

ÍNDICE

| | |
|---|-----------|
| Introducción: Edificar sobre roca..... | 13 |
|---|-----------|

Capítulo 1:

| | |
|--|----|
| Definición y alcance. Proceso de desarrollo del estudio de mercado | 27 |
| 1.1. Definición y alcance del estudio | 29 |
| 1.2. Proceso de desarrollo del estudio de mercado | 32 |

Capítulo 2:

| | |
|--|----|
| Planificación y preparación del estudio de mercado | 41 |
| 2.1. Planificación | 43 |
| 2.2. Preparación | 49 |
| 2.3. Aspectos metodológicos: el muestreo | 51 |

Capítulo 3:

| | |
|--|----|
| Trabajo de campo, procesamiento y aplicación de la información | 57 |
| 3.1. Trabajo de campo | 59 |
| 3.2. Procesamiento de los resultados | 65 |
| 3.3. Aplicación de los resultados del estudio de mercado en la toma de decisiones | 69 |

Apéndice del capítulo 3:

| | |
|----------------------------|----|
| Análisis estadístico | 87 |
|----------------------------|----|

Capítulo 4:

| | |
|---|-----|
| Decisiones inmobiliarias basadas en el mercado | 123 |
| 4.1. Importancia del mercado..... | 125 |
| 4.2. Estrategia de productos y mercados..... | 130 |
| 4.3. Influencia del estudio de mercado en la toma de decisiones: compra de la tierra, localización | 133 |
| 4.4. El comercializador como socio estratégico del desarrollista..... | 157 |
| 4.5. <i>Drivers</i> para la decisión de hacer o no hacer | 171 |

| | |
|--|------------|
| Capítulo 5: | |
| Estudio de oferta | 181 |
| 5.1. Análisis del área de influencia | 183 |
| 5.2. Análisis de la competencia | 187 |
| 5.3. Relevamiento de datos del entorno, del emprendimiento y de la unidad funcional | 196 |
| 5.4. Conclusiones | 198 |
| <hr/> | |
| Capítulo 6: | |
| Estudio de la demanda | 203 |
| 6.1. Seis preguntas en busca de una respuesta..... | 208 |
| <hr/> | |
| Capítulo 7: | |
| Estudio de precios | 229 |
| 7.1. Política de precios | 233 |
| 7.2. Precios de lanzamiento y consolidación a lo largo del ciclo de vida del proyecto..... | 235 |
| 7.3. Armado de la lista de precios | 236 |
| 7.4. Formas de pago: moneda, política de integración de cuotas, plazos de pago, financiación..... | 238 |
| <hr/> | |
| Capítulo 8: | |
| Influencia del estudio de mercado en la estrategia de comercialización.... | 247 |
| 8.1. La estrategia de comercialización | 249 |
| 8.2. El plan de marketing..... | 256 |
| 8.3. Las respuestas que el estudio de mercado aporta al plan de marketing..... | 261 |
| <hr/> | |
| Conclusiones. Las reglas de oro del estudio de mercado..... | 265 |
| <hr/> | |
| Glosario | 279 |
| <hr/> | |
| Bibliografía..... | 287 |