

# Tabla de Contenido

Índice de Tablas	viii
Índice de Ilustraciones	x
<b>Introducción</b>	<b>1</b>
<b>1. Antecedentes Generales</b>	<b>2</b>
1.1. Descripción de Servicios Domésticos . . . . .	2
1.1.1. Definición de Servicio Doméstico . . . . .	2
1.1.2. Legislación y Normativa Chilena . . . . .	3
1.2. Descripción del Marco Industrial . . . . .	3
1.2.1. Identificación de la industria . . . . .	3
1.2.2. Actores involucrados en la industria . . . . .	5
1.2.3. Análisis del entorno industrial . . . . .	7
1.2.4. Tendencias de la industria . . . . .	10
1.3. Objetivos . . . . .	11
1.3.1. Objetivo General . . . . .	11
1.3.2. Objetivos Específicos . . . . .	11
1.4. Marco Teórico Referencial . . . . .	11
1.5. Metodología . . . . .	19
1.6. Resultados Esperados . . . . .	20
1.7. Alcances . . . . .	21
<b>2. Investigación de Mercado</b>	<b>22</b>
2.1. Contextualización . . . . .	22
2.1.1. Definición del objeto de estudio . . . . .	22
2.1.2. Formulación del diseño de investigación . . . . .	22
2.1.3. Delimitación geográfica del mercado y descripción . . . . .	23
2.2. Análisis de Demanda . . . . .	26
2.2.1. Caracterización de los consumidores . . . . .	26
2.2.2. Identificación y evaluación de los segmentos de mercado . . . . .	27
2.2.3. Tamaño del mercado . . . . .	28
2.3. Análisis de la Oferta . . . . .	30
2.3.1. Comportamiento de la oferta . . . . .	30
2.3.2. Estructura del sector . . . . .	32
2.4. Análisis de la comercialización . . . . .	34

2.4.1.	Análisis del producto . . . . .	34
2.4.2.	Análisis de precios . . . . .	36
2.4.3.	Análisis de la distribución . . . . .	38
2.5.	Principales conclusiones . . . . .	39
2.5.1.	Resultado del estudio . . . . .	39
2.5.2.	Problema identificado . . . . .	41
2.5.3.	Soluciones existentes . . . . .	41
<b>3.</b>	<b>Desarrollo del Proyecto</b>	<b>43</b>
3.1.	Oportunidad de negocio y alternativas de Solución . . . . .	43
3.2.	Modelo de Negocios Preliminar . . . . .	47
<b>4.</b>	<b>Prototipado</b>	<b>49</b>
4.1.	Enfoque de la etapa de testeo . . . . .	49
4.2.	Perfil del grupo de estudio . . . . .	50
4.3.	Construcción de prototipos . . . . .	51
4.3.1.	Landing Page . . . . .	51
4.3.2.	Producto mínimo viable . . . . .	53
4.3.3.	Prueba en terreno . . . . .	54
4.3.4.	Iteración de los prototipos . . . . .	56
4.4.	Resultados . . . . .	58
4.5.	Consideraciones para el modelo de negocios . . . . .	60
<b>5.</b>	<b>Desenlace del proyecto</b>	<b>61</b>
5.1.	Modelo de Negocios final . . . . .	61
5.2.	Justificación del modelo . . . . .	64
5.3.	Manejo del negocio: . . . . .	65
5.4.	Análisis de riesgos . . . . .	67
5.4.1.	Identificación de riesgos . . . . .	67
5.4.2.	Probabilidad e impacto . . . . .	69
5.4.3.	Medidas de mitigación y plan de contingencias . . . . .	70
5.5.	Perspectiva del mercado . . . . .	72
<b>6.</b>	<b>Evaluación Económica</b>	<b>74</b>
6.1.	Pronóstico de demanda . . . . .	74
6.2.	Gastos Generales . . . . .	78
6.2.1.	Inversión Inicial . . . . .	78
6.2.2.	Amortizaciones . . . . .	80
6.2.3.	Costos Administrativos . . . . .	80
6.2.4.	Costos de Marketing y Publicidad . . . . .	82
6.2.5.	Costos Operativos . . . . .	83
6.2.6.	Previsión de gastos para los próximos cinco años . . . . .	84
6.3.	Ingresos . . . . .	85
6.3.1.	Previsión de ingresos . . . . .	85
6.3.2.	Financiación y otros ingresos . . . . .	85
6.4.	Viabilidad del proyecto . . . . .	86
6.5.	Análisis de sensibilidad . . . . .	88

6.5.1. Escenario optimista . . . . .	89
6.5.2. Escenario pesimista . . . . .	90
<b>7. Conclusiones</b>	<b>93</b>
7.1. Conclusiones del trabajo . . . . .	93
7.2. Limitantes . . . . .	95
7.3. Recomendaciones futuras . . . . .	96
<b>8. Bibliografía</b>	<b>98</b>
<b>9. Anexos</b>	<b>100</b>