

Tabla de contenido

1	Introducción.....	1
2	Descripción de la oportunidad.....	2
3	Preguntas claves a responder.....	3
4	Objetivo principal y específicos.....	3
4.1	Objetivo principal.....	3
4.2	Objetivos Específicos.....	3
5	Resultados Esperados.....	4
6	Alcance.....	4
7	Marco conceptual.....	4
7.1	Glosario.....	5
8	Metodología.....	5
9	Desarrollo de la oportunidad.....	7
10	Análisis del macroentorno.....	9
10.1	Análisis PESTEL.....	9
10.1.1	Análisis Político.....	9
10.1.2	Análisis Económico.....	9
10.1.3	Análisis Socioculturales.....	10
10.1.4	Análisis Tecnológico e innovación.....	11
10.1.5	Análisis ecológico.....	12
10.1.6	Análisis Legal.....	12
10.1.7	Conclusiones PESTEL.....	13
10.2	Desarrollo inmobiliario en la V Región.....	13
10.3	Estacionalidad en la Construcción.....	14
10.4	Estimación del tamaño del mercado potencial para las viviendas en la V Región 15	
10.5	Mercado de Competidores.....	15
10.5.1	Identificación y caracterización de la competencia.....	15
10.6	Mercado de Clientes.....	21
10.6.1	Estudio de mercado clientes.....	22
10.6.2	Encuesta.....	22
10.6.3	Resultados.....	22
10.7	Cinco Fuerzas de Porter.....	29
10.8	Síntesis de factores externos EFAS.....	30
11	Plan estratégico.....	32
11.1	Objetivo del negocio.....	32

11.2	Misión.....	32
11.3	Visión	32
11.4	Valores.....	32
11.5	Ventaja competitiva.....	32
11.6	Diseño de estrategia competitiva	32
11.7	VRIO	34
12	Estrategia de marketing.....	35
12.1	Segmentación de mercado	35
12.2	Selección del segmento objetivo.....	35
12.3	Marca de la constructora de viviendas.....	35
12.4	Declaración de posicionamiento	36
12.5	Objetivos de marketing	36
12.6	Propuesta de valor	36
12.7	Mapa de posicionamiento de plan de negocios	36
13	Marketing mix	38
13.1	Producto.....	38
13.2	Precio.....	45
13.3	Punto de venta.....	45
13.4	Promoción.....	46
14	Estimación de la Demanda.....	48
15	Estructura organizacional	49
16	Plan operacional.....	51
16.1	Proceso de prestación de servicios	51
16.2	Horario de atención de casa piloto.....	52
16.3	Infraestructura.....	52
16.4	Ubicación Geográfica (Oficinas, bodegas y puntos de venta).....	52
16.5	Proveedores.....	52
16.6	Proceso de producción	53
16.7	Logística.....	53
16.8	Inventario	54
16.9	Proceso de compra y abastecimiento	54
16.10	Externalización de servicios.....	54
17	Evaluación financiera	55
17.1	Consideraciones	55
17.2	Inversión	55
17.3	Capital de trabajo.....	56

17.4	Patrimonio y fuente de financiamiento	56
17.5	Tasa de descuento	57
17.6	Ingresos	57
17.7	Costo de materias primas, operacionales y funcionamiento	58
17.8	Valor residual	59
17.9	Flujo de caja.....	59
17.6	Determinación de criterios de decisión de proyecto VAN y TIR.....	61
17.7	Análisis de sensibilidad. Escenarios de cambios en la demanda	61
18	CANVAS.....	63
19	Conclusiones.....	64
20	Bibliografía.....	66
21	ANEXOS	69
21.1	Anexo A	69
21.2	Anexo B	70
21.3	Anexo C	71
21.4	Anexo D	74
21.5	Anexo E	75
21.6	Anexo F.....	77
21.7	Anexo G.....	80
21.8	Anexo H.....	81