

Tabla de contenido

1.	Introducción	1
2.	Objetivos y alcances	2
3.	Antecedentes Generales Análisis Mercado/Industria	3
3.1.	Actores	3
3.2.	Plataformas digitales	7
3.3.	Leyes que regulan en mercado	10
3.4.	Análisis PESTEL	13
3.5.	Cinco Fuerzas de Porter	15
4.	Marco conceptual y Metodología	17
4.1.	Marco conceptual	17
4.1.1.	Modelo Lean Startup	17
4.1.1.1.	Desarrollo de mínimo producto viable (MVP por sus siglas en ingles)	17
4.1.1.2.	Lean Canvas	18
4.1.2.	Modelo de Investigación de mercado	19
4.1.2.1.	Entrevista en profundidad	19
4.1.2.2.	Encuestas	19
4.1.3.	Curva de adopción a la innovación	20
4.1.4.	Modelo de Análisis estratégico	21
4.1.4.1.	PESTEL	21
4.1.4.2.	Cinco fuerzas de Porter	21
4.1.5.	Modelo de Evaluación de proyectos	22
4.1.5.1.	Flujo de caja y evaluación financiera	22
4.1.5.2.	CAPM	23
4.1.5.3.	Análisis de sensibilidad	23
4.2.	Metodología	24
4.2.1.	Análisis de mercado y regulaciones	24
4.2.2.	Desarrollo modelo de negocio	24
4.2.3.	Evaluación factibilidad	25
4.2.4.	Conclusiones	26
5.	Justificación, Validación del problema y Alternativas de solución	27
5.1.	Primera hipótesis de solución	27
5.2.	Segunda hipótesis de solución	29

5.3.	Alternativas de solución	32
5.3.1.	Características, módulos y herramientas potenciales de la plataforma digital	32
5.3.2.	Primera propuesta de la Plataforma Digital	32
5.3.3.	Segunda propuesta de la Plataforma Digital	33
5.3.4.	Propuesta de la Plataforma Digital definitiva	34
5.3.5.	Tipo de plataforma digital	35
5.3.5.1.	Módulos y herramientas como un complemento adicional a las plataformas existentes	35
5.3.5.2.	Plataforma digital completa que competirá directamente en el mercado	36
6.	Modelo de negocio	37
6.1.	Desarrollo del producto mínimo viable (MVP por sus siglas en ingles)	37
6.1.1.	Construcción del prototipo	38
6.1.1.1.	Base de datos y convenio de pagos de deudores	38
6.1.1.2.	Presentación	39
6.1.1.3.	Encuesta	44
6.1.1.4.	Resultado encuesta	45
6.2.	Producto final	47
6.2.1.	Análisis de datos	47
6.2.2.	Nueva Ley de Copropiedad Inmobiliaria:	48
6.2.3.	Otros módulos y herramientas:	49
6.2.4.	Módulos básicos de la plataforma digital	50
6.2.5.	Estructura final de la Plataforma Digital	51
6.3.	Lean CANVAS y definición de cliente y usuario	58
6.4.	Análisis de Riesgos	59
7.	Evaluación Financiera	61
7.1.	Determinación de demanda	61
7.2.	Estructura de Ingresos	65
7.3.	Estructura de Costos	65
7.3.1.	Campañas de marketing y medios digitales	65
7.3.2.	Trabajadores	66
7.3.3.	Otros costos	67
7.4.	Inversiones	67
7.4.1.	Desarrollo de la Plataforma digital	67
7.4.2.	Capital de trabajo	67

7.4.3.	Activo fijo	68
7.5.	Tasa de Descuento	68
7.6.	Flujo de Caja	69
7.6.1.	Flujo de Caja esperado	69
7.6.2.	Flujo de Caja optimista	70
7.6.3.	Flujo de Caja pesimista	71
7.7.	Análisis de riesgos financieros	71
7.7.1.	Variación en el número de vendedores	71
7.7.2.	Incremento anual de demanda para nuevos clientes	72
7.7.3.	Costo de salida a los 6 meses	72
8.	Conclusiones	73
9.	Bibliografía	74
10.	Anexos	76
10.1.	Cotización de Edifito	76
10.2.	Cotización Kastor	77
10.3.	Nueva ley de copropiedad inmobiliaria	77
10.4.	Estadísticas mensuales de edificación aprobada	78
10.5.	Entrevistas primera ronda	78
10.6.	Entrevistas segunda ronda	78
10.7.	Desarrollo MVP	78
10.8.	Escenarios de cuota máxima de mercado	79
10.9.	Cotización plataforma digital	80
10.10.	Tabla IGPA	81
10.11.	Documento Excel Flujo de caja	82