conclusión: Se considera que esta fuerza es media/alta. No obstante, es poco viable que una organización que invierte en un desarrollo tecnológico lo cambie al mediano plazo, dado el impacto que esto genera en sus operaciones.

Realidad Entre Competidores: A la fecha no existen competidores conocidos asociados al proyecto, si bien existen clínicas que cuenten con una receta digital, finalmente también requiere que se imprima, por lo que no cuenta con trazabilidad respecto a las compras realmente efectuadas ni la mitigación de riesgos que Receta Fácil entregaría al mercado, convirtiéndola en un nuevo producto, no existente en este mercado.

Conclusión: Se considera que esta fuerza es baja.

Poder de Negociación con Proveedores: Los proveedores de servicios de desarrollo informáticos, serán provistos por medio de una alianza con la empresa Active IT, en donde se negociarán precios estándar del mercado.

Conclusión: Se considera que esta fuerza es baja, ya que existen diversos proveedores de recursos informáticos especializados asociados al desarrollo, mantención y soporte.

<p>Poder Negociados con los Clientes. De acuerdo al análisis se cuenta con un bajo poder de negociación con clientes, ya sea para la implementación o los precios por emisión de recetas, además, existen riesgos asociados a que los clientes puedan replicar la idea y/o lo que repercute en una estrategia de bajos precios de entrada para Receta Fácil.</p>	<p>Conclusión: Se considera que esta fuerza es media/alta. No obstante, se pueden minimizar el riesgo de acuerdo a contratos marcos.</p>
<p>Productos Sustitutos: Actualmente Receta Fácil se diferencia de los servicios/productos existentes, que, si bien cumplen con la finalidad de la receta, no permiten establecer la mitigación de los riesgos existentes, por lo que es un atributo diferenciador importante que puede posicionar a la plataforma por sobre lo existente.</p>	<p>Conclusión: Se considera que esta fuerza es baja. Pero se considera que, en el largo plazo, pueden existir sustitutos a la plataforma.</p>
<p>Complementadores: Se observa que los servicios de reportería, integración de compra de medicamentos y posteriormente la distribución de medicamentos contenidos en Receta Fácil, son complementos que a medida que se desarrollen las distintas fases del proyecto, lograrán mejores alianzas estratégicas con farmacias y distribuidores.</p>	
<p>Conclusión: En función al análisis efectuado, se considera que lo más complejo para la ejecución de Receta Fácil, es la fuerza asociada a la negociación del precio respecto a los clientes, por ende, se deben elaborar contratos marcos a largo plazo de acuerdo a distintas funcionalidades, con el fin de lograr penetrar este mercado. No obstante, se considera un ambiente favorable para la ejecución e implementación de la plataforma, considerando la existencia de atributos innovadores y la generación de valor que Receta Fácil puede otorgar al cliente final.</p>	

2.2 COMPETIDORES.

En la actualidad, no se conocen competidores formales que estén desarrollando una plataforma similar, más bien, las innovaciones tecnológicas tienen un comportamiento dinámico que premia a quién logra posicionarse o implementar antes que el resto de los competidores.

En el escenario competitivo, el modelo actual ha permanecido por más de 20 años, por lo que existe una resistencia y poca innovación de los participantes de la industria.

Se prevé que los principales competidores al mediano o largo plazo pueden ser las mismas clínicas o farmacias que logren replicar en modelo de negocio o plataforma propuesta, al identificar el valor que esto le puede otorgar a sus operaciones, debido a que no existen barreras de entradas que impidan su pronta exploración en estos desarrollos “in house”.

Por el momento Se cree que al modernizar la generación de las recetas médicas le generará a los clientes (farmacias – clínicas y centros médicos) un aumento en la participación del mercado debido a las ventajas competitivas que le proporciona la plataforma.

2.3 CLIENTES.

El cliente objetivo son las empresas o instituciones de salud participantes de este mercado privado (Centros Médicos, Clínicas, Hospitales, Municipalidades, Ministerio de Salud entre otros).

Respecto a los usuarios y tipos de clientes se detallan los siguientes:

Clínicas o Centros Médicos: Son el cliente principal de la plataforma, quienes deben velar por la innovación y facilidad para la interacción con sus clientes / pacientes, a su vez, la plataforma les entregará menores costos vs la generación de la receta médica física, además de ventajas competitivas producto de la trazabilidad, resguardo de la información, generación de campañas etc.

Puntos de Ventas (Farmacias): Al igual que para los centros médicos o clínicas, las farmacias son otro de los clientes directos de la plataforma, para ellos les significa menores costos fijos por tiendas e inventarios. Ellos actuarán como usuarios e influenciadores, podrán identificar la receta en forma automática mediante el código QR facilitando el proceso, tiempos de venta y podrán transparentar y ofertar sus productos a los distintos segmentos de clientes.

Doctores: Encargados de generar la receta digital del paciente/ cliente, dada las funcionalidades de la plataforma en MVP, también posee el rol de influenciador para que el paciente / cliente esté informado respecto a los beneficios de la generación de la receta digital.

Cliente/Paciente: Son los consumidores u usuarios finales de Receta Fácil y principales beneficiarios de la implementación de la plataforma, ya que podrán tener sus recetas en forma digital, disminuir los tiempos de compra, minimizar las pérdidas del papel físico y equivocaciones en la lectura y entendimiento sobre sus medicamentos.

Entidades Relacionadas: Corresponde a las Aseguradoras, Isapres, Fonasa quienes serán usuarios de la plataforma, influenciadores y podrán transparentar los beneficios directos que generan a sus clientes / pacientes.

Respecto a los influenciadores, se cuenta con el Ministerio de Salud en búsqueda de transparencia e impulsando la transformación digital en el mercado, además las asociaciones de farmacias independientes.

Es importante señalar que la etapa N°1 del proyecto, se centra en las **clínicas y centros médicos** del sector privado, esto debido al análisis de la industria por medio de variadas entrevistas (11) con personas relacionadas al sector privado de salud, en donde se observa un clara interés en realizar transformaciones al actual funcionamiento, pero a su vez, se señala que el cambio debe ser controlado y supervisado, con el fin de no implicar en errores y evitar problemas mayores al paciente.

Los Aspectos más relevantes recogidos de las entrevistas, categorizadas por cargo, apalancan la estrategia geográfica y de posicionamiento en el mercado que “Receta Fácil” adopta. (Ver Anexo N°7)

Gerente Comercial / Directores de Salud Municipal (5): Cuatro de cinco de las personas entrevistadas, mencionan que efectuar esto dentro del sector público es complejo, dado que se rigen exclusivamente por mandato del Ministerio de Salud, por lo que no pueden efectuar cambios relevantes al actual modelo. Adicionalmente, señalan que ven una posibilidad importante dentro del sector privado, particularmente en el sector oriente, en donde se concentran pacientes interesados en que los servicios sean digitales, se pueda optimizar los tiempos y se mejore su experiencia de usuario. Dicho lo anterior, recomiendan seguir adelante con la investigación y buscar potenciales clientes del sector privado.

Gerentes de Tecnología (3): La mayoría ve factibilidad y facilidad para que sus empresas se puedan integrar a “Receta Fácil”, a su vez, levantan riegos asociados a la usabilidad de la herramienta, por parte de los usuarios finales (doctores y pacientes). A su vez, comentan basados en sus estadísticas que los pacientes del sector oriente, tienden a

utilizar con mayor frecuencia las herramientas tecnológicas (de acuerdo de análisis de reservas de horas online), sugiriendo que se efectúen pruebas con un grupo controlado y que estén dentro de un rango etario de 20 a 50 años, de modo de tener evidencia del comportamiento real de los pacientes con la plataforma.

Gerente de Innovación (2): En particular el Gerente de Innovación del grupo Banmédica, mostro interés en la implementación de una demo de “Receta Fácil” dentro de alguno de los centros de VidalIntegra, apuntando a pacientes que cuentan con medicamentos controlados, de modo de evaluar la usabilidad y el flujo actual, de esta reunión nace la posibilidad de comenzar a ejecutar un piloto, una vez se encuentre desarrollada la plataforma. Por otra parte, el otro gerente de innovación comenta que están trabajando en una aplicación web, que trata algunos de los aspectos de esta herramienta, no obstante, remarca que “Receta Fácil” posee más funcionalidades de las que ellos han considerado.

III. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA Y PROPUESTA DE VALOR:

La empresa posee el mismo nombre que el producto “Receta Fácil”, la que busca asesorar a sus clientes en forma sistemática, para poder mitigar los actuales riesgos relativos a la emisión de recetas y buscando constantemente la modernización y mejora continua del mercado donde se desenvuelven sus clientes.

Receta Fácil está conformada por dos socios fundadores ambos con MBA en la Universidad de Chile, los que se apalancan en el desarrollo de plataformas web, dada una alianza establecida con la empresa de consultoría informática ActiveIT SPA en donde uno de los socios trabaja, la que posee alrededor de 80 consultores especialistas en el desarrollo e implementación de soluciones para la Banca, Retail y empresas de Telecomunicación principalmente.

3.1 MODELO DE NEGOCIOS.

La Oferta de Valor que genera “Receta Fácil” es diferenciada respecto al cliente directo y el cliente final que participa del mercado:

Oferta de Valor Cliente Directo (Clínicas / Centros Médicos): Podrán tener la trazabilidad de la información de sus pacientes, teniendo información de medicamentos recetados por él u otros doctores (esta información será archivada de acuerdo al rut del paciente). Adicionalmente, permitirá a los doctores validar la trazabilidad del consumo de los medicamentos y el uso de las recetas. Finalmente, no habrá más pérdida de recetas, dado que se conservará el registro en la plataforma, desde la que se podrá extraer de forma segura (código QR) para realizar la compra en las distintas farmacias adheridas y obtendrán disminución en los costos por la no generación de la receta médica física.

Oferta de Valor Cliente Final (Paciente): Podrá tener la información disponible, se evitará el extravío de la receta y podrá en el caso de haber un error en la receta solicitar al médico tratante la modificación mediante un flujo web (cuando aplique).

Durante la fase N°1, se identifican los siguientes beneficios:

- ❖ Privacidad de la información para los clientes/pacientes y médicos.
- ❖ Trazabilidad de la información

- ❖ Mejoras respecto a la calidad, duración, resguardo y seguridad de las recetas médicas (dado que serán automáticas y con clave única).
- ❖ Procesos más simples, eficientes y ágiles para la emisión y modificación de la receta.

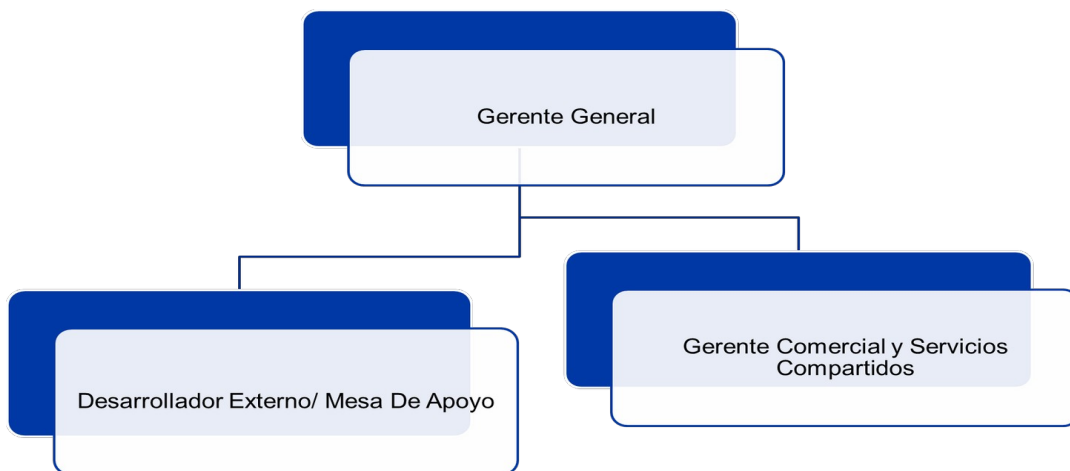
Nota: Esta información se sustenta de acuerdo a las reuniones establecidas presencialmente con la Municipalidad de las Condes y entrevista con entidades privadas, en las que existe consenso respecto a los beneficios que visualizan para la comunidad, al efectuarse este proyecto.

Para lograr todos estos beneficios y generar la captura de valor, se prestará un servicio a las Clínicas y/o centros de atención médica, mediante la instalación de una plataforma que les permita gestionar las recetas médicas, dentro de un ambiente privado y seguro, esto se ejecutará mediante una plataforma que cuenta con tecnología de block chain, que permitirá la confidencialidad de los datos de los pacientes. Adicionalmente cada paciente, podrá consultar su receta en forma virtual mediante una web o app, donde se centralizarán sus datos y podrán ingresar con su clave única.

El desarrollo de la plataforma, se efectuará en base a un prototipo ya existente (maqueta) con personal de la empresa Active IT, según supervisión y control del modelo por parte de los socios de Receta Fácil.

Adicionalmente cada cliente le podrá dar el aspecto que ellos estimen conveniente a su plataforma, con el fin de tener un lineamiento más corporativo. Por último, se entregará un servicio de soporte 24/7 que colabore con cualquier falla de la plataforma.

Estructura de la empresa:



Fuente: Elaboración Propia

3.2 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA.

La empresa posee el mismo nombre que el producto “Receta Fácil”, la que busca asesorar a sus clientes en forma sistemática, para poder mitigar los actuales riesgos relativos a la emisión de recetas y buscando constantemente la modernización y mejora continua del mercado.

Sus socios poseen habilidades dentro de las distintas áreas de la dirección, lo cual facilitará la administración de la compañía, logrando alinear los esfuerzos de sus colaboradores en la penetración del mercado y en la creación de herramientas tecnológicas que cumplan con las expectativas del cliente.

Adicionalmente la alianza estratégica establecida con Active IT, por el outsourcing inicial de colaboradores externos especializado, busca generar un aspecto diferenciador, ya que se trabajará con tecnologías de vanguardia (blockchain), aminorando los costos por optar a personal especializado por proyecto.

Es importante destacar que Receta fácil logra capturar el valor, en función de la rentabilidad originada por los ingresos v/s los costos de desarrollo, dado que el gasto original en desarrollo será aplicado una vez, versus la posibilidad de comercializar la misma plataforma para distintos clientes y sumado a que el modelo entrega implementación, soporte y posibilidad de incrementar las funcionalidades (no se entrega en ningún caso, el producto al cliente).

3.3 ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO O ESCALAMIENTO. VISIÓN GLOBAL.

La estrategia de crecimiento está enfocada a lograr la incorporación de las clínicas y centros médicos con mayor atención dentro de la zona Centro – Oriente de la Región Metropolitana, esto apalancado en la expansión del producto o plataforma a desarrollar en 4 etapas, distribuyendo su contenido con la siguiente estructura:

Etapa 1: Dentro de la primera etapa, se consideran los roles y funcionalidades necesarias desde la mirada del médico, integrando un registro único de médicos para su autenticación y la emisión de recetas médicas con el cumplimiento reglamentario vigente, el manejo de diagnósticos, posibilidad de modificación de recetas, trazabilidad y firma digital. Así también, poseerá las funcionalidades con mirada en el cliente/paciente,

como el acceso autenticado por usuario, vista con receta digital emitida, disponibilidad de código QR para realizar compras en farmacia, posibilidad de impresión de sus recetas médicas digitales, privacidad de su información, solicitud de modificación de receta en caso de error u omisión, etc. Los puntos de ventas (farmacias) contarán con un módulo de registro y autenticación, en donde podrán realizar la validación de las recetas del paciente por medio del código QR único, bloqueo de recetas médicas, reportes y trazabilidad de sus ventas. Finalmente, los clientes podrán ingresar a la plataforma y obtener la trazabilidad sobre la información perteneciente a los pacientes, médicos y farmacias, de modo de generar las campañas comerciales necesarias para el apoyo a los pacientes.

Este producto mínimo viable está sustentado en tecnologías Blockchain a través de HyperLedger, el Backend de la plataforma es a través de NodeJS, el Frontend web a través de Angular y Material Design y para la aplicación móvil a través de Flutter.

Etapa II: Considera Integrar un módulo con lista de precios e inventarios de las farmacias adheridas por zona geográfica, para facilitar la rapidez e información de los pacientes respecto al momento de comprar sus medicamentos, además, se espera que las instituciones relacionadas pueden entregar sus distintos descuentos de forma transparente (Fonasa – Isapres – Seguros).

Etapa III: Considera la opción de la compra online con despacho, en donde se puede generar por medio de empleados de las farmacias o a través de las crecientes empresas de despacho que funcionan hoy en día (UBER-GLOBO-Rappi entre otras), considerando e informando los costos de despachos con transparencia para el cliente.

Etapa IV: Considera generar un mercado abierto, para que las distintas farmacias puedan presentar una oferta por las recetas médicas de los clientes, en donde se muestren los precios, inventarios, zonas geográficas etc, sobre la totalidad de los productos contenidos en la receta médica digital.

La escalabilidad del negocio está en función de lograr expandir la plataforma, logrando abarcar un crecimiento en clientes del segmento objetivo de las recetas médicas. En la etapa inicial se considera como estratégico implementar este sistema en una primera

institución médica o clínica, la que va a permitir hacer los desarrollos evolutivos para adaptar y testear la plataforma. Una vez estabilizada, se buscará la forma de ampliar la cobertura por medio de la suma de nuevas instituciones dentro del sector privado.

Por lo que la idea es escalable en las siguientes esferas;

- a) Ampliar a Clínicas o Centros de Atención del sector privado.
- b) Ampliar a distintas comunas en Santiago (ámbito sector privado).
- c) Ampliar a uso de doctores que trabajen en forma particular.
- d) Ampliar a regiones por zona.

Nota: Cabe señalar que a medida que se vaya escalando el negocio, se deben considerar aspectos de soporte y mantención de modo de mantener la calidad del servicio entregado.

Finalmente, la posibilidad de escalamiento para las otras etapas será evaluada de modo de no sobrepasar las capacidades de acción oportuna por parte de Receta Fácil y respetando esencialmente el compromiso con los clientes.

3.4 RSE Y SUSTENTABILIDAD.

La empresa “Receta Fácil” busca promover e incentivar el desarrollo sustentable y social por medio de dos ejes dentro de Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) propuestos por las Naciones Unidas:

Salud y Bienestar: A través del impulso tecnológico, lograr un acceso de calidad a la salud, disminuir los costos directos e indirectos de las atenciones médicas, protección de la información y la generación de campañas de salud que permitan un bienestar del usuario final de la receta médica digital.

Industria, Innovación e Infraestructura: Apoyar el desarrollo económico de las clínicas y centro médicos a través de una mejor atención a sus clientes / pacientes, consolidar a los participantes de la industria en una plataforma que les permita disminuir sus costos fijos, de la mano de la innovación y las herramientas digitales que hoy en día sus pacientes manejan dentro de la industria, es indispensable promover el desarrollo tecnológico del mercado, facilitando la integración de todos involucrados. Más allá de la rentabilidad se

busca generar un beneficio país, que permita a los participantes de este mercado lograr una mejor experiencia y facilitar el acceso de los servicios asociados a la salud.

IV. PLAN DE MARKETING:

Receta Fácil cuenta con un plan de marketing que será monitoreado por el Gerente Comercial y de Servicios Compartidos, el que busca posicionar la plataforma, potenciando sus beneficios y remarcando el valor agregado que le entrega al actual sistema. Estos elementos son de suma importancia para lograr la penetración del mercado objetivo que tiene la compañía.

4.1 OBJETIVOS DE MARKETING.

El objetivo es modernizar el sistema de emisión de recetas médicas, permitiendo una interacción más fluida entre los distintos actores dentro del mercado de la salud, desarrollando a la vez un ecosistema competitivo (plataforma) que favorezca la experiencia de los clientes / pacientes, a lo largo del ciclo (proceso end to end: emisión de receta, modificación de receta, compra de medicamentos y distribución), logrando al mediando plazo beneficios en el costo para los distintos participantes.

Este objetivo es posible de medir al momento de evaluar la experiencia del cliente de acuerdo al nuevo flujo propuesto (dentro de la misma plataforma, integrar una breve encuesta de satisfacción del nuevo proceso). Esto se puede alcanzar al implementar la solución y contar con resultados mensuales, que permitan ir evaluando y considerando oportunidades de mejoras, de manera de realizar las actualizaciones necesarias de acuerdo a las necesidades de los clientes / pacientes.

4.2 ESTRATEGIA DE SEGMENTACIÓN.

Respecto al análisis de posicionamiento de mercado, permite establecer una estrategia de segmentación por zonas geográficas, dentro del mercado privado de la salud. Esta estrategia geográfica se basa en la cantidad de clientes / pacientes atendidos en la zona oriente de acuerdo a fuentes del Ministerio de Salud:

SECTOR PRIVADO		
Metropolitana De Santiago	Atención Anual	% de Participación
Providencia	2,340,351	22%
Las Condes	1,704,716	16%
Santiago	1,031,855	10%
Estación Central	903,146	8%
Vitacura	808,708	8%
Otras 23 Comunas	3,891,800	36%
Total general	10,680,576	100%

Fuente: Construcción Propia, BD Minsal

Al segmentar por zona geográfica de acuerdo a la cantidad de consultas médicas, permite identificar a las clínicas privadas a las que Receta Fácil quiere entregar su oferta de valor, es importante señalar que la estrategia de marketing se comienza a gestar de acuerdo a la primera etapa (implementación de plataforma y generación de recetas digitales), quedando las otras tres etapas para análisis a posterior (parte del escalamiento), de acuerdo a esta aclaración, la oferta de valor que se le entregará a las clínicas y farmacias, está orientada a la mejora sistemática de su actual proceso, mitigando los riesgos asociados a la perdida trazabilidad de la información, registro de pacientes incompletos, flujo de modificación de recetas inexistente, riesgo de fraude o robo de recetas, etc.

SECTOR PRIVADO					
Las Condes	Atención Anual	% de Participación	Las Condes	Atención Anual	% de Participación
Clinica Arauco Salud	620.271	36%	Hospital Clínico Universidad de Los Andes	82.772	5%
Centro de Diagnóstico Int.a Alto Las Condes	236.622	14%	Clinica Cordillera	75.073	4%
Centro Integra Médica Manquehue	200.904	12%	Hospital Dipreca Teniente Hernán Merino	62.892	4%
Clinica San Carlos de Apoquindo	174.697	10%	Instituto Oftalmológico Puerta del Sol	23.288	1%
VidaIntegra (El Bosque Norte)	133.638	8%	Clinica Los Dominicos	1.109	0%
Hospital FACH	92.945	5%	Integramédica Las Condes	500	0%
			Total general	1.704.716	100%

Fuente: Construcción Propia, BD Minsal

Dentro del segmento objetivo de clientes (Holding, Clínicas y Centro de salud), se trabajará en base a una oferta integral, sola diferenciándolas en el modelo de escalamiento e integración (de ser necesario) con el fin de que los clientes, obtengan el mayor beneficio a bajos costos y de acuerdo a sus realidades, para lo cual se considerará el N° de emisión de recetas, las cuales se podrán ir ajustando de acuerdo a rangos de precios pre-establecidos en acuerdos comerciales mensuales y/o anuales.

4.3 ESTRATEGIA DE PRODUCTO/SERVICIO.

Si bien actualmente el proceso funciona indistintamente de los problemas ya mencionados anteriormente, se considera que los atributos diferenciadores de “Receta Fácil” permiten mejorar la experiencia de clientes, a un costo apropiado.

En función de lo anterior, lo que se ofrece a los clientes es una plataforma amigable, que les permita la emisión de la receta digital (con autenticación), mejorando el flujo operacional (diagnósticos online, trazabilidad de la información, mitigación de fraudes o robos de recetas, consultas por el consumidor en forma online, firma digital y código QR). Esto se llevará a cabo mediante un servicio de implementación de la plataforma y se ofrecerá el acompañamiento continuo (soporte) de la plataforma, incluyendo la generación de reportes que les permita medir y ejecutar análisis de forma más eficiente.

Receta Fácil permitirá:

1. Modernizar el modelo actual de generación de recetas médicas, el cual contenga diagnósticos de los pacientes (previa autorización del paciente, para que su médico tratante puede ver sus diagnósticos anteriores).
2. Fluidez del proceso de modificación de recetas: Mejora la experiencia del consumidor, cuando exista algún error en la emisión de la receta o si esta vence, ya que el médico tratante podrá recibir una notificación del paciente, para ajustar la receta (esto debido a que la receta solo contará con un registro único, el cual podrá ser escaneado por una vez y generará trazabilidad al comprar los medicamentos en las farmacias adheridas).
3. Protección de Datos: Resguarda la información del paciente y de sus diagnósticos.

Esta plataforma se diferencia sobre el actual proceso manual, ya que mitiga los riesgos existentes en el mercado de las recetas médicas, otorgando seguridad a las clínicas y a los pacientes.

La oferta de valor es trabajar con cada uno de los clientes, entregándoles una plataforma de uso sencillo, capacitándoles y dando soporte en la continuidad operativa de la plataforma, acompañado de reportería para mejorar la gestión de la información.

De esta forma se espera lograr que los distintos pacientes, puedan optar a una mejor atención, debido al registro de pacientes, lo cual le permitirá al médico tratante tener una visibilidad integral de los distintos tratamientos de los pacientes, logrando obtener mayor información al momento de diagnosticar.

Modelo Diferenciador (Atributos):

Plataforma Online:

1. Información disponible para médicos y pacientes.
2. Registro único de receta (código único y reconocible).
3. Firma electrónica.
4. Registro de diagnóstico de pacientes (previa autorización del paciente).
5. Flujo operacional automatizado (modificación de recetas y alertas de vigencias de recetas médicas).
6. Mayor información de los clientes / pacientes tanto para clínicas como farmacias.
7. Plataforma en línea (365 días) con soporte continuo.

4.4 ESTRATEGIA DE PRECIO.

Se espera que la plataforma Receta Fácil sea de propiedad de los socios del proyecto, de esa forma, la estrategia de precios se basará en cuatro elementos:

- a) **Implementación de Plataforma:** Esto implica la puesta en producción de la plataforma en dependencias del cliente, validando el correcto funcionamiento e integración de la plataforma (considera look and feel, configuraciones, enrolamiento, pruebas funcionales y salida en producción)-

Precio: Instalación y enrolamiento de \$10.000.000.

Nota: En una etapa inicial y para lograr penetración de mercado, se considera ejecutar la implementación con un descuento del 50% a los primeros 2 clientes.

- b) **Soporte Mensual:** Al contar con la plataforma, se establecerá un plan de soporte mensual, esto permitirá a los clientes contar con apoyo para los diferentes incidentes que se le pueda generar.

Precio: Mantenimiento del sistema y soporte, costo mensual de \$500.000.

Emisión de Recetas Digitales (transaccional): Este modelo consiste en la fijación de precio por la cantidad de recetas emitidas en forma digital desde la plataforma, para lo que se establecerán rangos de emisión de recetas.

- c) Precios: Se generan por cada emisión de receta digital, de acuerdo con el siguiente cuadro:

Ingreso por Emisión de Recetas	
Cantidad	Precio Unitario \$
00001 a 10000	175
10001 a 19.999	150
20000 a 24.999	125
25000 y más	100

Fuente: Elaboración Propia

- d) **Reportería Especial (Desarrollo):** En caso que los clientes, requieran servicios adicionales dentro de la plataforma, estos serán evaluados de acuerdo a la cantidad de HH requeridas para su desarrollo.

Precio: De acuerdo al nivel de desarrollo requerido, esto será parte de una negociación adicional.

4.5 ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN.

El modelo de distribución se basa netamente en la implementación de la plataforma y posteriormente en la mantención/licenciamiento. De acuerdo a esto, se generan las siguientes estrategias, con el fin de atender a los potenciales clientes:

Etapas de Implementación:

De acuerdo al crecimiento que tenga Receta Fácil, será controlado en función de la viabilidad de tener los profesionales técnicos propios para la implementación, así se propone en los años posteriores, contar con un líder de proyecto que velará por la implementación y seguimiento continuo de la plataforma.

Etapa Soporte:

El soporte se efectuará de forma centralizada, donde los clientes, podrán solicitar consultas mediante un número de call center. En caso de no poder resolver el inconveniente, se enviará personal capacitado o se buscará el apoyo necesario en una empresa externa (alianza con la empresa Active IT).

Nota: la alianza de recursos con Active IT es una estrategia establecida gracias a que uno de los emprendedores trabaja directamente en la empresa.

4.6 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN Y VENTAS.

La estrategia de comunicación y ventas se basa en buscar influenciadores e innovadores que se logren permear con la visión de Receta Fácil, con el fin de elaborar campañas de comunicación al segmento objetivo, se llevará a cabo lo siguiente:

- a) Avisos Digitales: Dar a conocer la nueva modalidad de emisión de recetas digitales, mostrando los beneficios y testimonios de clientes / pacientes sobre la plataforma.
- b) Conversatorios y Muestra de Plataforma: Se efectuará eventos para mostrar pilotos de la plataforma y poder converger sobre mejoras, riesgos y beneficios de la emisión de recetas.
- c) Reuniones segmento objetivo: Se generarán reuniones en dependencias de los potenciales clientes, para mostrar el prototipo, evaluar la viabilidad de la implementación, en esta etapa se considera un descuento de entrada de 50%, de modo de generar presencia en el mercado, para luego establecer tarifas por ítems como mantención, soporte, etc.

4.7 ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA Y PROYECCIONES DE CRECIMIENTO ANUAL.

Para elaborar las especificaciones se debe centrar en la demanda actual de atenciones médicas que registra el Ministerio de Salud de las clínicas del sector oriente (principalmente comuna de Las Condes, Providencia y Vitacura), de este modo se puede hacer una proyección promedio de recetas emitidas, considerando la hipótesis de que, por

cada atención médica, se emitirá una receta en al menos un 50% de los casos, por lo cual el universo sería el siguiente:

Universo nivel país (sector privado)	Universo Metropolitana	Región Subsegmento Centro - Oriente
14,8 millones de atenciones médicas al año	10,6 millones de atenciones médicas al año	6.7 millones de atenciones médicas al año

De acuerdo a esto, la proyección anual de emisión de sería de 3.4 millones de recetas emitidas (en el caso que la plataforma fuese de uso masivo y obligatorio por parte del ministerio de salud).

Para efectos de la proyección anual, se considera contar con dos clientes durante el primer año de las operaciones, lo que permite efectuar la siguiente proyección, considerando que solo se obtendrán ingresos por conceptos de soporte y emisión de recetas:

La recaudación será mensual y variable de acuerdo al uso de la herramienta por parte de las clínicas y/o centro médico (para estimular el uso, se efectuará dentro de la implementación una demo/capacitación a pacientes/clientes), logrando optar a una emisión (esperada) de recetas mensual de acuerdo a los siguientes precios:

Mes	Cliente N°1			Cliente N°2		
	Cant. Emisión	Precio \$	Total Mes \$	Cant. Emisión	Precio \$	Total Mes \$
Abril	5.000	175	875.000	-	-	-
Mayo	5.100	175	892.500	-	-	-
Junio	5.202	175	910.350	-	-	-
Julio	5.306	175	928.557	8.000	175	1.400.000
Agosto	5.412	175	947.128	8.160	175	1.428.000
Septiembre	5.520	175	966.071	8.323	175	1.456.560
Octubre	5.631	175	985.392	8.490	175	1.485.691
Noviembre	5.743	175	1.005.100	8.659	175	1.515.405
Diciembre	5.858	175	1.025.202	8.833	175	1.545.713
Subtotal			8.535.300			8.831.369
Total						17.366.669

Fuente: Elaboración Propia

Nota: Se considera como supuesto, que la tasa de crecimiento de la emisión de recetas médicas por clientes es de 2 % y que la inclusión de clientes no tiene una periodicidad o mes de entrada regular.

De ser exitosa la difusión de la plataforma, se espera captar 2 clientes para el primer año. Lo que permitirá establecer un flujo mensual, una vez la plataforma esté instalada y operativa en dependencias de los clientes.

Se estima tener una un crecimiento de los clientes para el segundo año del 100% pasando de 2 a 4 clientes, 50% para el tercer año pasando de 4 a 6 clientes y un crecimiento de 17% y 14% respectivamente para los años 4to y 5to, lo que considera un crecimiento conservador para pasar a 7 y 8 clientes respectivamente.

4.8 PRESUPUESTO DE MARKETING Y CRONOGRAMA.

Durante el proceso inicial de desarrollo y puesta en marcha de “Receta Fácil” (año 0) se considera un gasto de 1 millón de pesos para marketing digital y lanzamiento de la plataforma, a continuación, para el año 1 de operación se estima un presupuesto de marketing de 7 millones de pesos según la siguiente tabla:

Periodo	Detalle	Presupuesto Marketing \$
Año N°1		7.000.000
Enero	2 Avisos Digitales: 500.000 2 Eventos: 1.500.000	2.000.000
Febrero	1 Aviso Digital: 250.000 1 Evento: 750.000	1.000.000
Marzo	1 Aviso Digital: 250.000 1 Evento: 750.000	1.000.000
Abril		
Mayo	1 Avisos Digital: 250.000 1 Evento: 750.000	1.000.000
Junio		
Julio		
Agosto	1 Avisos Digital: 250.000 1 Evento: 750.000	1.000.000
Septiembre		
Octubre		
Noviembre	1 Avisos Digital: 250.000 1 Evento: 750.000	1.000.000
Diciembre		

Fuente: Elaboración propia

Presupuesto Inicial (Lanzamiento): Se considerará establecer reuniones de captación de clientes por parte de los socios del proyecto, en donde los esfuerzos se centrarán en sumar a clientes que quieran realizar la implementación con el 50% de descuento (para los primeros dos clientes), esto se ejecutará el primer trimestre del año 1.

Presupuesto Trimestral: Se considera un presupuesto de \$1.000.000, el que se centrará en generar un evento y difusión digital. Adicionalmente, se espera establecer reuniones con otros potenciales clientes, de modo de dar a conocer la oferta de valor (esto no implicaría gasto adicional).

V. **PLAN DE OPERACIONES:**

El plan de operaciones para la implementación de “Receta Fácil” requiere de la generación de un demo del producto tecnológico como modelo de prueba para el año 0, por lo que se requiere de etapas de análisis, diseño, construcción y pruebas internas del producto, buscando generar un producto tangible que esté alineado a las necesidades de los potenciales clientes, de modo de facilitar la presentación, venta de “Receta Fácil”, posteriores ajustes y puesta en marcha en las instalaciones de los clientes.

Para llevar a cabo las etapas y producto antes mencionados para el año 0 (11 semanas), se requiere de una inversión total de 34.134.750 pesos, según la siguiente tabla:

Detalle - Inversión Inicial	
Costo Desarrollo Inicial	11.793.600
Constitución Empresa	115.000
Activos Fijos	2.940.000
Gastos Marketing	1.000.000
Capital De Trabajo (Proyectado)	18.286.150
Total Inversión Inicial	34.134.750

Fuente: Elaboración Propia

Para lo anterior, se requiere contar con un equilibrio entre los roles Comerciales (asociados a la venta y promoción de la plataforma y servicios), Gerenciales (velar por el cumplimiento de los distintos planes (marketing, operacionales, financieros) y administrar al personal estableciendo métricas de desempeño) y Técnicos (asociados al desarrollo, construcción, soporte y mantenimiento de la plataforma), los que se espera que tengan un crecimiento líneal respecto al crecimiento de la demanda por la plataforma, la que se estima en forma conservadora pasando de los 2 clientes para el año 1 a 8 clientes para el año 5.

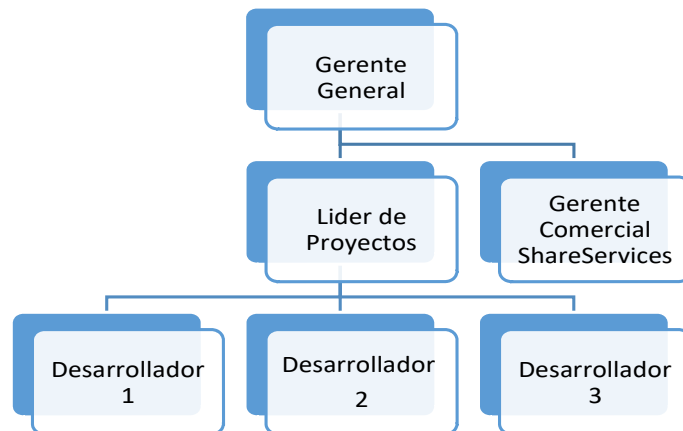
Nota: Para más detalle revisar Plan de Negocios Parte II.

VI. EQUIPO DEL PROYECTO:

El equipo gestor del proyecto de “Receta Fácil” está conformado por Pablo Teppa Pacheco como Gerente General, quién posee el título de Ingeniero Comercial de la Universidad de la Frontera y actualmente egresado del MBA Evening de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile, a su vez posee 6 años de experiencia en consultoría informática en la empresa ActiveIT SPA. Por su parte, Andrés Toro Durán será el Gerente Comercial quién es Contador Auditor de la Universidad Andrés Bello y egresado del MBA Evening de la Universidad de Chile, quién cuenta con más de 10 años de experiencia en consultoría de negocios y proyectos en empresas públicas y privadas y finalmente, Felipe Morales como Desarrollador Externo y Mesa de ayuda, quién posee el título de Analista Programador de DUOC UC y cuenta con 4 años de experiencia en la empresa ActiveIT SPA, participando en variados proyectos y herramientas de TI.

Se cuenta con una estrategia de 2 organigramas, el inicial se estima que será llevado a cabo durante el primer año de operación y como producto del crecimiento de los clientes, se estima llevar a cabo el organigrama final para el tercer año de operación en adelante:

Organigrama Final:



Fuente: Elaboración Propia

Respecto a incentivos, se espera pagar bonos de desempeño de un sueldo adicional al año, a partir del segundo año.

Nota: Para más detalle revisar Plan de Negocios Parte II.

VII. PLAN FINANCIERO:

El plan financiero considera una serie de supuestos para realizar la construcción de las proyecciones financieras del proyecto, entre las que destacan:

- Se genera inicio de actividades (desarrollo inicial de plataforma) durante el año 0.
- El proyecto se financia únicamente con capital (aporte socios).
- Se contempla para los 2 primeros clientes un descuento del 50% en la implementación de Receta Fácil.
- Se considera un aumento conservador del 2% mensual para la generación de recetas por parte de los clientes, sostenible en el tiempo.
- El proyecto se evalúa a 5 años, con ingresos perpetuos desde año N°6.

Respecto a los ingresos, estos se obtienen de la Implementación, Mantenimiento y un variable por cantidad de recetas generadas mensualmente por el cliente. Los costos, son respecto a los sueldos de los consultores técnicos, los Gastos de Administración y Ventas son producto de los sueldos de la Gerencia, el Marketing y los incentivos (bonos) y la Inversión Inicial de MM 34,1 corresponden a la Costo del desarrollo Inicial, compra de Activos Fijos y Capital Inicial principalmente.

Como resultado de la proyección a 5 años se tiene la siguiente tabla:

Resultados:	Proyecto
TIR	52,88%
VAN	\$80.633.607
Payback	3,97
ROI	127%
Tasa de Descuento	17,89%

Fuente: Elaboración Propia

Desde donde se puede concluir que el proyecto de "Receta Fácil" es un proyecto atractivo financieramente, ya que tiene un VAN de cerca de MM\$ 81, con una TIR cercana al 53%, y una recuperación de la inversión (payback) a los 3,97 años.

Nota: Para más detalle revisar Plan de Negocios Parte II.

VIII. **RIESGOS CRÍTICOS:**

Los riesgos críticos, con sus respectivos planes de contingencia se detallan a continuación:

Riesgos Críticos	Planes de Contingencia
Riesgo Legal: Posibilidad de que emerja una normativa, que rijan y obligue al uso de recetas digitales.	Esto afectaría directamente el mercado al que apunta "Receta Fácil", no obstante, la plataforma puede ser escalable, de acuerdo con las fases definidas en el proyecto, lo que permite ajustar y transformarse en una opción para continuar con el desarrollo del mercado de acuerdo a la digitalización del ciclo completo de la industria.
Riesgo de adopción: Escasa penetración de mercado, generando problemas de flujos.	En el caso de dificultad en la penetración de mercado, se efectuará la revisión del plan de marketing (para captar potenciales clientes), de modo de potenciar y ajustar en caso de ser necesario.
Riesgo de Fuga de Conocimiento	Existe un riesgo de fuga de recursos humanos, experto en el desarrollo y usabilidad de la plataforma tecnológica, por lo que la compañía, documentará en forma detallada todos los desarrollos efectuados.
Nuevos Competidores:	Este riesgo es latente en la industria, dado que a la fecha no existe un mercado explotado, no obstante, la plataforma contará con elementos diferenciadores y ajustados a las necesidades de los clientes.
Obsolescencia Tecnológica	La plataforma se basa en un lenguaje tecnológico de punta (BlockChain) lo que aumenta los elementos para la protección de datos personales, de acuerdo a la ley de tramitación en curso.

Nota: Para más detalle revisar Plan de Negocios Parte II.

IX. PROPUESTA INVERSIONISTA:

Este proyecto tiene una inversión inicial de 34,2 Millones de pesos, los que serán financiados por aportes de los dos socios (equivalente al 70%), en partes iguales, y el otro 30% será financiado por un inversionista, es decir un total de \$10.2 Millones de pesos.

Los principales factores de la inversión inicial están asociados al desarrollo de la plataforma y el capital de trabajo para operar durante el primer año, de acuerdo con lo anterior, se da a conocer cuadro de aportes, considerando al inversionista:

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Total
Aportes Socios (70%)	23.894.325	-	-	-	-	-	-	-	23.894.325
Socio N°1 (50)	11.947.163	-	-	-	-	-	-	-	11.947.163
Socio N°2 (50)	11.947.163	-	-	-	-	-	-	-	11.947.163
Aportes Inversionista(30%)	10.240.425	-	-	-	-	-	-	-	10.240.425
Total Aporte									34.134.750

Fuente: Elaboración Propia

Dado lo anterior, se proyectan los siguientes indicadores financieros tanto del proyecto como del Inversionista:

Resultados:	Proyecto	Inversionista
TIR	52,88%	45,51%
VAN	\$80.633.607	\$18.226.581
Payback	3,97	4,10
ROI	127%	31%
Tasa de Descuento	17,89%	17,89%

Fuente: Elaboración Propia

Se determina que el inversionista, aparte de mantener el 30% de la propiedad, con TIR del 45,5% y un VAN de MM\$18, lo que es conveniente dada la inversión inicial, considerando un Payback a 4,1 años.

Las exigencias de los fundadores hacia los inversionistas son las siguientes:

- Se espera que el o los inversionistas estén en búsqueda de la transformación digital, lo que implicará que también puedan plantear mejoras a la plataforma.
- La empresa debe mantener su propiedad en una participación mayoría respecto de sus fundadores.

Nota: Para más detalle revisar Plan de Negocios Parte II.

X. CONCLUSIONES

Del análisis en detalle y evaluación del proyecto, se confirma que existe gran posibilidad de desarrollo de este, obteniendo resultados importantes para los socios fundadores. Adicionalmente, el proyecto contempla la transformación digital de un sistema que ha permanecido estático y bastante obsoleto, permitiendo la mejora tanto en los tiempos como en la experiencia en la interacción de los clientes finales del sistema de salud.

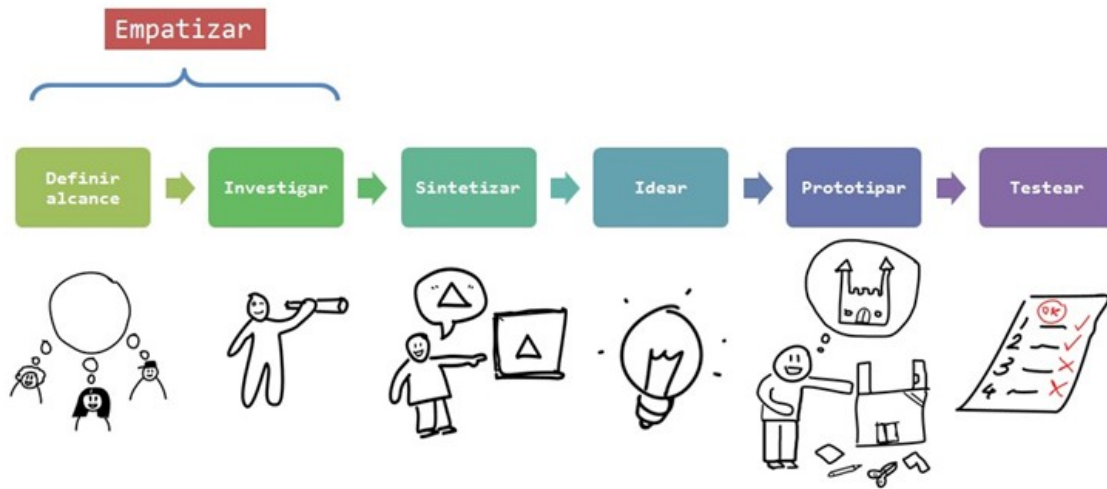
Las conclusiones más relevantes contenidas en el informe son las siguientes:

- Es posible profundizar en un mercado, poco explorado, cubriendo necesidades de modernización y experiencia de los clientes.
- Según las entrevistas, se identifica interés sobre la plataforma, no obstante, hay cierto grado de inquietud en la usabilidad de la herramienta.
- No existen factores de riesgos relevantes, que apunten a declinar sobre llevar a cabo el proyecto (basado en el análisis de factores internos y externos del negocio)
- El valor agregado principal del proyecto es simplificar y modernizar un sistema poco sustentable, logrando trazabilidad en la información. Adicionalmente genera un modelo de negocio, el cual permitirá en la amplitud de sus fases, lograr efficientar el flujo end to end.
- La estrategia de estimar un crecimiento conservador de la cantidad de clientes y de la generación mensual de recetas digitales, permitirán atender directamente a los clientes, generando cercanía y confianza para la expansión de la plataforma.

Nota: Para más detalle revisar Plan de Negocios Parte II.

XI. ANEXOS

11.1 ANEXO 1 DESARROLLO DE LA IDEA.



EMPATIZAR.

Se presenta la necesidad respecto a la generación de la receta médica entre las instituciones de salud, en donde participan directamente los doctores y clientes/pacientes, cuyos impactos afectan a los distintos actores inmersos en el sistema (pequeñas cadenas farmacéuticas, Isapres, aseguradores, médicos, pacientes entre otros)

Dado lo anterior, y tras realizar entrevistas a distintos grupos de interés, se logra categorizar las siguientes problemáticas asociadas a este mercado:

1. Consumidores (Cliente/Paciente):

- **Falta de Información en el mercado de los medicamentos:** Un grupo considerable de consumidores encuestados está disconforme con la generación manual de la receta médica y con la información disponible al momento de tener que realizar la compra de sus medicamentos, lo anterior, está asociado a que los precios de los medicamentos que venden las farmacias mayoristas o minoristas (municipales) no poseen un listado al que se pueda acceder con facilidad, por lo que el cliente se ve obligado a ir directamente punto por punto de venta, lo cual se complejiza ya que se incurre en costos de tiempo y desplazamiento.

- **Descuentos sin claridad:** Otro punto observado por los consumidores encuestados, está asociado a que no existe información detallada de los tipos de descuento que puede acceder el cliente/paciente, no existe una tabla de comparación en donde se muestre si el mejor descuento está asociado a su caja compensación, Isapres, Fonasa, seguro complementario individual o seguro complementario colectivo, lo que va en desmedro directo sobre el precio que paga finalmente el cliente/paciente.

2. Médicos.

- **Error en la receta:** A la fecha aún no se cuenta con un mecanismo tecnológico (Falta de inversión por parte de las instituciones de salud) para emitir recetas electrónicas, lo que genera en muchas ocasiones un problema, dado que a los clientes/pacientes se le pierden las recetas o incurren en errores en la lectura o interpretación del contenido de los medicamentos, con el consiguiente riesgo de salud y costo para el clientes/pacientes al tener que asistir nuevamente al centro de consulta con el doctor, para que éste aclare las dudas o genere una nueva receta.
- **Robo o sustitución de talonarios de receta:** En la actualidad existen casos en los que los doctores se ven enfrentados a pérdidas, extravío o robo de sus talonarios de recetas, lo que implica un grave problema tanto para los doctores, como para los pacientes/clientes que mal usen los talonarios con otros fines.
- **Mal uso de recetas:** Existen casos en los que las recetas no son retenidas efectivamente por las farmacias, las que vuelven a ser utilizadas, impactando directamente la salud del cliente/paciente al auto medicarse con dosis que no le corresponden.
- **Protección de Información de Diagnóstico y Nombre del Paciente:** Al momento de realizar una compra de medicamentos con receta es necesario presentar el carnet de identidad, exponiendo al cliente/paciente sobre sus datos personales, diagnósticos y enfermedades sin la confidencialidad necesaria.

Dado lo expuesto, es que se puede identificar una necesidad latente por parte del cliente/paciente respecto a la mejora y modernización de la generación de recetas médicas mediante una mejora tecnológica en las distintas instituciones de salud, que facilitaría la interacción del doctor con el paciente y a su vez con los distintos actores que podrían integrarse a esta modernización.

INVESTIGAR.

Se observan inconvenientes en el actual sistema de emisión de recetas médicas manual y la posterior falta de información que entregan los participantes del mercado de las farmacias respecto a precios, disponibilidad y ofertas o descuentos para los clientes/pacientes, generando las siguientes interrogantes:

- **¿Por qué no se ha logrado implementar una receta digital?**

Actualmente, no existe un sistema que permita facilitar la generación de recetas médicas estandarizadas y digitales, las últimas mejoras tecnológicas, fueron aplicadas al envío de la licencia médica por medio de I-Med y de la autenticación por medio de huella digital del cliente/paciente. No obstante, existe una legislación asociada a normal la emisión de recetas digitales (ley 20.724).

Sin embargo, se puede destacar que no existen los esfuerzos necesarios para generar una transformación tecnológica – digital dentro de las distintas instituciones de salud, que permita mejorar la transparencia en un mercado con tanta relevancia, asumiendo riesgos asociados a privacidad de datos y procesos poco innovadores. Adicionalmente estos desarrollos muchas veces son asociados a altos costos, lo cual dada las tecnologías hoy existentes este paradigma no tiene un asidero

- **¿Por qué existe poca información disponible de precios fuera de los puntos de venta?**

Escasamente los puntos de venta o farmacias disponen de un listado con los precios y stock disponible de los medicamentos, o por lo general no se puede realizar la consulta sobre los medicamentos sin antes pasar por el mesón de atención, lo que implica un costo de tiempo significativo, adicionalmente, el precio de lista, no siempre es el precio final, dado los descuentos que pueden tener los clientes (caja de compensación, Isapres, Fonasa, seguros, adulto mayor etc.)

Así también, los clientes no poseen un portal en donde poder obtener información comparativa y de fácil acceso de los precios existentes u ofertados por las distintas farmacias del mercado.

IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA.

Actualmente las instituciones u organismos de salud, no cuentan con herramientas tecnológicas que permitan controlar la emisión de recetas, tampoco respecto a la trazabilidad en el uso de los medicamentos por parte de los clientes/pacientes, falta de resguardo de la información y deficiencia en la optimización de los procesos de interacción en la relación Médico / Paciente.

Adicionalmente, existe falta de información disponible para los clientes/pacientes sobre los precios y disponibilidad de los medicamentos, lo que disminuye el grado de satisfacción y restringe la información y la competencia dentro de este mercado.

SINTETIZAR.

Los doctores no cuentan con un sistema centralizado que les permitan ser más eficientes al momento de emitir una receta al cliente/paciente, por consiguiente, existe nula trazabilidad de la información sobre el uso de éstas. A su vez, existen peligros importantes de privacidad de información dado que se puede vincular al cliente/paciente con alguna enfermedad. Por lo cual las instituciones u organismos de salud no se están haciendo cargo de esta necesidad latente.

Por otra parte, los clientes/pacientes no tienen la posibilidad de efectuar una compra informada, donde pueda existir una comparación de precios en forma rápida o fácil, tampoco existe un portal en donde las cadenas de farmacias puedan ofertar sus productos respecto a la necesidad o receta médica del paciente.

Dato adicional: Actualmente existe una ley asociada a la compra fraccionada de medicamentos, que se encuentra en análisis, lo que apunta a la relevancia de contar con información digitalizada sobre la emisión de la receta, el uso de éstas y la existencia de un portal que permita solicitar, ofrecer e informar respecto a los medicamentos en pro de los clientes/pacientes (Ley 20.724).

IDEAR.

La idea consiste en crear una plataforma tecnológica denominada **RECETA FÁCIL** para la gestión y control de recetas médicas digitales, la cual será una herramienta de escritorio (responsiva) y una APP que facilite tanto la emisión, modificación, disponibilidad, seguridad y privacidad de la información. A su vez permitirá comercializar los medicamentos integrando dentro de esta herramienta a distintos actores asociados a esta industria. La receta digital contendrá un código QR único que permita efectuar la validación al momento de generar la compra de los medicamentos en las farmacias, manteniendo la privacidad de los datos contenidos, en primera instancia en forma presencial y luego ir migrando a la compra web.

Para lograr lo anterior, se considera elaborar una plataforma tecnológica con distintas funcionalidades en donde se permita contrastar un registro único de doctores para autenticación, a su vez al momento de emitir la receta al paciente (receta) este podrá contar con un código QR para presentarla en las farmacias para generar la compra de los medicamentos, cuando logre su nivel de madurez se espera que la oferta de los medicamentos se genere en forma virtual y que tenga un atributo adicional de despacho, para aumentar la satisfacción del cliente.. En la Plataforma general podrán interactuar distintos participantes (segregado en perfiles y roles), para aquello, la herramienta se pondrá a disposición de los distintos centros médicos, hospitales, clientes, farmacias etc.

De acuerdo a lo anterior, se llegó a la conclusión de segregar esta plataforma en 3 FASES, con el fin de efectuar el MPV (mínimo producto viable), quedando de la siguiente forma:

Fase 1: Dentro de la primera etapa, se consideran los roles y funcionalidades desde la mirada del médico integrando un registro único de médicos para su autenticación y la emisión de recetas, manejo de diagnósticos, modificación de recetas, trazabilidad, firma digital, por otra parte, las funcionalidades del cliente/paciente, están asociadas al acceso por usuario y clave de la vista de la receta digital mediante código QR, privacidad de su información, solicitud de modificación de receta en caso de error u omisión, etc. Finalmente, los puntos de ventas (farmacias) contarán con consultas por medio del código QR el que quedará bloqueado luego de efectuarse la compra, para evitar el mal uso de las recetas.

Este producto mínimo viable está sustentado en tecnologías Blockchain a través de HyperLedger, el Backend de la plataforma es a través de NodeJS, el Frontend web a través de Angular y Material Design y para la aplicación móvil a través de Flutter.

FASE II: Integrar dentro del MVP un módulo de lista de precios, inventarios existentes en puntos de venta y zona geográfica, para facilitar la movilidad de los pacientes/clientes al momento de comprar sus medicamentos, por lo cual se integrarán módulos para el registro de precios por cada farmacia, por lo cual tendrán un registro único para el inventario de sus precios.

FASE III: Viabilidad de compra online y despacho, para lo cual se debe integrar un registro de despachos asociados a cada una de las farmacias registradas, considerando e informando los costos de despachos, los cuales deben ser transparentes para el cliente.

Factor Diferenciador: La idea propuesta, se realizará utilizando Blockchain como tecnología base con el fin de mantener la privacidad de los datos tanto de los médicos como de los pacientes, y a su vez permitir que las recetas digitales sean trazables y seguras, lo que genera un atributo diferenciador para un mercado que no ha tenido avances tecnológicos significativos.

PROTOTIPO.

Para elaborar este sistema, lo primero es poder sintetizar que funcionalidades deberá tener por modulo:

Fase 1:

Funcionalidad Doctor:

- A. Emisión de Recetas, de acuerdo a un usuario y clave único.
- B. Manejos de Diagnósticos y Recetas en forma confidencial, código QR único.
- C. En caso de error en la emisión de la receta, el cliente/paciente efectuará la solicitud, y el médico podrá efectuar la modificación e informar el cambio, enviado un nuevo código QR.
- D. Recetas contaran con una firma digital, para autentificar su emisión.
- E. Recetas podrán ser utilizadas solo una vez y con fecha límite, posteriormente el código será bloqueado.

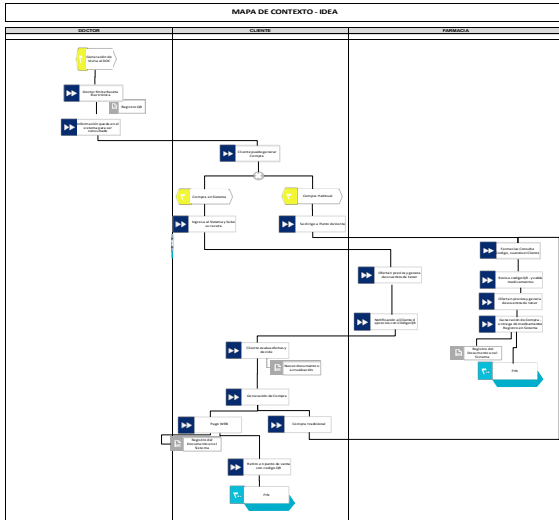
Funcionalidad Cliente/Paciente:

- a) Acceso con usuario y clave único.
- b) Vista Digital de su receta (Asociada a un código QR)
- c) El cliente/paciente, podrá ir a cualquier punto de venta adherido (farmacias) y presentar su código QR con la receta generada.
- d) En caso de error en la emisión de la receta, podrá solicitar la modificación al doctor en forma remota, con el fin de que este la pueda modificar en forma automática, enviado un nuevo código QR.
- e) Dado que el código QR tendrá incorporado el RUT en forma codificada, los puntos adheridos, podrán efectuar los descuentos disponibles en forma automática.
- f) Finalmente se procederá a efectuar la compra de medicamentos.

Funcionalidades Puntos de Ventas:

- a) Usuario y clave único de Acceso.
- b) Módulo de punto de venta por parte de la farmacia.
- c) El paciente/cliente, al mostrar el código QR en los puntos de ventas, el vendedor podrá efectuar la consulta por el código QR.
- d) Se desplegará la receta, firma del doctor y diagnóstico (resguardando la privacidad de los datos del paciente), Habrá una excepción cuando la receta sea retenida (se debe validar identidad)
- e) Se validará la existencia de los medicamentos y se efectuará la venta de estos al paciente/cliente.
- f) Se bloqueará el código al momento de la venta, para que no pueda volver a utilizarse.

Mapa de Contexto (Ruta Crítica):



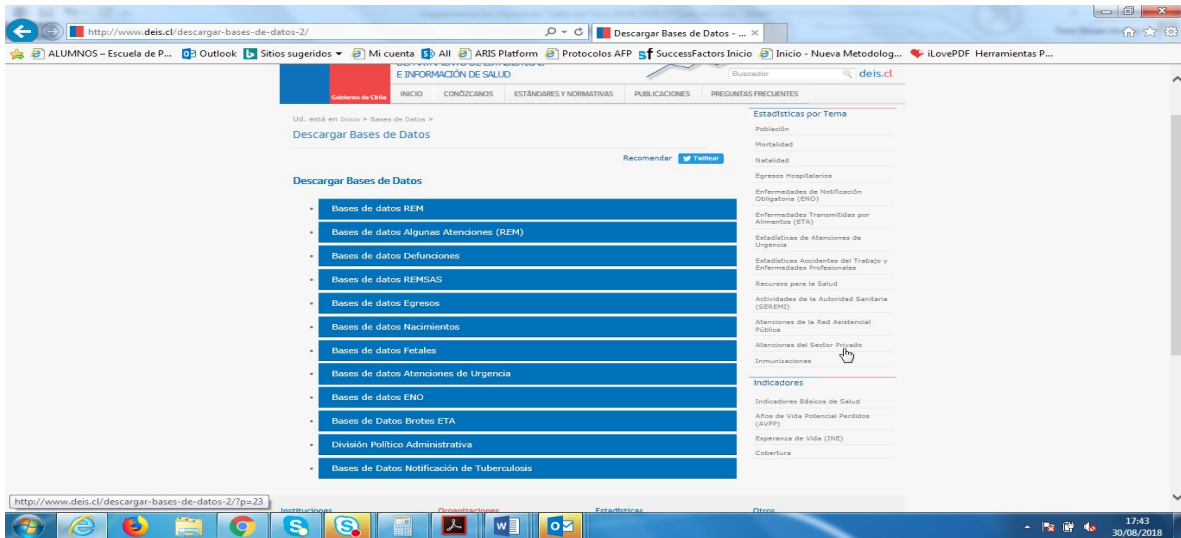
Nota: Se adjunta formato en Excel, para facilitar su lectura:



11.2 ANEXO N°2: EXTRACCIÓN DE DATOS.

Los datos para el análisis del mercado fueron obtenidos desde www.deis.cl.





De esta forma se logró extraer las bases de atención tanto del sistema público y privado, para poder identificar el mercado.

BBD Sistema Público:



BBD Sistema Privado:



11.3 ANEXO N°3: LINK RELEVANTES DE INFORMACIÓN.

www.minsal.cl

11.4 ANEXO N°4 – ENTREVISTAS.

A continuación, se entregan las transcripciones resumidas de las entrevistas libres realizadas como estudio de mercado a diversas personas relacionadas al mundo de la salud, tanto en el sector público, cómo privado en Chile.

Nota: Existen algunos casos donde los entrevistados, pidieron mantener el anonimato,

lo que será respetado (solo de aquellos solicitantes), que de otra forma no podrían haber entregado las informaciones que se presentan a continuación.

Entrevista N°1	Cargo
	Gerente Comercial
Comentarios Generales	
<p>Se mostró interesado en este nuevo modelo operativo, y comentó que se debe considerar lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analizar el mercado para ver en qué segmentos etarios, esta nueva plataforma debería ser implementada, antes de que sea un modelo único, considerando al segmento más longevo. • Buscar que la plataforma sea de fácil uso, y que sea amigable con el usuario final • Analizar que el lenguaje de la plataforma pueda integrarse con cualquier sistema • Analizar si efectivamente, se podrá dejar el historial del paciente en un sistema, fuera de la clínica y que este pueda ser consultado, cuando el cliente lo valide. Ese flujo debe ser lo más claro y riguroso • Buscar una factibilidad de implementar un piloto, al costo o sin costo para la clínica, con el fin de que se genere una evaluación real, sobre el funcionamiento y los flujos propuestos del proyecto • Comenta, que las mismas clínicas manejan farmacias dentro de sus instalaciones, por lo cual ve una posibilidad de integrar estos sistemas de forma más sencilla. <p>Identifica una oportunidad y una viabilidad de llevar esto a la práctica, argumentando que se debe desarrollar una maqueta con las funcionalidades, con el fin de efectuar reuniones con equipo de tecnología y gerentes de operaciones, con el fin de identificar posibles GAP, que no se estén deslumbrando en el proyecto. No obstante, destaca que esto puede ser el comienzo, para cambiar y modernizar el actual sistema, destacando que mitiga riesgos actuales del actual sistema (trazabilidad, accesibilidad, protección de datos, experiencia cliente, etc.)</p>	

Entrevista N°2	Cargo
----------------	-------

	Subgerente de Tecnología
Comentarios Generales	
<p>El entrevistado, menciona lo siguiente sobre la idea de negocio:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La identificación de riesgos lograda está completamente en línea con lo que actualmente ellos como institución están intentando mejorar. • Argumenta que han desarrollo de sistemas interno, el cual solo permite tener la visibilidad de la información en forma parcial, dada la problemática de la base de datos, lo cual deberíamos considerar al momento de generar el interfaz del sistema. • Recalca, que actualmente la reserva de horas o consultas de exámenes por medios digitales ha ido en aumento, estimando que la tasa equivale al 50% en este tipo de actividades. Por esta razón señala que puede ser una nueva alternativa, para brindar un servicio más digital y de fácil acceso para el cliente. Profundiza, que los clientes de la zona centro y oriente, son los que efectúan esto en forma más habitual • Un atributo destacable de la plataforma es la interconexión por medio de un código QR, lo cual permite establecer niveles de seguridad, y tener la información disponible para el cliente. • Un riesgo que identifica es que, si bien las instituciones de salud pueden sumarse a este tipo de iniciativa, existe una tasa de clientes, que se debe mantener con el sistema antiguo, dada la experiencia digital que estos poseen. • Por último, otro, punto relevante es la capacitación e inducción a médicos, para que puedan usar la plataforma como una alternativa real. <p>Posterior al cierre de la reunión, el entrevistado nos pidió, efectuar una reunión con el Gerente de Operaciones y Tecnología, cuando se tenga definida la demo de la plataforma, por lo cual existe una posibilidad de seguir avanzando con este cliente y tener la viabilidad de ejecutar un piloto, para ver y analizar la plataforma.</p>	

Entrevista N°3	Cargo
	Directora de Salud de la Comuna

Comentarios Generales

Expresó su atención y entusiasmo en la idea, y orientó a seguir el enfoque privado, dado que ellos ya poseen un sistema interno municipal, con el que otorgan atención médica y a su vez se genera la entrega de los medicamentos a 70 mil pacientes de un universo de 300 mil vecinos que se atienden a través de la red de salud pública, según el siguiente detalle:

- ❖ **Sector Público:** “Existe hoy en día un modelo de emisión de fichas médicas, la que está orientada directamente a contratos marcos con laboratorios”, lo que impide avanzar en materias de implementación de otro tipo de sistema “Receta Fácil”. No obstante, la Doctora, señala que dada la cantidad de población que se atiende en el sector privado, equivalente al 75% de la población de la comuna y que no cuenta con una plataforma digital les es difícil poder monitorear las enfermedades y necesidades de medicamentos que está teniendo ese alto número de la población de su comuna.
- ❖ **Sector Privado:** “La Doctora, comenta que es de gran interés para los vecinos poder contar con una plataforma que les permita mejorar su experiencia tanto con la emisión de la receta médica como la compra de sus medicamentos en las farmacias, además, señala que existe una falta de información y transparencia en la disponibilidad de los medicamentos. También se hace hincapié en que se debe apuntar hacia la transformación digital, sobre todo porque las clínicas de su comuna disponen de los recursos necesarios para impulsar los beneficios hacia sus clientes y que el Ministerio de Salud está trabajando en la formulación de una ley que va orientada a la digitalización de la receta y la venta de medicamentos”.

Adicionalmente menciona que el 60% de las consultas, generan una emisión de receta, lo cual es un dato relevante para esta investigación.

Entrevista N°4	Cargo
	Gerente de Tecnología
Comentarios Generales	
Se mostró interesado en este concepto y comentó que se debe considerar lo siguiente:	
<ul style="list-style-type: none">• Establecer un segmento minoritario para aplicar la idea, de esta forma lograr	

encapsular e ir probando la adhesión de los pacientes a esta nueva receta digital.

- Uno de los grandes problemas que existen es el registro histórico de diagnósticos dentro de la Clínica, ya que actualmente está separado por especialidad.
- El gran desafío es lograr captar a farmacias que se quieran sumar, ya que la idea de la Receta Fácil es una necesidad para la modernización del sistema de salud, con relación a este punto, indica que es importante evaluar las farmacias con baja participación (dado que ellos quieren crecer en mercado) y generar una reunión con el propietario de la farmacia digital.

Finalmente señala que el proyecto es interesante, que efectivamente se puede ejecutar, pero que es un gran desafío, ya que se requiere llegar a un alto nivel dentro de la empresa privada, por lo que recomendó conversar con el Gerente de Tecnología del Holding Banmédica, de quienes dependen como Clínica.

Entrevista N°5	Cargo
	Director de Salud
Comentarios Generales	
<p>El entrevistado, mostro poco entusiasmo, debido a que señalo que el sector público, depende en un 100% de las decisiones que aborde el Ministerio de Economía, no obstante, comenta que el municipio cuenta con un sistema de registro de paciente, no obstante, no existen inversiones para mejorar el actual modelo, señalando que cuenta con deficiencias y escaso soporte.</p> <p>Posteriormente argumenta, que dentro de los consultorios se atienden en su mayoría pacientes de edad más avanzada, por lo cual señala que, si bien los beneficios pueden ser considerables, no cree viable que los pacientes sobre los 50 años puedan usar estas tecnologías.</p> <p>Sería importante destacar, que estos cambios sean potenciados por el Ministerio y que estas ideas no solo queden en ideas, y se busque la forma de financiar, en post del servicio al cliente (paciente), se sinceran temas asociadas a la escasez de recursos y</p>	

problemas para mantener el actual sistema.

Por último, identifica las clínicas de la comuna, como una alternativa, los cuales pueden efectivamente profundizar en el desarrollo de esta idea, y señala que la comuna ha ido en un aumento de población joven, por lo cual sería de más fácil uso. Como dato relevante se destaca que más del 50% de consultas, generan una emisión de receta, lo cual genera una posibilidad importante a la hora del desarrollo del proyecto.

Entrevista N°6	Cargo Subgerente Comercial
Comentarios Generales	
<p>Se presentó la idea de negocio y surgieron las siguientes interrogantes por parte del entrevistado:</p> <ul style="list-style-type: none">• Registro de Diagnóstico: Señala que, si bien como Holding no cuentan con un registro único entre sus distintas clínicas y centros de atención médica, sienten que esto sería importante de cara al cliente, no obstante, se debería evaluar si existe una ley que registra el uso de esta información entre empresas relacionadas.• Digitalización de Receta: Argumenta que es inevitable que este cambio suceda en el mediano plazo, ya que el proceso es poco eficiente y no mitiga los riesgos de fuga de información, protección y trazabilidad de datos, etc. Así también, señala que es una deuda por parte del área de tecnología generar este tipo de innovación.• Ámbito Regulatorio: Actualmente no existe una obligatoriedad para el cambio de la receta manual a una digital, no obstante, dado los esfuerzos establecidos a inicios del 2015 por el ministerio de salud, se cree que será un tema de conversación al corto plazo. Actualmente las distintas entidades asociadas a esta industria están siendo consultadas sobre mejoras dentro de los procesos y los riesgos existentes.• Relación con las Farmacias: Comenta que, si la idea logra adherir a una farmacia, por consiguiente, esto implicará un desafío para la industria farmacéutica, ya que la modernización se irá instaurando y mejorando la calidad	

para el cliente, pero a nivel de escalamiento es necesario.

- Implementación: Señaló que se debe generar un piloto y probar en alguna de los centros médicos, con el fin de analizar en forma experimental el comportamiento de la “Receta Fácil” y los resultados de la experiencia de los usuarios.

Si bien le gusta la idea de poder efectuar cambios y mejorar el ciclo del paciente, cree que se deben abordar estas interrogantes y profundizarlas con un grupo más acotado para generar esta implementación y ver sus impactos.

Entrevista N°7	Cargo
	Gerente Innovación
Comentarios Generales	
<p>Se presentó la idea de negocio y el entrevistado, señala distintas formas de poner foco para lograr el proyecto:</p> <ul style="list-style-type: none">• Simplificar la plataforma, actualmente los clientes, ya sean doctores, farmacéuticos o pacientes, para facilitar el uso, ya que esto puede ingerir en que una plataforma sea un éxito o un fracaso.• Potenciar y dar visibilidad a toda la potencialidad de la plataforma, señalando por qué la plataforma es necesaria para el mercado.• Conocer y profundizar más el mercado, ver los actores relevantes e identificar aquellas clínicas interesadas, con el fin de efectuar un piloto (crear célula).• Si efectivamente la plataforma logra mitigar los riesgos presentados y su tasa de usabilidad es alta, se convertirá en la plataforma de moda, no obstante, se debe contar con un soporte de calidad y estar constantemente atento a los requerimientos del cliente, ya que generará que las mismas clínicas quieran contar con su sistema, u otros competidores quieran entrar a este nuevo nicho de mercado.• El mercado esta abarcado por zonas geográfica, por lo cual hay que saber identificar aquellos sectores, donde la tecnología sea un elemento fundamental, y el rango etario, ya sea en doctores y pacientes, con el fin de lograr la usabilidad esperada y que la plataforma tenga una adaptación al entorno.• Recomienda usar metodología de Mínimo Producto Viable, con el fin de tener un producto beta, el cual sea adaptable (look and feel) de acuerdo a la necesidad	

del cliente, teniendo como base, la esencia del proyecto.

Finalmente señala que esta es una alternativa, la cual observa con buenos ojos, identifica que los beneficios de esta plataforma son relevantes y pueden marcar un antes y un después, en la emisión de recetas y en la venta de medicamentos en el mediano plazo.

Entrevista N°8	Cargo
	Gerente de Tecnología
Comentarios Generales	
El entrevistado, menciona lo siguiente: <ul style="list-style-type: none">• Al momento de hacer la consulta respecto al mercado objetivo, comenta que este debe ser orientado al sector privado, debido que el público tiene limitancias por presupuesto.• Como organización, trabajan con iniciativas o propuestas de innovación con star up, no obstante, señala que la idea debe ser implementada en forma parcial, la cual debe ser abordada en un departamento específico. De esa forma, se puede ir adecuando y probando en un ambiente más específico, teniendo claridad sobre la usabilidad.• Levanta un riesgo asociado a una población de doctores más longeva, si bien señala que estos son en su mayoría tecnológico, puede existir reticencia sobre el uso de nuevas tecnologías.• Muestra entusiasmo con usar tecnologías y códigos QR, dado que actualmente eso es parte de la habitualidad que existe en el mercado.• El registro de diagnóstico y la capa de bases de datos, comenta que puede ser un plus, lo cual implica un plus a la herramienta.	

Entrevista N°9	Cargo
	Gerente Comercial
Comentarios Generales	

Se mostró interesado, aunque muestra ciertas aprensiones:

- Si bien considera que esta herramienta puede llevarse a cabo, por todos sus beneficios.
- Señala que, si bien no había tenido oportunidad de revisar una plataforma con estos beneficios, da a conocer su parecer, respecto a los tiempos de implantación, que generalmente terminan por estropear los esfuerzos e impactan negativamente en la herramienta, por lo cual comenta que eso debe ser algo a analizar más en profundidad.
- Nos sugiere que sería oportuno revisar esta iniciativa con un centro de atención, y segregarlo por especialidad, con el fin de controlar esto en forma adecuada, analizando en forma inmediata sus impactos.
- Plataforma de fácil uso y simple de acceder
- Destaca que esto puede automatizar los flujos, donde participan los distintos actores, mitigando riesgos existentes y mejorando la experticia de estos (doctores y pacientes)

Entrevista N°10	Cargo
	Gerente de Innovación
Comentarios Generales	
Se presentó la idea de negocio y se destacaron los siguientes puntos:	
<ul style="list-style-type: none">• Implementación: Generar una demo, que permita establecer las distintas fortalezas y capacidades que puede tener la plataforma, ya que debemos tener claridad, que lo que se ofrece, debe ser lo mismo que se implemente, ya que ha visto varios proyectos disruptivos ejecutarse, sin éxito y siendo un fracaso. Nos señala que esto es esencial.• Registro de Diagnóstico: Como clínica, cuentan con una historia del cliente, pero esta se centra a nivel de datos personales y diagnósticos, no obstante, esto se usa a nivel interno y la información existente, es de mala calidad, ya que la usabilidad es baja, por lo cual menciona que esto debe ser un punto relevante	

posterior a la implementación, reporte de usabilidad.

- **Trasformación Digital:** Un cambio dentro de la industria, que va a paso lento, pero poco a poco hay esfuerzos internos, por lograr cambios en el modelo operativo actual, no obstante, ve este proyecto como una posibilidad interesante desde el planteamiento, para lograr cambios importantes de fondo, lo cual va directamente relacionado a las expectativas de los clientes. Comentando que si existiese esta posibilidad en la usaría y lo más probable que su círculo, también se sume a estos cambios.
- **Desafío:** Incorporar a las farmacias dentro del modelo operativo, no obstante, destaca que actualmente existe una variedad de farmacias que permitirá efectuar de mejor forma la integración, pensando en el código QR y el portal de acceso para estos.

Finalmente señala que esta es una alternativa, la cual observa con buenos ojos, identifica que los beneficios de esta plataforma son relevantes y pueden marcar un antes y un después, en la emisión de recetas y en la venta de medicamentos en el mediano plazo.