

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	4
1. DESCRIPCIÓN DEL TEMA A ABORDAR Y LAS PREGUNTAS CLAVE A RESPONDER	5
2. ALCANCE DEL TEMA A ABORDAR	5
3. OBJETIVOS Y RESULTADOS ESPERADOS	6
3.1. Objetivo General.....	6
3.2. Objetivos Específicos	6
3.3. Resultados Esperados	6
4. MARCO CONCEPTUAL.....	7
5. METODOLOGÍA.....	11
6. Descripción del Mercado	11
6.1. Entorno	11
6.1.1. Situación del Mercado Inmobiliario en Santiago.....	11
6.1.2. Entorno Normativo y Legal.....	15
6.2. Mercado potencial de servicios de Administración de Edificios y Condominios.....	17
6.3. Análisis de los clientes	20
6.3.1. Tendencias del consumidor chileno.....	20
6.3.2. Preferencias de los habitantes en condominios	22
6.3.3. Entrevistas en profundidad	23
6.3.4. Encuesta	24
6.3.5. Disposición a pago adicional.....	32
6.4. Análisis de la competencia	35
7. Síntesis del Diagnóstico	46
8. Diseño de la Estrategia	47
8.1. Estrategia de negocios	47
8.2. Objetivos del negocio	49
8.3. Determinación de los segmentos objetivos.....	49
8.4. Definición de los servicios	53
8.5. Políticas de precio	55
8.6. Plaza.....	57
8.7. Plan de comunicaciones.....	58
8.8. Modelo de negocio	59
9. Evaluación de la Factibilidad Económica	60
9.1. Flujo de caja	60
9.2. Determinación de la cantidad mínima de clientes de la empresa.....	64
9.3. Medición de Ventas	65
9.4. Análisis de sensibilidad	65
10. Conclusiones	67
11. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	69