

## Tabla de contenido

I. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 Antecedentes.....	1
1.2 Estudiantes extranjeros en Chile .....	2
1.3 Estudiantes extranjeros de Intercambio en Chile .....	2
1.4 Justificación del problema.....	8
II. OBJETIVOS .....	9
2.1 Objetivo General .....	9
2.2 Objetivos Específicos .....	9
III. RESULTADOS ESPERADOS Y ALCANCES .....	10
IV. MARCO CONCEPTUAL .....	11
4.1 Filosofía Lean Startup .....	11
4.2 Análisis de las Fuerzas de Porter .....	13
4.3 Marketing de servicios .....	15
4.4 Marketing digital .....	16
4.5 Métodos de Investigación de Mercados.....	17
4.6 Adopción de Innovaciones .....	20
V. MARCO METODOLÓGICO.....	21
5.1 Running Lean.....	21
5.2 Lean Canvas.....	21
5.3 Investigación de mercado.....	22
5.4 Plan de Marketing.....	23
5.5 Evaluación Financiera .....	24
VI. ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA.....	25
6.1 Descripción del mercado inmobiliario chileno .....	25
6.2 Análisis de Fuerzas de Porter .....	30
VII LEAN CANVAS INICIAL .....	35
7.1 Levantamiento de hipótesis iniciales .....	35
7.2 Lean Canvas Inicial.....	37

VIII ENTENDIMIENTO DEL PROBLEMA.....	41
8.1 Validación y modificación de hipótesis lean canvas inicial.....	41
8.2 Otros resultados relevantes .....	44
IX DEFINICIÓN DE SOLUCIÓN .....	47
9.1 Primera iteración lean canvas .....	47
9.2 Validación y modificación de nuevas hipótesis.....	49
9.3 Segunda iteración lean canvas .....	50
X PLAN DE MARKETING.....	55
10.1.1 Producto (Servicio) .....	55
10.1.2 Precio.....	57
10.1.3 Plaza.....	58
10.1.4 Promoción.....	58
10.1.5 Personas.....	61
10.1.6 Procesos.....	61
10.1.7 Presentación (Evidencia Física) .....	64
XI VALIDACIÓN CUALITATIVA.....	65
11.1 Definición características Producto Mínimo Viable.....	65
11.2 Producto Mínimo Viable .....	65
11.3 Validación Producto Mínimo Viable .....	67
11.4 Modificaciones Producto Mínimo Viable .....	68
XII LEAN CANVAS FINAL .....	69
12.1 Lean Canvas Final.....	69
12.2 Diferenciación frente a la competencia .....	74
XIII ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD .....	76
13.1 Flujo de caja .....	76
13.2 Análisis de sensibilidad .....	83
XIV CONCLUSIONES.....	84
XV BIBLIOGRAFÍA .....	86
XVI ANEXOS.....	88

Anexo I: Distribución regional de alumnos de intercambio en Chile.....	88
Anexo II: Resultados encuesta .....	88
Anexo III: PVM: Detalle habitación.....	96