

TABLA DE CONTENIDO

1	Introducción.....	1
2	Descripción del tema a abordar y las preguntas claves a responder.....	1
3	Alcance del tema a abordar	2
4	Objetivos y resultados esperados.....	3
4.1	Objetivo general	3
4.2	Objetivos específicos.....	3
5	Diagnóstico.....	3
5.1	Caracterización general del negocio.....	3
5.2	Marco conceptual	4
5.2.1	Corredores de propiedades	4
5.2.1.1	Comisiones.....	4
5.2.1.1.1	Comisión en la gestión de ventas de propiedades.....	4
5.2.1.1.2	Comisión en la gestión de arriendos de propiedades	5
5.2.2	Tecnologías.....	5
5.2.2.1	Big data	5
5.2.2.2	Realidad virtual y aumentada.....	5
5.2.2.3	Drones	6
5.3	Análisis del mercado potencial.....	6
5.3.1	Comunas zona nororiente	6
5.3.2	Tamaño potencial del mercado.....	7
5.3.3	Rentabilidad potencial del mercado	9
5.3.3.1	Ventas viviendas residenciales usadas	9
5.3.3.2	Arriendos de viviendas residenciales usadas	10
5.4	Segmentos.....	11
5.4.1	Vendedores zona nororiente y valorización de servicios	12
5.4.2	Compradores zona nororiente y valorización del servicio	12
5.4.3	Arrendadores zona nororiente y valorización del servicio.....	14
5.4.4	Arrendatarios zona nororiente y valorización del servicio.....	15
5.4.5	Análisis de corredores de propiedades	15
5.5	Análisis de la competencia	16
5.5.1	Principales competidores.....	16
5.5.2	Atributos de la competencia y oportunidades.....	16
5.5.2.1	Viviendas de estándar alto.....	16
5.5.2.2	Viviendas de estándar medio.....	18

5.5.2.3	Resultados análisis competencia	19
5.5.3	Resumen resultados segmentación	20
5.6	Benchmarking internacional	20
5.7	Análisis del entorno	21
5.7.1	Factor político	21
5.7.2	Factor económico	21
5.7.3	Factor socio-cultural	22
5.7.4	Factor tecnológico	24
5.7.5	Factor ecológico	25
5.7.6	Factor legal	26
6	Síntesis del diagnóstico	26
6.1	FODA general	26
6.2	FODA por segmento	27
6.3	Matriz de atractivo por segmentos	28
6.4	Factores críticos de éxito	29
7	Diseño de la estrategia	30
7.1	Selección del segmento objetivo	30
7.2	Estrategia de negocios	30
7.2.1	Objetivo estratégico	31
7.2.2	Estrategia de negocios	31
7.3	Descripción del modelo de negocio	31
7.4	Plan de marketing	33
7.4.1	Producto y propuesta de valor	33
7.4.1.1	Mercado de compra/venta de viviendas	33
7.4.1.2	Mercado de arriendos	35
7.4.2	Precio	37
7.4.3	Punto de venta	38
7.4.4	Promoción	39
7.5	Plan de operaciones	41
7.5.1	Diseño de procesos	41
7.5.2	Elementos tecnológicos	41
7.5.2.1	Tecnología en back office	41
7.5.2.2	Tecnología en front office	42
7.5.3	Promesa de rapidez	42
7.6	Plan de recursos humanos	42
7.6.1	Organigrama	43

7.6.2	Descripción de cargos.....	43
7.6.3	Contratación y formación.....	47
7.6.4	Sistema de comisiones e incentivos.....	47
7.6.5	Planilla de remuneraciones.....	48
7.7	Plan de financiamiento.....	48
7.8	Análisis de riesgos.....	49
8	Evaluación económica.....	49
8.1	Definición de supuestos.....	49
8.2	Flujo de caja.....	50
8.2.1	Ingresos.....	50
8.2.2	Costos variables.....	51
8.2.3	Gastos de administración y ventas.....	51
8.2.4	Otros flujos.....	53
8.2.5	Tasa de descuento.....	53
8.2.6	Flujo de caja y VAN.....	53
8.3	Análisis de sensibilidad.....	54
8.3.1	Análisis de plazo del proyecto.....	54
8.3.2	Análisis de variación de variables.....	55
9	Conclusiones y recomendaciones.....	58
10	Bibliografía.....	60
	Anexo A. Caracterización de la muestra, encuesta de mercado a propietarios de viviendas usadas de la zona nororiente de Santiago de Chile.....	63
	Anexo B. Encuesta de Mercado a Propietarios Zona Nororiente de Santiago de Chile.....	66
	Anexo C. Caracterización de la muestra, encuesta de mercado a potenciales compradores y potenciales arrendatarios de viviendas usadas de la zona nororiente de Santiago de Chile.....	76
	Anexo D. Encuesta de Mercado a Potenciales Compradores y Arrendatarios de la Zona Nororiente de Santiago de Chile.....	80
	Anexo E. Grupos socioeconómicos comunas zona nororiente.....	90
	Anexo F. Mercado de arriendos.....	92