

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	1
II. DESCRIPCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	2
1. Usuario	3
2. Cliente	3
III. DESCRIPCIÓN DEL MERCADO Y TENDENCIAS DE LA INDUSTRIA.	3
1. Mercado nacional	3
a. Fondo de Servicios de Atención de Vivienda al Adulto Mayor	3
i. Establecimientos de Larga Estadía para Adultos Mayores (ELEAM)	3
ii. Condominios de Viviendas Tuteladas	3
b. Senior Suites	4
c. <i>Cohousing</i>	4
2. Mercado Internacional	4
a. Housing	4
b. Holanda: Hogar de ancianos con residencia para universitarios	5
3. Conclusión de Mercado	5
IV. DESCRIPCIÓN DEL TEMA A ABORDAR Y PREGUNTAS CLAVE	5
1. Tema por Abordar	5
a. Árbol del problema	6
b. Árbol de la solución	6
2. Preguntas clave	6
V. ALCANCES DEL TEMA A ABORDAR	7
1. Arquitectura	7
2. Programa	7
3. Plan de negocios	7
4. Periodo que abarca	8
VI. OBJETIVOS	8

1. Objetivo General	8
2. Objetivos Específicos	8
VII. FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO	10
VIII. MARCO CONCEPTUAL	10
1. Enfoque Sociológico	10
2. Enfoque Técnico	11
3. Enfoque Económico	11
IX. PROYECTO	12
1. Motivación de Proyecto	12
a. Medio para abordar el Objetivo General	14
b. Medios para abordar los Objetivos Específicos	14
2. Stakeholders	21
a. Partes Interesadas Internas a la organización	23
i. Usuarios	23
ii. Inversionistas	23
iii. Trabajadores	23
b. Partes Interesadas Externas a la organización	24
i. Clientes	24
ii. Entorno	24
iii. Empresas	25
iv. Gobierno	25
v. Proveedores	26
X. PRODUCTO Y SERVICIO	27
1. Investigación de Mercado Específico	27
a. Mercado Nacional	28
b. Mercado Internacional	29
c. Sugerencias para el modelo chileno	31
2. Organización	31
a. Modelo de proyecto MAS	32
i. Emplazamiento	32
ii. Conexión con la Comunidad	33
iii. Edificio inmobiliario	34

iv.	Cowork	37
v.	Restaurante	38
vi.	Gimnasio/ Piscina/ Sauna	38
b.	Análisis de Entorno	38
i.	Análisis PESTEL	38
ii.	Análisis 5 fuerzas Porter	41
c.	Cadena de Valor	42
i.	Actividades Primarias	43
ii.	Actividades de Apoyo	43
iii.	Margen del Servicio	44
d.	FODA	44
i.	Análisis	44
ii.	Matriz	46
XI. MODELO DE NEGOCIO		47
1.	Descripción del Modelo	47
2.	Plan de ventas y cambio de nombre “MAS”	53
XII. ESTRATEGIAS DE PROYECTO		54
1.	Plan de Marketing	54
a.	Diagnóstico	54
i.	Análisis	54
ii.	Mercado	54
iii.	Dirección	55
iv.	Proyecto	55
b.	Estrategia	55
i.	STP	55
ii.	Marketing Mix: 4P	60
c.	Plan y Control	64
i.	Objetivos de Marketing	64
ii.	Plan: Acciones de Marketing	64
iii.	Presupuesto de Marketing	66
iv.	Control: Proyección de Captación Clientes	67
2.	Plan de Operación	68
a.	Organización operación	68
i.	Habitar el proyecto	68
ii.	Procesos y logística del servicio	70
b.	Personas	71
i.	Estrategia Organización	71

XIII. EVALUACIÓN DE PROYECTO	73
1. Factibilidad	73
a. Inversión	73
b. Estados Financieros	74
c. Análisis de Sensibilización	75
d. Discusión	76
e. Conclusión	77
BIBLIOGRAFÍA	79
ANEXOS	81
Anexo n°1: Índice de Adultos Mayores entre años 2010 y 2025.	81
Anexo n°2: Enfermedades más comunes en el adulto mayor (Chile H. C., 2018)	81
Anexo n°3: Ingresos promedio de Adulto Mayor en Chile.	82
Anexo n°4: Modelo Housing	83
Anexo n°5: Resultados Encuesta realizada para proyecto	83
Anexo n°6: Modelo hogar de ancianos en Holanda	91
Anexo n°7: Análisis sociológico de Familia	92
Anexo n°8: Océano Azul	93
Anexo n°9: Árbol de la decisión	95
Anexo n°10: Requerimientos del Reglamento de Establecimientos de Larga Estadía para Adultos Mayores	95
Anexo n°11: Principales resultados de la Encuesta de Calidad de Vida del Adulto Mayor, e Impacto del Pilar Solidario	98
Anexo n°12: Estudio de pre-inversión inmobiliaria. Emplazamiento de proyecto MAS 107	
Anexo n°13: Entrevistas a empresas	113
Anexo n°14: Canvas: cómo analizar tu modelo de negocio	116
Anexo n°15: Listado de ELEAM autorizados por SEREMI, Región Metropolitana	120
Anexo n°16: Perfil de los 7 Grupos Socio económicos de Chile	128
Anexo n°17: Gastos referenciales promedio mensuales	129
Anexo n°18: Ingresos promedio	130
Anexo n°19: Proyecto de Arquitectura	132
Anexo n°20: Tráfico Conversión Marketing	137
Anexo n°21: Detalle Estado de Resultado y Flujos de proyecto	138
INDICE DE TABLAS	
Tabla 1: Propuesta de Valor.....	18
Tabla 2: Wrap Up PESTEL- FODA	45

Tabla 3: Wrap Up 5F- FODA	45
Tabla 4: Wrap Up Cadena de Valor- FODA	45
Tabla 5: Segmentación con datos del Ministerio de Educación 2014	57
Tabla 6: Plan de Marketing.....	64
Tabla 7: Presupuesto Marketing Año 0	66
Tabla 8: Presupuesto de Marketing Año 1	67
Tabla 9: Resumen Presupuesto de Marketing	67
Tabla 10: Resumen Tráfico de Conversión Clientes	68
Tabla 11: Presupuesto Estimativo de Inversión	74
Tabla 12: Flujo Contable proyección 20 años	75
Tabla 13: Sensibilización.....	76

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Árbol del Problema	6
Ilustración 2: Árbol de la Solución	6
Ilustración 3: Factores Críticos de Éxito	10
Ilustración 4: Stakeholders MAS	22
Ilustración 5: Matriz Stakeholders	22
Ilustración 6: Ubicación Terreno	32
Ilustración 7: Superficie del Terreno	32
Ilustración 8: Entorno de Proyecto	33
Ilustración 9: La Gerencia Social como espacio de Intersección	39
Ilustración 10: Cadena de Valor	44
Ilustración 11: Matriz FODA	46
Ilustración 12: Modelo Canvas	47
Ilustración 13: Segmentación con datos ENCAVIDAM 2017	56
Ilustración 14: Segmentación con datos CENSO 2017	56
Ilustración 15: Posicionamiento	60
Ilustración 16: Zonificación de Proyecto. Ver detalles en Anexo n°19	69
Ilustración 17: Layout Primer piso Proyecto. Ver detalles en Anexo n°19	69
Ilustración 18: Contexto Inmediato de Proyecto	74