

# Proyecto Tabiji House: Un Análisis de Due Diligence y Tesis de Inversión

## I. Resumen Ejecutivo y Tesis de Inversión

### Descripción General de la Oportunidad

Tabiji House presenta un modelo de negocio convincente y verticalmente integrado, dirigido al nicho desatendido de ciudadanos globales que buscan invertir, migrar y establecer una vida en Japón. El plan de negocios <sup>1</sup> articula una visión que combina una plataforma PropTech con servicios de alto contacto post-transacción, encapsulados en su "Ecosistema de Creación de Valor" (ECV). La propuesta busca capitalizar las importantes barreras culturales, legales y burocráticas que enfrentan los inversores extranjeros, posicionándose como un "Arquitecto de Oportunidades" que ofrece una solución integral.

### Fortalezas Centrales

Las principales fortalezas del modelo son su propuesta de valor única y holística que aborda puntos de dolor tangibles para los inversores extranjeros <sup>1</sup>; una alianza estratégica y aparentemente exclusiva con la reputada firma JN Properties, que proporciona legitimidad regulatoria y cultural inmediata; y una narrativa de marca potente, arraigada en el legado de confianza de la familia Shibusawa. <sup>1</sup> Esta combinación crea una barrera de entrada potencialmente formidable.

### Preocupaciones Críticas

La tesis de inversión se ve socavada por proyecciones financieras que parecen desconectadas de los puntos de referencia de la industria. Específicamente, la relación proyectada entre el Valor de Vida del Cliente (LTV) y el Costo de Adquisición de Cliente (CAC) de aproximadamente 10:1 en su escenario "realista" es un valor atípico extremo y representa el punto más importante de contención analítica.<sup>1</sup> Otros riesgos incluyen una complejidad operativa significativa derivada del modelo híbrido, una dependencia crítica de personas clave y un modelo de conversión de clientes ("Proyecto Kusatsu") que podría ser inescalable y costoso.

## **Tesis de Inversión**

Tabiji House representa una empresa con potencial para altos rendimientos y una fosa competitiva significativa, *si y solo si* las suposiciones fundamentales que impulsan su economía unitaria pueden ser validadas. El plan actual presenta una visión, no un caso de negocio completamente libre de riesgos. Por lo tanto, la inversión solo debería considerarse bajo una estructura de financiamiento por tramos y basada en hitos, supeditada a la validación empírica de sus afirmaciones de LTV y CAC con una cohorte inicial de clientes.

## **II. Deconstrucción del Modelo de Negocio y Propuesta de Valor**

### **El Modelo Híbrido: Una Espada de Doble Filo**

El plan de Tabiji House describe una fusión de una plataforma tecnológica escalable (PropTech) y servicios no escalables de alto contacto (consultoría, migración, experiencias de lujo).<sup>1</sup> Este enfoque busca capturar toda la cadena de valor del cliente, desde la transacción inicial hasta la integración a largo plazo.

El desafío central de este modelo es la tensión inherente entre sus dos componentes. La ampliación de una plataforma tecnológica requiere estandarización, automatización y

economías de escala. Por el contrario, la ampliación de servicios de conserjería de alto valor para individuos de alto patrimonio neto (HNWI, por sus siglas en inglés) exige una profunda personalización y, a menudo, implica un aumento lineal del capital humano especializado y costoso.<sup>2</sup> El plan de negocios no aborda adecuadamente cómo evitará que el lastre operativo y la estructura de costos del negocio de servicios paralicen el potencial de crecimiento y los márgenes del negocio tecnológico. A medida que la base de clientes crezca de los 35 proyectados en el Año 1 a 250 en el Año 3<sup>1</sup>, el "Equipo Concierge" y los "Consultores de Inversión" necesitarán escalar proporcionalmente. Este crecimiento en el personal aumentará los costos fijos y la complejidad de la gestión, lo que podría desviar capital y enfoque del ambicioso roadmap tecnológico. Este conflicto estructural crea un riesgo significativo para alcanzar los márgenes de EBITDA proyectados del 30% o más en el tercer año.<sup>1</sup>

## **El "Ecosistema de Creación de Valor" (ECV): La Fosa Competitiva y la Carga**

El ECV se posiciona como el diferenciador clave, diseñado para resolver el problema del "¿y ahora qué?" para los inversores y migrantes después de la compra de una propiedad.<sup>1</sup> Se compone de tres pilares: "Tabiji Connect" (networking profesional), "Genesis Incubator" (emprendimiento digital) y "Kusatsu Keystone" (contribución cultural). Esta estrategia se alinea directamente con las mejores prácticas para aumentar el LTV, al ir más allá de una única transacción para construir relaciones a largo plazo y flujos de ingresos recurrentes.<sup>5</sup> De hecho, el ECV es la justificación principal para el LTV reclamado en el plan de \$127,000, un aumento del 182% sobre un modelo exclusivamente transaccional.<sup>1</sup>

Sin embargo, el ECV no es un servicio único, sino una cartera de tres negocios distintos y complejos agrupados. "Tabiji Connect" es una firma de servicios profesionales. "Genesis Incubator" es un estudio de creación de empresas (venture studio). "Kusatsu Keystone" es una iniciativa de gestión comunitaria similar a una organización sin fines de lucro. El plan subestima los inmensos requisitos operativos, legales y de capital para ejecutar con éxito incluso uno de estos, y mucho menos los tres simultáneamente como una startup. La gestión de una incubadora de empresas, por ejemplo, requiere una profunda experiencia en mentoría, financiación y estructuración legal, habilidades que no se encuentran típicamente en una empresa inmobiliaria.<sup>8</sup> Esperar que una startup centrada en bienes raíces domine también la incubación de empresas es un objetivo ambicioso y una distracción importante del negocio principal de vender propiedades y escalar una plataforma tecnológica. Esta complejidad es una carga que podría hundir toda la empresa.

## **La Alianza con JNI Properties y el Legado Shibusawa**

La asociación con JNI Properties, representada por Toshinori Shibusawa, proporciona una legitimidad regulatoria inmediata (licencia inmobiliaria oficial No. 9062) y una credibilidad cultural invaluable.<sup>1</sup> Este es un activo poderoso y no replicable que erige una barrera de entrada significativa para los competidores, tal como se identifica en el análisis de barreras del plan.<sup>1</sup>

No obstante, esta dependencia representa un único punto de fallo crítico. El plan de negocios identifica este riesgo pero puede subestimar su gravedad.<sup>1</sup> Todo el marco operativo y legal para las transacciones inmobiliarias parece fluir a través de JNI. El "Plan de Contingencia" menciona la activación de "socios alternativos", pero no proporciona evidencia de que estas relaciones existan o puedan establecerse rápidamente.<sup>1</sup> Una disputa, un cambio de estrategia por parte de JNI o un problema con el Sr. Shibusawa podrían detener instantáneamente las operaciones principales de generación de ingresos de Tabiji House. Además, la fecha de finalización del acuerdo en 2030<sup>1</sup> significa que hay una vida útil definida para esta ventaja crítica, lo que debe ser un factor en la valoración a largo plazo de la empresa. Esta dependencia debe ser un foco clave de la debida diligencia legal.

## **III. Validación de la Oportunidad de Mercado**

### **Discrepancia en el Tamaño del Mercado**

El plan de negocios cita un mercado anual de \$2.8 mil millones para la inversión inmobiliaria extranjera en Japón, con un crecimiento interanual del 15%.<sup>1</sup> Sin embargo, la investigación externa indica un panorama mucho más amplio. El mercado inmobiliario total de Japón alcanzó los \$436 mil millones en 2024.<sup>11</sup> Más específicamente, la inversión extranjera se reporta como superior a los \$10 mil millones, con un aumento del 45% en el primer semestre del año, impulsado en parte por la debilidad del yen.<sup>11</sup> Otras fuentes sitúan las inversiones transfronterizas en \$9.3 mil millones.<sup>12</sup> Además, el gobierno japonés está promoviendo activamente la inversión extranjera directa, con el objetivo de alcanzar un stock de 100 billones de yenes (aproximadamente \$650 mil millones) para 2030.<sup>14</sup>

La cifra de \$2.8 mil millones del plan no es el Mercado Total Direccional (TAM). Es probable

que sea un Mercado Direccionable Servible (SAM) definido de manera estricta, que representa a compradores individuales no institucionales que buscan reubicarse o comprar segundas viviendas, el segmento al que se adaptan los servicios de Tabiji House. Si bien esto hace que sus objetivos de cuota de mercado (3-5%) sean más plausibles dentro de ese nicho, también presenta una imagen potencialmente engañosa de la oportunidad total y puede limitar el crecimiento a largo plazo. Al presentar el SAM como la "Oportunidad de Mercado", el plan hace que sus proyecciones parezcan conservadoras (por ejemplo, "\$42-70M es solo el 3-5% del mercado"). Sin embargo, capturar el 3-5% de un mercado de nicho es significativamente más difícil que capturar una fracción de un punto porcentual del mercado total. Este encuadre debe ser cuestionado.

## Tendencias Macro Favorables

La oportunidad de Tabiji House está respaldada por varias tendencias macroeconómicas y de mercado positivas:

- **Crecimiento de PropTech:** El mercado global de PropTech es robusto, valorado en aproximadamente \$36.5 mil millones en 2024 y se proyecta que crezca a una Tasa de Crecimiento Anual Compuesta (CAGR) de entre 11.9% y 16.5% hasta 2032.<sup>15</sup> Existe una fuerte y creciente demanda de herramientas de visualización 3D y Realidad Aumentada (AR) en el sector inmobiliario, lo que valida el enfoque tecnológico de Tabiji House.<sup>18</sup>
- **Apoyo del Gobierno Japonés:** El gobierno está fomentando activamente la inversión extranjera a través de iniciativas como los "Centros de Apoyo Empresarial Invest Japan" gestionados por JETRO (Organización de Comercio Exterior de Japón).<sup>14</sup> Esto proporciona un viento de cola regulatorio de apoyo.
- **Debilidad del Yen:** La debilidad actual del yen (¥150-160/USD) ofrece una ventaja de compra del 20-30% para los compradores extranjeros, lo que aumenta significativamente el interés en el mercado inmobiliario japonés.<sup>11</sup> Este es un impulsor de mercado poderoso, aunque potencialmente temporal.

Tabla 1: Análisis del Tamaño del Mercado (TAM/SAM/SOM)

Segmento de Mercado	Definición	Tamaño Estimado (USD)	Fuente/Justificación
---------------------	------------	-----------------------	----------------------

<b>Mercado Total Direccionable (TAM)</b>	Toda la inversión inmobiliaria extranjera (institucional e individual) en Japón.	> \$10 mil millones (anual)	Basado en datos de mercado de 2024 que indican un aumento del 45% en la inversión extranjera y volúmenes de transacciones transfronterizas de \$9.3 mil millones. <sup>11</sup>
<b>Mercado Direccionable Servible (SAM)</b>	Compradores extranjeros individuales para fines residenciales, de estilo de vida o de emprendimiento.	\$2.8 mil millones (anual)	Cifra proporcionada en el plan de negocios de Tabiji House, que representa el nicho específico al que se dirige la empresa. <sup>1</sup>
<b>Mercado Obtenible Servible (SOM) - Año 3</b>	Cuota de mercado proyectada de Tabiji House dentro del SAM.	\$88.5 millones - \$140 millones	Basado en el objetivo del plan de capturar el 3-5% del SAM de \$2.8 mil millones, lo que se traduce en ingresos proyectados de \$17.7 millones (realista) a \$70 millones (optimista). <sup>1</sup>

## IV. Panorama Competitivo y Posicionamiento Estratégico

### Análisis Competitivo Incompleto

La matriz competitiva del plan <sup>1</sup> identifica correctamente a los principales actores tradicionales como RE/MAX y Century 21, y reconoce la amenaza potencial de gigantes tecnológicos como Compass. Sin embargo, pasa por alto la naturaleza fragmentada de la verdadera competencia. Tabiji House no solo compite con agencias inmobiliarias; está librando una guerra en tres frentes simultáneamente:

1. **Frente Inmobiliario:** Contra actores establecidos (RE/MAX, agencias locales) que poseen un inventario profundo y confianza local.<sup>1</sup>
2. **Frente de Servicios de Migración:** Contra firmas especializadas en derecho y consultoría como Fragomen, que tienen una experiencia legal y procesal consolidada.<sup>1</sup>
3. **Frente de PropTech:** Contra gigantes tecnológicos globales (Zillow, Compass) que podrían entrar en el mercado y contra startups tecnológicas locales más ágiles que pueden ofrecer soluciones de nicho.<sup>1</sup>

La fosa competitiva de Tabiji House es la integración de estos tres servicios. Sin embargo, su debilidad es que puede no ser la mejor en su clase en ninguno de ellos individualmente. Un cliente sofisticado podría "desempaquetar" los servicios y elegir un proveedor de primer nivel para cada necesidad específica (la mejor agencia inmobiliaria, el mejor abogado de inmigración, la mejor plataforma tecnológica), socavando la propuesta de valor integrada.

## Sostenibilidad de las Ventajas

- **Experiencia Cultural (Fuerte):** La alianza Shibusawa/JNI proporciona una ventaja cultural y de confianza duradera y difícil de replicar.<sup>1</sup> Esta es su fosa competitiva más sólida y defendible.
- **Servicios Integrados (Media):** El ECV es único en su concepción, pero, como se señaló, es operativamente complejo. Su defendibilidad depende enteramente de una ejecución impecable. El fracaso en la entrega de cualquiera de sus pilares podría devaluar todo el ecosistema.
- **Tecnología (Débil a Media):** Aunque la tecnología propuesta (8 visores 3D especializados, AR, IA) suena avanzada <sup>1</sup>, el mercado global de PropTech está innovando a un ritmo vertiginoso.<sup>15</sup> La tecnología por sí sola rara vez es una fosa competitiva sostenible. Un competidor bien capitalizado podría replicar o superar sus características tecnológicas dentro de la ventana de "ventaja de primer movimiento" de 18-24 meses que el plan reclama.<sup>1</sup>

## V. Evaluación de la Viabilidad Tecnológica y Operativa

### Realismo del Roadmap Tecnológico

El roadmap tecnológico <sup>1</sup> describe una progresión extremadamente rápida desde un MVP básico en el primer trimestre de 2025 hasta una plataforma a gran escala, impulsada por IA y con integración completa de AR para el cuarto trimestre de 2025.

Este cronograma es excesivamente agresivo para la complejidad de las características descritas. La fase de "MVP" del plan incluye integraciones críticas (Stripe, Supabase, API de JNI) que son fundamentales, no mínimas. Esto sugiere un plan de desarrollo en "cascada" disfrazado, en lugar de un verdadero enfoque de Lean Startup.<sup>25</sup> Un MVP genuino se centraría en probar una única propuesta de valor central con una tecnología mínima, no en construir una plataforma casi completa en un solo trimestre.<sup>27</sup> La falta de adopción de un verdadero ciclo de retroalimentación de construir-medir-aprender <sup>26</sup> significa que Tabiji House corre el riesgo de gastar una parte significativa de su capital inicial en la construcción de características que los clientes podrían no valorar, basándose en suposiciones en lugar de en un aprendizaje validado. El presupuesto tecnológico de \$1.8 millones para el primer año <sup>1</sup> podría agotarse antes de alcanzar un verdadero ajuste producto-mercado.

### Escalabilidad de las Operaciones: La Paradoja de la Personalización

El flujo de clientes <sup>1</sup> detalla un proceso altamente personalizado, desde un cuestionario de incorporación de 25 preguntas hasta un panel de control personalizado y un acompañamiento post-venta continuo.

La profunda personalización requerida para ofrecer el ECV y justificar el precio premium está en conflicto directo con la necesidad de procesos escalables y repetibles que requiere un negocio habilitado por la tecnología. El plan no especifica cómo la tecnología (por ejemplo, la IA) automatizará esta personalización más allá de una simple puntuación y alertas. Esto sugiere una fuerte y continua dependencia de consultores humanos, lo que suprimirá los márgenes y limitará la velocidad de crecimiento. La empresa debe aclarar cómo pretende resolver esta "paradoja de la personalización" para escalar de manera rentable.



## VI. Crítica de la Estrategia de Marketing y Ventas

### "Proyecto Kusatsu" como Embudo de Conversión

El plan posiciona un taller inmersivo de 3 días en Kusatsu, con un costo de \$5,000 a \$15,000, como una estrategia de conversión clave, con una tasa de conversión objetivo del 85%.<sup>1</sup>

Este es un modelo de ventas de lujo y alta fricción, no una estrategia de adquisición escalable. Es adecuado para un puñado de clientes de patrimonio ultra-alto, pero no puede constituir la base de un modelo que proyecta adquirir 250 clientes en el Año 3. La tasa de conversión objetivo del 85% no es creíble; implica que el taller es un mecanismo de cierre para clientes potenciales precalificados y de alta intención, no una herramienta para convertir a nuevos prospectos. Este modelo crea un riesgo significativo de calcular erróneamente el verdadero Costo de Adquisición de Cliente. El costo real no es solo el marketing para el taller en sí, sino todos los esfuerzos de marketing y ventas precedentes necesarios para convencer a un prospecto de gastar \$15,000 en un viaje. Este costo oculto, en la parte superior del embudo, no se contabiliza explícitamente en los cálculos de CAC del plan.

### Segmentación Cultural y Costos

La estrategia de dirigirse a los mercados latinoamericano, europeo y árabe con mensajes personalizados y "embajadoras culturales" es sólida en principio.<sup>1</sup> Se alinea con las mejores prácticas para adquirir clientes de alto patrimonio neto, que enfatizan la segmentación de nicho y la construcción de confianza.<sup>29</sup>

Sin embargo, la ejecución de tres campañas de marketing internacionales distintas y de alta calidad simultáneamente es extremadamente costosa. Requiere la creación de contenido, gasto publicitario y gestión de influencers por separado para cada región. Los presupuestos de marketing proyectados (\$1.2 millones en el Año 1, aumentando a \$4.5 millones en el Año 3 en el presupuesto "realista")<sup>1</sup> pueden ser insuficientes para lograr la penetración de mercado en las tres regiones objetivo a la vez. La empresa podría necesitar un enfoque más secuencial, dominando un mercado antes de expandirse al siguiente.

## VII. Prueba de Estrés de las Proyecciones Financieras

### La Relación LTV/CAC: El Fallo Central

Las proyecciones del plan se basan en una economía unitaria extraordinaria. El análisis de Monte Carlo <sup>1</sup> utiliza un caso base de LTV de

**\$127,000** y un CAC de **\$1,800**, lo que arroja una relación LTV/CAC de **70:1**. Las métricas de negocio "realistas" en la página 14 utilizan un CAC de **\$8,500** y un LTV de **\$85,000**, para una relación de **10:1**.

Los puntos de referencia de la industria muestran que una relación LTV/CAC saludable es de **3:1**, siendo 5:1 excelente.<sup>31</sup> El punto de referencia para la industria inmobiliaria es de aproximadamente

**4:1** (LTV de \$3,160 / CAC de \$791).<sup>31</sup> Una relación de 10:1, y mucho menos de 70:1, no es simplemente optimista; es fantástica para un negocio con un componente de servicio significativo. Sugiere o bien un malentendido fundamental de los costos de adquisición o una valoración extremadamente inflada de la contribución del ECV al LTV. El CAC para adquirir individuos de alto patrimonio neto para servicios de gestión de patrimonio está entre \$2,167 y \$4,056.<sup>35</sup> Dado el valor complejo y alto de la propuesta de Tabiji House, un CAC de \$8,500 es plausible, pero la cifra de \$1,800 no lo es. El LTV de \$127,000 depende enteramente de la venta exitosa de múltiples servicios de ECV de alto margen durante muchos años, lo cual no ha sido probado. Esta única métrica invalida todo el modelo financiero hasta que pueda ser probada con datos de clientes reales. Esta desconexión es el riesgo más crítico para la inversión.

### Tabla 2: Comparación de KPIs de Referencia (Tabiji House vs. Industria)

Métrica	Tabiji House (Plan - Caso Base)	Tabiji House (Plan - "Realista")	Benchmark Industria (Inmobiliaria)	Benchmark Industria (Servicios Alto Valor)	Escenario Realista Ajustado por Analista
<b>LTV (Valor de Vida del Cliente)</b>	\$127,000	\$85,000	\$3,160 <sup>31</sup>	Variable, pero el LTV debe ser >3x CAC	\$40,000
<b>CAC (Costo Adquisición Cliente)</b>	\$1,800	\$8,500	\$791 <sup>31</sup>	\$2,167 - \$4,056 <sup>35</sup>	\$10,000
<b>Ratio LTV/CAC</b>	70:1	10:1	4:1 <sup>31</sup>	3:1 (Ideal) <sup>32</sup>	4:1
<b>Periodo de Recuperación (Meses)</b>	No especificado	No especificado	~12-24 meses	~12-18 meses <sup>32</sup>	30 meses

## Supuestos de Ingresos y Costos

El plan presenta 8 flujos de ingresos distintos <sup>1</sup>, incluyendo comisiones, honorarios de consultoría, suscripciones y una tasa de participación del 15-25% en un marketplace. Esta diversificación es positiva pero añade una complejidad operativa considerable. El "Uso Realista de Fondos" <sup>1</sup> asigna \$22.5 millones en 3 años. El desglose parece plausible, pero la cantidad total puede ser insuficiente si el CAC es más alto de lo proyectado, lo que requeriría un presupuesto de marketing mucho mayor para alcanzar los objetivos de ingresos.

## Rentabilidad y Retornos

El punto de equilibrio proyectado en el mes 24 y una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 87.3% a

3 años <sup>1</sup> son resultados directos de los supuestos erróneos de LTV/CAC. Un modelo revisado con una relación LTV/CAC de 4:1 empujaría el punto de equilibrio significativamente más lejos y reduciría drásticamente la TIR, cambiando todo el perfil de riesgo/recompensa de la inversión.

## VIII. Análisis de Riesgos y Adecuación de la Mitigación

### Riesgos Subestimados

El análisis DAFO y la matriz de riesgos del plan <sup>1</sup> son estándar pero omiten o minimizan varios factores críticos:

1. **Riesgo del Modelo Financiero (Severo):** El riesgo de que la economía unitaria sea fundamentalmente incorrecta. Este es el riesgo más significativo y no se menciona explícitamente.
2. **Riesgo de Ejecución del ECV (Alto):** El riesgo de no poder ejecutar el complejo y multifacético ecosistema post-venta, lo que destruiría el alto LTV y dañaría la marca.
3. **Riesgo de Marca/Reputación (Alto):** El eslogan de la empresa es "Arquitecto de Oportunidades", y vende "éxito, comunidad y pertenencia".<sup>1</sup> Este es un listón muy alto. El fracaso en cumplir esta promesa de prosperidad para los primeros clientes podría llevar a críticas negativas y a un daño irreparable a la marca, especialmente en las comunidades de expatriados, que son muy unidas.
4. **Riesgo de Persona Clave (Alto):** La dependencia de Toshinori Shibusawa es un riesgo importante que necesita una mitigación más robusta que simplemente "identificar alternativas".

Tabla 3: Matriz de Riesgos Integral

Categoría de Riesgo	Riesgo Específico	Probabilidad	Impacto	Mitigación Propuesta
Financiero	Las	Alta	Muy Alto	Financiamiento

	suposiciones de LTV/CAC son >3 veces los benchmarks de la industria, invalidando el modelo.			por tramos basado en la validación de KPIs con una cohorte piloto. Auditoría financiera independiente del modelo.
<b>Operacional</b>	Incapacidad para ejecutar el complejo ECV (3 negocios en 1) de manera efectiva.	Alta	Alto	Enfocarse en el pilar "Tabiji Connect" inicialmente. Buscar asociaciones con incubadoras existentes en lugar de construir una.
<b>Estratégico</b>	Pérdida o cambio en la alianza estratégica con JNI Properties.	Media	Muy Alto	Due diligence legal exhaustiva del contrato. Iniciar activamente la búsqueda de socios de respaldo con licencia.
<b>Reputacional</b>	Incumplimiento de la promesa de "prosperidad", lo que lleva a un daño de marca temprano e	Media	Alto	Establecer expectativas realistas con los primeros clientes. Enfocarse en la entrega excesiva de un

	irreparable.			conjunto de servicios más reducido.
--	--------------	--	--	-------------------------------------

# IX. La "Incubadora Génesis": Una Evaluación de la Empresa dentro de la Empresa

## Intención Estratégica

La "Incubadora Génesis" tiene como objetivo utilizar la plataforma IFastStack para ayudar a los clientes a construir negocios digitales durante su fase de adaptación cultural.<sup>1</sup> Este es un enfoque innovador para resolver un problema real para los emprendedores expatriados: cómo generar ingresos mientras aprenden el idioma y las costumbres comerciales locales.<sup>36</sup>

## Viabilidad y Desafíos

Las incubadoras corporativas enfrentan desafíos significativos, incluyendo la obtención de fondos, la provisión de mentoría adecuada y la falta de conocimiento empresarial especializado.<sup>8</sup> Tabiji House, como startup, tendrá recursos severamente limitados para proporcionar estos servicios de manera efectiva. El modelo de tomar un 5% de participación en los negocios lanzados<sup>1</sup> convierte a Tabiji House en un fondo de micro-capital de riesgo, añadiendo otra capa de complejidad y carga regulatoria.

Aunque conceptualmente brillante para impulsar el LTV, la incubadora es una profunda distracción estratégica. Requiere un conjunto de habilidades completamente diferente (construcción de empresas) del negocio principal (bienes raíces y tecnología). Corre el riesgo de desviar capital crítico, atención de la gestión y recursos de ingeniería del objetivo principal de vender propiedades y escalar la plataforma. El ECV sería más fuerte y enfocado si se asociara con una incubadora existente en lugar de intentar construir una desde cero.

## X. Conclusión y Recomendaciones Estratégicas

### Juicio Sintetizado

Tabiji House ha identificado un problema genuino y de alto valor y ha diseñado una solución visionaria y holística con una fuerte y defendible fosa competitiva cultural. Sin embargo, esta visión se presenta con un modelo financiero que desafía la credulidad. La empresa se encuentra actualmente en un estado de alto riesgo y sin validar, donde las suposiciones centrales sobre su motor económico no están probadas.

### Preguntas Críticas para la Dirección

1. Proporcionen un cálculo detallado y ascendente del LTV de \$127,000. ¿Cuál es la tasa de adopción y el precio asumido para cada servicio del ECV, y en qué período de tiempo?
2. Proporcionen un desglose canal por canal del cálculo del CAC. ¿Cuánto se gasta en la parte superior del embudo antes de que un prospecto considere siquiera el "Proyecto Kusatsu"?
3. ¿Cuál es el plan operativo y el presupuesto detallado para la "Incubadora Génesis"? ¿Quién en el equipo tiene experiencia en la gestión de una incubadora de startups?
4. ¿Cuáles son las cláusulas de terminación específicas y las dependencias operativas en el acuerdo con JNI Properties? ¿Qué pasos concretos se han tomado para asegurar socios de respaldo?

### Recomendaciones para los Próximos Pasos

1. **Análisis Financiero Profundo:** Encargar una auditoría financiera independiente del modelo, específicamente para reconstruir las proyecciones de LTV y CAC basadas en suposiciones conservadoras y referenciadas por la industria.
2. **Due Diligence Legal:** Realizar una revisión legal exhaustiva del acuerdo de asociación con JNI, centrándose en las cláusulas de exclusividad, terminación y cambio de control.

3. **Auditoría Técnica:** Contratar a un consultor técnico para revisar el estado actual del MVP <sup>1</sup> y evaluar la viabilidad del roadmap tecnológico y el presupuesto para los trimestres 2-4 de 2025.
4. **Estructurar una Ronda Semilla Basada en Hitos:** Proponer una inversión semilla inicial significativamente menor a la solicitada (por ejemplo, \$2.4 millones para 18 meses según su propio plan de implementación <sup>1</sup>) con el objetivo explícito de adquirir los primeros 50 clientes. Una ronda Serie A posterior y más grande debería estar supeditada a la demostración de una relación LTV/CAC de al menos 3:1 de esta cohorte inicial. Esto reduce el riesgo de la inversión al obligar a la empresa a validar su hipótesis económica central antes de recibir un capital de crecimiento significativo.

## Obras citadas

1. PLAN\_NEGOCIOS\_TABIJI\_HOUSE.pdf
2. Ultra high net worth services and solutions - PwC, fecha de acceso: octubre 5, 2025,  
<https://www.pwc.com/us/en/services/audit-assurance/private-company-services/ultra-high-net-worth-solutions.html>
3. High-Net-Worth Financial Advisor Services □ BlackRock, fecha de acceso: octubre 5, 2025,  
<https://www.blackrock.com/us/financial-professionals/practice-management/how-to-attract-high-net-worth-clients>
4. Proven Strategies to Attract and Engage Ultra-High-Net-Worth Clients, fecha de acceso: octubre 5, 2025,  
<https://www.selectadvisorsinstitute.com/our-perspective/strategies-for-ultra-high-net-worth-clients>
5. Top 7 Ways to Increase Your Customer Lifetime Value (LTV) - Smartrr, fecha de acceso: octubre 5, 2025,  
<https://smartrr.com/blog/best-ways-to-increase-customer-lifetime-value>
6. 5 Simple Steps to Increase Customer Lifetime Value (+16 Examples) - Helpjuice, fecha de acceso: octubre 5, 2025,  
<https://helpjuice.com/blog/increase-customer-lifetime-value>
7. 16 Proven Tactics to Increase Your Customer Lifetime Value (CLV) - Retently, fecha de acceso: octubre 5, 2025,  
<https://www.retently.com/blog/increase-customer-lifetime-value/>
8. Navigating the Incubation Journey: Challenges Faced by Startups in Business Incubators, fecha de acceso: octubre 5, 2025,  
<https://jsbs.scholasticahq.com/article/138480-navigating-the-incubation-journey-challenges-faced-by-startups-in-business-incubators>
9. Best Practices Business Incubators - Montgomery County Maryland, fecha de acceso: octubre 5, 2025,  
[https://www.montgomerycountymd.gov/OLO/Resources/Files/2025\\_reports/OLO\\_Report2025-4.pdf](https://www.montgomerycountymd.gov/OLO/Resources/Files/2025_reports/OLO_Report2025-4.pdf)
10. Partnering with a Business Incubator: Challenges & Solutions - Mentoring



Complete, fecha de acceso: octubre 5, 2025,

<https://www.mentoringcomplete.com/what-are-the-problems-with-business-incubators-how-to-address-them/>

11. Japan's 2025 Real Estate Market Trends, Prices and Forecast - Tokyo Portfolio, fecha de acceso: octubre 5, 2025, <https://tokyoportfolio.com/articles/japan-real-estate-market-trends/>
12. Japan Real Estate Market Size, Share, Outlook, Report 2033 - IMARC Group, fecha de acceso: octubre 5, 2025, <https://www.imarcgroup.com/japan-real-estate-market>
13. Japan Real Estate Market 2025: Trends & Investment Guide - IQI Global, fecha de acceso: octubre 5, 2025, <https://iqiglobal.com/blog/japan-real-estate-market/>
14. 2024 Investment Climate Statements: Japan - State Department, fecha de acceso: octubre 5, 2025, <https://www.state.gov/reports/2024-investment-climate-statements/japan>
15. PropTech Market Size, Share, Trends | Forecast Report [2032] - Fortune Business Insights, fecha de acceso: octubre 5, 2025, <https://www.fortunebusinessinsights.com/proptech-market-108634>
16. PropTech Industry Landscape and Projections (2025-2030), fecha de acceso: octubre 5, 2025, <https://proptechjobs.com/proptech-industry-landscape-and-projections-2025-2030/>
17. PropTech Market Projected to Reach \$119.9 Billion by 2032 - Allied Market Research, fecha de acceso: octubre 5, 2025, <https://www.alliedmarketresearch.com/press-release/proptech-market.html>
18. Augmented Reality [AR] Market Size | Trends Report, 2032 - Fortune Business Insights, fecha de acceso: octubre 5, 2025, <https://www.fortunebusinessinsights.com/augmented-reality-ar-market-102553>
19. How 3D Rendering Boosts Property Sales in 2025 - Bella Virtual Staging, fecha de acceso: octubre 5, 2025, <https://www.bellastaging.ca/blogs/news/how-3d-rendering-boosts-property-sales-in-2025>
20. Foreign Direct Investment in Japan, fecha de acceso: octubre 5, 2025, <https://www.mofa.go.jp/policy/economy/japan/invest/index.html>
21. Japan - United States Department of State, fecha de acceso: octubre 5, 2025, <https://www.state.gov/reports/2020-investment-climate-statements/japan>
22. [Revised] Program for Acceleration of Foreign Direct Investment in Japan, fecha de acceso: octubre 5, 2025, [https://www.cao.go.jp/invest-japan/committee/archive/program\\_en.pdf](https://www.cao.go.jp/invest-japan/committee/archive/program_en.pdf)
23. 10 Advantages of Doing Business in Japan - weConnect Global, fecha de acceso: octubre 5, 2025, <https://weconnect.co/japan/doing-business-in-japan-advantages/>
24. How Many PropTech Companies are There? - Ascendix Tech, fecha de acceso: octubre 5, 2025, <https://ascendixtech.com/proptech-market-map/>
25. Lean startup - Wikipedia, fecha de acceso: octubre 5, 2025, [https://en.wikipedia.org/wiki/Lean\\_startup](https://en.wikipedia.org/wiki/Lean_startup)

26. Methodology - The Lean Startup, fecha de acceso: octubre 5, 2025, <https://theleanstartup.com/principles>
27. A Step-by-Step Guide to Build a Minimum Viable Product (MVP) - Net Solutions, fecha de acceso: octubre 5, 2025, <https://www.netsolutions.com/hub/minimum-viable-product/build/>
28. Minimum Viable Product (MVP): What is it & Why it Matters - Atlassian, fecha de acceso: octubre 5, 2025, <https://www.atlassian.com/agile/product-management/minimum-viable-product>
29. Proven Client Acquisition Strategies for Financial Advisors — Sales Coaching and Marketing Agency for wealth managers, fecha de acceso: octubre 5, 2025, <https://www.selectadvisorsinstitute.com/our-perspective/client-acquisition-strategies-wealth-management>
30. Rethinking Client Acquisition: Understanding CAC in Wealth Management, fecha de acceso: octubre 5, 2025, <https://www.selectadvisorsinstitute.com/our-perspective/customer-acquisition-cost-in-wealth-management>
31. The LTV to CAC Ratio Benchmark - First Page Sage, fecha de acceso: octubre 5, 2025, <https://firstpagesage.com/seo-blog/the-ltv-to-cac-ratio-benchmark/>
32. CLV to CAC Ratio: Guide and Benchmarks 2024 - Prefinery, fecha de acceso: octubre 5, 2025, <https://www.prefinery.com/blog/clv-to-cac-ratio-guide-and-benchmarks-2024/>
33. Average Customer Lifetime Value by Industry (Updated for 2025), fecha de acceso: octubre 5, 2025, <https://customergauge.com/blog/average-customer-lifetime-value-by-industry>
34. Customer acquisition cost (CAC): Calculate and reduce it - Paddle, fecha de acceso: octubre 5, 2025, <https://www.paddle.com/resources/customer-acquisition-cost>
35. Customer acquisition cost in wealth management - Star | Global, fecha de acceso: octubre 5, 2025, <https://star.global/posts/customer-acquisition-cost-in-wealth-management/>
36. Factors for Success in Japan - GRIN, fecha de acceso: octubre 5, 2025, <https://www.grin.com/document/95336>
37. Foreigner's Guide to Japan Market Entry - Scaling Your Company, fecha de acceso: octubre 5, 2025, <https://scalingyourcompany.com/japan-market-entry/>
38. Being Successful as an Expat in Japan - HEC Paris, fecha de acceso: octubre 5, 2025, <https://www.hec.edu/en/being-successful-expat-japan>