

TABLA DE CONTENIDO

1.	INTRODUCCION	1
2.	OBJETIVOS	2
2.1.	Objetivo de la Tesis	2
2.2.	Objetivos Específicos.....	2
2.3.	Resultados Esperados	2
3.	DIAGNOSTICO	3
3.1.	Análisis de Mercado.....	3
3.1.1.	Volumen de venta inmobiliario	3
3.1.2.	Volumen de inmuebles en stock	5
3.1.3.	Meses para Agotar Stock Inmobiliarias.....	8
3.2.	Análisis de Competidores Relevantes	10
3.2.1.	Principales competidores	10
3.2.2.	Benchmark Internacional	11
3.3.	Análisis de demanda.....	15
3.3.1.	Perfil Compradores	15
3.3.2.	Encuesta Estructurada.....	16
3.4.	Análisis de Oferta.....	24
3.4.1.	Tipos y tamaños de Inmobiliarias.....	24
3.4.2.	Servicios que entregan	25
3.4.3.	Entrevista en Profundidad.....	27
3.5.	Análisis de Macroentorno.....	30
4.	FODA.....	32
4.1.	Comprador	32
4.2.	Inmobiliaria.....	33
5.	Estrategia	34
5.1.	Modelo CANVAS	34
5.2.	Diseño del modelo de plataforma de negocio	35
5.2.1.	Definición y Perfil de tipo de Cliente (Comprador / Inmobiliaria)	35
5.3.	Definición de Valor.....	37
5.3.1.	Proceso del negocio	37
5.3.2.	Procesos de pertenencia	41
5.3.3.	Mejora continua	43
5.4.	Definición de modelo deseado y MVP	45
5.5.	Información necesaria de parte de comprador y vendedor	48
5.5.1.	Información necesaria de parte de los compradores	48
5.5.2.	información necesaria de parte de las inmobiliarias	48
5.6.	Modelo de Monetización (comisiones).....	49
5.7.	Plan de Marketing	50
5.7.1.	Segmentación	50
5.7.2.	Targeting.....	51
5.7.3.	Posicionamiento.....	51
5.7.4.	Plan Comunicacional	52
5.8.	Estructura organizacional requerida	53
6.	Evaluación Financiera	55
6.1.	Evaluación Financiera.....	55
6.2.	Flujo de Caja.....	56
6.3.	Estado de Resultados.....	58

6.4. Indicadores	58
6.5. Sensibilidad.....	59
7. Conclusiones.....	60
8. Bibliografía	62