



**CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADMINISTRACIÓN DE BIENES
INMUEBLES, EN CALDERÓN CON LA BASE DE ESTRUCTURA CANVAS.**

JOSE LUIS SISALEMA CHIRAN

Director
Ing. Juan Chiriboga

Trabajo de grado para optar por el título de Tecnología Superior en
Administración

Instituto Tecnológico Superior Universitario Internacional

Carrera Tecnología Superior en Administración

D.M. Quito, 03 de noviembre del 2024

DEDICATORIA

Este presente trabajo es gran resultado de esfuerzo y constancia que entrego con toda mi dedicación y empeño para poderme realizar como profesional.

Esto va dedicado a mis padres Jorge Sisalema, María Chiran a mis hermanos Rafael, Jennifer, Edison como también a mi esposa Kerlly por su apoyo y sacrificio en mi educación para logran todos los objetivos señalados en nuestras vidas.

AGRADECIMIENTO

A agradezco a todos los docentes en mi proceso académico, fortaleciendo y creyendo en mi total capacidad y bienestar de mi vida estudiantil. Al Ing., Juan Chiriboga que direcciono mis tesis con total apoyo y gestión académica como también paciencia.

A mi familia que siempre estuvo en el camino dando el apoyo para seguir adelanté un agradecimiento especial a mi esposa Kerlly Viviana Guachamin que estuvo desde el primer momento con la constancia del desarrollo de mi tesis y apoyo económico dando la gestión de poder estudiar y terminar con conocimiento del área de estudio. Finalmente, a todos quienes estuvieron el proceso dando aliento para seguir adelante con un propósito se seguir luchando por un sueño y es a ustedes a quien dedico y a agradezco su apoyo.

AUTORIA

Yo, Jose Luis Sisalema Chiran, autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, y propuesta contenidos en el mismo.

Atentamente

Jose Luis Sisalema Chiran

D.M. Quito 03 de noviembre de 2024

Ing. Juan Chiriboga
Tutor de Trabajo de Titulación

CERTIFICACIÓN

Haber revisado el presente informe de investigación, que se ajusta a las normas institucionales y académicas establecidas por el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, de Quito, por tanto, se autoriza su presentación final para los fines legales pertinentes.

Ing. Juan Chiriboga

D.M. Quito, 03 de noviembre de 2024

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA

Conste por el presente documento la cesión de los derechos en trabajo fin de carrera, de conformidad con las siguientes cláusulas:

PRIMERA: El **Ing. Juan Chiriboga** y por sus propios derechos en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera; y la Sr. Jose Luis Sisalema Chiran por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA: UNO. - La Sr. Jose Luis Sisalema Chiran realizó el trabajo fin de carrera titulado: **“Creación de una empresa de administración de bienes inmuebles, en Calderón con la base de estructura Canvas”**, para optar por el título de, Tecnólogo/a en Administración en el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, bajo la dirección del **Ing. Juan Chiriboga**

DOS. - Es política del Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, que los trabajos fin de carrera se aplique, se materialicen y difundan en beneficio de la comunidad.

TERCERA: Los comparecientes, **Ing. Juan Chiriboga** en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera y la Sr. Jose Luis Sisalema como autor del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en el trabajo fin de Carrera titulado: **“Creación de una empresa de administración de bienes inmuebles, en Calderón con la base de estructura Canvas”**, y conceden autorización para que el ITI pueda utilizar este trabajo en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

CUARTA: aceptación: las partes declaradas que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derecho.

Ing. Juan Chiriboga

Jose Luis Sisalema Chiran

D.M. Quito, 03 de noviembre de 2024

ÍNDICES

RESUMEN.....	16
CAPÍTULO I.....	18
Nombre del proyecto	18
Marco contextual – Antecedentes	18
Análisis de involucrados.....	21
Problema de investigación.....	22
Idea a defender	23
Objeto de estudio y campo de acción	23
Objeto de estudio	23
Campo de acción:.....	24
Justificación.....	24
Objetivos.....	26
Objetivo General.....	26
Objetivos Específicos	26
CAPÍTULO II	28
MARCO TEÓRICO	28
Mercado inmobiliario	28
Empresas inmobiliarias	29

Bienes raíces	30
Investigación de mercados	32
Aplicaciones de la investigación de mercados	33
Desarrollo de productos	33
Estrategias de entrada al mercado.....	34
Medición de satisfacción del cliente	36
Marketing mix	37
Producto.....	38
Precio	39
Plaza.....	41
Promoción.....	42
Mercado.....	43
Análisis del entorno de mercado.....	44
Segmentación de mercado	46
Modelo Canvas.....	47
Componentes del Modelo Canvas	48
Importancia del modelo Canvas en la planificación empresarial	51
Modelo Canvas en el mercado inmobiliario	52
CAPÍTULO III.....	54

INVESTIGACIÓN DIAGNÓSTICA	54
Antecedentes diagnósticos.....	54
Tipos de investigación.....	55
Explorativa.....	56
Metodología de investigación.....	57
Cuantitativo.....	57
Cualitativa.....	57
Encuesta.....	59
Plan de muestreo.....	59
Muestreo Probabilístico	59
Muestra	60
Indicadores	62
Información primaria.....	62
Presentación gráfica de resultados y Análisis de resultados.....	62
Síntesis del capítulo	71
CAPÍTULO IV	73
PROPUESTA.....	73
Tema.....	73
Datos informativos	73

Antecedentes de la Propuesta	74
Justificación.....	77
Objetivos.....	80
Objetivo General.....	80
Objetivos Específicos	80
Análisis de Factibilidad Modelo CANVAS	81
Inversión inicial.....	102
Activos fijos.....	102
Capital de trabajo.....	105
Inversión total.....	108
Sueldos	109
Beneficios legales.....	111
Depreciación de activos.....	112
Estructura de capital	113
TMAR (Tasa Mínima de Rendimiento)	118
Punto de equilibrio	127
CAPÍTULO V	130
CONCLUSIONES	130
RECOMENDACIONES	132

Referencias..... 134

Anexos..... 140

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Análisis de involucrados	21
Tabla 2 Problema de investigación	22
Tabla 3 ¿Cuál es su principal preocupación al contratar un servicio de administración de bienes inmuebles?	62
Tabla 4 ¿Qué tipo de propiedad posee en Calderón?	63
Tabla 5 ¿Con qué frecuencia utiliza servicios de administración de bienes inmuebles?	64
Tabla 6 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de administración de bienes inmuebles?	65
Tabla 7 ¿Qué factor considera más importante al elegir un servicio de administración de bienes inmuebles?	66
Tabla 8 ¿Cómo evaluaría la importancia de la transparencia en la gestión de su propiedad?	67
Tabla 9 ¿Cuál de las siguientes áreas geográficas considera más atractiva para la administración de bienes?	68
Tabla 10 Resumen de Ingresos Potenciales Mensuales	99
Tabla 11 Físicos	100
Tabla 12 Tecnológicos	101
Tabla 13 Activos fijos	103
Tabla 14 Permisos de funcionamiento	105
Tabla 15 Capital de trabajo	106
Tabla 16 Inversión total.....	109

Tabla 17 Sueldos y aportaciones IESS.....	110
Tabla 18 Decimos.....	112
Tabla 19 Depreciación de activos fijos	113
Tabla 20 Estructura del capital.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 21 TMAR	119

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. ¿Cuál es su principal preocupación al contratar un servicio de administración de bienes inmuebles?.....	63
Figura 2. ¿Qué tipo de propiedad posee en Calderón?	64
Figura 3. ¿Con qué frecuencia utiliza servicios de administración de bienes inmuebles?.....	64
Figura 4. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de administración de bienes inmuebles?	65
Figura 5. ¿Qué factor considera más importante al elegir un servicio de administración de bienes inmuebles?.....	66
Figura 6. ¿Cómo evaluaría la importancia de la transparencia en la gestión de su propiedad?	67
Figura 7. ¿Cuál de las siguientes áreas geográficas considera más atractiva para la administración de bienes?	68
Figura 8 Ubicación de Inmuebles Calderón en el sector Parque Centinela de Calderón.	73
Figura 9 Modelo Canvas	81

RESUMEN

El problema identificado es la falta de servicios especializados de administración de bienes inmuebles en Calderón, una zona que ha experimentado un rápido crecimiento urbano y que carece de empresas que ofrezcan soluciones personalizadas para propietarios e inquilinos, lo cual ha resultado en una gestión ineficaz de las propiedades, afectando la rentabilidad y satisfacción de los clientes. El objetivo general es desarrollar una empresa de administración de bienes inmuebles en Calderón utilizando la estructura Canvas como base, para ofrecer servicios de gestión inmobiliaria eficientes, innovadores y personalizados que satisfagan las necesidades del mercado en crecimiento. La metodología de la investigación fue de tipo cuantitativa y cualitativa, se realizaron encuestas a 383 personas de la población de Calderón, seleccionadas mediante un muestreo probabilístico, para identificar las necesidades y expectativas de los propietarios e inquilinos, se emplearon entrevistas en profundidad y grupos focales para entender las experiencias y percepciones de los clientes. Los resultados evidenciaron una clara inclinación hacia la seguridad, confiabilidad y transparencia en la administración de bienes inmuebles, los propietarios destacaron la importancia de un servicio que proteja sus activos y que responda eficazmente a sus necesidades. La mayoría manifestó interés en servicios personalizados y con tecnología avanzada que faciliten la gestión de sus propiedades. En conclusión, la creación de una empresa de administración de bienes inmuebles en Calderón es viable y responde a una necesidad real del mercado, la implementación de un modelo de negocio basado en la estructura Canvas permitirá ofrecer un servicio

integral, eficiente y adaptado a las particularidades del mercado inmobiliario local, lo cual garantizará la satisfacción de los propietarios e inquilinos y contribuirá al desarrollo sostenible del sector inmobiliario en Calderón, posicionando a la empresa como un referente en la administración de bienes inmuebles en la región.

CAPÍTULO I

Nombre del proyecto

Creación de una empresa de administración de bienes inmuebles, en Calderón con la base de estructura Canvas

Marco contextual – Antecedentes

En el contexto actual de la economía ecuatoriana, especialmente en el sector inmobiliario, la creación de una empresa de administración de bienes inmuebles en Calderón, una parroquia del norte de Quito representa una oportunidad prometedora para emprendedores e inversionistas. La región de Calderón ha experimentado un crecimiento demográfico y urbanístico significativo en los últimos años, impulsado por una migración considerable de familias y negocios desde el centro de la capital hacia las periferias.

La administración de bienes inmuebles abarca una amplia gama de actividades, desde la gestión de alquileres y mantenimiento de propiedades hasta la administración de relaciones con los inquilinos y la gestión financiera y legal de los activos. En Calderón, donde el mercado inmobiliario está en plena expansión pero aún carece de empresas especializadas en los servicios, existe una laguna significativa que una nueva empresa podría llenar, la estabilidad económica relativa del Ecuador y la inversión continua en infraestructura en la región proporcionan un entorno favorable para la iniciativa.

Para estructurar la nueva empresa de manera efectiva, se puede adoptar el modelo de negocio Canvas, que permite a los emprendedores visualizar de forma clara y estructurada todas las facetas importantes de la empresa, el modelo se centra en nueve componentes clave: segmentos de clientes, propuestas de valor, canales, relaciones con los clientes, flujos de ingresos, recursos clave, actividades clave, alianzas clave y estructura de costos. La implementación del modelo ayudará a identificar y organizar los recursos necesarios, definir el público objetivo, y establecer estrategias claras para la captación y fidelización de clientes.

Dado el dinamismo del sector inmobiliario en Calderón, la empresa podría diferenciarse ofreciendo servicios personalizados que atiendan las necesidades específicas de los propietarios e inquilinos, como gestión de mantenimiento proactivo y sistemas eficientes de comunicación y pago. La creciente tendencia hacia la digitalización de servicios también presenta una oportunidad para integrar tecnologías avanzadas en la administración de propiedades, mejorando la eficiencia y la satisfacción del cliente.

En el análisis macroeconómico para la creación de una empresa de administración de bienes inmuebles en Calderón, es crucial considerar tanto el entorno económico del Ecuador como las tendencias específicas del mercado inmobiliario en la región. A nivel nacional, Ecuador ha experimentado fluctuaciones económicas que influyen directamente en el poder adquisitivo de la población y, por ende, en el mercado inmobiliario (Guillén, 2023).

Sin embargo, la inversión en infraestructura y el desarrollo urbano en áreas periféricas como Calderón han mantenido un ritmo de crecimiento estable, atrayendo

a nuevos residentes y negocios, el contexto sugiere una demanda sostenida de servicios de administración de propiedades, especialmente en segmentos que buscan alquileres de mediana y larga duración que requieren una gestión continua.

En el análisis meso para la creación de una empresa de administración de bienes inmuebles en Calderón, es esencial evaluar la competencia local y el perfil de los clientes potenciales dentro de la parroquia. Calderón, al ser un área en crecimiento, ha visto una entrada gradual pero constante de competidores en el mercado inmobiliario. Sin embargo, muchos de los competidores se centran en la venta y compra de propiedades más que en la gestión y administración a largo plazo.

Lo cual presenta una oportunidad para una empresa que se especialice exclusivamente en la administración, ofreciendo un servicio más detallado y personalizado que podría atraer a propietarios que no desean gestionar sus propiedades directamente. La identificación del nicho de mercado y la comprensión de las necesidades específicas de los propietarios serán fundamentales para diseñar ofertas de servicios que se alineen precisamente con sus expectativas y requisitos.

Dentro del análisis micro para la empresa de administración de bienes inmuebles en Calderón, es fundamental profundizar en el análisis de las operaciones internas y los recursos disponibles. La eficiencia operativa de la empresa depende en gran medida de la calidad y la coordinación de su equipo humano, así como de la infraestructura tecnológica empleada.

Contexto bajo el cual capacitar al personal en el manejo de software de gestión inmobiliaria y en habilidades de atención al cliente puede significar la diferencia entre un servicio mediocre y uno excepcional, invertir en tecnologías que

permitan automatizar tareas como la recaudación de rentas, la gestión de mantenimiento y la comunicación con los clientes, no solo mejora la eficiencia sino que también aumenta la satisfacción del cliente, posicionando a la empresa como una líder en servicio al cliente en el mercado local.

Análisis de involucrados

Tabla 1

Análisis de involucrados

ANÁLISIS INVOLUCRADOS DEGRUPOS	INTERESES EN LA INVESTIGACIÓN	PROBLEMAS PERCIBIDOS	RECURSOS Y MANDATOS
Clientes	-Satisfacer las necesidades y cuál es el perfil del cliente.	- No existe un producto con tales características que satisfagan las necesidades Que el producto no sea adulterado	-Ley de defensa al consumidor - Fichas de quejas
Dueños	- Generar rentabilidad y dinero y estudiar el modelo de negocio adecuado -Manejo eficiente de los recursos que se tiene como empresa	- No saber manejar de manera eficiente el clima organizacional	- Código de Convivencia
Trabajadores	- Que se pague lo justo -Tener un clima organizacional	Que no se maneje de manera eficiente el ambiente laboral	- Ley del ministerio de trabajo/ IESS Código de trabajo Hojas de control

Nota: Análisis de involucrados

Problema de investigación

Tabla 2

Problema de investigación

CAUSAS	→	DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	←	CONSECUENCIAS
<p>Falta de servicios de administración eficiente y personalizada: En Calderón no existen empresas que brinden servicios integrales de administración de bienes inmuebles que satisfagan las necesidades específicas del mercado en crecimiento.</p> <p>Crecimiento urbano acelerado: El crecimiento urbano en Calderón ha incrementado la demanda de servicios de gestión inmobiliaria, sin embargo, las empresas actuales ofrecen servicios genéricos que no se adaptan a las necesidades particulares de los propietarios e inquilinos.</p> <p>Insatisfacción de los clientes: Los propietarios e inquilinos enfrentan problemas recurrentes con el mantenimiento y la prestación de servicios, lo que indica una gestión subóptima de las propiedades</p>		<p>No existe una empresa en Calderón que ofrezca servicios de administración de bienes inmuebles utilizando un enfoque basado en el modelo Canvas, que integre tecnología avanzada y servicios personalizados.</p>		<p>Oportunidad de mercado desaprovechada: La falta de una empresa que brinde servicios de gestión inmobiliaria eficientes y personalizados ha dejado un nicho de mercado sin explotar.</p> <p>Gestión de activos ineficiente: Los propietarios no optimizan la administración de sus bienes inmuebles, lo que resulta en pérdidas económicas y deterioro de las propiedades.</p> <p>Experiencia negativa para inquilinos: Los inquilinos experimentan problemas frecuentes relacionados con el mantenimiento y la calidad del servicio, lo que afecta la satisfacción y permanencia en las propiedades.</p>
		<p>INDICADORES</p> <p>Alta demanda de servicios de administración inmobiliaria personalizados</p> <p>Insatisfacción con los servicios actuales</p>	↑	

Nota: Problema de investigación

Definición del problema

¿Cómo puede una empresa emergente de administración de bienes inmuebles en Calderón diseñar una propuesta de valor competitiva y adaptada a las necesidades específicas del mercado local, garantizando la sostenibilidad y el crecimiento a largo plazo bajo el modelo Canvas?

Idea a defender

La implementación de un modelo de negocio basado en la estructura Canvas, enfocado en la personalización de servicios y la integración de tecnologías avanzadas, permitirá a la nueva empresa de administración de bienes inmuebles en Calderón satisfacer eficazmente las necesidades del mercado local, diferenciarse de la competencia y asegurar su sostenibilidad y crecimiento a largo plazo.

Objeto de estudio y campo de acción

Objeto de estudio

El objeto de estudio de la investigación es la creación de una empresa de administración de bienes inmuebles en Calderón, utilizando el modelo Canvas como estructura base para su desarrollo, el enfoque permite una visualización integral y sistemática de todos los aspectos críticos del negocio, desde la identificación de los segmentos de clientes hasta la estructura de costos y las fuentes de ingreso. Calderón, una parroquia en expansión al norte de Quito, presenta un escenario ideal para este tipo de empresa debido al aumento en la construcción y demanda de viviendas y locales comerciales.

Campo de acción:

El campo de acción de la investigación se centra en la administración de bienes inmuebles dentro de la parroquia de Calderón, un área en desarrollo urbano y económico situada al norte de Quito, el campo abarca una gama de servicios necesarios para la gestión eficaz de propiedades residenciales y comerciales, incluyendo el manejo de arrendamientos, mantenimiento de las instalaciones, gestión financiera y cumplimiento normativo.

Dentro del campo, la empresa que se propone se especializará en ofrecer soluciones adaptadas a las necesidades específicas de los propietarios e inquilinos, diferenciándose así de otras ofertas en el mercado. Al integrar tecnologías modernas, la empresa mejorará la comunicación y eficiencia en la administración de propiedades, buscando optimizar los costos y mejorar la satisfacción del cliente, el enfoque no solo atraerá a un segmento de mercado más amplio, sino que también establecerá nuevos estándares de servicio en la región, impulsando la innovación en el sector inmobiliario local.

Justificación

La creación de una empresa de administración de bienes inmuebles en Calderón se justifica ampliamente debido al creciente desarrollo inmobiliario de la zona. Calderón ha visto un incremento en la construcción de viviendas y establecimientos comerciales, lo que ha generado una demanda de servicios profesionales de gestión de propiedades. Una empresa especializada en este campo

podría llenar un vacío importante en el mercado, ofreciendo servicios que van desde la gestión de alquileres hasta el mantenimiento y administración de las propiedades.

Además, el modelo Canvas proporciona una estructura clara para el desarrollo empresarial, permitiendo un enfoque sistemático en áreas clave como segmentación de clientes, propuestas de valor y canales de comunicación. Utilizar el modelo en la creación de la empresa garantizará que cada aspecto del negocio sea cuidadosamente planificado y ejecutado, maximizando así las probabilidades de éxito en un mercado competitivo.

Otro punto importante es el impacto social y económico que la empresa podría tener en Calderón. Al mejorar la administración de bienes inmuebles, se contribuye a la valorización de las propiedades y a la atracción de nuevos negocios e inversiones a la zona, lo cual puede traducirse en un crecimiento económico sostenible que beneficie a toda la comunidad, fomentando un entorno más organizado y profesionalizado.

La adopción de tecnologías avanzadas en la gestión de propiedades representa una ventaja competitiva significativa. La digitalización de servicios permitirá a la empresa operar con mayor eficiencia, ofreciendo a los clientes una experiencia más satisfactoria y transparente, lo que no solo optimiza la gestión del tiempo y recursos, sino que también atrae a un segmento de mercado más joven y tecnológicamente hábil, crucial para el crecimiento a largo plazo de la empresa.

Objetivos

Objetivo General

Desarrollar una empresa de administración de bienes inmuebles en Calderón, utilizando la estructura Canvas como base para ofrecer servicios de gestión inmobiliaria eficientes, innovadores y personalizados, que satisfagan las necesidades del mercado en crecimiento y mejoren la experiencia tanto de propietarios como de inquilinos, en un plazo de 12 meses desde su implementación.

Objetivos Específicos

- Analizar el mercado inmobiliario de Calderón para identificar las necesidades y expectativas de propietarios e inquilinos en cuanto a servicios de administración de bienes inmuebles, mediante encuestas y entrevistas a 50 participantes clave, durante los primeros tres meses del proyecto, con el fin de desarrollar un modelo de negocio acorde a esas demandas.
- Diseñar un modelo de gestión basado en el Canvas que integre tecnología avanzada, estrategias de personalización y prácticas eficientes, en un plazo de cuatro meses, para ofrecer servicios competitivos y adaptados a las particularidades del mercado inmobiliario de Calderón.
- Implementar procesos de administración y mantenimiento que aseguren calidad, eficiencia y transparencia en la gestión de bienes inmuebles, logrando una reducción del 20 % en el tiempo de

resolución de problemas reportados por clientes en los primeros seis meses de operaciones.

- Establecer canales de comunicación y retroalimentación efectivos con los clientes, mediante la implementación de una plataforma digital y la realización de encuestas semestrales, en un plazo de cinco meses, para mejorar continuamente los servicios y adaptarse a las tendencias del mercado inmobiliario en Calderón..

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Mercado inmobiliario

El mercado inmobiliario es un mundo fascinante y en constante cambio, que influye de manera directa en la economía de cualquier país, hay muchos factores que afectan cómo se mueve este sector: desde la economía y la política hasta cómo vivimos y lo que buscamos en un hogar. Es común que la gente vea la inversión en bienes raíces como una forma segura y efectiva de hacer crecer su patrimonio, ya que las propiedades suelen ganar valor con el tiempo.

Cifuentes *et al.* (2020), consideran que, las tasas de interés juegan un papel clave, cuando los bancos ofrecen intereses bajos, es mucho más fácil acceder a un préstamo hipotecario, lo que hace que más personas se animen a comprar una vivienda, dinamizando así el mercado. Pero, si las tasas suben, los costos de financiamiento también lo hacen, lo que puede frenar el entusiasmo de los compradores y ralentizar la actividad inmobiliaria.

La ubicación es, sin duda, uno de los factores más importantes a la hora de valorar una propiedad. Las áreas que cuentan con buena infraestructura, servicios accesibles y atracciones cercanas tienden a ver un aumento más rápido en sus precios, lo cual crea oportunidades para aquellos que buscan invertir y sacar el máximo provecho al identificar zonas con potencial de crecimiento antes de que se vuelvan muy populares (Pleyán, 2020).

La tecnología y los cambios en la sociedad también están transformando el mercado inmobiliario, la llegada de plataformas en línea ha hecho que comprar y vender propiedades sea un proceso mucho más sencillo y transparente. Al mismo tiempo, cambios en la forma en que vivimos, como el envejecimiento de la población o el aumento de personas que viven solas, influyen en el tipo de viviendas que buscamos, cambiando el enfoque en el diseño y la ubicación de los nuevos proyectos inmobiliarios.

Empresas inmobiliarias

Las empresas inmobiliarias son como el puente que conecta a las personas con sus sueños de hogar o con la inversión perfecta, desde pequeñas agencias de barrio hasta gigantes internacionales, las empresas juegan un rol vital en nuestra economía al hacer posible la compra, venta y administración de todo tipo de propiedades (Cuevas *et al.*, 2021). Su éxito radica en su habilidad para adaptarse a los constantes cambios del mercado y, sobre todo, en entender las necesidades únicas de cada cliente.

Entre las tareas más importantes que tienen es actuar como mediadoras en las transacciones inmobiliarias, son esas expertas que nos guían cuando se proyecta comprar o vender, asegurándose de que el proceso sea sencillo y transparente posible, y cumpliendo siempre con la legalidad, ofrecen un valioso servicio de tasación para ayudar a determinar el valor real de una propiedad, lo cual es fundamental cuando llega el momento de negociar precios, tanto para quienes venden como para quienes buscan comprar (Silvera *et al.*, 2023).

Otro aspecto a tomar en cuenta es la gestión de propiedades, aquí es donde las empresas inmobiliarias se convierten en los "managers" que se encargan de todo: desde el mantenimiento del inmueble hasta la gestión de alquileres y la administración de instalaciones (Yanquen *et al.*, 2023). Para los inversionistas que prefieren no involucrarse directamente en la administración diaria de sus propiedades, estas empresas son un aliado invaluable que les permite obtener el máximo provecho de sus inversiones sin tener que lidiar con los detalles operativos.

Las empresas inmobiliarias son mucho más que simples intermediarias; son entidades que combinan el arte de las relaciones humanas con conocimientos legales, financieros y de marketing. Aquellas que saben mantenerse al día con las nuevas tecnologías y las tendencias que surgen en el sector son las que, al final del día, logran destacar y aprovechar al máximo las oportunidades que ofrece este apasionante mundo inmobiliario.

Bienes raíces

Los bienes raíces son, sin duda, uno de los pilares más sólidos y estratégicos cuando se habla de inversión en la economía mundial, desde las casas donde vivimos hasta los grandes centros comerciales e industriales, la industria abarca un amplio espectro de propiedades (Mogrovejo & Calle, 2024). La razón por la que tantas personas se sienten atraídas por invertir en bienes raíces es porque ofrecen la posibilidad de obtener buenos rendimientos y, al mismo tiempo, brindar una sensación de seguridad que muchas otras inversiones no pueden ofrecer.

Se puede dividir la inversión en bienes raíces en dos categorías principales: inversión directa e inversión indirecta, cuando se habla de inversión directa, nos referimos a la compra de propiedades físicas, como una casa o un edificio, que pueden generar ingresos a través del alquiler o aumentar de valor con el tiempo. En cambio, la inversión indirecta es cuando participamos en el mercado inmobiliario a través de fondos de inversión inmobiliaria (REITs), que permiten a las personas ser parte de un portafolio de propiedades sin tener que lidiar con la gestión diaria (Sánchez & Arroyo, 2022).

El mercado inmobiliario es muy sensible a lo que pasa en la economía, por ejemplo, cuando las tasas de interés bajan, los préstamos para comprar propiedades se vuelven más accesibles, lo que genera un aumento en la demanda de bienes raíces. Pero, si la economía enfrenta un momento difícil, como una recesión, la demanda de espacios comerciales y residenciales puede disminuir, impactando en los precios y la rentabilidad de las inversiones.

Los bienes raíces están influenciados por cambios en la sociedad y la tecnología, a medida que cambia la edad y las preferencias de las personas, o cuando hay movimientos migratorios, la demanda de ciertas propiedades puede variar, la tecnología ha revolucionado la forma en que compramos, vendemos y administramos propiedades, haciendo que este mercado sea más accesible y dinámico que nunca (Álvarez et al., 2020).

Investigación de mercados

La investigación de mercados es una herramienta esencial para las empresas que buscaban comprender el entorno en el que operaban y las necesidades de sus clientes, el proceso permitió a las organizaciones recolectar, analizar e interpretar datos sobre sus mercados objetivos, la competencia y el entorno en general. A través de métodos cualitativos y cuantitativos, lograron identificar tendencias de mercado, segmentos de clientes y posibles oportunidades de crecimiento.

Un paso crucial en la investigación de mercados fue la definición clara del problema o la oportunidad de negocio que se buscaba abordar, lo que implicó un entendimiento profundo de los temas que necesitaban resolución o de las hipótesis que se deseaban probar (Gutiérrez, 2023). Luego de la etapa, se seleccionaron las técnicas más adecuadas para recolectar los datos, como encuestas, entrevistas, grupos focales y observación directa.

Una vez que se recopilaron los datos, el siguiente paso fue el análisis y la interpretación, los investigadores emplearon diversas herramientas estadísticas y de análisis para descubrir los patrones y significados que los datos revelaban, el análisis permitió convertir los datos en bruto en información valiosa, la cual sirvió de base para la toma de decisiones estratégicas (Soares & Sobarzo, 2021). Los resultados del análisis se presentaron en informes detallados que incluían gráficos, tablas y modelos, facilitando la comprensión de la información.

La implementación de las conclusiones derivadas de la investigación de mercados resultó ser fundamental para el éxito de la empresa, las decisiones basadas

en los hallazgos condujeron a la introducción de nuevos productos, ajustes en las estrategias de marketing y la redefinición del público objetivo. A lo largo del tiempo, se monitoreó la efectividad de las decisiones, y las estrategias se ajustaron según fue necesario para garantizar que la empresa se mantuviera competitiva y relevante en su mercado.

Aplicaciones de la investigación de mercados

Desarrollo de productos

El desarrollo de productos fue una de las aplicaciones más importantes de la investigación de mercados, ya que permitió a las empresas crear soluciones que no solo respondían a las necesidades de los consumidores, sino que también lograban destacarse en un entorno altamente competitivo (Rubio, 2023). Todo comenzó con la identificación de una necesidad no satisfecha en el mercado o la posibilidad de mejorar un producto ya existente, gracias a la investigación de mercados, las empresas pudieron comprender a fondo las preferencias y expectativas de los consumidores, así como las tendencias actuales que influían en sus decisiones de compra.

En la fase inicial de generación de ideas, la investigación de mercados jugó un papel fundamental, a través de técnicas como grupos focales, entrevistas en profundidad y encuestas, las empresas pudieron recopilar ideas y opiniones directamente de los consumidores finales, la retroalimentación resultó ser esencial para moldear las características del producto y definir cómo se posicionaría en el mercado (Pérez *et al.*, 2023).

Una vez que las ideas se clarificaron y definieron, la investigación de mercados ayudó a validar estas ideas antes de invertir grandes recursos en su desarrollo. Las pruebas de concepto, por ejemplo, sirvieron para evaluar si el producto era viable y si tuviese aceptación en el mercado, las pruebas podían ir desde simples presentaciones visuales del producto hasta prototipos funcionales, que se utilizaban para obtener comentarios específicos y realizar ajustes necesarios en el diseño del producto.

Durante la etapa de desarrollo y justo antes del lanzamiento, la investigación de mercados siguió siendo un aliado clave, las pruebas de uso y la evaluación de la experiencia del usuario permitieron a las empresas perfeccionar el producto, asegurando que fuera fácil de usar y que cumpliera con las expectativas de los clientes, al realizar los ajustes, no solo mejoraron el producto, sino que también minimizaron el riesgo de que fracasara al momento de su lanzamiento al mercado (Cabrera, 2019).

Estrategias de entrada al mercado

Las estrategias de entrada al mercado resultaron ser un factor clave para el éxito de cualquier empresa que buscaba expandirse a nuevos territorios o lanzar productos novedosos, la investigación de mercados fue fundamental, ya que proporcionó datos esenciales que guiaron la toma de decisiones estratégicas y ayudaron a minimizar los riesgos asociados con la incursión en nuevos mercados (Fernández & Lamas, 2021). Al analizar detalladamente el entorno, las empresas

lograron identificar no solo quiénes eran sus posibles clientes, sino también cómo y cuándo debían abordarlos de la manera más efectiva.

La investigación de mercados permitió identificar las oportunidades más viables, evaluando el tamaño del mercado, su potencial de crecimiento, las barreras de entrada y el nivel de competencia. Tener claridad sobre los aspectos fue crucial para que las empresas eligieran el mercado al que deseaban dirigirse, realizar un análisis demográfico y psicográfico detallado de los posibles consumidores ayudó a comprender mejor las necesidades y expectativas de los futuros clientes, lo que permitió adaptar la oferta de productos o servicios a lo que buscaba el mercado local (Ríos, 2021).

Una vez que se identificó el mercado objetivo, el siguiente paso fue elegir la estrategia de entrada más adecuada, las opciones podían variar desde la exportación directa hasta la formación de alianzas estratégicas o inversiones directas en el extranjero. La investigación de mercados proporcionó la información necesaria para evaluar los pros y los contras de cada estrategia, teniendo en cuenta factores locales como las regulaciones comerciales, tarifas y la estabilidad política y económica del país.

La investigación de mercados también facilitó la adaptación y localización de estrategias de marketing, algo que fue especialmente importante en mercados con diferencias culturales significativas (Núñez & Moya, 2023). Al entender las sutilezas culturales, las empresas pudieron ajustar sus mensajes de marketing para que tuvieran un mayor impacto en el público local y evitar malentendidos que pudieran dañar la imagen de la marca, las pruebas de producto y estudios de mercado locales ayudaron

a identificar si era necesario hacer modificaciones para cumplir con las expectativas y normativas de cada región

Medición de satisfacción del cliente

La medición de la satisfacción del cliente es una herramienta esencial de la investigación de mercados que permitió a las empresas entender cómo se sentían sus consumidores respecto a los productos o servicios que ofrecían, el proceso no solo ayudó a identificar qué aspectos necesitaban ser mejorados, sino que también ofreció una visión clara de las prácticas que estaban funcionando correctamente (Gaggero *et al.*, 2022). A través de diferentes técnicas de recopilación de datos, las empresas pudieron obtener una idea más clara de las expectativas de sus clientes, cómo habían vivido la experiencia de uso del producto o servicio y su disposición a seguir comprando o trabajando con la empresa.

El primer paso para medir la satisfacción del cliente consistió en diseñar herramientas adecuadas que permitieran recopilar información relevante, las encuestas se destacaron como uno de los métodos más comunes y efectivos, las encuestas podían incluir preguntas sobre diversos aspectos, como la calidad del producto, la facilidad de uso, el precio, y la experiencia de compra o el servicio postventa. Se adaptaron a diferentes formatos: digitales, telefónicas o presenciales, dependiendo del tipo de cliente al que se quería llegar y de las capacidades de la empresa para implementarlas (Lerena, 2019).

Las entrevistas en profundidad y los grupos focales proporcionaron una comprensión más detallada de las experiencias y sentimientos de los clientes, los

métodos permitieron un diálogo directo y enriquecedor, revelando detalles que las encuestas por sí solas no podrían captar, ofreciendo así una visión más completa y matizada sobre la satisfacción del cliente. Asimismo, la tecnología abrió nuevas posibilidades para recopilar datos, como el análisis de sentimientos en redes sociales, donde las opiniones y comentarios de los usuarios se convirtieron en una valiosa fuente de información en tiempo real (Rongvaux & Gonzalez, 2021).

Una vez que se recopilaron los datos, el siguiente paso fue analizarlos para sacar conclusiones valiosas, el uso de software de análisis estadístico ayudó a las empresas a identificar patrones y tendencias en las respuestas de los clientes, lo que permitió detectar aquellos segmentos que estaban insatisfechos o las áreas del producto que requerían mejoras, al comparar los niveles de satisfacción a lo largo del tiempo, las empresas pudieron evaluar si las acciones implementadas para mejorar el producto o servicio estaban dando los resultados esperados.

Marketing mix

El marketing mix es un modelo muy popular y efectivo en el mundo del marketing que ayudó a las empresas a desarrollar estrategias de mercado que realmente funcionaban, el enfoque abarcó varios aspectos clave que las organizaciones necesitaban tener en cuenta al momento de diseñar sus ofertas y estrategias para llegar a su público objetivo (Carrillo & Carlos, 2019). El propósito principal del marketing mix era asegurarse de que todas las tácticas de marketing estuvieran bien equilibradas y que trabajaran juntas para maximizar el éxito en el lanzamiento y la promoción de productos o servicios.

Gracias al marketing mix, las empresas pudieron planificar de manera más organizada y estratégica, asegurando que cada parte de sus estrategias de marketing se complementara y contribuyera a los objetivos generales del negocio, el enfoque también les permitió adaptarse y responder a los cambios del mercado y a las preferencias de los consumidores, manteniendo la relevancia y la efectividad de sus esfuerzos de marketing a lo largo del tiempo.

Producto

Dentro del marketing mix, el producto es siempre uno de los componentes más esenciales, ya que representaba cualquier bien o servicio que una empresa ofrecía a sus clientes, es fundamental, ya que incluía todas las características y atributos que definían la oferta de la empresa y la diferenciaban de sus competidores (Pleyán, 2020). Lo que la empresa decidiera ofrecer influía directamente en los demás elementos del marketing mix, como el precio, las estrategias de promoción y los canales de distribución más adecuados para llegar al público objetivo.

El desarrollo de un producto implicaba un profundo entendimiento de lo que el mercado buscaba y necesitaba, para ello, las empresas llevaban a cabo investigaciones de mercado que les ayudaban a identificar estas necesidades y a diseñar productos que las satisficieran de manera efectiva, el proceso podía implicar tanto la modificación de productos ya existentes como la creación de nuevos desde cero. La innovación jugaba un papel vital aquí, permitiendo que las empresas se mantuvieran relevantes y competitivas en un mercado en constante cambio (Cuevas *et al.*, 2021).

Otra parte fundamental dentro del marketing mix fue la gestión del ciclo de vida del producto, las empresas tenían que estar atentas a las diferentes etapas que atravesaba su producto, desde su introducción en el mercado, su crecimiento, madurez y eventual declive. En cada una de las etapas, las estrategias de marketing relacionadas con el producto necesitaban ajustes para optimizar las ventas y la rentabilidad, por ejemplo, en la fase de introducción, era común invertir en campañas promocionales intensas para generar conciencia de marca. En cambio, durante la etapa de madurez, el enfoque solía desplazarse hacia la diferenciación y la fidelización de los clientes ya existentes.

La diferenciación del producto fue crucial en el marketing mix, en un mercado saturado, ofrecer características únicas, como una calidad superior, un diseño innovador o funcionalidades adicionales, ayudaba a la empresa a destacarse, la diferenciación no solo atraía a más clientes, sino que también permitía justificar precios más altos, influyendo directamente en otro componente importante del marketing mix: el precio (Mogrovejo & Calle, 2024).

Precio

En el marco del marketing mix, el componente de precio juega un papel crucial en la determinación del valor que los consumidores perciben en un producto o servicio, establecer el precio adecuado es esencial no solo para atraer clientes, sino también para asegurar la rentabilidad de la empresa (Sánchez & Arroyo, 2022). Las estrategias de precios deben considerar varios factores, incluidos los costos de

producción, la percepción del valor por parte del consumidor, la posición de mercado de la empresa y la competencia.

El proceso de fijación de precios comienza con la comprensión de los costos asociados con el desarrollo y la distribución del producto, lo cual incluye costos directos como materiales y mano de obra, así como costos indirectos como administración y marketing (Soares & Sobarzo, 2021). A partir de la base, las empresas agregan un margen que consideran adecuado para cubrir los costos y generar ganancia, sin embargo, el precio final también debe ser competitivo dentro del mercado, lo que requiere un análisis detallado de los precios de productos similares ofrecidos por competidores.

Además de los costos y la competencia, la estrategia de precios también debe alinearse con la percepción de valor del cliente. Los métodos de valoración basados en el valor buscan determinar cuánto están dispuestos a pagar los clientes por las características y beneficios adicionales que ofrece el producto, por ejemplo, un producto innovador o de alta tecnología puede justificar un precio premium si los clientes perciben que ofrece un valor significativamente mayor que las alternativas disponibles.

Las estrategias de precios pueden variar a lo largo del ciclo de vida del producto, por ejemplo, algunas empresas pueden optar por una estrategia de "descremado", estableciendo inicialmente precios altos para recuperar rápidamente los costos de investigación y desarrollo antes de que los competidores ingresen al mercado (Rubio, 2023). Alternativamente, una estrategia de "penetración" implica

establecer precios bajos desde el inicio para atraer rápidamente a una gran base de clientes y ganar una significativa cuota de mercado.

Plaza

En el contexto del marketing mix, la plaza o distribución se refiere a cómo y dónde se entregan los productos o servicios de una empresa a los consumidores, dicho componente es crucial porque conecta directamente el producto con los clientes (Fernández & Lamas, 2021). En donde determinar los canales de distribución adecuados es fundamental para asegurar que los productos están disponibles en los lugares correctos y en el momento adecuado para satisfacer la demanda del mercado, maximizando así la conveniencia para el cliente y aumentando las oportunidades de venta.

La selección de canales de distribución involucra varias consideraciones estratégicas, las empresas deben evaluar si es más eficiente vender directamente a los consumidores, a través de minoristas, o mediante distribuidores (Ríos, 2021). Cada opción tiene sus propias ventajas y desventajas y puede afectar significativamente la percepción del producto por parte del consumidor, por ejemplo, la venta directa permite un control total sobre la experiencia del cliente y puede construir una relación más directa y personalizada con el consumidor

Las empresas necesitan asegurarse de que sus operaciones logísticas sean eficientes para mantener bajos los costos y garantizar que los productos lleguen a los consumidores en el estado deseado y dentro de los plazos de entrega prometidos,

incluye la elección de ubicaciones estratégicas para almacenes, la selección de métodos de transporte óptimos.

La adaptabilidad es también crucial en la gestión de la distribución, ya que los mercados y las preferencias de los consumidores cambian constantemente, motivo por el cual las empresas deben estar preparadas para ajustar sus estrategias de distribución en respuesta a nuevas tendencias, tecnologías emergentes y cambios en el comportamiento del consumidor, lo cual puede incluir la exploración de nuevos canales de distribución, la adaptación de los métodos logísticos o incluso la reevaluación de la presencia en ciertos mercados geográficos.

Promoción

En el ámbito del marketing mix, la promoción se refiere a todas las actividades que una empresa lleva a cabo para comunicar las características y beneficios de sus productos o servicios a los consumidores y estimular la demanda, siendo esencial porque no solo ayuda a informar a los clientes potenciales sobre lo que ofrece la empresa, sino que también sirve para diferenciar el producto de sus competidores en un mercado saturado (Lerena, 2019).

La promoción abarca una variedad de herramientas o técnicas que incluyen la publicidad, las relaciones públicas, la promoción de ventas y el marketing directo, cada una de las herramientas tiene un papel específico y complementario dentro de la estrategia promocional general (Rongvaux & Gonzalez, 2021). La publicidad se emplea para crear conciencia de marca y comunicar información sobre el producto a

un amplio público a través de medios como la televisión, la radio, la prensa y plataformas digitales.

Cabe destacar que en la era digital actual, el marketing en redes sociales y las campañas de contenido se han convertido en componentes críticos de las estrategias de promoción, las plataformas permiten a las empresas interactuar de manera más directa y personal con sus clientes, responder a sus preguntas, resolver problemas y obtener valiosa retroalimentación.

La promoción en el marketing mix es un componente dinámico y multifacético que requiere una planificación cuidadosa y una ejecución creativa, siendo que al utilizar una combinación estratégica de diversas herramientas promocionales, las empresas pueden comunicarse eficazmente con su mercado objetivo, aumentar la demanda de sus productos y servicios y fortalecer su posición competitiva en el mercado (Cifuentes *et al.*, 2020).

Mercado

El término mercado se refiere a cualquier estructura que permite a compradores y vendedores interactuar y realizar transacciones de bienes, servicios e información, la interacción puede ser tangible, como en los mercados locales donde las personas compran y venden productos físicamente, o intangible, como en los mercados virtuales de internet (Silvera *et al.*, 2023). La dinámica de un mercado depende de varios factores, incluyendo la oferta y la demanda, la competencia entre los proveedores, y las preferencias y comportamientos de los consumidores.

Un mercado se caracteriza no solo por los productos que se ofrecen y quienes los compran, sino también por el entorno en el que operan estas transacciones. Factores como la regulación gubernamental, las condiciones económicas y los avances tecnológicos pueden influir significativamente en cómo funcionan los mercados, de esta forma, los cambios en la legislación pueden abrir nuevos mercados o cerrar otros, alterando así la competencia y la disponibilidad de productos o servicios.

En el mercado, la competencia es un aspecto crucial que impulsa la innovación y mantiene los precios al alcance de los consumidores, las empresas compiten no solo en precios, sino también en calidad, servicio al cliente, y tecnología, entre otros, la competencia puede ser directa, entre empresas que ofrecen productos similares, o indirecta, entre productos que satisfacen la misma necesidad de maneras diferentes (Yanquen *et al.*, 2023).

Los mercados también se definen por su alcance geográfico, algunos son locales, centrados en una comunidad o región específica, mientras que otros son globales, extendiéndose a través de fronteras internacionales y culturales. Los mercados globales, en particular, ofrecen oportunidades para alcanzar a un público más amplio, pero también presentan desafíos únicos como barreras culturales, logísticas y reglamentarias (L. Álvarez *et al.*, 2020).

Análisis del entorno de mercado

El análisis del entorno de mercado siempre fue un paso fundamental para cualquier empresa que buscara entender los factores externos que podían influir en su

desempeño y en la formulación de sus estrategias comerciales, el tipo de análisis ayudó a las empresas a identificar tanto las oportunidades como las amenazas que existían en el mercado, permitiéndoles ajustar sus estrategias para adaptarse al entorno competitivo y regulatorio en el que operaban.

Una de las áreas clave del análisis fue el aspecto económico, evaluar factores como el crecimiento económico, las tasas de inflación y desempleo, y el poder adquisitivo de los consumidores resultó ser fundamental. Comprender estas variables fue crucial porque tenían un impacto directo en la demanda de productos y servicios, por ejemplo, durante una recesión económica, los consumidores solían reducir su gasto en productos que no eran de primera necesidad, lo que podía afectar negativamente las ventas de una empresa.

Otro elemento vital fue el análisis demográfico, que examinaba características de la población como la edad, el género, los ingresos y el nivel educativo, el estudio permitió a las empresas segmentar el mercado y adaptar sus productos y mensajes publicitarios para satisfacer las necesidades de diferentes grupos de personas (Soares & Sobarzo, 2021). De esta forma, el aumento en la población de adultos mayores generó oportunidades para desarrollar productos y servicios adaptados a sus necesidades, como opciones de salud preventiva y soluciones de vivienda asistida.

Las regulaciones y políticas gubernamentales también jugaron un papel muy importante en el entorno de mercado, las empresas necesitaban estar al tanto de los cambios legislativos que podían influir en sus operaciones o abrir nuevas oportunidades de negocio, lo cual incluía estar al tanto de regulaciones relacionadas con la protección al consumidor, normas ambientales y leyes de comercio

internacional (Rubio, 2023). Conocer y entender estas regulaciones no solo ayudó a las empresas a evitar problemas legales, sino que también les permitió adaptarse y planificar de manera estratégica para el futuro.

Segmentación de mercado

La segmentación de mercado fue una técnica esencial que permitió a las empresas identificar y definir grupos específicos de consumidores dentro de un mercado más amplio, el proceso consistía en dividir el mercado en subgrupos que compartían características similares, como sus necesidades, comportamientos de compra o aspectos demográficos (Fernández & Lamas, 2021). Al hacerlo, las empresas pudieron diseñar estrategias de marketing más focalizadas y efectivas, logrando así que sus esfuerzos y recursos tuvieran un mayor impacto.

Para llevar a cabo esta segmentación, se utilizaron criterios comunes como las variables demográficas, psicográficas, geográficas y conductuales, las variables demográficas, como la edad, el género y el ingreso, resultaron fáciles de medir y proporcionaron una base sólida para la segmentación. Por otro lado, las variables psicográficas, que incluían aspectos como los estilos de vida, valores y personalidades, ofrecieron una comprensión más profunda de las motivaciones y preferencias de los consumidores.

Una estrategia de segmentación eficaz aseguraba que los segmentos fueran medibles, accesibles, sustanciales y diferenciables, los segmentos debían ser lo suficientemente grandes y rentables como para justificar campañas de marketing personalizadas, las diferencias entre los segmentos necesitaban ser claras y

significativas para permitir estrategias específicas (Ríos, 2021). Era fundamental que las empresas pudieran medir las características y el comportamiento de los segmentos, ya que esto les permitía evaluar el éxito de sus estrategias de marketing.

La segmentación de mercado no fue una solución estática ni única; requería de una revisión y adaptación constante, a medida que los mercados evolucionaban y las preferencias de los consumidores cambiaban, también lo hacían las técnicas de segmentación. Las empresas que tuvieron más éxito fueron aquellas que no solo implementaron estrategias de segmentación, sino que también monitorearon continuamente el desempeño de sus segmentos y ajustaron sus enfoques según las necesidades y tendencias del mercado.

Modelo Canvas

El Modelo Canvas es la herramienta estratégica para emprendedores y gerentes que buscaban visualizar y desarrollar modelos de negocio más efectivos, el enfoque estructurado desglosó el modelo de negocio en nueve componentes clave: segmentos de clientes, propuesta de valor, canales, relaciones con los clientes, fuentes de ingreso, recursos clave, actividades clave, alianzas clave y estructura de costos (Mantilla, 2020).

Los segmentos de clientes formaron la base del Modelo Canvas, ya que permitieron identificar a quiénes se dirigía el negocio, agrupándolos según sus necesidades y comportamientos. Por otro lado, la propuesta de valor era el corazón del modelo, definida como el conjunto de productos y servicios que ofrecían

soluciones a problemas reales o satisfacían necesidades importantes de un grupo específico de clientes.

En cuanto a los aspectos financieros, las fuentes de ingreso describían cómo la empresa generaba dinero, identificando las principales fuentes y cómo los clientes estaban dispuestos a pagar (Echeverría & Morocho, 2024). La estructura de costos, por su parte, analizaba los gastos más significativos del negocio, para que el modelo de negocio fuera sostenible a largo plazo, era fundamental que los ingresos superaran los costos.

Las alianzas clave también jugaron un papel importante en el Modelo Canvas, ya que ayudaron a optimizar las operaciones y reducir los riesgos, las alianzas podían incluir acuerdos con proveedores clave, socios estratégicos o incluso colaboraciones con otras empresas que complementaban los productos y servicios ofrecidos. Gracias a su enfoque integral y visual, el Modelo Canvas permitió a empresarios y gerentes identificar no solo las oportunidades de crecimiento sino también los posibles riesgos, facilitando la toma de decisiones estratégicas y la capacidad de adaptarse a los cambios del mercado.

Componentes del Modelo Canvas

Según Rosales (2022), los componentes del modelo Canvas son:

- **Segmentos de Clientes.** - Es esencial para definir a quién se dirige la empresa, implica un análisis detallado de los grupos de clientes, basado en sus necesidades, comportamientos y otras características demográficas y psicográficas.

- **Propuestas de Valor.** - Se refiere al conjunto de productos y servicios que destacan por su capacidad para resolver problemas o satisfacer necesidades específicas de los segmentos de clientes, el bloque es crucial, ya que define el núcleo de lo que la empresa ofrece y cómo se diferencia de la competencia en el mercado (Medinabeitia, 2022).
- **Canales.** - Analiza cómo la empresa se comunica y llega a sus clientes para entregar su propuesta de valor. Incluye canales de distribución, puntos de venta y plataformas de marketing digital. Una elección efectiva de canales aumenta significativamente la accesibilidad y disponibilidad de los productos o servicios para los clientes.
- **Relaciones con los Clientes.** - Desarrolla las estrategias para interactuar con los clientes en cada segmento, puede variar desde asistencia personalizada hasta servicios automatizados, y es fundamental para generar fidelidad y satisfacción del cliente, las relaciones pueden ser personales, automatizadas, comunitarias, entre otras (Beltran *et al.*, 2024).
- **Fuentes de Ingresos.** - Identifica cómo la empresa obtiene ingresos de sus clientes, lo que puede incluir ventas directas, suscripciones, licencias, publicidad, entre otros. Entender las principales fuentes de ingresos permite a la empresa enfocar sus esfuerzos en las áreas más rentables y sostenibles.
- **Recursos Clave.** - Son los activos vitales que la empresa necesita para hacer funcionar su modelo de negocio, pueden ser físicos, intelectuales, humanos o

financieros. La correcta gestión de los recursos es vital para la capacidad operativa y competitiva de la empresa (Mantilla, 2020).

- **Actividades Clave.** - Comprende las acciones esenciales que debe realizar la empresa para que su modelo de negocio funcione, incluye producción, resolución de problemas, gestión de la cadena de suministro, y más, las actividades son necesarias para crear y ofrecer la propuesta de valor, mantener relaciones con clientes y alcanzar otros aspectos del modelo de negocio.
- **Alianzas Clave.** - Son las colaboraciones y alianzas estratégicas con otras organizaciones que ayudan a la empresa a optimizar sus operaciones, acceder a recursos o mercados, y reducir riesgos. Las alianzas pueden ser con proveedores, distribuidores, competidores, entre otros.
- **Estructura de Costos.** - Detalla los costos implicados en operar el negocio. Incluye costos fijos y variables, y debe ser evaluada cuidadosamente para mantener la rentabilidad del negocio. Controlar y optimizar la estructura de costos es crucial para la sostenibilidad financiera (Echeverría & Morocho, 2024).

Tales componentes del Modelo Canvas son fundamentales para entender la estructura y dinámica interna de cualquier negocio, independientemente de su tamaño o sector, al abordar cada uno de los bloques de manera exhaustiva, las empresas pueden detectar oportunidades no solo para la innovación o diferenciación, sino también para mejorar la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente. La

integración y alineación entre los componentes aseguran que el modelo de negocio no solo sea viable, sino también sostenible y escalable en el tiempo.

Importancia del modelo Canvas en la planificación empresarial

El Modelo Canvas es esencial para la planificación estratégica, proporcionando una vista clara y estructurada del negocio, facilita la identificación y análisis de componentes clave como los segmentos de clientes y las propuestas de valor, lo cual permite a los líderes empresariales optimizar estrategias y alinear mejor los recursos con las necesidades del mercado (González, 2019). Al desglosar el modelo de negocio en nueve componentes interconectados, se simplifica la gestión y el análisis estratégico.

Gracias a su flexibilidad, el Modelo Canvas es particularmente valioso en entornos de mercado dinámicos, permite ajustes rápidos y eficaces ante cambios en el mercado, asegurando que la empresa permanezca relevante y competitiva, el enfoque adaptable ayuda a las empresas a responder proactivamente a las oportunidades emergentes o a los desafíos inesperados, manteniendo una ventaja estratégica (Medinabeitia, 2022).

El Modelo Canvas también mejora significativamente la comunicación dentro de la empresa y con partes externas, presenta de manera efectiva la estrategia empresarial a inversores o colaboradores potenciales, facilitando la comprensión rápida del modelo de negocio, es crucial para ganar apoyo y asegurar los recursos necesarios para la expansión y el crecimiento.

El Modelo Canvas es indispensable en la planificación empresarial moderna, su capacidad para estructurar, comunicar y adaptar el modelo de negocio con claridad y eficacia hace que sea una herramienta vital para cualquier líder empresarial. Asegura que la empresa no solo sobreviva, sino que prospere en un mercado competitivo y en constante cambio.

Modelo Canvas en el mercado inmobiliario

El Modelo Canvas, que inicialmente fue diseñado para el análisis y desarrollo de modelos de negocio, encontró una aplicación muy efectiva en el sector inmobiliario, el modelo ayudó a las empresas inmobiliarias a estructurar de manera clara y visual los elementos clave que definen su actividad, desde la propuesta de valor hasta las relaciones con los clientes y las fuentes de ingreso (Beltran *et al.*, 2024). Al utilizar el Modelo Canvas, las empresas del sector pudieron identificar nuevas oportunidades de mercado, mejorar sus estrategias operativas y optimizar el uso de sus recursos.

Uno de los aspectos más importantes del Modelo Canvas en el contexto inmobiliario fue la propuesta de valor, para las empresas del sector, esto implicaba ofrecer algo que las hiciera destacar, como viviendas de alta calidad, ubicaciones privilegiadas, servicios de gestión de propiedades innovadores o soluciones de financiación flexibles (Yescas, 2023). Definir una propuesta de valor clara ayudó a que estas empresas se diferenciaron en un mercado altamente competitivo y a atraer a segmentos específicos de clientes, como inversores o compradores que adquirirían su primera vivienda.

Las relaciones con los clientes también se convirtieron en un componente fundamental del Modelo Canvas para el mercado inmobiliario, las relaciones podían variar desde una consultoría personalizada hasta asistencia en línea las 24 horas, dependiendo de lo que buscaban los clientes, por ejemplo, algunas empresas se centraron en construir relaciones a largo plazo ofreciendo un excelente servicio postventa o facilitando la administración de propiedades para los inversores.

Otro pilar importante dentro del Canvas fue el uso de los canales de distribución, en el ámbito de los bienes raíces, esto incluía no solo métodos tradicionales como oficinas de ventas y agentes, sino también plataformas digitales que ofrecían recorridos virtuales de las propiedades y transacciones en línea (Flores, 2020). La incorporación de los canales permitió a las empresas inmobiliarias ampliar su alcance y brindar mayor comodidad y accesibilidad a los clientes.

El modelo destacó la relevancia de las fuentes de ingresos, en el mercado inmobiliario, estas fuentes podían incluir la venta de propiedades, alquileres, servicios de gestión de propiedades y comisiones por intermediación. Tener una estrategia de ingresos diversificada ayudó a las empresas a reducir los riesgos asociados con las fluctuaciones del mercado y asegurar la sostenibilidad financiera a largo plazo.

CAPÍTULO III

INVESTIGACIÓN DIAGNÓSTICA

Antecedentes diagnósticos

La idea de crear una empresa de administración de bienes inmuebles en Calderón surgió a raíz de observar el crecimiento acelerado de la zona y la falta de servicios especializados que respondieran a las necesidades de los propietarios y residentes. Calderón ha experimentado un desarrollo urbano significativo en los últimos años, y muchos propietarios y arrendatarios han enfrentado dificultades para gestionar sus propiedades de manera efectiva, lo cual ha generado una demanda creciente por servicios de administración que sean eficientes, transparentes y que puedan adaptarse a las particularidades de cada cliente.

Al reconocer esta necesidad, se identificó que los servicios de administración existentes en el área no estaban proporcionando la atención y personalización que los propietarios e inquilinos esperaban. Las empresas actuales ofrecen servicios genéricos que no se ajustan a las características y demandas específicas del mercado inmobiliario en Calderón, los propietarios, especialmente los que viven fuera de la zona, han enfrentado problemas con el mantenimiento y la gestión de sus propiedades, lo que resulta en ineficiencia y pérdida de valor de sus inversiones.

Frente a esta situación, surge la idea de implementar un modelo de negocio basado en la estructura Canvas para la administración de bienes inmuebles, el enfoque permitirá desarrollar una empresa que integre tecnología avanzada y ofrezca

servicios personalizados que aborden las necesidades reales de los propietarios e inquilinos. Leyva *et al.* (2020), señalan la relevancia de que, la propuesta de valor se enfoque en brindar soluciones integrales que incluyen el mantenimiento preventivo y correctivo, la gestión de contratos, la atención al cliente y la optimización de los recursos, garantizando así una administración eficiente y rentable.

El objetivo es que esta empresa no solo ofrezca servicios de calidad, sino que también contribuya al desarrollo sostenible y organizado de Calderón, creando un impacto positivo en la comunidad. Bardales (2021), considera que, la implementación de un modelo de negocio innovador permitirá establecer relaciones a largo plazo con los clientes, ofreciendo un servicio de administración inmobiliaria que genere confianza y que se convierta en un referente en la zona, el enfoque en la personalización y la adaptabilidad permitirá atender de manera efectiva las necesidades cambiantes del mercado, asegurando la sostenibilidad y el crecimiento de la empresa en el tiempo.

Tipos de investigación

En este estudio, la metodología utilizada fue la observación directa, enfocada en identificar las características y necesidades del mercado inmobiliario en Calderón. La observación se aplicó mediante visitas al área para analizar el entorno y las condiciones del mercado, evaluando la oferta existente de servicios de administración de bienes inmuebles y los problemas frecuentes enfrentados por propietarios e inquilinos.

Se documentaron aspectos como las condiciones de los inmuebles, los procesos de alquiler y arrendamiento, y las dinámicas entre las partes involucradas (propietarios, inquilinos y agentes). Esta observación permitió recopilar datos cualitativos esenciales para entender los vacíos en la prestación de servicios de administración inmobiliaria y ajustar la propuesta de valor en el modelo de negocio Canvas.

Explorativa

De acuerdo con Talavera (2020), la investigación exploratoria tiene como objetivo investigar y analizar información específica que no ha sido profundamente estudiada en el contexto de la administración de bienes inmuebles en Calderón. Es decir, se enfoca en obtener un primer acercamiento a este mercado para que posteriormente se pueda llevar a cabo un estudio más detallado y exhaustivo sobre las necesidades y oportunidades del sector.

La investigación Explorativa es ideal para la creación de la empresa de administración de bienes inmuebles, ya que al tratarse de un sector en crecimiento y poco explorado, es necesario recopilar información que permita comprender las características del mercado local (Atehortúa & Zwerg, 2019). Dado que no existe una empresa que haya abordado esta área de manera especializada, la investigación exploratoria permitirá identificar las necesidades de los propietarios, las expectativas de los inquilinos y las oportunidades de negocio, ayudará a reconocer las fortalezas y debilidades del entorno inmobiliario en Calderón, sentando las bases para desarrollar

estrategias que conviertan los factores en oportunidades de crecimiento para la nueva empresa.

Metodología de investigación

Cuantitativo

La investigación cuantitativa se enfocará en la recopilación de datos mediante encuestas y cuestionarios dirigidos a los propietarios e inquilinos de Calderón, los instrumentos permitirán recabar datos cuantificables sobre aspectos como las expectativas de los clientes, la frecuencia de problemas relacionados con la administración de inmuebles y las características que buscan en un servicio de gestión inmobiliaria (Córdoba *et al.*, 2023).

La información obtenida será sometida a un análisis estadístico que facilitará la formulación de conclusiones y generalizaciones sobre la población objetivo, la metodología es esencial para identificar tendencias y patrones que respalden la toma de decisiones estratégicas en el desarrollo del modelo de negocio Canvas. Los resultados cuantitativos nos ayudarán a entender mejor las necesidades específicas del público objetivo y a ajustar nuestras estrategias de acuerdo con la demanda del mercado.

Cualitativa

La metodología cualitativa se centra en comprender las experiencias, expectativas y percepciones de los clientes a través de entrevistas en profundidad y grupos focales, el enfoque permitirá explorar la complejidad de los fenómenos

sociales y culturales relacionados con la administración de bienes inmuebles (Zambrano *et al.*, 2020). La información recopilada a través del método será invaluable para identificar las fortalezas y debilidades del área de administración inmobiliaria y para ajustar nuestra propuesta de valor de acuerdo con el modelo Canvas.

Al analizar los testimonios y experiencias de los participantes, se podrá profundizar en los procesos y significados involucrados en la administración de propiedades, lo que ayudará a diseñar un servicio que se ajuste a las necesidades reales de la comunidad y que tenga un impacto positivo en el mercado local.

Técnicas e instrumentos de investigación

Observación:

La observación se define como una técnica de investigación que facilita la recopilación directa y organizada de información mediante la observación de eventos, comportamientos o situaciones en su contexto natural (Gómez, 2019). Al aplicar esta metodología, se logrará captar de manera detallada las dinámicas y patrones de conducta de los propietarios e inquilinos en Calderón, así como las interacciones que se presentan en la administración de inmuebles, la práctica resultará fundamental para reconocer las necesidades específicas y las posibles áreas de mejora en la gestión de propiedades dentro de la comunidad, permitiendo así una comprensión más profunda de la realidad del mercado inmobiliario en la zona.

Encuesta

La encuesta es un método de investigación que permite recopilar información y opiniones mediante un conjunto de preguntas diseñadas específicamente para los participantes, la técnica facilita la obtención de datos cuantitativos, lo que a su vez ayuda a formular conclusiones sobre la muestra representativa de la población que será objeto de estudio, en este caso, los propietarios e inquilinos interesados en los servicios de administración inmobiliaria (Guamán *et al.*, 2021). Para este proyecto, las encuestas se aplicarán de forma digital a través de la herramienta Google Forms, lo que garantizará un proceso de recolección de datos eficiente y organizado (Zúñiga *et al.*, 2023). Los resultados obtenidos serán fundamentales para comprender las expectativas y preferencias de los clientes, y dicha información se incorporará al modelo Canvas, asegurando que la empresa de administración de bienes inmuebles se adapte adecuadamente a las necesidades del mercado en Calderón.

Plan de muestreo

Muestreo Probabilístico

El muestreo probabilístico se caracteriza por utilizar técnicas de selección aleatoria, asegurando que cada individuo de la población tenga la misma posibilidad de ser escogido, el enfoque se apoya en principios estadísticos que permiten seleccionar una muestra representativa de una población más amplia, con el objetivo de que las respuestas y datos obtenidos reflejen de manera fiel las características y comportamientos del total de la población (Álvarez *et al.*, 2021).

Para la investigación enfocada en la creación de una empresa de administración de bienes inmuebles en Calderón basada en el modelo Canvas, resulta fundamental utilizar datos precisos de la población local. De acuerdo con el censo más reciente del Instituto Nacional de Estadística y Censos (2024), Calderón tiene una población estimada de 214,217 habitantes. La segmentación para esta investigación se centrará en individuos de entre 25 y 60 años, ya que en este grupo etario se encuentran la mayoría de los propietarios y arrendatarios potenciales que podrían estar interesados en los servicios de administración de bienes inmuebles.

Con esta segmentación, se estima que la población objetivo rondará las 107,108 personas, distribuidas de forma equilibrada en cuanto al género. A partir de **esta** la base, se aplicará el muestreo probabilístico para extraer una muestra que sea representativa, lo que garantizará la confiabilidad y validez de los resultados, el método permitirá obtener datos que reflejen de manera precisa las características de la población de Calderón, contribuyendo a fundamentar la implementación y el desarrollo del modelo de negocio basado en la estructura Canvas.

Muestra

La muestra representa una parte o fracción de la totalidad de la población que será objeto de estudio en la investigación sobre la creación de una empresa de administración de bienes inmuebles en Calderón basada en la estructura Canvas. Para determinar la cantidad de individuos que conformarán esta muestra, se aplicarán métodos y cálculos específicos que aseguren la representatividad y fiabilidad de los datos obtenidos. Es importante destacar que esta muestra debe reflejar de manera

precisa las características del total de habitantes de Calderón, que según el censo del 2022, es de aproximadamente 214,217 personas. Urréa *et al.* (2022), destacan la importancia de la selección de la muestra a ser realizada cuidadosamente para asegurar que los resultados sean representativos y puedan aplicarse al mercado objetivo de la empresa que se planea establecer en la zona.

$$n = \frac{N * (Z)^2 * P * Q}{(e)^2 * (N - 1) + (Z)^2 * P * Q}$$

Dónde:

N= Población segmentada 107.108

Z= Nivel de confianza 95% (1.96)

P= Proporción de defectos esperados 50% (0.5)

Q= Probabilidad negativa 50% (0.5)

e= Error de estimación 50% (0.05)

n= tamaño de la muestra

$$n = \frac{107.108 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (107.108 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{1028665232}{2687279}$$

$$n = 383$$

Indicadores

Para la validación del proyecto de creación de una empresa de administración de bienes inmuebles en Calderón, utilizando la base del modelo Canvas, se llevaron a cabo encuestas que proporcionaron resultados positivos y demostraron la viabilidad del proyecto.

En total, se encuestaron a 383 posibles clientes interesados en servicios de administración inmobiliaria, seleccionados mediante una segmentación demográfica que incluyó a personas de ambos géneros, en el rango de edades de 25 a 60 años, residentes en Calderón. Los datos obtenidos a través de la encuesta han permitido identificar las necesidades y expectativas del mercado, confirmando la oportunidad de implementar el modelo de negocio propuesto.

Información primaria

Presentación gráfica de resultados y Análisis de resultados

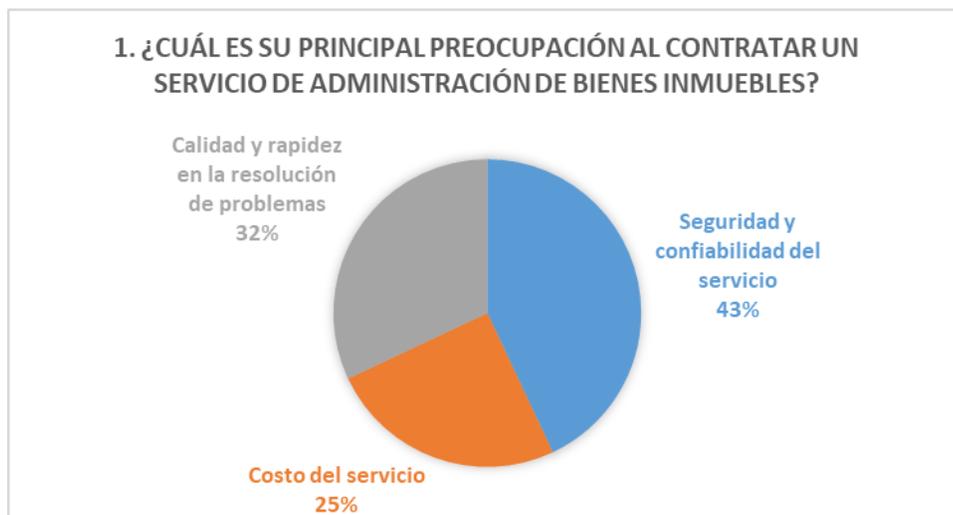
Tabla 3

¿Cuál es su principal preocupación al contratar un servicio de administración de bienes inmuebles?

Alternativa	Alternativa	Porcentaje
Seguridad y confiabilidad del servicio	165	43%
Costo del servicio	96	25%
Calidad y rapidez en la resolución de problemas	123	32%
Total	384	100%

Figura 1.

¿Cuál es su principal preocupación al contratar un servicio de administración de bienes inmuebles?



Nota: Elaboración propia.

Del 100% de los encuestados el 43%, afirman que su principal preocupación es la seguridad y confiabilidad del servicio. Por otro lado, el 25% de los encuestados, manifiestan que su principal preocupación es el costo del servicio. Y finalmente, el 32%, declaran que su principal preocupación es la calidad y rapidez en la resolución de problemas.

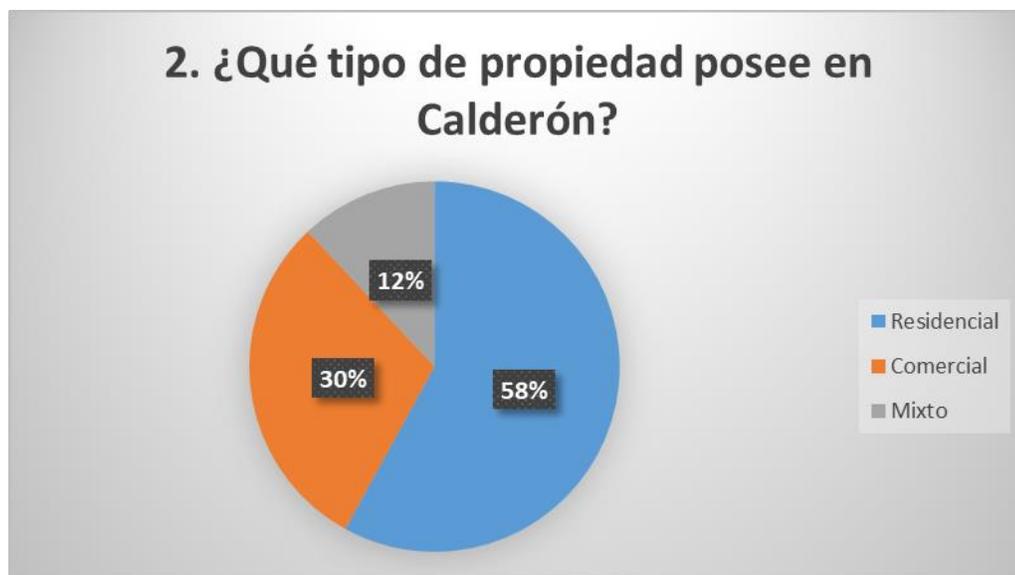
Tabla 4

¿Qué tipo de propiedad posee en Calderón?

Alternativa	Alternativa	Porcentaje
Residencial	222	58%
Comercial	115	30%
Mixto	46	12%
Total	383	100%

Figura 2.

¿Qué tipo de propiedad posee en Calderón?



Nota: Elaboración propia.

Del 100% de los encuestados el 58% de los, manifiestan poseer una propiedad residencial en Calderón. Por otro lado, el 30% de los encuestados, declaran poseer una propiedad comercial en Calderón. Y finalmente, el 12% de los encuestados, afirman poseer una propiedad mixta en Calderón.

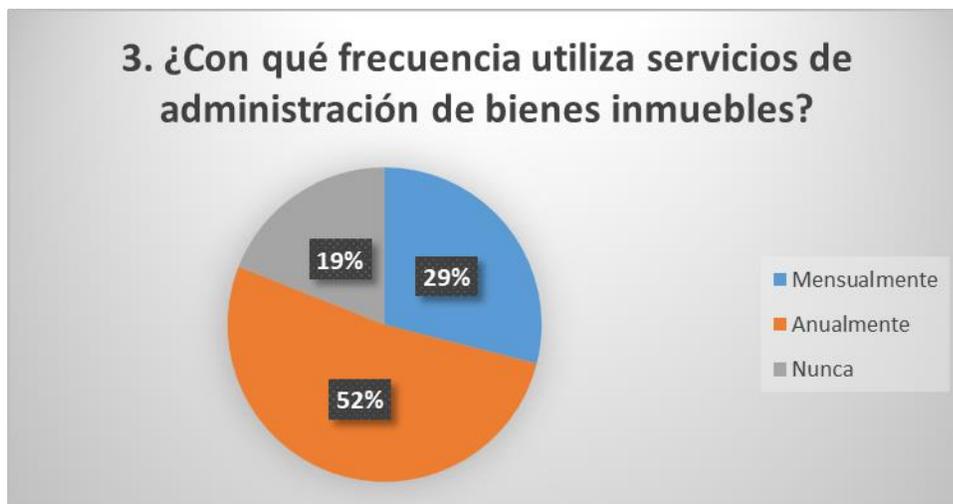
Tabla 5

¿Con qué frecuencia utiliza servicios de administración de bienes inmuebles?

Alternativa	Alternativa	Porcentaje
Mensualmente	111	29%
Anualmente	199	52%
Nunca	73	19%
Total	383	100%

Figura 3.

¿Con qué frecuencia utiliza servicios de administración de bienes inmuebles?



Nota: Elaboración propia.

El 29% de los encuestados, afirman utilizar mensualmente servicios de administración de bienes inmuebles. Por otro lado, el 52% de los encuestados, manifiestan utilizar anualmente servicios de administración de bienes inmuebles. Y finalmente, el 19% restante de los encuestados, declaran nunca utilizar servicios de administración de bienes inmuebles, resultando en 100% de encuestados.

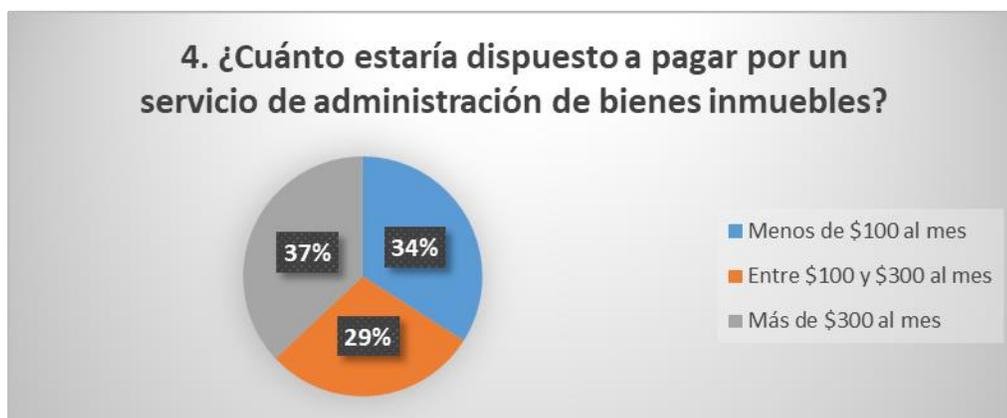
Tabla 6

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de administración de bienes inmuebles?

Alternativa	Alternativa	Porcentaje
Menos de \$100 al mes	130	34%
Entre \$100 y \$300 al mes	111	29%
Más de \$300 al mes	142	37%
Total	383	100%

Figura 4.

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de administración de bienes inmuebles?



Nota: Elaboración propia.

El 34% de los encuestados, afirman estar dispuestos a pagar menos de \$100 al mes por un servicio de administración de bienes inmuebles. El 29% de los encuestados, manifiestan estar dispuestos a pagar entre \$100 y \$300 al mes por un servicio de administración de bienes inmuebles. Y el 37% de los encuestados, declaran estar dispuestos a más de \$300 al mes.

Tabla 7

¿Qué factor considera más importante al elegir un servicio de administración de bienes inmuebles?

Alternativa	Alternativa	Porcentaje
Experiencia y reputación de la empresa	180	47%
Oferta de servicios adicionales	149	39%
Ubicación y accesibilidad de la empresa	54	14%
Total	383	100%

Figura 5.

¿Qué factor considera más importante al elegir un servicio de administración de bienes inmuebles?



Nota: Elaboración propia.

El 47% del 100% de los encuestados, afirman que el factor que consideran más importante al elegir un servicio de administración de bienes inmuebles es la experiencia y reputación de la empresa. Por otro lado, el 39% de los encuestados, manifiestan que el factor que consideran más importante al elegir un servicio de administración de bienes inmuebles es la oferta de servicios adicionales. Y finalmente, el 14% restante de los encuestados, declaran que el factor que consideran más importante al elegir un servicio de administración de bienes inmuebles es la ubicación y accesibilidad de la empresa.

Tabla 8

¿Cómo evaluaría la importancia de la transparencia en la gestión de su propiedad?

Alternativa	Alternativa	Porcentaje
Extremadamente importante	226	59%
Moderadamente importante	123	32%
Poco importante	34	9%
Total	383	100%

Figura 6.

¿Cómo evaluaría la importancia de la transparencia en la gestión de su propiedad?



Nota: Elaboración propia.

Del 100% de los encuestados se evidencia que el 59% de los encuestados, evaluarían como extremadamente importante la transparencia en la gestión de su propiedad. Por otro lado, el 32% de los encuestados, evaluarían como moderadamente importante la transparencia en la gestión de su propiedad. Y finalmente, el 9% de los encuestados, evaluarían como poco importante la transparencia en la gestión de su propiedad.

Tabla 9

¿Cuál de las siguientes áreas geográficas considera más atractiva para la administración de bienes?

Alternativa	Alternativa	Porcentaje
Centro de Calderón	146	38%
Periferia de Calderón	161	42%
Áreas comerciales específicas de Calderón	77	20%
Total	384	100%

Figura 7.

¿Cuál de las siguientes áreas geográficas considera más atractiva para la administración de bienes?



Nota: Elaboración propia.

El 38% de los encuestados, consideran que el área geográfica más atractiva para la administración de bienes es el centro de Calderón. Por otro lado, el 42% de los encuestados, consideran que el área geográfica más atractiva para la administración de bienes es la periferia de Calderón. El 20% restante de los encuestados, consideran que las áreas geográficas más atractivas para la administración de bienes son las áreas comerciales.

Análisis General

En general los resultados de la encuesta reflejan una clara inclinación hacia la seguridad y la confiabilidad como factores críticos en la selección de servicios de administración de bienes inmuebles. Los propietarios en Calderón, a través de sus preferencias, enfatizan la importancia de contar con servicios que no solo protejan sus activos, sino que también respondan eficazmente ante cualquier eventualidad, el enfoque en la seguridad podría ser un indicativo crucial para las empresas del sector, resaltando la necesidad de fortalecer los aspectos dentro de su oferta de servicios.

Asimismo, se observa una variada distribución en los tipos de propiedades poseídas, predominando las residencias sobre las comerciales y mixtas, el patrón resalta la potencial demanda de servicios que se especialicen o se adapten a las necesidades específicas de cada tipo de propiedad. Por otro lado, la disposición a pagar por los servicios varía significativamente, sugiriendo una oportunidad para segmentar la oferta según la capacidad económica y las expectativas de los clientes.

El interés por la frecuencia de uso de los servicios, y la importancia asignada a factores como la experiencia y la reputación de la empresa, además de la oferta de servicios adicionales y la ubicación de la empresa, indica una perspectiva meticulosa por parte de los propietarios, lo cual demuestra una alta conciencia sobre el valor agregado que pueden proporcionar los servicios y cómo los aspectos pueden influir en la toma de decisiones.

La meticulosidad en la selección de servicios también se refleja en cómo los propietarios valoran la transparencia en la gestión de sus propiedades. El alta estima hacia la transparencia no solo subraya su relevancia en la construcción de relaciones de confianza entre los propietarios y las empresas de administración, sino que también destaca la creciente demanda de claridad y honestidad en todas las operaciones. Tal expectativa puede ser vista como una oportunidad para que las empresas desarrollen y promuevan políticas que aseguren la integridad en la gestión, lo cual podría diferenciarlas significativamente en un mercado competitivo.

Además, la preferencia por zonas geográficas específicas para la administración de bienes inmuebles sugiere una tendencia hacia la valoración de la localización estratégica que podría impactar tanto en la valoración de las propiedades

como en la eficiencia de la gestión de las mismas. Las empresas podrían utilizar esta información para focalizar sus esfuerzos en áreas consideradas más atractivas por los propietarios, adaptando sus estrategias para maximizar la conveniencia para sus clientes y mejorar su alcance en el mercado.

Por otro lado, la diversidad en la disposición a pagar por los servicios indica un mercado segmentado, donde las expectativas y capacidades financieras de los propietarios varían ampliamente. Lo cual sugiere que una estrategia de precios flexible podría ser beneficiosa, permitiendo a las empresas atraer a un rango más amplio de clientes potenciales mediante la oferta de paquetes o niveles de servicio que se ajusten a diferentes presupuestos.

Por lo tanto, se puede inferir que las prioridades y preocupaciones de los propietarios de bienes inmuebles en Calderón están profundamente influidas por aspectos de seguridad, confiabilidad y transparencia en la gestión de sus propiedades, el conjunto de factores se destaca como elementos esenciales para fomentar una relación de confianza duradera entre los clientes y las empresas de administración. Asimismo, la variabilidad en la disposición a pagar y las preferencias geográficas específicas para la administración de bienes muestran un mercado diverso y segmentado, lo que sugiere la necesidad de enfoques personalizados y estratégicamente adaptados a las necesidades individuales de los propietarios.

Síntesis del capítulo

El capítulo representa un paso fundamental en la creación de la empresa de administración de bienes inmuebles en Calderón, basada en la estructura Canvas, ya

que se centró en identificar las preferencias y necesidades de los posibles clientes.

Para ello, se llevó a cabo una encuesta dirigida a un público objetivo compuesto por hombres y mujeres de entre 25 y 60 años, residentes en la zona de Calderón.

La muestra fue determinada mediante un método probabilístico, lo que permitió seleccionar a 383 personas para participar en la encuesta. Los resultados obtenidos mostraron que el 83% de los encuestados expresaron aceptación y apoyo hacia la propuesta de negocio, lo que indica una gran viabilidad y potencial para el establecimiento de la empresa de administración de bienes inmuebles en el sector, los hallazgos refuerzan la idea de que existe una demanda real para los servicios que se ofrecerán, validando la estrategia desarrollada a partir del modelo Canvas.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA

Tema

“Modelo de negocio Canvas para una empresa de administración de bienes inmuebles, en Calderón”

Datos informativos

Nombre de la Inmuebles Calderón

Empresa:

Beneficiarios Los propietarios de la empresa, los empleados que participarán en la gestión y administración, así como los clientes que requieran servicios de administración de sus propiedades en el área de Calderón.

Ubicación Provincia: Pichincha, Cantón: Quito, Parroquia: Calderón,
Sector: Parque Centinela de Calderón.

Figura 8

Ubicación de Inmuebles Calderón en el sector Parque Centinela de Calderón.



Fuente: <https://maps.app.goo.gl/zftP89nJ1sdrQEEbA>

Antecedentes de la Propuesta

El crecimiento acelerado de Calderón en los últimos años ha convertido a esta zona en un punto clave para el mercado inmobiliario. El desarrollo de nuevos proyectos residenciales y comerciales ha incrementado la demanda de servicios de administración de bienes inmuebles, lo que ha generado la necesidad de contar con empresas que ofrezcan soluciones eficientes y adaptadas a las particularidades de la área. Sin embargo, a pesar del auge inmobiliario, aún existe una carencia de empresas que brinden servicios especializados en administración de propiedades, lo que representa una oportunidad significativa para implementar un modelo de negocio innovador en el sector.

La mayoría de los propietarios en Calderón, especialmente aquellos que no residen en la zona, enfrentan dificultades para administrar sus bienes inmuebles de manera efectiva. La falta de conocimiento sobre los procesos legales, el mantenimiento de las propiedades y la gestión de inquilinos ha llevado a una gestión ineficaz que impacta negativamente en la rentabilidad de sus inversiones. Por esta razón, resulta crucial la creación de una empresa de administración de bienes

inmuebles que pueda ofrecer un servicio integral, garantizando la tranquilidad y satisfacción de los propietarios e inquilinos.

El modelo Canvas es una herramienta estratégica que ha demostrado ser efectiva para diseñar y desarrollar modelos de negocio sólidos y sostenibles. Al aplicar esta metodología, es posible visualizar de manera clara y estructurada los diferentes elementos que componen un negocio, desde la propuesta de valor hasta los canales de distribución y las fuentes de ingresos, la herramienta facilita la toma de decisiones y la adaptación a las necesidades del mercado, lo que resulta especialmente relevante en el contexto inmobiliario de Calderón, donde la demanda y las tendencias cambian constantemente.

En el sector inmobiliario, el uso del modelo Canvas permitirá identificar de manera precisa las necesidades de los clientes, diseñar una propuesta de valor que se ajuste a sus expectativas y establecer relaciones a largo plazo. La propuesta se centra en brindar servicios de administración de bienes inmuebles que incluyen la gestión de contratos de alquiler, el mantenimiento de propiedades, la resolución de problemas legales y la atención personalizada a los inquilinos, lo cual garantizará una administración eficiente y permitirá que los propietarios maximicen la rentabilidad de sus inversiones.

La implementación del modelo de negocio no solo beneficiará a los propietarios, sino también a los inquilinos y a la comunidad en general. Al contar con una empresa que ofrezca servicios de calidad, se promoverá la profesionalización del mercado inmobiliario en Calderón, generando mayor confianza y seguridad entre los

actores involucrados, la empresa contribuirá al desarrollo económico de la zona, creando empleos y estableciendo alianzas estratégicas con otros actores del sector.

En la actualidad, la mayoría de los servicios de administración de bienes inmuebles en Calderón son ofrecidos de manera informal, sin un enfoque profesional ni el uso de herramientas tecnológicas que faciliten la gestión, lo cual ha generado una serie de problemas, como la falta de transparencia en la administración de los fondos de alquiler, la demora en la resolución de problemas de mantenimiento y la insatisfacción de los inquilinos. La creación de una empresa basada en el modelo Canvas permitirá superar estas deficiencias, ofreciendo un servicio moderno y eficiente.

La propuesta de implementar un modelo de negocio mediante la estructura Canvas también está alineada con las tendencias actuales de digitalización y automatización de procesos. Al integrar tecnología en la administración de bienes inmuebles, la empresa podrá ofrecer servicios como monitoreo en línea de pagos, reportes de mantenimiento y comunicación directa entre propietarios e inquilinos a través de plataformas digitales, lo cual no solo mejorará la eficiencia de los procesos, sino que también elevará la calidad del servicio y la experiencia del cliente.

Es importante destacar que la propuesta de crear una empresa de administración de bienes inmuebles utilizando el modelo Canvas responde a una necesidad real del mercado de Calderón. La implementación de la estrategia permitirá establecer una empresa competitiva, capaz de adaptarse a las demandas del sector inmobiliario y de ofrecer servicios de calidad que generen valor tanto para los propietarios como para los inquilinos. Con una visión clara y una estructura sólida,

esta empresa tiene el potencial de convertirse en un referente en el mercado inmobiliario de la zona, contribuyendo al desarrollo sostenible y organizado de Calderón.

Justificación

La decisión de implementar un modelo de negocio basado en la estructura Canvas para una empresa de administración de bienes inmuebles en Calderón se fundamenta en la necesidad creciente de servicios profesionales en el sector inmobiliario de la zona. El crecimiento acelerado de Calderón en términos de desarrollo residencial y comercial ha creado un mercado atractivo para la administración de propiedades. Sin embargo, la falta de empresas especializadas que brinden servicios de calidad y soluciones integrales ha dejado un vacío en el mercado, generando una oportunidad significativa para establecer un modelo de negocio que satisfaga esta demanda.

El modelo Canvas se presenta como la herramienta ideal para estructurar y visualizar el desarrollo de la empresa, ya que permite identificar y analizar de manera clara y eficiente los diferentes elementos que componen el negocio. Al aplicar esta metodología, se garantiza que la empresa contará con una estructura sólida, enfocada en la propuesta de valor, la identificación de segmentos de clientes, la definición de canales de distribución y la gestión de relaciones con los clientes, lo cual es crucial para crear un negocio competitivo y capaz de adaptarse a las necesidades cambiantes del mercado inmobiliario de Calderón.

Uno de los principales problemas que enfrentan los propietarios de inmuebles en Calderón es la falta de tiempo y conocimientos para administrar sus propiedades de manera eficiente, la situación genera dificultades en la gestión de contratos, el mantenimiento de las propiedades y la atención a inquilinos, lo que afecta la rentabilidad y el valor de sus inversiones. La creación de una empresa de administración de bienes inmuebles, estructurada a través del modelo Canvas, permitirá ofrecer servicios especializados que solucionen los problemas, garantizando una administración efectiva y personalizada para cada cliente.

Además, la aplicación del modelo Canvas facilita la identificación y creación de alianzas estratégicas, un aspecto fundamental en la gestión inmobiliaria, las alianzas pueden incluir acuerdos con proveedores de servicios de mantenimiento, agencias de publicidad, plataformas digitales y asesores legales, lo que permitirá ofrecer un servicio integral y de calidad a los clientes. La implementación de las alianzas contribuirá a la eficiencia operativa y a la reducción de costos, lo que hará que la empresa sea más competitiva en el mercado de Calderón.

La tecnología y la digitalización son elementos que han transformado la forma en que se gestionan los bienes inmuebles en la actualidad. A través del modelo Canvas, la empresa podrá integrar soluciones tecnológicas en sus operaciones, como plataformas en línea para la gestión de contratos, pagos y reportes de mantenimiento, lo cual no solo mejorará la experiencia del cliente, sino que también permitirá a la empresa optimizar sus procesos internos, reduciendo tiempos de respuesta y aumentando la satisfacción de los clientes.

Calderón es un área en constante crecimiento y evolución, por lo que la necesidad de servicios de administración de inmuebles es cada vez más evidente. La estructura Canvas permite una adaptación continua y ágil a las demandas del mercado, asegurando que la empresa pueda ajustar su propuesta de valor y estrategias en función de los cambios en las necesidades de los propietarios e inquilinos, la flexibilidad es esencial para mantener la relevancia y competitividad de la empresa a largo plazo.

Otra razón que justifica la implementación de la propuesta es el impacto positivo que tendrá en la comunidad local. La creación de una empresa de administración de bienes inmuebles generará empleo y fomentará el desarrollo económico de la zona, al ofrecer un servicio profesional y eficiente, se contribuirá a la mejora del mercado inmobiliario en Calderón, proporcionando a los propietarios e inquilinos un entorno más organizado y seguro para sus transacciones y necesidades de vivienda.

El uso del modelo Canvas en la creación de la empresa garantiza un enfoque estratégico y bien estructurado que incrementará las posibilidades de éxito y sostenibilidad del negocio. Al contar con una visión clara de los componentes esenciales del modelo de negocio, la empresa podrá establecer objetivos concretos y medibles, lo que facilitará su crecimiento y consolidación en el mercado de administración de bienes inmuebles en Calderón, la propuesta, por tanto, no solo responde a una necesidad del mercado, sino que también ofrece un enfoque innovador y eficaz para abordar los desafíos del sector inmobiliario en la región.

Objetivos

Objetivo General

Desarrollar el modelo de negocio utilizando la estructura Canvas para la empresa de administración de bienes inmuebles "Inmuebles Calderón," ubicada en la parroquia de Calderón, con el propósito de establecer un modelo eficiente y adaptado a las necesidades del mercado local.

Objetivos Específicos

- Identificar y analizar la segmentación del mercado objetivo para la empresa "Inmuebles Calderón," comprendiendo las características y necesidades de los propietarios e inquilinos en la zona.
- Definir claramente la propuesta de valor que "Inmuebles Calderón" ofrecerá a sus clientes, enfocándose en servicios diferenciados que satisfagan las expectativas del mercado.
- Establecer y fortalecer relaciones efectivas y duraderas con los clientes, asegurando un servicio de administración que genere confianza y satisfacción a largo plazo.
- Determinar los recursos financieros necesarios para el funcionamiento y sostenibilidad de la empresa "Inmuebles Calderón," asegurando la viabilidad económica del proyecto.

Análisis de Factibilidad Modelo CANVAS

Figura 9

Modelo Canvas

Socios Clave	Actividades Clave	Propuesta de Valor	Relación con los Clientes	Segmento de Clientes
Empresas de mantenimiento y reparaciones de propiedades.	Gestión de contratos de alquiler y ventas.	Ofrecer servicios de administración de bienes inmuebles que sean eficientes, transparentes y personalizados.	Atención personalizada y directa para propietarios e inquilinos.	Propietarios que buscan delegar la gestión de sus propiedades.
Asesores legales especializados en bienes raíces.	Asesoramiento en asuntos legales y tributarios.	Soluciones completas que simplifican la administración de inmuebles.	Comunicación constante a través de correo electrónico, teléfono y visitas presenciales.	Inquilinos que buscan opciones de alquiler con soporte y gestión profesional.
Agentes inmobiliarios y corredores para la promoción de propiedades.	Promoción y marketing de propiedades en alquiler y venta.	Facilitar el proceso de alquiler y venta para propietarios e inquilinos.	Plataforma en línea para acceso a servicios y asistencia.	Inversionistas interesados en rentabilizar sus propiedades en Calderón.

Instituciones financieras para el apoyo en temas de financiamiento y créditos hipotecarios.	Gestión de reparaciones y mantenimiento preventivo de propiedades.	de y de	Maximizar la rentabilidad de las propiedades de los clientes.	Programas de fidelización y eventos para propietarios e inquilinos.	Empresas que buscan alquiler de oficinas o locales comerciales.
Recursos Clave			Canales		
Equipo profesional de administración de propiedades.			Página web interactiva con gestión de propiedades en línea.		
Software de gestión inmobiliaria para seguimiento de contratos y pagos.			Redes sociales para promoción y comunicación con los clientes.		
Base de datos de propietarios, inquilinos y potenciales clientes.			Oficinas físicas en Calderón para atención directa y personalizada.		
Alianzas estratégicas con proveedores de servicios de mantenimiento y limpieza.			Publicidad en medios locales y portales inmobiliarios.		
Estructura de Costes			Flujo de Ingresos		
Sueldos del personal de administración y atención al cliente.			Comisiones por gestión de alquileres y ventas de propiedades.		
Gastos de marketing y publicidad para promocionar los servicios.			Cuotas mensuales por administración de inmuebles de propietarios.		
Costos de software y plataformas tecnológicas para la gestión de propiedades.			Honorarios por servicios adicionales, como mantenimiento y reparaciones.		
Alquiler y mantenimiento de oficinas físicas en Calderón.			Asesoría en inversión inmobiliaria y gestión de propiedades.		

Nota, la figura muestra el modelo Canvas de Inmuebles Calderón

1. Segmento de clientes

La empresa "Inmuebles Calderón" se enfocará en varios segmentos de clientes que tienen necesidades específicas en el mercado inmobiliario de la zona. El primer segmento clave estará compuesto por los propietarios de inmuebles que residen dentro y fuera de Calderón, los propietarios pueden ser individuos o familias que tienen una o más propiedades y que buscan delegar la gestión y administración de sus bienes a una empresa confiable y eficiente. Su principal necesidad es contar con un servicio que se encargue del proceso de alquiler, la selección de inquilinos, la gestión de pagos y el mantenimiento, permitiéndoles maximizar la rentabilidad de sus propiedades sin preocuparse por las tareas operativas y administrativas.

Otro segmento importante está constituido por los inquilinos que buscan opciones de alquiler en la zona de Calderón, los clientes buscan propiedades bien administradas y que ofrezcan un alto nivel de mantenimiento y atención a sus necesidades durante su estadía. Para este grupo, "Inmuebles Calderón" se encargará de ofrecer propiedades en óptimas condiciones, una respuesta rápida a problemas o reparaciones, y procesos de alquiler claros y transparentes. La atención a los inquilinos también incluye la provisión de un sistema eficiente de comunicación y pago, facilitando la relación entre el inquilino y la propiedad.

Un tercer segmento de clientes estará conformado por inversionistas inmobiliarios que buscan maximizar el retorno de sus inversiones en la zona de Calderón, los inversionistas pueden ser personas naturales o jurídicas que poseen múltiples propiedades y que necesitan una administración profesional para garantizar la ocupación continua de sus inmuebles y el mantenimiento de los mismos.

"Inmuebles Calderón" les ofrecerá un servicio integral que incluye asesoría sobre las mejores estrategias para rentabilizar sus propiedades, la gestión de contratos y el monitoreo constante del mercado para asegurar la rentabilidad de sus inversiones.

Un segmento potencial para la empresa son las pequeñas y medianas empresas que buscan locales comerciales u oficinas en alquiler en Calderón, las empresas requieren espacios que estén en buenas condiciones, con una administración que responda rápidamente a sus necesidades y que facilite los procesos relacionados con el arrendamiento. "Inmuebles Calderón" brindará soluciones personalizadas para este tipo de clientes, asegurando que encuentren propiedades que se adapten a sus requerimientos y que tengan un servicio de administración que les permita concentrarse en el desarrollo de sus negocios.

El enfoque en la segmentación de clientes permitirá que "Inmuebles Calderón" ofrezca un servicio especializado y adaptado a las necesidades particulares de cada grupo, estableciendo relaciones a largo plazo y construyendo una sólida reputación en el mercado inmobiliario de Calderón.

2. Propuesta de valor

La propuesta de valor de "Inmuebles Calderón" se centra en ofrecer un servicio integral y profesional de administración de bienes inmuebles, que se adapte a las necesidades y expectativas de los propietarios e inquilinos en la zona de Calderón. La empresa se posiciona como un aliado confiable y eficiente que brinda soluciones personalizadas para la gestión de propiedades, enfocándose en la maximización de la rentabilidad, el mantenimiento de los inmuebles y la satisfacción de todas las partes involucradas.

"Inmuebles Calderón" se distingue por su enfoque en la transparencia y confiabilidad. La empresa implementa procesos claros y estructurados para la gestión de contratos de alquiler, el cobro de rentas, y la rendición de cuentas a los propietarios, lo cual significa que los propietarios reciben informes detallados y periódicos sobre el estado de sus propiedades, los pagos recibidos, y cualquier mantenimiento o reparación realizada, la transparencia genera confianza y tranquilidad, permitiendo a los propietarios sentirse seguros de que su inversión está siendo gestionada de manera profesional y eficiente.

La empresa ofrece un servicio de mantenimiento preventivo y correctivo que garantiza que los inmuebles se mantengan en óptimas condiciones, evitando problemas mayores que puedan afectar la rentabilidad y el valor de las propiedades a largo plazo. "Inmuebles Calderón" cuenta con una red de profesionales especializados en reparaciones y mantenimiento que pueden atender cualquier eventualidad de forma rápida y eficaz, lo cual reduce el tiempo de espera y asegura que las propiedades estén siempre en las mejores condiciones para su alquiler o venta.

Otro aspecto fundamental de la propuesta de valor es la atención personalizada y el servicio al cliente de alta calidad. "Inmuebles Calderón" se compromete a brindar un trato cercano y personalizado a propietarios e inquilinos, atendiendo sus necesidades y preocupaciones de manera oportuna. La empresa ofrece canales de comunicación múltiples, como atención telefónica, correo electrónico, chat en línea y una aplicación móvil, para que los clientes puedan ponerse en contacto fácilmente y recibir respuestas rápidas a sus consultas o solicitudes.

La gestión profesional y eficiente de inquilinos es otro componente clave de la propuesta de valor. "Inmuebles Calderón" se encarga de todo el proceso de selección de inquilinos, incluyendo la verificación de antecedentes, la realización de contratos, y la administración de los pagos mensuales, lo cual garantiza que los propietarios cuenten con inquilinos confiables y que sus propiedades estén ocupadas de manera continua, evitando periodos de vacancia que afectan la rentabilidad.

Asimismo, "Inmuebles Calderón" utiliza tecnología avanzada para optimizar la gestión de las propiedades y ofrecer un servicio más eficiente. La empresa implementa un sistema de gestión en línea que permite a los propietarios e inquilinos acceder a información sobre sus propiedades, realizar pagos, reportar problemas y solicitar servicios de manera rápida y sencilla, la digitalización del proceso de administración facilita la interacción y mejora la experiencia del cliente, haciéndola más ágil y accesible.

La asesoría y consultoría inmobiliaria que ofrece "Inmuebles Calderón" añade un valor significativo a su propuesta. Los propietarios e inversionistas reciben orientación sobre cómo maximizar el rendimiento de sus propiedades, estrategias de inversión, y tendencias del mercado inmobiliario en Calderón, lo cual permite que tomen decisiones informadas y aprovechen al máximo sus inversiones, contando con el respaldo de expertos en el área.

"Inmuebles Calderón" se compromete con la sostenibilidad y la responsabilidad social, ofreciendo soluciones de gestión que incluyen prácticas amigables con el medio ambiente, como el uso eficiente de recursos, el fomento del reciclaje y la promoción de energías renovables en las propiedades que administra, la

característica diferenciadora no solo contribuye al bienestar de la comunidad y del entorno, sino que también añade un valor adicional para los clientes que buscan opciones de administración que sean responsables y respetuosas con el medio ambiente.

3. Canales

Los canales a través de los cuales "Inmuebles Calderón" se comunicará, interactuará y proporcionará sus servicios a los clientes serán diversos y estratégicamente diseñados para asegurar una experiencia eficiente, accesible y satisfactoria para los propietarios, inquilinos e inversionistas, los canales serán esenciales para establecer y mantener una relación efectiva con los diferentes segmentos de clientes, permitiendo a la empresa ofrecer sus servicios de manera integral y adaptada a las necesidades de cada usuario.

- **Página Web Corporativa:** La página web será el principal canal de información y contacto de "Inmuebles Calderón". Se desarrollará un sitio web moderno, intuitivo y fácil de navegar que permitirá a los clientes acceder a la información sobre los servicios de administración de bienes inmuebles, los beneficios de trabajar con la empresa, y las soluciones que se ofrecen. La web contará con una sección de "Propiedades Disponibles" donde los inquilinos potenciales podrán visualizar las propiedades en alquiler o venta, con detalles como precios, ubicación, y características del inmueble, se implementará un área de clientes donde los propietarios podrán acceder a reportes de sus propiedades, realizar seguimiento de los pagos de alquiler y comunicarse con el equipo de administración.

- **Aplicación Móvil:** "Inmuebles Calderón" desarrollará una aplicación móvil que permitirá a los clientes acceder a los servicios de manera rápida y sencilla desde sus dispositivos móviles. A través de la aplicación, los inquilinos podrán reportar problemas de mantenimiento, agendar visitas, y realizar pagos en línea de forma segura. Por otro lado, los propietarios tendrán la posibilidad de revisar el estado de sus propiedades, recibir notificaciones sobre pagos y actualizaciones, y acceder a informes detallados sobre la administración de sus bienes, la aplicación ofrecerá la comodidad de tener toda la información relevante al alcance de la mano y contribuirá a la eficiencia de la comunicación entre la empresa y sus clientes.
- **Redes Sociales:** Las redes sociales serán un canal clave para la promoción de los servicios de "Inmuebles Calderón" y para interactuar con los clientes. La empresa estará presente en plataformas como Facebook, Instagram, y LinkedIn, donde se compartirán publicaciones sobre propiedades disponibles, consejos sobre administración de bienes inmuebles, noticias relevantes del mercado inmobiliario en Calderón, y testimonios de clientes satisfechos. Las redes sociales también servirán como un medio para responder preguntas y resolver inquietudes de los usuarios, fomentando una comunidad en línea activa y comprometida.
- **Oficinas Físicas:** A pesar del auge de la digitalización, "Inmuebles Calderón" contará con una oficina física en Calderón que servirá como un punto de contacto directo para clientes que prefieran el trato personal. En esta oficina,

los clientes podrán recibir asesoría personalizada, discutir contratos y documentos, y resolver cualquier duda o problema relacionado con la administración de sus inmuebles. La presencia física de la empresa en la zona refuerza la confianza y la cercanía con la comunidad local, y brinda un espacio donde se pueden llevar a cabo reuniones y negociaciones de manera cómoda y profesional.

- **Publicidad en Medios Locales:** "Inmuebles Calderón" utilizará medios de comunicación locales como periódicos, revistas y estaciones de radio de Calderón para promocionar sus servicios y llegar a un público más amplio. Anuncios detallando los servicios de administración de propiedades, ofertas especiales, y testimonios de clientes serán publicados para generar visibilidad y atraer nuevos propietarios e inquilinos interesados en los servicios de la empresa, la estrategia permitirá a la empresa posicionarse como la opción líder en el mercado inmobiliario de Calderón.
- **Correo Electrónico y Boletines Informativos:** El correo electrónico será un canal eficaz para mantener una comunicación constante y personalizada con los clientes. "Inmuebles Calderón" enviará boletines mensuales que incluyan actualizaciones sobre el mercado inmobiliario, nuevas propiedades disponibles, cambios en la legislación relacionada con bienes inmuebles, y consejos para la administración de propiedades, el canal permitirá a la empresa mantener a los clientes informados y fortalecer su relación con ellos al proporcionarles contenido de valor.

- **Plataformas de Inmuebles y Portales Online:** Para maximizar la visibilidad de las propiedades gestionadas por "Inmuebles Calderón", la empresa utilizará portales inmobiliarios reconocidos como Plusvalía, Properati, y OLX. A través de los portales, las propiedades en alquiler o venta podrán alcanzar a un público mucho más amplio y diversificado, incrementando las probabilidades de encontrar inquilinos o compradores interesados. La presencia en estas plataformas refuerza la profesionalidad de la empresa y facilita la búsqueda de propiedades para los clientes.
- **Eventos y Ferias Inmobiliarias:** La participación en eventos y ferias inmobiliarias será un canal importante para promocionar los servicios de "Inmuebles Calderón". En los eventos, la empresa podrá presentar su propuesta de valor, interactuar con potenciales clientes, y establecer alianzas con otros actores del sector inmobiliario, por ejemplo, "Inmuebles Calderón" podría organizar un stand donde los visitantes puedan obtener información sobre los servicios de administración de inmuebles, conocer el equipo de la empresa, y acceder a ofertas especiales por contratar sus servicios durante el evento.
- **Asesoría Telefónica:** Finalmente, el canal de comunicación telefónica estará disponible para aquellos clientes que prefieren el contacto directo y la resolución rápida de dudas o inquietudes. "Inmuebles Calderón" contará con una línea telefónica atendida por personal capacitado que podrá brindar

asistencia, coordinar visitas a propiedades, y ofrecer información sobre los servicios de la empresa.

4. Relación con el cliente

La relación con el cliente es un aspecto fundamental para "Inmuebles Calderón", ya que se busca crear un vínculo de confianza, seguridad y profesionalismo con los propietarios, inquilinos e inversionistas que utilicen sus servicios. La empresa se compromete a desarrollar relaciones a largo plazo, brindando un servicio personalizado y atento que responda a las necesidades específicas de cada cliente, asegurando su satisfacción y fidelidad. A continuación, se detallan las estrategias y métodos que "Inmuebles Calderón" implementará para establecer y mantener relaciones sólidas con sus clientes:

- **Atención Personalizada:** Desde el primer contacto, "Inmuebles Calderón" ofrecerá una atención personalizada que se adapte a las necesidades y expectativas de cada cliente, por ejemplo, un propietario que busca delegar la gestión de su inmueble recibirá un agente de la empresa que actuará como su punto de contacto principal, encargándose de entender sus requerimientos, informarle sobre el estado de su propiedad, y mantenerlo actualizado sobre el proceso de alquiler o venta. De la misma manera, los inquilinos contarán con un agente asignado que atenderá cualquier problema o solicitud que puedan tener durante su estadía en la propiedad, asegurando que se sientan atendidos y valorados.

- **Asesoría Integral y Consultoría:** La empresa proporcionará asesoría integral en todos los aspectos relacionados con la administración de bienes inmuebles, lo cual incluye orientar a los propietarios sobre cómo maximizar el valor de sus propiedades, realizar mejoras que incrementen su rentabilidad, o decidir cuándo es el mejor momento para vender o alquilar, por ejemplo, si un propietario desea renovar su inmueble antes de ponerlo en alquiler, "Inmuebles Calderón" le ofrecerá asesoría sobre las mejoras más rentables y lo pondrá en contacto con proveedores confiables para realizar los trabajos necesarios, el tipo de asesoría demuestra el compromiso de la empresa con el éxito y la satisfacción de sus clientes.
- **Comunicación Constante y Proactiva:** "Inmuebles Calderón" entiende que la comunicación es clave para construir una relación de confianza con sus clientes. La empresa se asegurará de mantener una comunicación constante y proactiva, informando a los propietarios sobre cualquier incidencia, mantenimiento necesario o novedades relacionadas con su propiedad, por ejemplo, si se presenta un problema de mantenimiento en un inmueble, la empresa informará al propietario de inmediato y le propondrá posibles soluciones, manteniéndolo al tanto del progreso hasta que el problema sea resuelto. Asimismo, los inquilinos recibirán actualizaciones regulares sobre cualquier cambio o mejora en la propiedad, lo que les permitirá sentirse atendidos y valorados.

- **Plataforma de Gestión Online y Aplicación Móvil:** Para facilitar la interacción y ofrecer una experiencia de servicio eficiente, "Inmuebles Calderón" desarrollará una plataforma de gestión online y una aplicación móvil que permitirá a los clientes acceder a información sobre sus propiedades en tiempo real. A través de la plataforma, los propietarios podrán revisar los pagos de alquiler, informes de mantenimiento, y comunicarse con el equipo de administración de manera rápida y sencilla, por ejemplo, un propietario que reside fuera de la ciudad podrá acceder a la plataforma desde su dispositivo móvil y visualizar el estado actual de su propiedad, los pagos recibidos, y cualquier solicitud de mantenimiento pendiente, lo que le brinda una sensación de control y transparencia sobre la administración de su bien.
- **Programa de Fidelización y Beneficios:** "Inmuebles Calderón" implementará un programa de fidelización que recompense a los clientes por su lealtad y confianza en la empresa. Los propietarios que mantengan sus propiedades bajo la administración de la empresa durante un periodo prolongado podrán acceder a beneficios exclusivos, como descuentos en servicios de mantenimiento, asesoría legal gratuita, o tarifas reducidas en la gestión de nuevas propiedades, por ejemplo, un propietario que ha trabajado con la empresa durante más de dos años podría recibir un 10% de descuento en los honorarios de administración para su segunda propiedad, incentivando así la permanencia y la expansión de la relación comercial.

- **Eventos y Talleres Presenciales y Virtuales:** Con el objetivo de crear un sentido de comunidad y pertenencia, "Inmuebles Calderón" organizará eventos y talleres para sus clientes, tanto de forma presencial como virtual, por ejemplo, se podrían llevar a cabo talleres sobre "Cómo invertir en bienes raíces de manera inteligente" o "Estrategias para aumentar la rentabilidad de tu propiedad", brindando a los propietarios y potenciales inversionistas conocimientos valiosos que les ayuden a tomar decisiones informadas, los eventos servirán como un espacio para interactuar directamente con el equipo de la empresa, generando una relación más cercana y personal.
- **Encuestas de Satisfacción y Retroalimentación:** Para garantizar que el servicio prestado cumpla con las expectativas y necesidades de los clientes, "Inmuebles Calderón" realizará encuestas de satisfacción periódicas. Los propietarios e inquilinos tendrán la oportunidad de expresar su opinión sobre los servicios recibidos, lo que permitirá a la empresa identificar áreas de mejora y adaptar sus servicios en función de la retroalimentación obtenida, por ejemplo, si un inquilino expresa que tuvo dificultades para reportar un problema de mantenimiento, "Inmuebles Calderón" implementará mejoras en su sistema de comunicación para asegurar que este tipo de inconvenientes no se repitan.
- **Resolución Rápida y Efectiva de Problemas:** La empresa se compromete a responder y resolver cualquier problema o inconveniente que puedan enfrentar los propietarios o inquilinos de manera rápida y efectiva, por ejemplo, si un

inquilino reporta un problema con la plomería de su departamento, "Inmuebles Calderón" coordinará la visita de un técnico especializado en el menor tiempo posible y se asegurará de que el problema sea resuelto de forma adecuada, la capacidad de respuesta no solo garantiza la satisfacción del cliente, sino que también fortalece la confianza en los servicios de la empresa.

5. Fuentes de ingreso

"Inmuebles Calderón" generará sus ingresos a través de múltiples fuentes, diversificando su modelo de negocio para asegurar la sostenibilidad y rentabilidad a largo plazo. Las diferentes vías de ingresos se han diseñado para adaptarse a las variadas necesidades de los clientes, desde propietarios que buscan administrar sus propiedades hasta inquilinos y empresas que requieren servicios específicos de administración inmobiliaria. A continuación, se detallan las principales fuentes de ingresos de la empresa:

- **Cuotas de Administración Mensuales:** La principal fuente de ingresos para "Inmuebles Calderón" será la comisión mensual que se cobrará a los propietarios por la administración de sus bienes inmuebles, la cuota cubrirá servicios como la gestión de alquileres, mantenimiento, atención a inquilinos, y la supervisión general de la propiedad, por ejemplo, si un propietario tiene un departamento en alquiler por \$500 mensuales, "Inmuebles Calderón" podría cobrar una comisión del 10%, es decir, \$50 al mes por la administración del inmueble, el ingreso recurrente garantiza un flujo de caja constante y representa un ingreso base estable para la empresa.

- **Comisiones por Arrendamiento:** Cada vez que "Inmuebles Calderón" logra alquilar una propiedad para un propietario, la empresa cobrará una comisión por el servicio de intermediación, la comisión, generalmente un porcentaje del valor de un mes de renta compensará el trabajo de promoción, selección de inquilinos y la formalización del contrato de arrendamiento, por ejemplo, si la empresa alquila una casa por \$600 al mes, podría cobrar una comisión equivalente al 50% de un mes de renta (\$300) al propietario, generando un ingreso adicional por cada transacción de alquiler completada.
- **Comisiones por Venta de Propiedades:** En el caso de gestionar la venta de un inmueble, "Inmuebles Calderón" cobrará una comisión que se establecerá como un porcentaje del precio final de venta, la comisión compensará los servicios de promoción, negociación y cierre de la transacción, por ejemplo, si la empresa vende una propiedad por \$100,000, podría recibir una comisión del 3%, es decir, \$3,000, el tipo de ingreso, aunque no es recurrente, representa un monto significativo que contribuye de manera importante a la rentabilidad general de la empresa.
- **Honorarios por Servicios de Mantenimiento y Reparación:** "Inmuebles Calderón" ofrecerá servicios de mantenimiento preventivo y correctivo para las propiedades que administra, y cobrará honorarios adicionales por los servicios, por ejemplo, si un propietario solicita que se realice una pintura completa de su departamento antes de un nuevo arrendamiento, la empresa coordinará el servicio y cobrará una tarifa por la gestión y supervisión del

trabajo, los honorarios variarán en función del tipo y alcance del servicio solicitado, y permitirán a la empresa obtener ingresos adicionales por cada tarea de mantenimiento o reparación que gestione.

- **Servicios de Asesoría y Consultoría Inmobiliaria:** La empresa también ofrecerá servicios de asesoría para propietarios e inversionistas que deseen optimizar el rendimiento de sus propiedades o realizar nuevas inversiones en el mercado inmobiliario de Calderón, los servicios de consultoría incluyen análisis de mercado, estrategias para incrementar la rentabilidad, y asesoramiento legal o financiero, por ejemplo, si un inversionista desea adquirir una nueva propiedad y solicita asesoría sobre la mejor ubicación y tipo de inmueble, "Inmuebles Calderón" cobrará una tarifa fija por la consultoría brindada, generando así una fuente de ingresos adicional.
- **Cobro por Publicidad y Promoción de Propiedades:** Los propietarios que deseen que sus inmuebles sean promocionados de manera destacada podrán optar por un paquete de publicidad especial ofrecido por "Inmuebles Calderón", el paquete incluirá la promoción del inmueble en las redes sociales, portales inmobiliarios, y otros medios de comunicación para asegurar un mayor alcance y rapidez en la búsqueda de inquilinos o compradores, por ejemplo, un propietario podría pagar una tarifa única de \$100 para que su propiedad sea anunciada de forma destacada durante un mes, generando un ingreso adicional para la empresa.

- **Gestión de Pagos y Cobranza:** "Inmuebles Calderón" también se encargará de gestionar los pagos de servicios básicos y la recaudación de rentas para los propietarios que así lo requieran. Por este servicio, se cobrará una tarifa mensual adicional, por ejemplo, si un propietario desea que la empresa gestione el cobro de la renta, los servicios de agua y luz de su propiedad, se le podría cobrar una tarifa de \$20 al mes por la administración de los pagos, lo que añade otra fuente de ingresos recurrente para la empresa.
- **Ingresos por Cursos y Talleres de Capacitación:** Para fomentar el desarrollo y la profesionalización del sector inmobiliario en Calderón, "Inmuebles Calderón" organizará talleres y cursos dirigidos a propietarios, inquilinos, y futuros inversionistas, los eventos estarán enfocados en temas como "Cómo maximizar la rentabilidad de tu propiedad", "Estrategias de inversión inmobiliaria" o "Tendencias del mercado inmobiliario en Calderón". Los asistentes a los talleres pagarán una tarifa de inscripción, lo que generará ingresos adicionales para la empresa, por ejemplo, un taller de 3 horas sobre inversión inmobiliaria podría tener un costo de \$50 por participante, contribuyendo así a la diversificación de las fuentes de ingresos de la empresa.
- **Servicios de Valor Agregado para Inquilinos:** "Inmuebles Calderón" también generará ingresos adicionales ofreciendo servicios de valor agregado a los inquilinos, por ejemplo, la empresa podría ofrecer un servicio de limpieza mensual del inmueble, cobrándole al inquilino una tarifa adicional

por este beneficio, el tipo de servicios no solo genera ingresos adicionales, sino que también contribuye a la satisfacción y retención de los inquilinos.

- **Alquiler de Espacios para Oficinas o Coworking:** En el caso de contar con un espacio físico amplio, "Inmuebles Calderón" podría habilitar una parte de sus instalaciones para alquilarlo a profesionales independientes o pequeñas empresas que requieran un espacio de coworking, los espacios podrían alquilarse por horas, días o meses, lo que proporcionaría un ingreso adicional a la empresa, por ejemplo, el alquiler de un espacio de trabajo por un día podría costar \$15, mientras que el alquiler mensual tendría un costo de \$150.

Tabla 10

Resumen de Ingresos Potenciales Mensuales

Fuente de Ingreso	Ingreso Potencial Mensual
Cuotas de Administración Mensuales	\$1,000
Comisiones por Arrendamiento	\$3,000
Comisiones por Venta de Propiedades	\$1,250* (estimado mensual)
Honorarios por Servicios de Mantenimiento	\$250* (estimado mensual)
Servicios de Asesoría y Consultoría	\$2,000
Cobro por Publicidad y Promoción	\$2,000
Gestión de Pagos y Cobranza	\$1,000
Ingresos por Cursos y Talleres de Capacitación	\$2,000
Servicios de Valor Agregado para Inquilinos	\$900
Alquiler de Espacios para Oficinas o Coworking	\$1,050
Total Aproximado	\$14,200

6. Recursos clave

Los recursos claves necesarios para el adecuado funcionamiento de Inmuebles

Calderón están dados por:

a. Físicos

La infraestructura necesaria para "Inmuebles Calderón" incluirá una oficina ubicada en un lugar estratégico dentro de Calderón que sea de fácil acceso para los clientes, la oficina debe estar equipada con todo lo necesario para ofrecer un ambiente profesional y acogedor. El espacio físico contará con escritorios, sillas ergonómicas, archivadores, estanterías para documentos, y una sala de reuniones donde se podrán atender consultas y llevar a cabo negociaciones con los clientes, será esencial disponer de material de papelería, computadoras y herramientas de oficina que permitan un manejo eficiente de la documentación y gestión de las propiedades.

Tabla 11

Físicos

ACTIVOS FIJOS		
Edificio	35000	35000

b. Tecnológicos

Para asegurar la eficiencia y la gestión moderna de la empresa, "Inmuebles Calderón" requerirá herramientas tecnológicas que faciliten la administración de las propiedades. En este caso, se utilizará un software de gestión inmobiliaria que permitirá llevar el control de contratos, pagos, solicitudes de mantenimiento, y reportes de manera digital. Adicionalmente, se contará con una página web y una aplicación móvil que servirán como plataformas para la interacción con los clientes y la promoción de los servicios. Las redes sociales también se utilizarán como un

recurso tecnológico para el marketing digital, permitiendo a la empresa mantener una presencia constante en línea y llegar a un público más amplio.

Tabla 12

Tecnológicos

ACTIVOS FIJOS		
Equipos Ind./ seguridad	350	350
Equipos de Computación	1200	1200

c. Recursos Humanos

El éxito de "Inmuebles Calderón" dependerá en gran medida de su equipo humano, que estará compuesto por profesionales capacitados en la administración inmobiliaria. Inicialmente, se contará con un gerente general que será el encargado de la toma de decisiones y la supervisión de todas las operaciones.

También se requerirá de un agente de bienes raíces con experiencia en la gestión de alquileres y ventas, así como de un coordinador de mantenimiento que se encargue de gestionar las reparaciones y servicios de mantenimiento para las propiedades. Es importante que este equipo posea un conocimiento profundo del mercado inmobiliario de Calderón y tenga habilidades para brindar un servicio personalizado y de calidad a los clientes.

d. Financieros

Desde el punto de vista financiero, "Inmuebles Calderón" requerirá de un capital inicial para cubrir los costos de arrendamiento o compra del local, la adquisición de mobiliario y equipo de oficina, y el desarrollo de la página web y la aplicación móvil. También será necesario contar con un fondo de reserva para cubrir los gastos

operativos durante los primeros meses de funcionamiento, hasta que la empresa logre establecer una base sólida de clientes y un flujo de ingresos constante.

Inversión inicial

La inversión inicial para la creación de "Inmuebles Calderón" es un aspecto fundamental que permitirá establecer una base sólida para el funcionamiento y desarrollo de la empresa, la inversión cubrirá la adquisición de activos fijos, como equipos de seguridad, computación, y mobiliario de oficina, que son indispensables para el montaje de la infraestructura necesaria. Asimismo, incluye la obtención de los permisos y licencias de funcionamiento que garantizan la legalidad de las operaciones, así como el capital de trabajo que permitirá afrontar los gastos operativos durante los primeros meses de actividad, tales como sueldos, servicios básicos, material de oficina, y estrategias de marketing, la inversión inicial no solo asegurará la puesta en marcha de la empresa, sino que también permitirá su posicionamiento en el mercado inmobiliario de Calderón, brindando un servicio de administración de bienes inmuebles que responda a las necesidades y expectativas de los clientes en la zona.

Activos fijos

El análisis de los activos fijos es crucial para entender la inversión que "Inmuebles Calderón" necesita para iniciar sus operaciones y establecer una base sólida. Los activos fijos representan aquellos bienes tangibles que la empresa utilizará de forma continua en sus operaciones, y que serán indispensables para llevar a cabo sus actividades de administración de bienes inmuebles de manera eficiente.

En primer lugar, se ha destinado un monto de \$350 para la adquisición de equipos de seguridad, los equipos son esenciales para proteger la integridad de la oficina y los recursos de la empresa, así como para garantizar un ambiente seguro tanto para los empleados como para los clientes que visiten el establecimiento. Los equipos de seguridad pueden incluir cámaras de vigilancia, sistemas de alarma, extintores, y otros dispositivos que aseguren la protección del inmueble y del personal.

Por otro lado, la inversión en equipos de computación asciende a \$800, lo que se justifica plenamente en un negocio de administración inmobiliaria que requiere la utilización de software especializado para la gestión de propiedades, contratos, y comunicaciones con clientes. El contar con computadoras de buena calidad permitirá llevar un control adecuado de la información, realizar análisis de datos, y mantener una comunicación eficiente con los clientes y proveedores, lo que resulta fundamental para la eficiencia operativa de la empresa.

La partida destinada a muebles y enseres, con un costo de \$400, incluye la adquisición de escritorios, sillas, mesas de trabajo, archivadores y otros elementos que serán necesarios para equipar la oficina de forma adecuada, el mobiliario no solo proporcionará un entorno de trabajo cómodo y funcional para el personal, sino que también contribuirá a crear una imagen profesional y acogedora para los clientes que visiten la empresa en busca de servicios de administración inmobiliaria.

Tabla 13

Activos fijos

ACTIVOS FIJOS		
Edificio	35000	35000

Equipos Ind./ seguridad	350	350
Equipos de Computación	1200	1200
Muebles - enseres	400	400

Nota. La tabla presenta los activos fijos consolidados que poseerá la empresa

Permisos y requisitos de funcionamiento

El análisis de los permisos de funcionamiento es fundamental para garantizar que "Inmuebles Calderón" opere dentro del marco legal y cumpla con todas las normativas requeridas para su actividad. Los permisos de funcionamiento son esenciales para la legitimidad y formalidad de la empresa, permitiéndole brindar sus servicios de administración de bienes inmuebles con plena confianza y transparencia ante sus clientes y las autoridades correspondientes.

El primer permiso de funcionamiento necesario es el emitido por el cuerpo de bomberos de Calderón, con un costo de \$60, el trámite es crucial, ya que certifica que las instalaciones de "Inmuebles Calderón" cumplen con las medidas de seguridad y prevención de incendios. La obtención del permiso no solo garantiza la protección del personal y los clientes, sino que también asegura que la empresa está preparada para afrontar cualquier situación de emergencia, demostrando un compromiso con la seguridad.

El segundo permiso, la Patente Municipal, tiene un costo de \$50 y debe tramitarse en el Municipio de Quito. La obtención de la patente es un requisito indispensable para el funcionamiento de la empresa, ya que es un documento que autoriza a "Inmuebles Calderón" a desarrollar su actividad comercial dentro del territorio de Calderón, el trámite es una forma de registrar la empresa como un

contribuyente en el ámbito local y demuestra que la empresa opera de manera formal, contribuyendo al desarrollo económico de la comunidad.

La inscripción en el Registro Único de Contribuyentes (RUC) es un trámite que se realiza ante el Servicio de Rentas Internas (SRI) y no tiene costo monetario directo. La obtención del RUC es fundamental para que "Inmuebles Calderón" pueda realizar operaciones comerciales y emitir comprobantes de venta, facturas, y otros documentos tributarios de manera legal, el registro permite a la empresa estar al día con sus obligaciones fiscales, asegurando un manejo transparente y responsable de sus finanzas.

Tabla 14

Permisos de funcionamiento

Permisos de funcionamiento	Descripción	Costo (\$)
Bomberos	Se realiza directamente con la estación de bomberos de Calderón	60
Patente Municipal	Se realiza en el Municipio de Quito	50
Registro Único de Contribuyentes (RUC)	Inscripción en el Servicio de Rentas Internas (SRI)	0
Total		110

Nota. La tabla presenta los permisos de funcionamiento

Capital de trabajo

El capital de trabajo es un elemento esencial para asegurar el funcionamiento operativo de "Inmuebles Calderón" en sus primeras etapas, y representa la inversión necesaria para cubrir los gastos que se generan en el día a día de la empresa. Al analizar el capital de trabajo para "Inmuebles Calderón," se han considerado los costos correspondientes a un período de 3 meses y a un año completo (12 meses),

permitiendo una planificación financiera detallada y ajustada a las necesidades reales de la empresa.

Tabla 15

Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	3 meses	12 meses
Sueldos	4918	19671
Servicios Básicos	660	2640
Material oficina	325	1300
Material limpieza	372	1490
Gastos documentos, permisos	125	500
Alquiler local	1350	5400
Publicidad	600	2400
Gastos financieros	1057	4228
TOTAL INVERSION	46467	74578

Nota. La tabla presenta el capital de trabajo

El capital de trabajo refleja la inversión que una empresa debe realizar para cubrir sus costos operativos en el corto (3 meses) y largo plazo (12 meses). Al analizar los gastos, se observa que los sueldos representan el mayor componente, con una inversión de \$4,918 en el periodo de 3 meses y de \$19,671 en 12 meses, el valor muestra la relevancia de la mano de obra en las operaciones de la empresa, lo cual implica un compromiso constante para garantizar el pago de los empleados, quienes son esenciales para el funcionamiento y la calidad de los servicios o productos ofrecidos.

En cuanto a los gastos de servicios básicos, como electricidad y agua, se tiene un costo de \$660 trimestral y \$2,640 anual. Estos costos son necesarios para el funcionamiento de cualquier instalación y, aunque representan una menor proporción del capital de trabajo total, son imprescindibles para mantener la operatividad del

espacio de trabajo. El gasto en materiales de oficina y limpieza (\$325 y \$372 trimestrales, respectivamente) muestra que existen necesidades básicas para mantener la funcionalidad del ambiente de trabajo y garantizar un espacio adecuado y seguro, con una inversión anual de \$1,300 y \$1,490, respectivamente.

Los gastos en documentos y permisos, con una inversión de \$125 en tres meses y \$500 en un año, se presentan como costos necesarios para la formalización de la empresa, el tipo de gasto, aunque bajo comparado con otros, es indispensable para mantener la legalidad de las operaciones, lo cual es esencial en un entorno competitivo y regulado. En términos de arrendamiento, la inversión en alquiler de local representa \$1,350 trimestral y \$5,400 anual, un monto significativo que refleja la necesidad de contar con un espacio físico para el desarrollo de las actividades comerciales, el tipo de gasto suele ser fijo y no varía, representando una porción importante del capital de trabajo.

La publicidad tiene un costo de \$600 trimestral y \$2,400 anual, lo cual resalta la importancia de invertir en estrategias para posicionar la empresa en el mercado y captar clientes, el gasto, aunque no tan alto en comparación con otros, es crucial para la competitividad y el crecimiento de la empresa en el mediano y largo plazo.

Los gastos financieros alcanzan \$1,057 en tres meses y \$4,228 en 12 meses, el valor incluye posibles intereses de préstamos u otros compromisos financieros que la empresa tenga, reflejando la importancia de gestionar adecuadamente las finanzas para evitar sobreendeudamientos que afecten la liquidez. El total de la inversión acumulada muestra un requerimiento de \$46,467 en tres meses y \$74,578 en un año, lo que evidencia la magnitud del capital de trabajo necesario para mantener las

operaciones durante estos periodos, el análisis permite observar que los recursos más significativos son destinados a sueldos, alquiler y gastos financieros, aspectos críticos para la sostenibilidad de la empresa a corto y largo plazo.

Inversión total

La inversión total de \$111,528 refleja los recursos necesarios para la creación y operación de una empresa en el primer año, distribuidos en activo fijo y capital de trabajo. El activo fijo, que representa \$36,950, incluye aquellos bienes tangibles que la empresa necesita para funcionar y que tienen una duración superior a un año. Estos activos suelen comprender instalaciones, equipos y mobiliario que permitirán la producción o prestación de servicios de manera eficiente y que, a largo plazo, contribuirán al valor de la empresa. La inversión en activos fijos es esencial porque proporciona estabilidad operativa y evita gastos recurrentes, asegurando que la empresa pueda operar sin interrupciones debido a carencias de infraestructura o equipamiento.

Por otro lado, el capital de trabajo de \$74,578 para el año es un componente clave en el presupuesto anual, destinado a cubrir los costos operativos recurrentes, el capital incluye sueldos, materiales, servicios, y otros gastos de funcionamiento que garantizan la continuidad de las actividades diarias de la empresa. Al mantener un capital de trabajo adecuado, la empresa puede enfrentar sus obligaciones a corto plazo, permitiendo una operación fluida y minimizando el riesgo de insolvencia, el aspecto es fundamental, ya que sin un capital de trabajo adecuado, incluso una

empresa con buenos activos fijos puede encontrar dificultades para cubrir sus gastos corrientes.

La ausencia de inversión en activo diferido, que habitualmente comprende gastos previos a la operación formal como estudios de factibilidad, trámites o permisos especiales, puede indicar que estos costos iniciales fueron cubiertos por separado o que no representan una carga significativa en este caso. Esto simplifica el desglose de la inversión inicial, permitiendo que la mayor parte del capital se destine directamente a activos que generan valor a largo plazo y a la operación diaria, asegurando así la sostenibilidad del negocio desde su primer año de funcionamiento.

Tabla 16

Inversión total

TOTAL DE INVERSIÓN	
ACTIVO FIJO	36950
ACTIVO DIFERIDO	0
CAPITAL DE TRABAJO /1AÑO	74.578
TOTAL DE INVERSIÓN	111528

Nota. La tabla detalla el total de inversión

Sueldos

El análisis de la estructura salarial de la empresa comienza con la posición del Gerente General, cuyo sueldo mensual es de 600 dólares, lo que genera un ingreso anual de 7,200 dólares. A este monto se le suman las contribuciones al IESS tanto del empleado como de la empresa. En el caso del empleado, su aporte es de 680 dólares al año, mientras que la empresa contribuye con 875 dólares. Esto sitúa el gasto anual total en sueldos para esta posición en 7,394 dólares.

El siguiente puesto es el de Agente de Bienes Raíces, quien percibe un sueldo mensual de 500 dólares, lo que equivale a un total anual de 6,000 dólares. Al igual que el Gerente General, el agente también realiza un aporte al IESS de 567 dólares, mientras que la empresa contribuye con 729 dólares. Sumando todos estos valores, el gasto total en sueldos anuales para esta posición asciende a 6,162 dólares.

Finalmente, el Coordinador de Mantenimiento tiene un salario mensual de 460 dólares, lo que representa un ingreso anual de 5,520 dólares. Su contribución al IESS es de 522 dólares, mientras que la empresa aporta 671 dólares, elevando el gasto total anual a 5,669 dólares. En conjunto, los sueldos totales de los tres empleados suman 1,560 dólares mensuales y 18,720 dólares anuales. Las contribuciones anuales al IESS para todos los empleados alcanzan los 1,769.04 dólares por parte de los trabajadores y 2,274.48 dólares por parte de la empresa, lo que eleva el gasto anual total en sueldos y contribuciones a 19,225.44 dólares.

Tabla 17

Sueldos y aportaciones IESS

PERSONAL	SUELDOS	ANUAL	IESS EMP.	IESS EMPRESA	GASTO SUELDOS ANUAL
Gerente general	600	7200	680	875	7394
Agente de bienes raíces	500	6000	567	729	6162
Coordinador de mantenimiento	460	5520	522	671	5669
TOTAL	1560	18720	1769,04	2274,48	19225,44

Nota. La tabla muestra el total de los sueldos y aportaciones al IESS

Beneficios legales

El análisis de los décimos cuarto y tercer sueldo muestra que el Gerente General tiene un salario mensual de 600 dólares, lo que le otorga un valor equivalente tanto en su décimo cuarto como en su décimo tercero. En este caso, el décimo cuarto corresponde a 600 dólares, mientras que el décimo tercero es de 475 dólares, lo cual da como resultado un total en décimos de 1,075 dólares al año, que se suman a su salario base anual.

El Agente de Bienes Raíces, con un salario mensual de 500 dólares, recibe un valor idéntico en su décimo cuarto sueldo, es decir, 500 dólares. En el caso del décimo tercero, el monto es de 460 dólares, lo que lleva a un total anual de 960 dólares en ambos décimos, lo cual representa un complemento importante al salario base.

Para el Coordinador de Mantenimiento, cuyo salario mensual es de 460 dólares, se observa una equidad en la percepción de sus décimos. Tanto el décimo cuarto como el décimo tercero representan un valor de 460 dólares, lo que lleva a un total de 920 dólares en décimos anuales, lo cual complementa sus ingresos anuales de manera equilibrada.

Sumando los valores para los tres empleados, el gasto total en décimos alcanza los 2,955 dólares anuales, distribuidos en 1,560 dólares correspondientes al décimo cuarto y 1,395 dólares al décimo tercero, el gasto adicional es parte importante de la estructura salarial de la empresa y contribuye a la compensación total de los trabajadores

Tabla 18*Décimos*

Personal	Sueldos (\$)	Décimo 4° (\$)	Décimo 3° (\$)	Total décimos (\$)
Gerente general	600	450	600	1050
Agente de bienes raíces	500	450	500	950
Coordinador de mantenimiento	460	450	460	910
TOTAL	1560	1350	1560	2910

Nota. La tabla presenta el total de los decimos

Depreciación de activos

El análisis de la depreciación de los activos fijos muestra que el método utilizado es el de línea recta, lo que implica una asignación uniforme de los costos de depreciación a lo largo del tiempo. Para los Equipos Industriales, cuyo valor inicial es de 350 dólares, se aplica una tasa de depreciación del 10%, lo cual resulta en una depreciación anual de 35 dólares, reflejando una reducción moderada en el valor de estos activos con el tiempo.

En el caso del edificio, cuyo valor es de 35,000 dólares, se aplica una tasa de depreciación del 5%, lo que lleva a una depreciación anual de 1,750 dólares, el activo representa la mayor parte del costo en términos de depreciación debido a su alto valor y su menor tasa de depreciación en comparación con otros activos.

Para los vehículos, no se presenta depreciación en este caso, ya que no se ha asignado un valor de activo, aunque la tasa de depreciación para vehículos suele ser del 20%, el hecho indica que en este periodo no hay vehículos contabilizados o no se ha asignado un valor específico a estos activos.

Los equipos de computación, con un valor de 1,200 dólares, tienen una tasa de depreciación del 33.33%, lo que se traduce en una depreciación anual de 399.96 dólares, es uno de los activos que pierde valor de manera más rápida debido a la obsolescencia tecnológica, los muebles y enseres, con un valor de 400 dólares y una tasa de depreciación del 10%, presentan una depreciación anual de 40 dólares. El total de la depreciación de los activos fijos suma 2,224.96 dólares, lo cual es un reflejo del desgaste y obsolescencia de los bienes en el tiempo.

Tabla 19

Depreciación de activos fijos

DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS (en línea recta)			
		% DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN
Equipos de almacenamiento y organización.	350	10%	35
Edificio	35000	5%	1750
Vehículos	0	20%	0
Equipos de Computación	1200	33,33%	399,96
Muebles y Enseres	400	10%	40
			2224,96

Nota. La tabla detalla la depreciación de los activos fijos

Estructura de capital

El análisis de la estructura de capital presentada en la tabla muestra una distribución clara entre el capital propio y el capital financiero, indicando un enfoque equilibrado para la financiación del proyecto. El total de la inversión asciende a \$111,528, con una distribución porcentual de 35% para el capital propio y 65% para el capital financiero.

El capital propio, que representa \$39,035, refleja la cantidad aportada por los propietarios o socios de la empresa. Este porcentaje del 35% indica un compromiso

significativo de los inversionistas, lo cual es positivo desde la perspectiva de los prestamistas, ya que demuestra confianza en el proyecto y reduce el riesgo asociado al financiamiento externo.

El capital financiero, que asciende a \$72,493, constituye el 65% de la inversión total. Este componente indica que la empresa está aprovechando fuentes externas de financiamiento, probablemente mediante préstamos o líneas de crédito. Aunque un porcentaje más alto de capital financiero implica mayores obligaciones de pago, también permite al proyecto operar con una estructura más ligera en términos de aportes iniciales por parte de los socios.

La combinación de 35% de capital propio y 65% de capital financiero representa una estructura de capital razonable para un negocio de servicios. Este balance entre financiamiento interno y externo puede facilitar la puesta en marcha del proyecto mientras se garantiza un apalancamiento adecuado que maximice las posibilidades de crecimiento y rentabilidad. Sin embargo, se debe considerar la capacidad de la empresa para cumplir con las obligaciones de financiamiento en los plazos establecidos, asegurando así la sostenibilidad financiera del proyecto.

Tabla 20

Estructura del capital

ESTRUCTURA DE CAPITAL		
		Estructura
Capital Propio	39,035	35%
Capital Financiero	72,493	65%
TOTAL INVERSIÓN	111,528	100%

Nota. La tabla detalla la estructura del capital

La tabla de amortización para el crédito otorgado por el Banco Pichincha, con una tasa de interés del 13%, muestra una distribución fija de cuotas mensuales de \$2,538.83 durante 60 meses, lo que facilita la planificación financiera del prestatario. El crédito tiene un monto total de \$152,330, con un desglose de \$111,582 como amortización del capital y \$40,748 correspondientes a los intereses generados a lo largo del plazo. Este esquema sigue el método de amortización francés, donde los pagos son constantes, pero su composición cambia progresivamente, destinando más a intereses en las primeras cuotas y más al capital en las últimas.

En las primeras etapas del préstamo, los pagos están mayormente orientados al pago de intereses debido al alto saldo pendiente del capital. Por ejemplo, en la primera cuota, \$1,208.81 son intereses, mientras que solo \$1,330.03 se aplican a la amortización del capital. A medida que el saldo del capital disminuye, la proporción de los intereses baja, lo que permite destinar una mayor parte del pago al saldo del capital. Este comportamiento es típico del método francés y asegura que el saldo se reduzca progresivamente hasta llegar a cero al final del plazo.

El costo total del crédito, determinado por los intereses acumulados de \$40,748, representa aproximadamente el 36% del monto del capital. Esto refleja el impacto financiero significativo de la tasa de interés del 13% a mediano plazo. Aunque este porcentaje puede ser común en financiamientos comerciales, es importante que el prestatario considere el peso de los intereses dentro del costo total del crédito, especialmente si los ingresos generados por el proyecto no son constantes o suficientemente altos.

Tabla 21

Tabla de amortización

	Total Final del Crédito	Total Interés	Total Amortización		
	\$152.330	\$40.748	\$111.582		
Periodo	Cuota	Interés	Amortización	Saldo	Flujo de pagos
0				\$111.582,00	\$111.582,00
1	\$2.538,83	\$1.208,81	\$1.330,03	\$110.251,97	(\$2.538,83)
2	\$2.538,83	\$1.194,40	\$1.344,44	\$108.907,53	(\$2.538,83)
3	\$2.538,83	\$1.179,83	\$1.359,00	\$107.548,53	(\$2.538,83)
4	\$2.538,83	\$1.165,11	\$1.373,72	\$106.174,81	(\$2.538,83)
5	\$2.538,83	\$1.150,23	\$1.388,61	\$104.786,20	(\$2.538,83)
6	\$2.538,83	\$1.135,18	\$1.403,65	\$103.382,55	(\$2.538,83)
7	\$2.538,83	\$1.119,98	\$1.418,86	\$101.963,70	(\$2.538,83)
8	\$2.538,83	\$1.104,61	\$1.434,23	\$100.529,47	(\$2.538,83)
9	\$2.538,83	\$1.089,07	\$1.449,76	\$99.079,71	(\$2.538,83)
10	\$2.538,83	\$1.073,36	\$1.465,47	\$97.614,24	(\$2.538,83)
11	\$2.538,83	\$1.057,49	\$1.481,35	\$96.132,89	(\$2.538,83)
12	\$2.538,83	\$1.041,44	\$1.497,39	\$94.635,50	(\$2.538,83)
13	\$2.538,83	\$1.025,22	\$1.513,62	\$93.121,88	(\$2.538,83)
14	\$2.538,83	\$1.008,82	\$1.530,01	\$91.591,87	(\$2.538,83)
15	\$2.538,83	\$992,25	\$1.546,59	\$90.045,28	(\$2.538,83)
16	\$2.538,83	\$975,49	\$1.563,34	\$88.481,94	(\$2.538,83)
17	\$2.538,83	\$958,55	\$1.580,28	\$86.901,66	(\$2.538,83)
18	\$2.538,83	\$941,43	\$1.597,40	\$85.304,26	(\$2.538,83)
19	\$2.538,83	\$924,13	\$1.614,70	\$83.689,56	(\$2.538,83)
20	\$2.538,83	\$906,64	\$1.632,20	\$82.057,36	(\$2.538,83)
21	\$2.538,83	\$888,95	\$1.649,88	\$80.407,48	(\$2.538,83)
22	\$2.538,83	\$871,08	\$1.667,75	\$78.739,73	(\$2.538,83)
23	\$2.538,83	\$853,01	\$1.685,82	\$77.053,91	(\$2.538,83)
24	\$2.538,83	\$834,75	\$1.704,08	\$75.349,83	(\$2.538,83)
25	\$2.538,83	\$816,29	\$1.722,54	\$73.627,28	(\$2.538,83)
26	\$2.538,83	\$797,63	\$1.741,20	\$71.886,08	(\$2.538,83)
27	\$2.538,83	\$778,77	\$1.760,07	\$70.126,01	(\$2.538,83)

28	\$2.538,83	\$759,70	\$1.779,13	\$68.346,87	(\$2.538,83)
29	\$2.538,83	\$740,42	\$1.798,41	\$66.548,47	(\$2.538,83)
30	\$2.538,83	\$720,94	\$1.817,89	\$64.730,57	(\$2.538,83)
31	\$2.538,83	\$701,25	\$1.837,59	\$62.892,99	(\$2.538,83)
32	\$2.538,83	\$681,34	\$1.857,49	\$61.035,50	(\$2.538,83)
33	\$2.538,83	\$661,22	\$1.877,62	\$59.157,88	(\$2.538,83)
34	\$2.538,83	\$640,88	\$1.897,96	\$57.259,92	(\$2.538,83)
35	\$2.538,83	\$620,32	\$1.918,52	\$55.341,41	(\$2.538,83)
36	\$2.538,83	\$599,53	\$1.939,30	\$53.402,10	(\$2.538,83)
37	\$2.538,83	\$578,52	\$1.960,31	\$51.441,79	(\$2.538,83)
38	\$2.538,83	\$557,29	\$1.981,55	\$49.460,25	(\$2.538,83)
39	\$2.538,83	\$535,82	\$2.003,01	\$47.457,23	(\$2.538,83)
40	\$2.538,83	\$514,12	\$2.024,71	\$45.432,52	(\$2.538,83)
41	\$2.538,83	\$492,19	\$2.046,65	\$43.385,87	(\$2.538,83)
42	\$2.538,83	\$470,01	\$2.068,82	\$41.317,05	(\$2.538,83)
43	\$2.538,83	\$447,60	\$2.091,23	\$39.225,82	(\$2.538,83)
44	\$2.538,83	\$424,95	\$2.113,89	\$37.111,93	(\$2.538,83)
45	\$2.538,83	\$402,05	\$2.136,79	\$34.975,15	(\$2.538,83)
46	\$2.538,83	\$378,90	\$2.159,94	\$32.815,21	(\$2.538,83)
47	\$2.538,83	\$355,50	\$2.183,34	\$30.631,87	(\$2.538,83)
48	\$2.538,83	\$331,85	\$2.206,99	\$28.424,89	(\$2.538,83)
49	\$2.538,83	\$307,94	\$2.230,90	\$26.193,99	(\$2.538,83)
50	\$2.538,83	\$283,77	\$2.255,07	\$23.938,92	(\$2.538,83)
51	\$2.538,83	\$259,34	\$2.279,50	\$21.659,43	(\$2.538,83)
52	\$2.538,83	\$234,64	\$2.304,19	\$19.355,24	(\$2.538,83)
53	\$2.538,83	\$209,68	\$2.329,15	\$17.026,09	(\$2.538,83)
54	\$2.538,83	\$184,45	\$2.354,38	\$14.671,70	(\$2.538,83)
55	\$2.538,83	\$158,94	\$2.379,89	\$12.291,81	(\$2.538,83)
56	\$2.538,83	\$133,16	\$2.405,67	\$9.886,14	(\$2.538,83)
57	\$2.538,83	\$107,10	\$2.431,73	\$7.454,41	(\$2.538,83)
58	\$2.538,83	\$80,76	\$2.458,08	\$4.996,33	(\$2.538,83)
59	\$2.538,83	\$54,13	\$2.484,71	\$2.511,62	(\$2.538,83)
60	\$2.538,83	\$27,21	\$2.511,62	(\$0,00)	(\$2.538,83)

Nota. La tabla detalla la estructura del capital

TMAR (Tasa Mínima de Rendimiento)

El análisis de las tasas de descuento (TD) presentadas, que son del 4.6%, 9.1% y 13.7%, revela que estas representan diferentes niveles de riesgo o requerimientos de rendimiento esperados en función de diversas condiciones de mercado o proyectos. La tasa de descuento del 4.6% sugiere un escenario con bajo riesgo o con un coste de capital relativamente bajo, el porcentaje es común en inversiones conservadoras o en mercados con estabilidad económica y bajos niveles de inflación, donde los inversionistas aceptan menores retornos debido a la seguridad del capital invertido.

Por otro lado, la tasa del 9.1% representa un riesgo moderado, el porcentaje puede estar relacionado con proyectos de inversión que tienen mayores expectativas de retorno, pero también un nivel de riesgo más elevado en comparación con la tasa del 4.6%. Es probable que, en este caso, los inversionistas busquen una compensación más significativa por asumir un riesgo mayor, aunque todavía se mantenga en un rango aceptable dentro de mercados financieros relativamente estables.

La tasa de descuento del 13.7% es considerablemente más alta, lo que indica un mayor nivel de riesgo asociado con la inversión, el tipo de tasa puede aplicarse en proyectos con mayor incertidumbre, en mercados volátiles o para empresas con una estructura de capital más arriesgada. Los inversionistas que utilizan esta tasa de descuento probablemente esperan altos retornos debido a la posibilidad de pérdidas significativas, el escenario podría estar presente en países con economías emergentes o en industrias sujetas a rápidos cambios tecnológicos.

La TMAR (Tasa Mínima Aceptable de Retorno) se utiliza como un umbral que los proyectos o inversiones deben superar para ser considerados viables. En este caso, las tres tasas de descuento sugieren que los proyectos o inversiones a evaluar deben generar retornos por encima de estas tasas para ser atractivos. Si un proyecto no puede superar la TMAR, probablemente no valga la pena la inversión, ya que no ofrecería una compensación adecuada para el riesgo asumido.

Las tasas de descuento proporcionan un marco para evaluar diferentes oportunidades de inversión, considerando el riesgo y la rentabilidad esperada. La TMAR sirve como un indicador clave para decidir qué proyectos deben ser priorizados, ya que asegura que los retornos esperados cubran tanto los costos financieros como los riesgos involucrados en cada inversión.

Tabla 22

TMAR

TD
4,6%
9,1%
13,7% TMAR

Nota. La tabla detalla el TMAR

7. Actividades clave

Para "Inmuebles Calderón," las actividades clave son aquellas acciones esenciales que deben realizarse para asegurar el correcto funcionamiento y el éxito de la empresa en el mercado de administración de bienes inmuebles, las actividades se enfocan en la prestación de servicios de calidad, la captación y retención de clientes,

la gestión eficiente de los inmuebles, y la implementación de estrategias que permitan la sostenibilidad y el crecimiento del negocio. A continuación, se detallan las actividades clave que forman parte del modelo Canvas de "Inmuebles Calderón":

- **Gestión y administración de propiedades:** La es la actividad principal de "Inmuebles Calderón," que implica el manejo integral de las propiedades de los clientes, como el cobro de alquileres, el mantenimiento de los inmuebles, la resolución de problemas de inquilinos, y la coordinación de reparaciones, por ejemplo, si un inquilino reporta un problema con la plomería en un apartamento administrado por la empresa, "Inmuebles Calderón" debe coordinar rápidamente con un profesional de mantenimiento para solucionar el problema, asegurando la satisfacción tanto del propietario como del inquilino.
- **Captación de propiedades para administración:** La empresa debe constantemente buscar y captar nuevos inmuebles para gestionar, lo cual implica realizar visitas a propietarios interesados, presentar los servicios que ofrece "Inmuebles Calderón" y demostrar los beneficios de dejar la administración de sus propiedades en manos de expertos, por ejemplo, la empresa podría organizar reuniones con propietarios que buscan una solución profesional para gestionar sus bienes, ofreciendo un portafolio de servicios y mostrando casos de éxito de inmuebles que ya están bajo su administración.
- **Desarrollo y mantenimiento de relaciones con clientes:** Fomentar una comunicación constante y efectiva con los propietarios y arrendatarios es una

actividad clave para mantener la confianza y satisfacción de los clientes, lo cual incluye enviar informes periódicos sobre la situación de las propiedades, atender consultas y resolver problemas en el menor tiempo posible, por ejemplo, "Inmuebles Calderón" podría implementar un sistema de atención al cliente que permita a los propietarios acceder a información sobre el estado de sus propiedades a través de una plataforma en línea, y a los inquilinos, reportar incidencias o solicitar servicios de manera fácil y rápida.

- **Promoción y marketing de los servicios:** Para asegurar un flujo constante de clientes y propiedades bajo administración, es fundamental implementar estrategias de marketing y promoción, lo cual incluye el uso de redes sociales, la creación de contenido digital, la publicidad local, y la asistencia a ferias inmobiliarias para dar a conocer los servicios de la empresa. Un ejemplo de esto sería el desarrollo de campañas en redes sociales como Facebook e Instagram, donde "Inmuebles Calderón" puede mostrar propiedades disponibles para alquiler y destacar la calidad del servicio de administración que ofrecen, llegando a un público más amplio y aumentando la visibilidad de la empresa.
- **Capacitación continua del personal:** La empresa debe asegurarse de que su equipo esté constantemente actualizado en las mejores prácticas de administración de inmuebles, leyes y regulaciones inmobiliarias, y habilidades de atención al cliente, lo cual puede implicar la participación en talleres, cursos, y seminarios sobre tendencias del mercado inmobiliario, por ejemplo,

el equipo de "Inmuebles Calderón" podría participar en un curso sobre los cambios en la legislación de arrendamientos en Ecuador para asegurar que siempre actúan en conformidad con las normativas vigentes.

- **Mantenimiento preventivo y correctivo de los inmuebles:** Una de las responsabilidades más importantes es asegurar que los inmuebles bajo administración se mantengan en óptimas condiciones, lo cual implica realizar inspecciones periódicas, programar mantenimiento preventivo y coordinar reparaciones necesarias de forma oportuna, por ejemplo, si la empresa administra un edificio de apartamentos, "Inmuebles Calderón" organizará inspecciones trimestrales para revisar el estado de las instalaciones eléctricas, sanitarias, y de seguridad, tomando acción inmediata ante cualquier problema detectado.
- **Gestión de contratos y documentación legal:** La elaboración, revisión y gestión de contratos de alquiler, así como la administración de documentos legales relacionados con las propiedades, es una actividad clave. "Inmuebles Calderón" debe garantizar que todos los contratos se ajusten a las leyes vigentes y protejan los intereses de ambas partes, por ejemplo, la empresa podría ofrecer un servicio de revisión y actualización de contratos de alquiler para propietarios que quieran asegurarse de que sus acuerdos cumplen con las últimas normativas legales y que están protegidos en caso de disputas.
- **Evaluación y selección de inquilinos:** Para asegurar la calidad y confiabilidad de los arrendatarios, la empresa debe llevar a cabo un riguroso

proceso de selección que incluya verificaciones de antecedentes, referencias y evaluaciones de solvencia económica, por ejemplo, "Inmuebles Calderón" podría implementar un sistema de evaluación donde los posibles inquilinos deben proporcionar documentación como comprobantes de ingresos y referencias de alquiler anteriores, asegurando que los propietarios tengan inquilinos confiables y que respeten las condiciones del contrato.

8. Asociaciones clave

En el modelo de negocio de "Inmuebles Calderón," las asociaciones clave representan las relaciones estratégicas que la empresa debe establecer con otras entidades para optimizar sus operaciones, mejorar la calidad de sus servicios y asegurar un flujo continuo de recursos y clientes, las alianzas son fundamentales para alcanzar la eficiencia, reducir riesgos y acceder a recursos que la empresa, por sí sola, no podría obtener de manera rentable o efectiva. A continuación, se detallan las asociaciones clave que serán esenciales para el éxito de "Inmuebles Calderón":

- **Alianzas con empresas de mantenimiento y reparaciones:** Para garantizar un servicio de administración de propiedades integral y de calidad, es fundamental contar con proveedores confiables de servicios de mantenimiento y reparaciones, lo cual incluye empresas de plomería, electricidad, carpintería, jardinería, limpieza y servicios de pintura, entre otros, por ejemplo, "Inmuebles Calderón" podría establecer un contrato preferencial con una empresa de plomería que ofrezca tarifas especiales para atender rápidamente cualquier emergencia que surja en las propiedades administradas,

garantizando que los inquilinos y propietarios reciban un servicio de calidad en el menor tiempo posible.

- **Asociaciones con agencias inmobiliarias:** Establecer alianzas con agencias inmobiliarias locales permitirá a "Inmuebles Calderón" ampliar su red de contactos y acceder a más propiedades que necesitan servicios de administración. A través de las alianzas, la empresa podrá recibir referencias de propietarios que buscan delegar la gestión de sus bienes inmuebles, así como colaborar en la promoción de propiedades que se encuentren disponibles para alquiler, por ejemplo, al asociarse con una agencia inmobiliaria que opera en el área de Calderón, "Inmuebles Calderón" podría recibir información sobre nuevos propietarios interesados en los servicios de administración, lo que facilitaría la captación de nuevos clientes.
- **Convenios con proveedores de tecnología y software de gestión inmobiliaria:** La implementación de herramientas tecnológicas es crucial para la eficiencia y la gestión efectiva de las propiedades. "Inmuebles Calderón" debe establecer acuerdos con proveedores de software de administración inmobiliaria que permitan llevar un control automatizado de las propiedades, el cobro de alquileres, el mantenimiento, y la comunicación con los clientes, por ejemplo, la empresa podría asociarse con un proveedor de software que ofrezca soluciones de gestión en línea, permitiendo a los propietarios e inquilinos acceder a un portal donde puedan revisar contratos, realizar pagos y

reportar problemas de mantenimiento, lo que mejoraría la experiencia del cliente y optimizaría los procesos internos.

- **Colaboración con bufetes de abogados especializados en bienes raíces:**

Las cuestiones legales son una parte integral de la administración de bienes inmuebles, por lo que "Inmuebles Calderón" debe contar con el respaldo de un bufete de abogados especializado en bienes raíces para manejar asuntos relacionados con contratos de alquiler, desahucios, litigios, y regulaciones legales, por ejemplo, al trabajar con un bufete legal, "Inmuebles Calderón" podría ofrecer a sus clientes un servicio adicional de asesoría legal en caso de disputas con inquilinos, asegurando que se tomen decisiones informadas y cumpliendo con las leyes vigentes.

- **Alianzas con bancos y entidades financieras:** La administración de bienes inmuebles a menudo implica transacciones financieras importantes, como el cobro de alquileres, depósitos de garantía y pagos de servicios. Al asociarse con bancos y entidades financieras, "Inmuebles Calderón" puede facilitar los procesos para sus clientes, ofreciendo opciones de financiamiento, pagos en línea y servicios de custodia de fondos, por ejemplo, la empresa podría negociar con un banco local para ofrecer cuentas de fideicomiso para el manejo de los depósitos de garantía de los inquilinos, brindando seguridad y transparencia en las transacciones.

- **Asociación con aseguradoras:** Los seguros son una parte fundamental de la gestión de propiedades, ya que protegen tanto a los propietarios como a los

inquilinos de posibles daños o inconvenientes. "Inmuebles Calderón" puede establecer acuerdos con compañías de seguros para ofrecer pólizas personalizadas de seguro de arrendamiento, cobertura de daños a la propiedad y seguros de responsabilidad civil, por ejemplo, al asociarse con una aseguradora, la empresa podría ofrecer un servicio adicional a los propietarios, asegurando sus propiedades contra daños causados por inquilinos o desastres naturales, generando así un valor añadido a los servicios de administración.

- **Colaboración con empresas de marketing y publicidad:** Para atraer a nuevos clientes y promocionar las propiedades disponibles para alquiler, "Inmuebles Calderón" puede trabajar con empresas especializadas en marketing y publicidad, las empresas pueden ayudar a desarrollar estrategias de marketing digital, diseño de páginas web, gestión de redes sociales y campañas publicitarias que aumenten la visibilidad de la empresa y su cartera de propiedades, por ejemplo, la empresa podría asociarse con una agencia de marketing para crear una campaña de publicidad en redes sociales que destaque los beneficios de contratar un servicio de administración profesional, incrementando el interés de los propietarios en los servicios de "Inmuebles Calderón."
- **Vinculación con la Cámara de Comercio y Asociaciones de Propietarios:** La afiliación a organizaciones como la Cámara de Comercio local y las asociaciones de propietarios permite a "Inmuebles Calderón" acceder a una

red de contactos y recursos valiosos. A través de las asociaciones, la empresa puede mantenerse actualizada sobre las tendencias del mercado inmobiliario, participar en eventos de networking y obtener recomendaciones de posibles clientes, por ejemplo, al participar activamente en reuniones de la Cámara de Comercio de Calderón, "Inmuebles Calderón" podría conocer a propietarios interesados en delegar la administración de sus propiedades, generando nuevas oportunidades de negocio.

9. Estructura de costos

En la creación de "Inmuebles Calderón," la estructura de costos es un elemento crucial para asegurar que la empresa opere de manera eficiente y sostenible. Aquí se detallan los costos fijos y variables que la empresa necesita para comenzar a funcionar.

Punto de equilibrio

El análisis del punto de equilibrio comienza con una visión de los costos fijos, que son los gastos que la empresa debe cubrir independientemente de su nivel de producción o ventas. En este caso, los costos fijos incluyen el arriendo, que asciende a 5,400 dólares, y los sueldos del personal, que suman 18,720 dólares. En conjunto, los costos fijos alcanzan un total de 24,120 dólares, lo que representa el monto mínimo que la empresa debe cubrir para evitar pérdidas.

El precio de venta por unidad es de 14,200 dólares, mientras que el costo por unidad es de 7,810 dólares, lo que genera una ganancia de 6,390 dólares por cada unidad vendida, el margen de contribución es crucial, ya que indica cuánto dinero de

cada venta se destina a cubrir los costos fijos. El margen de contribución es una medida clave para determinar cuántas unidades deben venderse para alcanzar el punto de equilibrio.

El cálculo del punto de equilibrio se realiza dividiendo los costos fijos por el margen de contribución por unidad. En este caso, el punto de equilibrio es de 4 unidades, lo que significa que la empresa debe vender al menos 4 unidades de su producto para cubrir todos sus costos fijos y no incurrir en pérdidas. Cualquier venta adicional por encima de este punto generará ganancias para la empresa.

Las ventas necesarias para alcanzar el punto de equilibrio son equivalentes a 53,600 dólares, ya que el precio por unidad es de 14,200 dólares y se necesitan 4 ventas para cubrir los costos fijos. Por otro lado, el costo total de producir las 4 unidades es de 29,480 dólares, lo que deja un margen suficiente para cubrir los costos fijos y lograr el equilibrio financiero.

La empresa debe vender 4 contratos a un precio de 14,200 dólares cada una para alcanzar el punto de equilibrio, donde los ingresos cubren tanto los costos fijos como los costos variables, lo cual le permitirá a la empresa operar sin pérdidas, y cualquier venta adicional después de este punto contribuirá a la rentabilidad de la empresa.

Figura 10

Punto de equilibrio

Costos Fijos	
Arriendo	5400
Sueldos	18720
TOTAL	24120

PRECIO			
Precio	14200		
Costo	7810		
Ganancia	6390	MARGEN DE	CONTRIBUCIÓN
PE = COSTO FIJO /			
MARGEN DE			
CONTRIBUCION			
PE=	4		0,1
VENTA	4	14200	53600,0
COSTO	4	7810	29480,0
PUNTO DE EQUILIBRIO			24120

Nota. La tabla muestra el punto de equilibrio

"Inmuebles Calderón" requiere gestionar al menos 4 contratos de administración de inmuebles mensualmente para alcanzar su punto de equilibrio y comenzar a generar ganancias

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES

La implementación de la estructura Canvas permitió el desarrollo de una empresa de administración de bienes inmuebles en Calderón que es eficiente, innovadora y personalizada, cumpliendo con las demandas del mercado inmobiliario en crecimiento. La aplicación del modelo ha posibilitado la creación de servicios de gestión inmobiliaria que satisfacen las necesidades tanto de propietarios como de inquilinos, ofreciendo soluciones adaptadas y mejorando significativamente la experiencia de los clientes en la gestión de sus propiedades.

El análisis del mercado inmobiliario de Calderón permitió identificar claramente las necesidades y expectativas de los propietarios e inquilinos, evidenciando la demanda de servicios de administración de bienes inmuebles que sean eficientes, transparentes y personalizados, la investigación fue fundamental para el diseño de un modelo de negocio que responde a estas demandas, lo que ha permitido a la empresa posicionarse como una opción confiable y adaptada al entorno de Calderón.

El modelo de gestión basado en el Canvas fue diseñado con éxito, integrando tecnología avanzada, estrategias de personalización y prácticas eficientes que permitieron crear una propuesta de valor competitiva. La adaptación del modelo a las particularidades del mercado de Calderón ha resultado en una oferta de servicios de administración inmobiliaria que es capaz de atender las necesidades específicas de los clientes, estableciendo un estándar de calidad y eficiencia en la zona.

La implementación de procesos de administración y mantenimiento logró asegurar la calidad, eficiencia y transparencia en la gestión de bienes inmuebles, lo que ha contribuido a la satisfacción tanto de propietarios como de inquilinos. La resolución oportuna de problemas y la optimización de los recursos disponibles han demostrado ser elementos clave en la construcción de una relación de confianza con los clientes, permitiendo que la empresa sea percibida como un aliado en la administración de sus propiedades.

El establecimiento de canales de comunicación y retroalimentación efectivos con los clientes permitió la mejora continua de los servicios ofrecidos y la adaptación a las tendencias y necesidades emergentes del mercado inmobiliario en Calderón, la estrategia ha sido fundamental para mantener la relevancia y competitividad de la empresa, asegurando que se mantenga en sintonía con las expectativas de los clientes y ofreciendo un servicio que evoluciona en respuesta a sus comentarios y requerimientos.

RECOMENDACIONES

Continuar utilizando la estructura Canvas como una herramienta de planificación estratégica para adaptarse a los cambios del mercado inmobiliario de Calderón. Se sugiere realizar revisiones periódicas del modelo de negocio para identificar oportunidades de mejora y ajustar los servicios de administración de bienes inmuebles de acuerdo con las tendencias y demandas emergentes.

Realizar estudios de mercado de forma regular para mantenerse actualizado sobre las necesidades y expectativas de los clientes. La empresa debe adaptarse continuamente a los cambios del mercado inmobiliario, implementando estrategias que respondan a las nuevas tendencias y preferencias de propietarios e inquilinos.

Seguir incorporando tecnologías avanzadas y herramientas digitales que mejoren la eficiencia y personalización de los servicios. Se recomienda invertir en plataformas de gestión inmobiliaria y en capacitación del personal para garantizar que la empresa se mantenga competitiva y actualizada con las innovaciones tecnológicas.

Establecer un sistema de seguimiento y evaluación de los procesos de administración y mantenimiento para garantizar su eficacia y eficiencia. La empresa debería implementar un programa de mejora continua, basado en los comentarios de los clientes y la revisión interna de sus operaciones, para optimizar la gestión de los bienes inmuebles.

Desarrollar y mantener una política de comunicación abierta y proactiva con los clientes, utilizando herramientas como encuestas de satisfacción, plataformas digitales y redes sociales, lo cual permitirá obtener retroalimentación valiosa y

oportuna, facilitando la mejora continua de los servicios y la adaptación a las demandas del mercado.

Referencias

- Álvarez, L., Blanco, R., & García, M. (2020). La inversión extranjera en el mercado inmobiliario residencial español entre 2007 y 2019. *Boletín Económico*, 2/2020. <https://ideas.repec.org//a/bde/joures/y2020i06daan14.html>
- Álvarez, S., Romero, A., Estupiñán, J., & Ponce, D. (2021). Selección del docente tutor basado en la calidad de la docencia en metodología de la investigación. *Conrado*, 17(80), 88-94.
- Atehortúa, F., & Zwerg, A. (2019). Metodología de la investigación: Más que una receta. *AD-minister*, 20, Article 20.
- Bardales, J. (2021). La investigación científica: Su importancia en la formación de investigadores. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(3), Article 3. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i3.476
- Beltrán, D., Delgado, J., & Molina, J. (2024). *Asesoramiento para mejorar las ventas de la vivienda VIS en la inmobiliaria DAB S.A.S. en Armenia—Quindío*. <http://hdl.handle.net/11396/8254>
- Cabrera, N. (2019). Mercado inmobiliario y metamorfosis urbana en ciudades intermedias. Gringolandia en Cuenca: La tierra prometida. *Bitácora Urbano Territorial*, 29(1), 91-100. <https://doi.org/10.15446/bitacora.v29n1.75223>
- Carrillo, P., & Carlos, J. (2019). Redes neuronales artificiales, una aplicación al mercado inmobiliario habitacional de segmento medio de la ciudad de Morelia Michoacán, México. *Revista nicolaita de estudios económicos*, 14(1), Article 1.

- Córdoba, N., Astorquia, L. E., Alegrechy, A., Díaz, A., Luques, V., & Medina, O. (2023). *Metodología de la investigación I*.
<http://rehip.unr.edu.ar/xmlui/handle/2133/25465>
- Cuevas, M., Galicia, A., & Campos, G. (2021). El Pueblo de Xoco: De lo originario al mercado inmobiliario. *URBS. Revista de Estudios Urbanos y Ciencias Sociales*, 101-113.
- Echeverría, L., & Morocho, F. (2024). *Fortalecimiento del emprendimiento local de la empresa INNOVAR INDUSTRIAL, a través del posicionamiento de mercado en el servicio de ingeniería, proyectos y mantenimiento en el sector inmobiliario*. [masterThesis].
<http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/28257>
- Fernandez, A., & Lamas, M. (2021). *Mercado inmobiliario*.
<https://repositorio.bde.es/handle/123456789/17253>
- Flores, P. (2020). *Modelo CANVAS para el área de negocios en Enlace Negocios Fiduciarios del Distrito Metropolitano de Quito*.
<http://repositorio.tecnologicopichincha.edu.ec/handle/123456789/184>
- Gaggero, A., Nemina, P., Gaggero, A., & Nemina, P. (2022). Origen y consolidación de la dolarización del mercado inmobiliario en Argentina. *Ensayos de Economía*, 32(60), 136-159. <https://doi.org/10.15446/ede.v32n60.92443>
- Gómez, G. (2019). *Metodología de la investigación, ¿para qué?: La producción de los datos y los diseños*. 1-274.

- González, N. (2019). *Diseño de un sistema de información para la creación de un modelo dinámico del mercado inmobiliario colombiano*.
<https://riunet.upv.es/handle/10251/128241>
- Guamán, K., Hernández, E., & Lloay, S. (2021). El proyecto de investigación: La metodología de la investigación científica o jurídica. *Conrado*, 17(81), 163-168.
- Guillén, N. (2013). *Producción audiovisual para promocionar los sitios turísticos: Ruinas de Pucará de Rumicucho, El Cerro Catequilla y la Reserva Ecológica Pululahua de la parroquia San Antonio de Pichincha*.
<http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/2364>
- Gutiérrez, J. (2023). La transmisión de la política monetaria al mercado inmobiliario español. *Revista de Estudios Empresariales. Segunda Época*, 127-164.
<https://doi.org/10.17561/ree.n2.2023.7914>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2024). *Home – Instituto Nacional de Estadística y Censos [2024]*.
<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>
- Lerena, N. (2019). *Políticas de renovación urbana y valorización del mercado inmobiliario y de suelo, en el sur de la Ciudad de Buenos Aires: El caso del Distrito Tecnológico. 2008-2018*.
<http://repositorio.filo.uba.ar/handle/filodigital/13603>
- Leyva, J., Guerra, Y., Leyva, J., & Guerra, Y. (2020). Objeto de investigación y campo de acción: Componentes del diseño de una investigación científica. *EDUMECENTRO*, 12(3), 241-260.

- Mantilla, L. (2020). *Estrategia de Marketing Digital para el Proyecto Al Vent Ruitoque Mirador de la Constructora Santandereana Ciudad Ruitoque S.A.S Hacia los Santandereanos que Residen en el Exterior* [Bachelor thesis, Universidad Autónoma de Bucaramanga UNAB].
<https://repository.unab.edu.co/handle/20.500.12749/15078>
- Medinabeitia, W. (2022). *Plan de negocio: Mercado inmobiliario alternativo*.
<http://titula.universidadeuropea.com/handle/20.500.12880/3347>
- Mogrovejo, A., & Calle, A. (2024). Investigación del mercado inmobiliario para el proyecto de construcción de una urbanización en Chilcapamba, Cuenca.
Sociedad & Tecnología, 7(2), Article 2. <https://doi.org/10.51247/st.v7i2.438>
- Núñez, M., & Moya, P. (2023). Mujeres en la casa sevillana (siglo XVI): Análisis del mercado inmobiliario y estudio arquitectónico. *Estoa. Revista de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad de Cuenca*, 12(24), 80-91.
<https://doi.org/10.18537/est.v012.n024.a07>
- Pérez, V., Cortizo, D., & Frediani, J. (2023). Mercado inmobiliario y COVID-19: Precios del suelo y expansión urbana en el partido de La Plata (2018-2022). *Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía*, 32(2), 328-344.
<https://doi.org/10.15446/rcdg.v32n2.104945>
- Pleyán, C. (2020). El mercado inmobiliario en cuba: Carencias legislativas y tributarias - The Real Estate Market in Cuba: Legislative and Tax Deficiencies. *International Journal of Cuban Studies*, 12(1), 135-148.
<https://doi.org/10.13169/intejcubastud.12.1.0135>

- Ríos, O. (2021). *Metodología enfocada a la identificación de oportunidades de inversión en el mercado inmobiliario*. <http://hdl.handle.net/10784/30560>
- Rongvaux, N., & Gonzalez, C. (2021). Políticas de renovación urbana y valorización del mercado inmobiliario y de suelo. Los distritos económicos en la Ciudad de Buenos Aires. *Revista de geografía Norte Grande*, 78, 163-192.
<https://doi.org/10.4067/S0718-34022021000100163>
- Rosales, V. (2022). *Sustentación de caso: Propuesta de mejoras para el modelo de negocio "Vista Inmobiliaria"; empresa del rubro inmobiliario*.
<https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/18399>
- Rubio, J. (2023). Madrid, base de operaciones de un mercado inmobiliario opuesto al derecho a la vivienda. *Mientras tanto*, 227, 22.
- Sánchez, L., & Arroyo, S. (2022). La innovación administrativa y tecnológica como estrategia para enfrentar los retos actuales del mercado inmobiliario en vertical: Una revisión teórica. *Economía: teoría y práctica*, 57, 71-93.
<https://doi.org/10.24275/etypuam/ne/572022/sanchez>
- Silvera, R., Debón, A., & Ribal, F. (2023). Estudio de la autocorrelación espacial en el mercado inmobiliario comercial de la ciudad de Madrid. *Revista de Estudios Empresariales. Segunda época*, 2, 109-126.
- Soares, N., & Sobarzo, O. (2021). La vivienda de interés social y el mercado inmobiliario: Agentes y dinámicas del programa Minha Casa Minha Vida en la ciudad de Pelotas (2009-2016). *Revista de geografía Norte Grande*, 78, 193-213. <https://doi.org/10.4067/S0718-34022021000100193>

- Talavera, F. (2020). Fundamentos Metodológicos de la Investigación: El Génesis del Nuevo Conocimiento. *Revista Scientific*, 5(16), 99-119.
- Urréa, H., Cotto, J., Sánchez, J., Díaz, G., & Saldarriaga, G. (2022). Metodología de la investigación. *ACVENISPROH Académico*.
<https://doi.org/10.47606/ACVEN/ACLIB0017>
- Yanquen, E., Meneses, M., & Vargas, D. (2023). *Informe especial de estabilidad financiera: Análisis de la cartera y del mercado inmobiliario en Colombia - Primer semestre de 2023*.
<https://repositorio.banrep.gov.co/handle/20.500.12134/10663>
- Yescas, T. (2023, noviembre). *Propuesta de un modelo de negocios de servicios de arrendamiento inmobiliario aplicando la metodología Canvas para estudiantes universitarios en la Agencia Acatlima, Oaxaca*. [Tesis de Maestría]. Universidad Tecnológica de la Mixteca. <https://www.your-domain.com/your-page.html>
- Zambrano, P., Toledo, C., & Menéndez, M. (2020). Metodología de la Investigación. *Biblioteca Colloquium*.
<https://www.colloquiumbiblioteca.com/index.php/web/article/view/26>
- Zúñiga, P., Cedeño, R., & Palacios, I. (2023). Metodología de la investigación científica: Guía práctica. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(4), 9723-9762. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i4.7658

Anexos

Anexo 1 Encuesta

1. ¿Cuál es su principal preocupación al contratar un servicio de administración de bienes inmuebles?

Seguridad y confiabilidad del servicio

Costo del servicio

Calidad y rapidez en la resolución de problemas

2. ¿Qué tipo de propiedad posee en Calderón?

Residencial

Comercial

Mixto

3. ¿Con qué frecuencia utiliza servicios de administración de bienes inmuebles?

Mensualmente

Anualmente

Nunca

4. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de administración de bienes inmuebles?

Menos de \$100 al mes

Entre \$100 y \$300 al mes

Más de \$300 al mes

5. ¿Qué factor considera más importante al elegir un servicio de administración de bienes inmuebles?

Experiencia y reputación de la empresa	
Oferta de servicios adicionales	

Ubicación y accesibilidad de la empresa	
---	--

6. ¿Cómo evaluaría la importancia de la transparencia en la gestión de su propiedad?

Extremadamente importante
 Moderadamente importante
 Poco importante

7. ¿Cuál de las siguientes áreas geográficas considera más atractiva para la administración de bienes?

Centro de Calderón
 Periferia de Calderón
 Áreas comerciales específicas de Calderón



NOMBRE DEL TRABAJO

PROYECTO INTEGRADOR- SISALEMA JO
SE.doc

RECUENTO DE PALABRAS

26566 Words

RECUENTO DE CARACTERES

152207 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

140 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

2.6MB

FECHA DE ENTREGA

Nov 2, 2024 6:53 AM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Nov 2, 2024 6:55 AM GMT-5

● 10% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 10% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 2% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)
- Bloques de texto excluidos manualmente