

Informe 1
“Los Encinos”
Mejor que en casa...



Integrantes: Camila Marín

Francisca Zúñiga

Andrés Molina

Profesores: Ariel Meller

Juan Pablo Palomino

Roberto Pino

Fecha: Viernes 30 de Abril de 2010

Resumen Ejecutivo

El 60% de la población de Chile vive en regiones, y los establecimientos con mejores tecnologías y avances para hacerse exámenes y tratamientos se encuentran en Santiago, es por esto que muchos habitantes de regiones del país viajan a la capital diariamente para hacer uso de estos servicios. Se encuentra aquí una oportunidad, los pacientes necesitan un lugar para hospedarse y en la actualidad no existe en la capital un lugar especializado donde puedan acudir, que les ofrezca servicios que respondan a sus necesidades y preocupaciones.

Es por esto que la empresa "Hotel Los Encinos S.A", conformada por Camila Marín, Andrés Molina y Francisca Zúñiga, está desarrollando un plan de negocios para satisfacer esta necesidad a través del "Hotel Los Encinos, *mejor que en casa*", el primer hotel especializado en pacientes que requieren de hospedaje de corta o larga estadía, ofreciéndoles diversos servicios diseñados para asistirlos en sus necesidades, tales como transporte, alimentación, supervisión remota en salud y diversas áreas de entretenimiento para sus estadía en Santiago

Para llevar a cabo este proyecto se ha realizado un análisis del mercado actual acotando el área de estudio a los pacientes que vienen de regiones a hacerse tratamientos contra el cáncer tales como son la Quimioterapia y la Radioterapia, dado que se tienen importantes contactos con profesionales del rubro. El cáncer es la segunda causa de muerte en Chile después de las enfermedades coronarias. A medida que pasa el tiempo, la gente diagnosticada con cáncer en el mundo aumenta, pero también se hacen más tratamientos para combatirlos. Se ha determinado por medio de este estudio que anualmente el número de enfermos de cáncer que vienen de regiones aumenta en 2000 personas aproximadamente. Lo que muestra un mercado potencial importante y creciente.

Además, se han estudiado los montos de dinero que gastan, en sólo alojamiento, los pacientes que vienen de regiones actualmente, los cuales van desde \$ 8.000 a \$ 190.000 aproximadamente. Lo que muestra que los pacientes están dispuestos a pagar por estos servicios.

Para identificar a los clientes se segmentó por casos de uso, así se podrán identificar los atributos y necesidades básicas que estos requieren a través de una encuesta a realizar próximamente.

Informe bien estructurado
Buena redacción, fácil de leer y entender
Buen trabajo!
Felicitaciones, sigan así.

Aun no se cuenta con la información financiera precisa para evaluar la inversión en este proyecto, pero los primeros cálculos indican una inversión inicial aproximada de \$ 1.000.000.000 de pesos considerando terreno, edificación y equipamiento.

Índice

	Página
RESUMEN EJECUTIVO	2
INDICE	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
1. PROCESO DE SELECCIÓN DEL NEGOCIO	5
2. IDEA DE NEGOCIO.....	6
2.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO	6
2.2 MERCADO	7
2.3 CLIENTES	9
2.4 COMPETENCIA	10
2.5 RIESGOS PERCIBIDOS	11
2.6 PROGRAMACIÓN	12
3. ROLES	12
4. APRENDIZAJES.....	13
4.1 APRENDIZAJE GRUPAL	13
4.2 APRENDIZAJES INDIVIDUALES	13
4. BIBLIOGRAFÍA.....	16
5. ANEXOS.....	17
<i>Anexo 1</i>	<i>17</i>
<i>Anexo 2</i>	<i>17</i>
<i>Anexo 3</i>	<i>18</i>

1. Proceso de selección del negocio

Al iniciar el curso se contaba con distintas ideas de emprendimiento para desarrollar durante el transcurso del semestre. Luego de una primera evaluación se determinó que éstas resultaban poco innovadoras y que además no cumplían con los requisitos del curso, tales como que los integrantes debían tener un “Know How” o un contacto importante dentro del medio del negocio, de manera de poder contar con información, datos y experiencia que pudiera ayudar al desarrollo del plan de negocio. Luego se redujo la lista de ideas a aquellas en las que se tenía conocidos en el rubro. Es así como se escoge realizar un “Hotel especializado para pacientes oncológicos que vienen de regiones”, ya que se cuenta con una amplia red de contactos, como por ejemplo la Fundación Arturo López Pérez (FALP), institución que puede facilitar el acceso a la información útil y necesaria para la realización del proyecto. Además estos pacientes que vienen a hacerse tratamientos de cáncer a Santiago, tales como son la Radioterapia y la Quimioterapia, suelen quedarse períodos largos y tienen necesidades particulares. Además, según información del Departamento de Estadísticas e Información de Salud (DEIS), la segunda causa de muerte en Chile hasta el año 2005, después de las relacionadas con enfermedades coronarias, era el cáncer (ver Anexo 1). Se puede intuir que se mantiene en este lugar ya que, desde que se cuenta con registros (año 1970), siempre lo ha sido¹. Además según el DEIS, la tasa de mortalidad por cáncer ha aumentado con los años (ver Anexo 2), hipótesis que es planteada también por otras organizaciones de importancia en el país², lo que permite reforzar la idea planteada.

Posterior a la concepción de la idea, se entrevistó a un Médico Oncólogo (Dr. Luis Marín) y a la Gerente del Convenio Oncológico de la FALP (Dra. Patricia Gassibe). Gracias a estas entrevistas se pudo entender la necesidad y el apoyo real que este hotel podría entregar a las personas de regiones que se tratan en Santiago. El proyecto es motivador debido a que presta un servicio a personas que lo necesitan imperiosamente. Es importante mencionar que es un sistema que funciona de manera exitosa en otros países como Argentina, Australia, EE.UU., Brasil, España, etc. Y que representa una ayuda real a la sociedad de esos países.

¹ Para más información visitar:

[http://deis.minsal.cl/deis/Grafico_Morta_70_04%20versión%204%20\(2\)_archivos/Grafico_Morta_70_05.htm](http://deis.minsal.cl/deis/Grafico_Morta_70_04%20versión%204%20(2)_archivos/Grafico_Morta_70_05.htm)

² Para ver más información visitar:

http://escuela.med.puc.cl/paginas/publicaciones/boletin/html/salud_publica/1_11.html

En esta etapa del proyecto se han podido utilizar en su mayoría herramientas de marketing para investigar el mercado, como por ejemplo, las técnicas necesarias para segmentar a los clientes y definición del target. Es importante mencionar que el plan de negocio se encuentra en una etapa de recopilación de información y de conocimiento de los potenciales y debilidades, por lo que no se han tomado decisiones definitivas. Por otro lado, el análisis de la información si ha sido más expedito debido a la formación de los integrantes del grupo, logrando concluir ciertos temas y encontrar problemas de manera más temprana.

2. Idea de negocio

2.1 Descripción del producto o servicio

"Hotel especializados ~~para~~ para personas adultas que vienen desde regiones o fuera de Chile a hacerse tratamientos y/o exámenes. Se dará un enfoque especial a enfermos de cáncer que vienen a hacerse tratamientos como Radioterapia o Quimioterapia, ya que deben permanecer en Santiago por periodos prolongados".

El hotel será especializado ya que se enfocará en satisfacer las necesidades de los pacientes que tengan relación con el mejoramiento de la calidad de vida de éstos. Por esta razón contará con vigilancia técnica en salud remota, es decir, enfermeras y auxiliares capaces de discernir el estado de los pacientes en caso de existir problemas, de manera de trasladarlos al hospital, o para realizar curaciones a veces necesarias tras operaciones; además estos profesionales entregarán tranquilidad y seguridad a los pacientes que se enfrentan a una enfermedad llena de incertidumbres como es el cáncer. Contará también con transporte hacia y desde el aeropuerto, terminal de buses o de trenes; y a los centros de tratamiento de los pacientes, llamadas de larga distancia, internet, servicios de alimentación, de limpieza, actividades de recreación y seguridad.

El hotel será diseñado de tal manera que pueda ayudar a los pacientes en su recuperación, ya que existe un factor psicológico durante el padecimiento de esta enfermedad, que tiene que ver con la incertidumbre y el miedo de enfrentarse a ésta. Los pacientes suelen sentirse decaídos y deprimidos, pero se ha comprobado mediante diversos estudios psicológicos, que compartir sus experiencias y sentimientos los ayuda a subir el ánimo y a sentirse mejor. Además los pacientes pueden crear lazos de amistad y

no sentirse tan solos durante estos procesos, sobre todo porque comparten con personas que padecen de los mismos problemas.

Por todas estas razones el hotel estará diseñado de forma que las habitaciones sean compactas y con espacios comunes grandes, alegres y coloridos; para que así los pacientes compartan cuando se sientan bien para hacerlo y se sientan como en casa o mejor que en ella. Otro punto importante es que los pacientes tienen mucho tiempo libre entre tratamientos, lo que provoca aburrimiento; así el hotel contará con salas multiuso, computadores, sala de cine u otros atributos que se descubran con las entrevistas que se realizarán en la segunda parte de la investigación.

Con todos estos servicios y atributos especiales y diferentes, se logrará diferenciar de hoteles, hostales y departamentos, que son las alternativas con las que cuentan hoy. Esta diferenciación permitirá que los pacientes escojan hospedarse en nuestra propuesta antes que en las ya existentes.

Esta empresa será una Sociedad Anónima Cerrada. En primer lugar se escogió este tipo porque es una empresa que lucrará por sus servicios, además tendrá accionistas (financiadore) que pueden entrar y salir con mayor facilidad que otros tipos de sociedades, y en la que se pueden tomar decisiones con mayor libertad.

2.2 Mercado

Es importante mencionar que, en la actualidad, no existen registros ni estudios que proporcionen tasas de incidencia, prevalencia ni número actual de enfermos, es por esto, que el grupo de trabajo ha tenido que recurrir a estadísticas e investigaciones de organizaciones de otros países como lo es Estados Unidos y a opiniones de expertos en el área de la salud en Chile.

Según la información proporcionada por expertos de la salud, como lo son los Gerentes Comercial de las Clínicas Alemanas, Las Condes y FALP, en la actualidad, aproximadamente un 10% de los pacientes que se realizan tratamientos contra el cáncer y que acuden a la salud privada, son de regiones. Por otra parte, según un informe entregado por RedSalud (Holding que entrega servicios de salud) actualmente en Chile la tasa de incidencia por cáncer se estima entre 220 a 240 personas por cada 100.000

chilenos³ (0,22% - 0,24%), y la tasa de mortalidad producto de esta enfermedad en 122,8 por cada 100.000 habitantes (0,1228% → aproximadamente 20.900 personas del total de la población).

Dado la falta de registros en Chile se utilizaron estadísticas de Estados Unidos para poder hacer cálculos. Esto, ya que, gracias a recomendaciones hechas por expertos en el área de la salud, se puede hacer el supuesto de que Chile es un país que se parece a EEUU en calidad de vida y costumbres. Es así como se obtuvo que la tasa de sobrevivencia del cáncer es alrededor de un 60%.⁴

Considerando la tasa de incidencia chilena y el porcentaje de sobrevivencia recién mencionado se puede calcular que la tasa de sobrevivencia en Chile está entre 132 a 144 pacientes por cada 100.000 habitantes enfermos de cáncer (0,132% - 0,144%). Con este dato y junto a la tasa de mortalidad, se puede obtener una idea de la tasa de aumento de enfermos de cáncer anual, la que está aproximadamente entre 97,2 a 117,2 por 100.000 chilenos (0,0972% - 0,1172% → entre 16.524 - 19.924 enfermos de cáncer en todo Chile, aprox.).

Finalmente, según el último Censo Chile tiene 17.094.275 habitantes, luego se obtiene lo siguiente:

% aumento cáncer anual	0,1172%
Personas que aumentan anualmente	20.034,49
Aumento personas con Cáncer de Regiones que se Tratan en Santiago (Salud Privada)	2.003,45

Luego, el crecimiento del mercado potencial para "Hotel Los Encinos" es de 2000 clientes aproximados por año.

Es importante mencionar que este es un escenario ~~negativo~~ ya que se consideran los nuevos casos de cáncer al año y no los casos de años anteriores que continúan tratándose. Tema que se continuará investigando.

pesimista o conservador
solo

³ Para más información visitar: <http://www.redsalud.gov.cl/archivos/cancer/prcancernino.pdf>

⁴ Para más información visitar: <http://www.cdc.gov/nchs/data/hus/hus09.pdf#050>

2.3 Clientes

¿es pue!?

Los clientes del “Hotel Los Encinos” son adultos (más de 20 años), hombres o mujeres, que vienen desde regiones u otros países a Santiago, a hacerse exámenes o tratamientos que impliquen la permanencia en la capital por más de un día.

Como hotel especializado, es muy importante conocer y entender a los clientes para poder satisfacer sus necesidades y lograr el objetivo final: que se sientan “*Mejor que en casa*”. Para esto, los integrantes del proyecto han tenido conversaciones con potenciales usuarios del hotel, pudiendo ver así las principales falencias que tienen las ofertas actuales.

Para poder conocer mejor a los clientes se realizó una segmentación de estos, con el objetivo de identificar mejor sus necesidades y así satisfacerlas. La segmentación escogida para esta situación es por conducta, ya que en este caso particular las personas no tienen el precio del alojamiento como prioridad, sino que consideran los ambientes y a las personas como aspectos fundamentales en el transcurso de sus tratamientos; así se identificaron clientes con distintos perfiles. Es importante para el éxito del hotel el entender las reales necesidades de los clientes de manera de satisfacerlas y que ellos elijan el Hotel por sobre las otras opciones existentes. Para ello se escogieron 4 variables que podrían influir en las necesidades de los clientes y en la mayor o menor importancia que podrían darle a los diferentes atributos, las cuales son:

- SEGÚN SU MOMENTO DE USO:
 - Tratamientos: Gente que viene ya que se deben hacer tratamientos, como por ejemplo quimioterapias, radioterapias, y otros.
 - Exámenes: Los que tienen que hacerse exámenes.
- POR BENEFICIOS:
 - Prefieren: Consideran todos los atributos (tales como tranquilidad, seguridad, transporte, alimentación, etc.) y le dan un valor importante.
 - Prácticos: Los que consideran que es una buena opción, dado que se les ofrecen servicios básicos como transporte, alimentación, expertos, etc.
 - Ahorran: Gente que viene con un presupuesto que contempla los servicios entregados por el hotel, pero que ahorran al elegir esta opción entonces la prefieren.

- NIVEL DE USO:
 - Corto plazo: de 1 a 7 días.
 - Largo plazo: más de 7 días.
- FRECUENCIA DE USO:
 - Esporádicos: Los que vienen muy de vez en cuando o sólo una vez.
 - Periódicos: Los que vienen cada cierto tiempo un determinado número de días, como por ejemplo los tratamientos de quimioterapia (5 días todos los meses).

Con estas variables se forman 24 combinaciones diferentes de posibles clientes. En los siguientes días se realizará una encuesta semi-estructurada de manera de poder definir el target y los atributos considerados como más importantes para los clientes.

Es importante destacar que los clientes que usarán el hotel pertenecen al tercer, cuarto y quinto quintil, ya que la opción ofrecida por el GES es de \$8.000, incluyendo alojamiento, transporte al lugar de tratamiento y alimentación, lo cual a estas alturas de la investigación no se puede confirmar que se podrá igualar.

2.4 Competencia

“Hotel Los Encinos” no cuenta con competencia directa en Chile, dado que no existe un hotel especializado en recibir a pacientes que vienen a tratarse o hacerse exámenes. Por lo tanto, la competencia existente, que es indirecta, abarca todas las posibilidades que tienen para quedarse en Santiago, las cuales, las más comunes, son: quedarse con familiares, arrendar un departamento, Hostales y/o Hoteles.

Se realizó una investigación acerca de las alternativas que instituciones como la FALP, Clínica Las Condes y Clínica Alemana ofrecen a los pacientes para alojar en Santiago durante su tratamiento, se obtuvieron una serie de hoteles muy conocidos en Santiago por su calidad y precio, como son el hotel Hyatt, Hotel Kennedy, Ritz y otros. Además surgieron variados hostales cercanos a FALP (ver Anexo 3).

El paciente, también, tiene la posibilidad de arrendar un departamento, los cuales, suelen escoger departamentos en la comuna de Providencia o Santiago centro, por la cercanía que tienen a los establecimientos o la locomoción existente. Los precios de estos departamentos también varían dependiendo del número de dormitorios y la comuna.

En resumen se obtiene que dada las opciones actuales, si un paciente quisiera venir a Santiago sólo y sólo considerara las opciones más económicas obtendría lo siguiente:

Opción	Precio por noche por persona	Opción por persona mensual (30 días)
Hotel	\$ 39.500	x 30 = \$ 1.185.000
Hostal	\$ 4.000	x 30 = \$ 120.000
Arriendo Departamento	\$ 6.000	\$ 180.000

No me parece este precio > 25.000

No hay descuento x mes

Cabe mencionar que ninguna de estas opciones incluye alimento o transporte (cuando paga el paciente)

Con el objetivo de conocer mejor estas opciones y las condiciones actuales que se les ofrecen a los pacientes, se hizo una visita al Hostal Providencia, ubicado en Ricardo Matte Pérez n°0145, Providencia, lugar al que frecuentan muchos pacientes de la FALP, se pudo ver que esta opción dejaba mucho que desear con respecto a luminosidad, espacios comunes, accesos fáciles, etc. Pero los pacientes estaban bastante contentos debido a la cercanía, compañía y preocupación por parte de la dueña de casa y la empleada. Lo que es bastante importante ya que implica un desafío para "Hotel Los Encinos", los recursos humanos deben igualar o mejorar tales expectativas.

Algunas experiencias en el extranjero:

- Australia:** "The Jean Colvin Cancer Centre" ofrece alojamiento especializado para pacientes con cáncer que viven fuera de Sydney y que no tienen dónde hospedarse⁵.
- EE.UU. (Texas):** "Jesse H. Jones Rotary House International" es un hotel que pertenece al M.D. Anderson Center y que está administrado por Marriott International. Ofrece hospedaje y cuidados exclusivos para los pacientes de ese centro clínico.⁶
- Brasil:** "Instituto Ronald McDonald", proporciona alojamiento, dignidad y comodidad a niños y adolescentes en tratamiento contra el cáncer.⁷

2.5 Riesgos percibidos

- Conseguir financiamiento x ↑ Inversión
 - Legales → posibles demandas de usuarios
 - Operación del hotel ← desconocimiento.

Durante la elaboración de este proyecto se pueden percibir distintos tipos de riesgo asociados a diferentes factores.

El primer riesgo encontrado es la gran posibilidad de una mala estimación de la demanda debido a la poca información disponible. La gran cantidad de supuestos que se

⁵ Para más información visitar: www.canassist.com.au/jean-colvin-cancer-centre

⁶ Para más información visitar: www.mdanderson.org/patient-and-cancer-information/guide-to-md-anderson/services-and-amenities/rotary-house-international/index.html

⁷ Para más información visitar: www.instituto-ronald.org.br

deben realizar para tales estimaciones aumentan considerablemente el error asociado a los cálculos.

Dada la naturalidad escogida de las encuestas que se realizarán, muestreo por conveniencia y cuestionarios semi-estructurados, el universo de los encuestados podría tener dimensiones no adecuadas, lo que puede tener como consecuencia una muestra muy sesgada y por tanto aumentar el riesgo de cometer errores en su interpretación.

Por otra parte, los servicios actuales con los que cuentan los clientes tienen aspectos positivos difíciles de igualar o superar, como lo son la compañía, el cuidado y la cercanía de atención (en el caso del "Hostal Providencia") por lo que se deberá poner especial énfasis y cuidado a la hora de tomar decisiones que tenga relación a esas características.

Necesitan evaluar riesgos legales.

2.6 Programación

El primer paso a seguir es mejorar la encuesta semi-estructurada y entrevistar al menos a 10 pacientes de regiones y ojalá a sus acompañantes. En base a esos resultados definir el Target y los atributos con los que debe contar el hotel.

Se comenzará a cotizar precios sobre los ítems necesarios para implementar el hotel, así como búsqueda de un terreno o inmueble apropiado. También se contactará a un arquitecto que pueda guiarnos en cuanto al diseño del hotel según las necesidades de los clientes. Al mismo tiempo se analizarán las variables de marketing involucradas en un proyecto de esta magnitud (4 P's) y se realizará un análisis FODA. ✓

Además se realizará una entrevista con un contacto del Ministerio de Salud (Minsal) para obtener la reglamentación necesaria para éste tipo de proyectos, y poder tener cuales son las especificaciones con las cuales se debe cumplir y los trámites que se deben hacer para llevarlo a cabo. ✓

3. Roles

1. Gerente General: Camila Marín.

Rol: Supervisar el avance del equipo, apoyar en todas las áreas donde se le necesite, coordinar reuniones grupales, entrevistas con expertos, potenciales clientes, etc.

2. Gerente de Marketing: Andrés Molina Korn
Rol: Supervisar las presentaciones, encuestas guiadas, estudio de mercado, posicionamiento, promociones, etc. Apoyar a sus compañeros en todas las tareas en las que se necesite su ayuda.
1. Gerente de Gestión y Finanzas: Francisca Zúñiga León
Rol: Buscar fuentes de financiamiento para realizar el proyecto. Estimar los costos y evaluar las alternativas. Encargarse de los temas operativos y logísticos del hotel. Además debe apoyar a sus compañeros en todas las tareas que se necesiten.

4. Aprendizajes

4.1 Aprendizaje grupal

Es primera vez que los integrantes del grupo se ven enfrentados a la realización real de un proyecto de esta envergadura, es por esto que se han visto expuestos a muchas cosas nuevas para ellos.

Como primer tema, el trabajo de equipo en el desarrollo de un contenido más complejo suele ser difícil, esto debido a las presiones a las que se ven sometidos, las decisiones que se deben tomar, el reconocimiento de las habilidades de cada uno, y por sobre todo a las actividades que se deben dejar de lado para continuar con el trabajo. Todo esto bien manejado puede significar éxito para un equipo, pero en caso contrario puede traer problemas. La experiencia es un factor importante en el buen manejo de estos temas, y se debe reconocer que el grupo de proyecto, al ser la primera vez que se enfrenta a una situación de este tipo, muchas veces ha fallado, dificultando la fluidez del trabajo. Sin embargo, estos errores han tenido consecuencias pedagógicas y han contribuido al crecimiento del grupo como tal.

El equipo también ha debido aprender a relacionarse con distintas personas para poder obtener información útil para la investigación, desde profesionales como Ingenieros y Médicos hasta los mismos pacientes, para los cuales se debe tener distintas consideraciones y tratos diferentes.

4.2 Aprendizajes individuales

1. **Camila Marín Hevia**: Durante estas aproximadas seis semanas de trabajo, he podido ver como es el cáncer más de cerca, cómo afecta totalmente a una familia,

el dolor que conlleva, la carga económica que significa y las separaciones que, muchas veces, produce.

A medida que hemos ido avanzando en el proyecto, he podido ver la necesidad que representa para muchas personas la creación de un establecimiento que los acoja y les dé herramientas para poder llevar mejor esta enfermedad. Debo reconocer que me siento cada vez más involucrada con esta realidad y las ganas de que esto pueda funcionar aumentan con ello.

Es primera vez que me enfrento a realizar un trabajo desde cero de esta envergadura, que implique la aplicación de diversas herramientas dadas por la carrera. Al realizar un estudio de mercado y tomar todas las decisiones que se han tenido que hacer para poder llevarlo a cabo, me he visto enfrentada a situaciones donde la intuición es lo que finalmente decide. Esta intuición es claramente el fruto de todos estos años en la Universidad y ponerla en práctica no ha sido fácil.

Otro aspecto es la importancia que ha cobrado el reconocimiento de que aún no tengo la experiencia suficiente para tomar ciertas decisiones, lo que me ha llevado a consultar a personas con más experiencia y conocimientos, como lo son profesionales del área de la salud y profesores de la Facultad. La experiencia de conversar con ellos también ha sido muy educativa para mí, el poder ver muchas veces la simpleza con la que resuelven problemas que yo llevo mucho tiempo pensando, creo que es una práctica que se debe adoptar, es bueno recurrir a la opinión de personas con más experiencia.

2. Andrés Molina Korn: Durante el desarrollo del presente proyecto se ha interiorizado muchísimo sobre estadísticas y datos relacionados a la enfermedad del cáncer. Esta nueva información abarca desde datos ligados a los tratamientos hasta cifras relacionadas con tasas de incidencia, mortalidad, etc.

También se aprendió sobre los requisitos con los que debe contar una idea para que esta pueda ser llevada a cabo y que tenga mayor probabilidad de éxito. También se ha podido interiorizar una estructura sobre cómo se llevan a cabo los emprendimientos, en qué hay que poner atención, qué pasos hay que seguir, dónde se debe investigar, etc.

Otro punto importante es el conocimiento que te da la experiencia de poder enfrentarse a distintos profesionales y compartir tus ideas y puntos de vista, tal como en una experiencia real. Enfrentarse a las complicaciones que se presentan cuando se quiere obtener una reunión, coordinarse entre los compañeros las responsabilidades que éstas implican, etc.

Finalmente, gracias a la aplicación de todas las herramientas que se nos han enseñado, se ha podido aclarar todos los conceptos que cambian tanto cuando se lleva la teoría a la práctica.

3. Francisca Zúñiga León: Haciendo este trabajo he aprendido que no es lo mismo estudiar la teoría que llevar algo a la práctica. De hecho en algunos temas que pensé en su momento que había entendido, he tenido que averiguar para poder utilizarlo dado lo difícil que es aplicarlo a la vida real.

En este caso ha sido un desafío poder entrevistar a muchas personas diferentes y tratar de explicar lo que uno quiere y necesita y a la vez escuchar lo que ellos tienen que aportar. En este caso particular, donde los clientes son en realidad pacientes, uno tiene que tener aún más conciencia de lo que ellos están pasando al momento de entrevistarlos, tratar de ponerse en su posición y de pensar en las potenciales necesidades que pueden tener.

También he tenido que aprender a buscar información de distintas maneras, ya que siempre uno acostumbra a buscar en internet, pero en este caso se ha dado que en Chile no existen estadísticas de cáncer, lo que ha dificultado bastante la investigación. Para esto hemos tenido que entrevistar a distintas clínicas en busca de números y finalmente tendremos que proyectar una demanda posible.

4. Bibliografía

- www.ine.cl
- www.minsal.cl
- www.google.cl
- www.redsalud.cl
- Entrevistas:

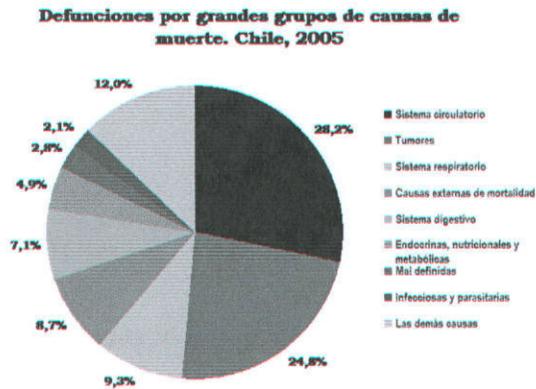
- Dra. Patricia Gassibe, Gerente Beneficios y Contraloría Médica. (Teléfono: 02 4711902)
- Christian Young, Product Manager Fundación Arturo López Pérez. (Teléfono: 02 4457255)
- Jorge Humud, Subgerente Comercial Fundación Arturo López Pérez. (Teléfono: 02 4457260)
- Patricia Ithurbisquy, Gerente Comercial Clínica Alemana. (Teléfono: 02 2101200)
- Jorge Schonstedt, Subgerente de Negocios Clínica Las Condes. (Teléfono: 02 6103028)
- Giovanni Bisconti, paciente de Puerto Varas de la Fundación Arturo López Pérez.
- Jesusa Quispe, paciente de Bolivia de la Fundación Arturo López Pérez.

debe indicar ruta completa
(no al home page) y fecha de
consulta.

→ Google es un portal de búsqueda no una
fuente de información

5. Anexos

Anexo 1



No se
usó

Fuente: Departamento de Estadísticas e Información en salud

Anexo 2

Tabla 1: Aumento de la tasa de mortalidad por cáncer en Chile



Fuente: Departamento de Estadísticas e Información de Salud

de ___?
MINSAL?
INE?
FALP?

(*) Tasa por cien mil habitantes.

Qué explica el aumento de la "tasa"

Anexo 3

Tabla 3: Precios Hoteles

Nombre Tabla

Hotel	Singles	Dobles
Los Españoles	\$ 68.068	\$ 80.444
El Vergel	\$ 39.500	\$ 46.000
El Presidente	\$ 71.162	\$ 80.444
Orly	\$ 64.974	\$ 74.256
Hyatt (Rebaja Cl. Alemana)	\$ 109.200	\$ 140.400
Atton (Rebaja Cl. Alemana)	\$ 54.600	\$ 67.600
Novo Hotel (Rebaja Cl. Alemana)	\$ 63.000	\$ 72.400
Marriott (Rebaja Cl. Alemana)	\$ 78.000	\$ 104.000

Tabla 4: Precios Hostales

Fuente: _____

Nombre Tabla

Hostales	Por persona
Providencia (FALP)	\$ 8.000
Newton Valenzuela (FALP)	\$ 7.500
Hostal Los Leones	\$ 4.000

Fuente: _____