



Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí

Facultad de Ciencias Sociales, Derecho y Bienestar

Carrera Economía

Tema:

“Proyecto de inversión para implementar una agencia inmobiliaria especializada en cubrir las necesidades de vivienda temporal para los estudiantes de la Comunidad Universitaria en la ciudad de Manta”

Trabajo Final de Titulación

Previa la Obtención del Título de:

Economista

Autores:

Loor Mero Melanie Jacqueline

Rivas Figueroa Jonathan Dionicio

Tutor Designado:

Ing. Juan Carlos Anchundia

Manta - Ecuador

2023

CERTIFICACIÓN DE TUTORÍA



Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí

Facultad de Ciencias Sociales, Derecho y Bienestar

Ing. Juan Carlos Anchundia Rodríguez, Docente titular y Director de la carrera de Economía de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, en calidad de tutor del proyecto de inversión, de la carrera de economía titulado: *“Proyecto de inversión para implementar una agencia inmobiliaria especializada en cubrir las necesidades de vivienda temporal para los estudiantes de la Comunidad Universitaria en la ciudad de Manta”*.

CERTIFICO

Que el proyecto de inversión antes mencionado, ha sido realizado bajo mi tutoría y vigilancia periódica en su realización entera por mis tutorados: Loor Mero Melanie Jacqueline con número de cédula 131500220-2 y Rivas Figueroa Jonathan Dionicio con número de cédula 131632450-6, con el propósito de obtener el Título de Economista, en cumplimiento con las normativas establecidas para este fin.

X

Ing. Juan Carlos Anchundia Rodríguez.
Docente tutor

DECLARACIÓN JURAMENTADA DE AUTORIA

Nosotros Loo Mero Melanie Jacqueline y Rivas Figueroa Jonathan Dionicio, autores del proyecto e inversión titulado: *“Proyecto de inversión para implementar una agencia inmobiliaria especializada en cubrir las necesidades de vivienda temporal para los estudiantes de la Comunidad Universitaria en la ciudad de Manta”*, certificamos que el contenido de este documento es de carácter autónoma y original.

Todas las fuentes han sido correctamente citadas y reconocidas, siguiendo las normas académicas correspondiente.

Respetamos los derechos intelectuales de tercero, asegurando que no existe ningún plagio en nuestro trabajo de investigación y asumimos con plena responsabilidad el contenido presentado.

X

Loo Mero Melanie Jacqueline
131500220-2

X

Rivas Figueroa Jonathan Dionicio
131632450-6

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL



Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí

Facultad de Ciencias Sociales, Derecho y Bienestar

TEMA: *“Proyecto de inversión para implementar una agencia inmobiliaria especializada en cubrir las necesidades de vivienda temporal para los estudiantes de la Comunidad Universitaria en la ciudad de Manta”*

Autores: Loor Mero Melanie Jacqueline y Rivas Figueroa Jonathan Dionicio

PROYECTO DE INVERSIÓN

Sometidos a consideración del Tribunal de Revisión, Sustentación y Legalización de la Unidad de Titulación de la Carrera “Economía” Facultad de Ciencias Sociales, Derecho y Bienestar, certificamos que esta investigación está aprobada para continuar con el trámite previo a la obtención del Título de Economista.

X

Ing. Juana Carlos Anchundia
Director de Tesis

X

Lic. Diana Castro
Secretaria

X

Ec.on Carlos Vera
Tribunal 1

X

Ing. Carlos Muñoz
Tribunal 2

AGRADECIMIENTOS

“El señor es mi pastor nada me faltará, en verdes valles me hará descansar, a las aguas tranquilas me conduce”

Salmo 23-

En primer lugar, quiero darle gracias a Dios quien es mi guía en cada momento y creador del mundo y su gente.

En segundo lugar, quiero darles gracias a mis padres: SRA. Jacqueline Yecenia Mero Bailón y SR. Jhon Emilio Loor Almeida ya que sin su amor, crianza y dedicación no podría haberme convertido en lo que soy ahora. A mis hermanos Loor Mero Anthony Emilio, Loor Mero Gema Diaren y Loor Mero Cruz Natalia, sin ellos este logro no hubiese podido ser posible, que esto sea un gesto de amor fraternal y gratitud por las enseñanzas previas.

En tercer lugar, quiero agradecer a todos mis maestros y profesores quienes me han otorgado a través de su profesión el conocimiento necesario para poder llegar a esta instancia de mi vida académica, en especial a aquellos que me dieron la oportunidad de demostrar mis capacidades. Entre ellos a mi tutor: Ing. Juan Carlos Anchundia Rodríguez, Ing. Carlos Muñoz, Econ. Elvira Rodríguez y Econ. Yira Menéndez.

Por último y no menos importante, quiero darle gracias a mi mejor amigo, sin su compañía, consejos y amistad no hubiese podido seguir en mi proceso académico, a quien estuvo para escucharme y alentarme a pesar de cada situación presentada. A mi casi economista Palma Mero Anthony Daniel.

-Loor Mero Melanie Jacqueline

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi hermano Loo Mero Anthony Emilio, cuya inspiración, apoyo y amor incondicional han sido la fuerza impulsora detrás de este logro. Su constante aliento y confianza en mí han sido esenciales para superar los desafíos y alcanzar esta meta. Esperando cumplir con sus expectativas y algún poder llegar a tener el conocimiento, la empatía y nivel académico de él, con amor tu hermanita menor.

-Loo Mero Melanie Jacqueline

AGRADECIMIENTOS

Quiero expresar mi más profundo agradecimiento a todas las personas e instituciones que han sido fundamentales en la realización de esta tesis.

En primer lugar, agradezco a mis abuelos por su amor incondicional, cuidado y crianza, los cuales han sido pilares invaluable en mi vida y en el desarrollo de mi carrera académica. Su sabiduría y apoyo constante han sido un faro en momentos de incertidumbre.

A mis queridos tíos y toda mi familia extendida, les agradezco por su constante apoyo en diversas formas a lo largo de mi vida. Sus palabras de ánimo, consejos y ejemplo han sido inspiradores y motivadores durante este proceso.

Agradezco especialmente a Melanie Loor, mi compañera de tesis, por su colaboración, dedicación y paciencia en cada etapa de este proyecto. Trabajar juntos ha sido una experiencia enriquecedora y memorable.

No puedo dejar de mencionar a mi tutor de tesis, el Ing. Juan Carlos Anchundia, por su guía experta, compromiso y valiosos aportes que han enriquecido significativamente este trabajo. Su orientación y apoyo fueron fundamentales para alcanzar los objetivos planteados.

A la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (ULEAM), agradezco por brindarme el espacio académico y los recursos necesarios para realizar este proyecto de investigación. El ambiente de aprendizaje y la infraestructura facilitaron enormemente mi desarrollo profesional y personal.

Por último, a todas las personas que de una u otra manera contribuyeron en este camino, ya sea con sus enseñanzas, críticas constructivas o ánimos, les doy mi más sincero

agradecimiento. Su apoyo ha sido invaluable y ha marcado una diferencia significativa en mi trayectoria académica.

Este logro no solo es mío, sino también de todos aquellos que han creído en mí y han estado a mi lado durante este viaje. ¡Gracias de corazón por formar parte de este importante capítulo de mi vida académica!

-Rivas Figueroa Jonathan Dionicio

DEDICATORIA

"Dedico este trabajo con profundo cariño y gratitud a mis queridos abuelos y tíos, quienes han sido mi constante fuente de apoyo, sabiduría y amor incondicional a lo largo de mi vida. Sus consejos, historias y ejemplo han sido mi guía hasta alcanzar este logro. Agradezco infinitamente su dedicación y perseverancia, pues cada palabra escrita refleja su influencia en mí. Con todo mi afecto y reconocimiento, esta tesis es un sincero homenaje a su legado y al profundo impacto que han tenido en mi desarrollo académico y personal. Siempre llevaré conmigo su inspiración y valores en el corazón."

-Rivas Figueroa Jonathan Dionicio

ÍNDICE

CERTIFICACIÓN DE TUTORÍA	¡Error! Marcador no definido.
DECLARACIÓN JURAMENTADA DE AUTORIA.....	¡Error! Marcador no definido.
CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL	IV
AGRADECIMIENTOS	V
DEDICATORIA.....	VI
AGRADECIMIENTOS.....	VII
DEDICATORIA.....	IX
ÍNDICE.....	X
INDICE DE TABLAS.....	XIII
Resumen.....	1
Introducción	2
Capítulo 1: El problema de la investigación.....	3
1.1 Tema del Proyecto.....	3
1.2 Planteamiento del problema	3
1.3 Delimitación del problema	5
1.4 Objetivos	6
1.4.1. Objetivo general	6
1.4.2. Objetivos específicos	6
1.5 Justificación.....	6
Capítulo 2: Marco conceptual.....	7
2.1 Antecedentes de la investigación.....	7
2.2 Marco conceptual.....	12
2.2.1. Definición de mercado inmobiliario	12
2.2.2. Definición de intermediación inmobiliaria.	13
2.2.3. Diferentes modelos y estrategias de intermediación	14
2.2.4. Definición de demanda y oferta en el mercado de alquileres para estudiantes. .	16
Capítulo 3: Marco Metodológico.....	17
3.1 Tipo y diseño de investigación	17
3.2 Técnicas de recolección de datos	17
3.3 Área de estudio, población y muestra	17
3.3.1. Área de estudio.....	17

3.3.2. Población.....	18
3.3.3. Cálculo de muestra	19
Capítulo 4: Plan operativo-operacional y estudio organizacional.....	21
4.1 Planteamiento formal de la propuesta	21
4.1.1. Nombre del proyecto.....	21
4.1.1.1. Dirección de correo y página Web	21
4.1.1.2. Información de contacto.....	22
4.1.2. Resumen general del proyecto A´KASA S.A.....	22
4.1.3. Misión.....	23
4.1.4. Visión.....	23
4.1.5. Análisis FODA de la propuesta	23
4.1.5.1. Fortalezas.....	23
4.1.5.2. Oportunidades.....	24
4.1.5.3. Debilidades.....	24
4.1.5.4. Amenazas	24
4.1.5.5. Estrategias FO, DO, FA, DA.....	25
4.1.6. Estructural legal de la propuesta A´KASA S.A	26
4.1.7. Socios de accionistas de A´KASA S.A	27
4.1.8. Organigrama institucional.....	27
4.1.9. Funciones	28
4.1.9.1. Funciones del administrador general.....	28
4.1.9.2. Funciones del Gestor comercial y de operaciones.....	28
4.1.9.4. Funciones del Gestor legal.....	29
4.1.9.5. Funciones del Gestor de Marketing:	29
4.1.9.6. Funciones del Gestor Contable:.....	30
4.1.10. Valores	30
4.2 Estudio de mercado y viabilidad comercial.....	31
4.2.1. Estudio de mercado de la demanda inmobiliaria de la comunidad universitaria de Manta	31
4.2.2. Estudio de mercado de la oferta inmobiliaria de la comunidad universitaria de Manta	49
4.2.3. Información sobre la competencia	61
4.2.4. Información sobre clientes potenciales	63

4.2.5. Caracterización del cliente meta.....	66
4.2.6 Determinantes de la demanda.....	67
4.2.7. Análisis de Macroentorno	69
4.2.8. Estrategias derivadas del estudio PESTEL	70
4.2.9. Plan de marketing-Marketing MIX	71
4.3 Estudio legal	75
4.3.1. Patentes y permisos.....	75
4.3.2. Sistema tributario legal	78
4.3.3. Leyes relacionadas a las actividades de intermediación inmobiliaria.....	79
4.4 Estudio técnico	81
4.4.1. Ubicación de planta.....	81
4.4.1. Macro localización	81
4.4.2. Micro localización.....	82
4.4.3. Arquitectura de la página Web-SEO y APP	83
4.4.4. Diagrama productivo de intermediación	70
4.4.5. Tamaño y capacidad del Proyecto.....	70
4.4.6. Requerimientos de materia prima, insumos y materiales.....	70
4.4.7. Requerimiento de mano de obra directa e indirecta	71
4.4.8. Requerimiento de activos fijos para área operativa	71
4.5 Estudio financiero	72
4.5.1. Horizonte de tiempo del plan financiero.....	72
4.5.2. Plan de inversión.....	72
4.5.3. Plan de financiamiento	73
4.5.5. Proyecciones	74
4.5.6. Estado de pérdidas y ganancias proyectado.....	75
4.5.7. Balance General proyectado	77
Capítulo 5. Evaluación de la propuesta A´KASA S.A.....	78
5.1 Evaluación financiera	78
5.1.1 Flujo de caja	78
5.1.2. Ratios financieros y punto de equilibrio.....	79
5.1.2. Evaluación financiera	82
5.1.5. Análisis de sensibilidad.....	83

5.2. Evaluación económica del proyecto	84
5.2.1. Flujo de caja	84
5.2.2. Beneficios y costos económicos	85
5.2.3. Evaluación económica	87
5.2.4. Análisis de sensibilidad	87
5.3. Resultados y Conclusiones	89
BIBLIOGRAFÍA	90
ANEXOS	93
Anexos 1. Cuestionario para estudiantes	93
Anexos 2. Cuestionario para arrendatarios	95

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Estrategias FO, DO, FA, DA	25
Tabla 2 Resultados de pregunta introductoria 1	31
Tabla 3 Resultados de pregunta introductoria 2.....	32
Tabla 4 Carrera cursante de los encuestados.....	33
Tabla 5 Nivel de estudio cursante del encuestado.....	35
Tabla 6 Residencia actual del encuestado	36
Tabla 7 Dificultades encontradas en la búsqueda de alquileres	37
Tabla 8 Mecanismos de búsquedas a la hora de alquilar un departamento.....	38
Tabla 9 Presupuesto destinado al alquiler	39
Tabla 10 Disposición de pago por un departamento	41
Tabla 11 Nivel de aceptación de la propuesta.....	42
Tabla 12 Preferencias en el alquiler de departamentos	43
Tabla 13 Preferencia sobre la ubicación de los apartamentos.....	44
Tabla 14 Disposición de pago por el servicio de intermediación	45
Tabla 15 Nivel de aceptación de la propuesta A´KASA.....	46

Tabla 16 Observaciones generales sobre la propuesta planteada.....	47
Tabla 17 Edad de los propietarios de apartamentos.....	49
Tabla 18 Género de los propietarios encuestados	50
Tabla 19 Ubicación de los inmuebles	51
Tabla 20 Disposición de departamentos para la comunidad universitaria de Manta	52
Tabla 21 Departamentos disponibles para la comunidad universitaria de Manta.....	53
Tabla 22 Nivel de dificultad a la hora de arrendar.....	54
Tabla 23 Principales dificultades encontrados en el proceso de concretar el alquiler	55
Tabla 24 Nivel de aceptación de la propuesta A´KASA.....	56
Tabla 25 Disposición de pago por el servicio de intermediación	57
Tabla 26 Preferencias sobre servicios de intermediación	58
Tabla 27 Factores de importancia a la hora de elegir una empresa intermediaria	59
Tabla 28 Observaciones relacionadas a la propuesta	61
Tabla 29 Determinantes de la demanda-lado de oferta.....	67
Tabla 30 Determinantes de la demanda- lado de demanda.....	68
Tabla 31 Análisis PESTEL	69
Tabla 32 Servicios a ofrecer a la demanda.....	72
Tabla 33 Servicio a ofrecer a la oferta	73
Tabla 34 Precio y especificación del servicio- lado demanda	70
Tabla 35 Precio y especificación del servicio-Lado oferta	71
Tabla 36 Requerimientos de insumos y materiales.....	70
Tabla 37 Requerimiento de mano de obra directa e indirecta.....	71
Tabla 38 Requerimiento de activo intangible	71

Tabla 39 Inversión inicial de A´KASA S.A.....	72
Tabla 40 Inversión en capital de trabajo	72
Tabla 41 Origen del financiamiento.....	73
Tabla 42 Tabla de amortización.....	73
Tabla 43 Capacidad de producción	74
Tabla 44 Programa de ventas	74
Tabla 45 Proyección sobre los cobros y gastos.....	75
Tabla 46 Estado de Resultados proyectado.....	76
Tabla 47 Proyección del Balance General	77
Tabla 48 Flujo de Caja con financiamiento	79
Tabla 49 Ratio de liquidez corriente	80
Tabla 50 Capital de trabajo	80
Tabla 51 Ratio de apalancamiento	80
Tabla 52 ROE.....	81
Tabla 53 Punto equilibrio en dólares.....	81
Tabla 54 Punto de equilibrio en unidades producidas.....	81
Tabla 55 Evaluación financiera del proyecto.....	83
Tabla 56 Análisis de sensibilidad en la producción	83
Tabla 57 Análisis de sensibilidad en el precio	84
Tabla 58 Flujo de Caja sin financiamiento.....	84
Tabla 59 Cambios en la utilidad neta.....	85
Tabla 60 Cambios en el patrimonio	86
Tabla 61 Evaluación económica del proyecto.....	87

Tabla 62 Análisis de sensibilidad en el precio (SF).....	88
Tabla 63 Análisis de sensibilidad en la producción (SF).....	88

Resumen

El presente proyecto de inversión tiene como objetivo captar la creciente demanda de arriendos temporales que genera la comunidad universitaria de Manta, mediante la creación de una empresa inmobiliaria de tipo intermediaria especializada en cubrir las necesidades de vivienda temporal de los estudiantes.

Dentro del marco temático de este proyecto podremos explorar durante el primer capítulo la identificación del problema de investigación, enfocándose en dar una pequeña conceptualización sobre la interacción del sector inmobiliario del Ecuador y específicamente en la ciudad de Manta. Además, se proporcionará un detalle claro de los objetivos y las razones fundamentales que justifican la realización de este proyecto.

De la misma forma, durante el transcurso del segundo capítulo cuya esencia es el marco conceptual, se expondrán los fundamentos teóricos que sustentan este proyecto de inversión, incluidos los antecedentes y las definiciones claves para su realización.

Para efectos de este, el tercer capítulo nos muestra la metodología aplicada para determinar la oferta y demanda existente, utilizando información de fuente primaria como son las encuestas, las cuales nos darán una visión clara sobre el mercado con respecto a la propuesta y a su vez estimar una demanda futura que genere la idea planteada en este proyecto.

Durante el desarrollo del cuarto capítulo podremos visualizar con precisión los resultados del estudio de mercado, los márgenes del plan técnico-operacional, el estudio administrativo y financiero de la propuesta en cuestión.

Para terminar el desenlace de este proyecto, el quinto capítulo presenta las viabilidades pertinentes al estudio, así como la conclusión de la evaluación exhaustiva realizada. Este capítulo

no solo sintetizará los hallazgos clave obtenidos durante la planificación del proyecto, sino que también proporcionará orientaciones prácticas y estratégicas para mejorar la implementación futura y maximizar beneficios.

Introducción

La educación superior en la ciudad de Manta ha experimentado un crecimiento exponencial en los últimos años, atrayendo a un flujo constante de estudiantes ávidos por alcanzar sus metas académicas y profesionales. Sin embargo, este auge educativo ha planteado un desafío latente: la provisión de viviendas temporales que satisfagan las necesidades específicas y cambiantes de esta población en constante movimiento. Conscientes de esta demanda imperante, surge la iniciativa de establecer una agencia inmobiliaria de tipo intermediaria especializada y dedicada a articular de manera eficiente la oferta y la demanda de alojamiento estudiantil en la ciudad de Manta.

Este proyecto de inversión representa un paso significativo hacia la mejora de la experiencia universitaria, ya que busca proporcionar a los estudiantes un entorno habitacional que no solo sea cómodo y funcional, sino que también fomente un ambiente propicio para el aprendizaje y el crecimiento personal. A través de un riguroso proceso de selección y búsqueda de propiedades, la agencia propuesta se compromete a ofrecer alternativas de arriendo que se ajusten a las necesidades específicas de cada estudiante, asegurando así un entorno propicio para la concentración, la interacción social y el desarrollo integral.

En este contexto, la siguiente investigación se erige como un análisis detallado y exhaustivo de la propuesta de este proyecto de inversión, abordando aspectos cruciales que van desde el estudio de mercado y el análisis financiero hasta las estrategias de marketing y gestión

operativa. A través de un enfoque multidisciplinario, se busca no solo viabilizar la creación y consolidación de la agencia inmobiliaria, sino también contribuir de manera significativa a la calidad de vida y bienestar de la comunidad universitaria de Manta.

A lo largo de las siguientes secciones, se desarrollarán con minuciosidad los fundamentos, objetivos y estrategias que sustentan este proyecto, proporcionando una visión integral y detallada de la iniciativa.

Capítulo 1: El problema de la investigación

1.1 Tema del Proyecto

“Proyecto de inversión para implementar una agencia inmobiliaria especializada en cubrir las necesidades de vivienda temporal para los estudiantes de la Comunidad Universitaria en la ciudad de Manta”

1.2 Planteamiento del problema

A pesar de los significativos cambios socioeconómicos experimentados por Ecuador en los últimos 15 años, el sector inmobiliario se mantiene como un pilar esencial, dinamizado por la generación de inversiones pública y privada, así como la implementación de políticas públicas eficientes. Estos factores han impulsado no solo el crecimiento del sector de la construcción y la educación, sino también del mercado inmobiliario, contribuyendo al concepto de desarrollo sostenible y mejorando la calidad de vida de la población.

El mercado inmobiliario ecuatoriano se distingue por la diversidad de proyectos habitacionales, desde terrenos hasta complejos residenciales, destinados tanto a alojamientos permanentes como temporales. Empresas nacionales y extranjeras, así como pequeñas

constructoras independientes, han participado activamente en este dinámico panorama (Franco y Escobar, 2018). Según datos actuales de (Market Wacht), el mercado inmobiliario en Ecuador experimenta un crecimiento constante, alcanzando hasta 2,1 millones de dólares y manteniendo un alza del 8.17% anual en sus precios por m² en ciudades clave como Guayaquil y Quito.

Por otro lado, Manta, Machala, Samborondón, Santo Domingo y Ambato se perciben como mercados con potencial de crecimiento. Es especialmente destacable el pequeño boom inmobiliario que ha caracterizado a Manta en los últimos 3 años, generando no solo un impulso en el sector constructor sino también oportunidades de empleo indirectas en diversos sectores gracias a la atracción de estudiantes, turistas y nuevos residentes de diferentes ciudades (El Mercurio, 2023).

No obstante, la dinámica del sector inmobiliario es intrínsecamente cíclica y vulnerable a factores económicos. El impacto de la situación económica del país, marcada por un alto nivel de endeudamiento, los bajos precios del petróleo a nivel internacional y los elevados niveles de desempleo, ha afectado la velocidad de ventas y la estabilidad del sector. A nivel interno, las empresas inmobiliarias en Ecuador enfrentan desafíos significativos, como el inadecuado manejo y elaboración de los estados de flujo, la limitada contribución de los socios en proyectos importantes y las diferentes restricciones legales en cada una de las ciudades y cantones del país, (Intriago y Rojas, 2013).

Dentro de este contexto, la respuesta del sector inmobiliario a las necesidades habitacionales de los estudiantes universitarios se manifiesta como un indicador esencial de su capacidad para generar proyectos inmobiliarios que no solo cumplan con las demandas actuales, sino que también fomenten el desarrollo social a largo plazo. La importancia de estos proyectos se evidencia en su contribución al consumo de bienes y servicios, la generación de empleos

temporales y el impulso de otros sectores económicos asociados a la vivienda temporal de la comunidad universitaria en Manta.

Para abordar los desafíos identificados, se propone una solución activa que implica la creación de una empresa inmobiliaria intermediaria capaz de satisfacer la demanda y oferta de viviendas temporales de la comunidad universitaria. Pretendiendo responder a la siguiente pregunta: ¿Cuáles son los factores clave que influyen en la creación y operación exitosa de una empresa inmobiliaria intermediaria para estudiantes universitarios en Manta, Ecuador?

Al mismo tiempo esta solución se concibe como un medio para promover el financiamiento y la asesoría a las entidades del sector inmobiliario en Manta, facilitando un manejo responsable y seguro de los fondos dirigidos hacia la ejecución de proyectos ayudando sentar las bases para un crecimiento sostenible y equitativo del mercado inmobiliario en Manta y, por extensión, en todo Ecuador.

1.3 Delimitación del problema

Temporal: El desarrollo de la propuesta de inversión tendrá una duración de 17 meses consecutivos, es decir, desde agosto del 2024 hasta diciembre del 2025.

Geográfico: El proyecto e investigación se llevará a cabo en la ciudad de Manta, provincia de Manabí, Ecuador

Teórico: A nivel teórico la elaboración de este proyecto de inversión se basa en la teoría del ciclo del mercado inmobiliario de (Hoyt, 1933), en él se explica el funcionamiento de los ciclos de inversión y como estas afectan a la oferta y demanda. De la misma forma, nos indica los conceptos relevantes para identificar cual es el mejor momento para invertir en el mercado inmobiliario. De la misma forma este proyecto se inclina hacia la teoría de oferta y demanda de

(Smith) ya que la demanda inmobiliaria representa la cantidad de propiedades que los compradores o inquilinos están dispuestos a adquirir en un momento dado, afectando directamente a los precios y rentabilidad de proyecto. De esta forma podremos diagnosticar la viabilidad de la creación de esta propuesta.

1.4 Objetivos

1.4.1. Objetivo general

Evaluar la viabilidad de establecer una empresa inmobiliaria intermediaria para estudiantes universitarios en Manta

1.4.2. Objetivos específicos

- Analizar la demanda actual de departamentos y alquileres para estudiantes en la ciudad de Manta.
- Analizar la oferta de viviendas temporales y departamentos en la ciudad de Manta
- Investigar los aspectos legales y regulatorios relacionados con la creación de una empresa inmobiliaria intermediaria.
- Diseñar un plan de negocios para la empresa propuesta.

1.5 Justificación

El propósito central de esta investigación es ofrecer contribuciones significativas al sector inmobiliario y académico mediante soluciones innovadoras y sostenibles para satisfacer la creciente demanda de vivienda temporal entre la comunidad universitaria de Manta, Ecuador. La escasez de información específica sobre el mercado de alquileres en esta ciudad subraya la

necesidad urgente de desarrollar un enfoque empresarial integral que integre criterios teóricos y datos empíricos.

En el ámbito teórico, este estudio pretende enriquecer la literatura existente sobre proyectos de inversión enfocados en el arrendamiento de viviendas temporales, estableciendo un nuevo estándar metodológico que oriente tanto a la academia como a los actores del mercado. Desde una perspectiva práctica y social, este proyecto no solo aspira a colmar una brecha en la oferta de vivienda temporal en Manta, sino que busca establecer un estándar para el desarrollo de soluciones habitacionales adaptadas a las necesidades específicas de la comunidad universitaria.

La creación de una empresa inmobiliaria especializada no solo mejorará directamente la calidad de vida de los estudiantes, sino que también desempeñará un papel crucial en el fomento del desarrollo económico local y en la promoción de una integración más profunda entre la universidad y la comunidad circundante. Este proyecto no solo aborda una necesidad urgente en el mercado, sino que también posiciona a Manta como un centro de referencia en innovación y sostenibilidad dentro del sector inmobiliario universitario especializado en alquileres.

Capítulo 2: Marco conceptual

2.1 Antecedentes

El sector inmobiliario como subsector del sector constructor está altamente relacionado con el desarrollo sostenible, esto es debido al vínculo del sector constructor con otros sectores, como la fabricación de vidrio y aluminio; productos de cerámica; muebles de madera; cemento; artículos de hormigón y piedra; sustancias químicas; plásticos y productos metálicos, considerando que estos insumos son utilizados en las primeras etapas de la construcción (Barcia

y Vélez, 2021). Por su parte el sector inmobiliario dinamiza la demanda de servicios relacionados a la construcción facilitando la creación de infraestructura y vivienda, atrayendo inversiones y mejorando la calidad de vida. De esta forma, ambos sectores se consideran elementos cruciales para el dinamismo económico y aumento de la calidad de vida a través de la creación de ciudades más competitivas, integradas y eficientes en el uso de recursos (Muentes y García, 2019).

Esta importancia la explica Magdaleno en 1999, indicando que el sector de la construcción influye en los cambios cíclicos de la economía. La inversión pública en infraestructura, como carreteras y puentes, mejora la productividad del sector privado, este a su vez mejora el poder adquisitivo de los hogares generando un efecto multiplicador sobre la economía en su totalidad. Esto se debe a que estas construcciones, aunque necesarias para la actividad económica privada, son responsabilidad del sector público (Barcia y Vélez, 2021).

Según la (Asociación de Desarrolladores Inmobiliarios- ADI, 2023), Ecuador ha mostrado un crecimiento constante en el sector inmobiliario en los últimos años gracias a la creciente inversión extranjera, incentivos fiscales y programas de financiamiento que fomentan la adquisición de viviendas. Este dinamismo observado puede anticipar el aumento de la demanda de propiedades residenciales y comerciales impulsada por el crecimiento económico sostenido durante los últimos años.

Esto concuerda con el reporte interanual de la (Asociación de promotores inmobiliarios de vivienda del Ecuador-APIVE, 2021), en el cual se indica que a pesar de que el sector inmobiliario en Ecuador enfrentó dificultades para mantener el crecimiento del 18% registrado en 2021, se otorgaron USD 739,1 millones en créditos hipotecarios hasta mayo, un incremento del 16,8% respecto a 2021, con las instituciones financieras privadas aumentando su

participación al 64% y el BIESS incrementando sus créditos en un 24,5%. Dando así un crecimiento interanual del PIB del 3,8%, impulsado por el consumo de los hogares y el gasto gubernamental.

Del mismo modo, la (Asociación de promotores inmobiliarios de vivienda del Ecuador- APIVE, 2021) indica que las principales dificultades a travessadas durante el 2022 fueron, el aumento de precios de insumos importados, descontento social y una reforma tributaria que afectó la liquidez de los hogares. Lo que resultó en una desaceleración del -0,7% en nuevos contratos de construcción hasta mayo, a su vez disminuyendo las reservas en un -0.7%. Del mismo modo la inestabilidad política y económica, así como el incremento de precios redujeron las visitas a proyectos inmobiliarios disminuyeron un -16%, con mayores descensos en Quito (-21,4%) y Guayaquil (-13,8%).

La característica principal del sector inmobiliario en Ecuador es que está constituido por grupos corporativos nacionales y extranjeros, inmobiliarias y constructoras independientes que ofrecen proyectos habitacionales, condominios, conjuntos residenciales, lotizaciones y áreas de terreno particulares (Muentes y García, 2019). Si bien estos están especializados en el desarrollo de viviendas sostenibles, durante los últimos 4 años el mercado de alquileres se ha convertido en una de las áreas de enfoque clave para estos grupos nacionales y extranjeros (Asociación de Desarrolladores Inmobiliarios- ADI, 2023). Mas aún en la provincia de Manabí donde se evidencia un incremento significativo a partir del año 2016, como efecto del terremoto ocurrido el 16 de abril (Barcia y Vélez, 2021).

Esto podría indicar que, aunque el sector inmobiliario opera en el marco de ciertas condiciones sociales, políticas y económicas. Se trata de factores externos que conforman el entorno nacional lo que afecta directamente el desarrollo del sector. Pese a la coyuntura

económica nacional, lo importante a tener en cuenta, en esta materia, desde la perspectiva del sector promotor de vivienda y de construcción, que el crecimiento poblacional y la demanda de vivienda que le corresponde, no se frena mientras se frena la economía, como tampoco crece al lento ritmo que se recupera la construcción, sino de manera mucho más acelerada, lo que se traduce en que el déficit de vivienda se incrementa día a día (Díaz Kovalenko et al., 2022)

En concordancia, (El Mercurio, 2023) indica un crecimiento del interés en vivienda en cuatro de las cinco ciudades medianas en el Ecuador especialmente en la región costera en la que se destaca la ciudad de Manta con el 33% de las búsquedas de alquiler, liderando el crecimiento inmobiliario en Manabí y atrayendo inversiones de hasta USD 100 millones en proyectos de departamentos y urbanizaciones. La zona, es favorecida por su puerto, aeropuerto y atractivo turístico, destacando con proyectos como “Gran Bay Manta del Grupo Campana”. Este auge inmobiliario, impulsado por la industria atunera y una fuerte plusvalía, está creando una gran metrópolis junto con Montecristi, Jaramijó y Portoviejo.

Estos sectores, a pesar de la recesión, han experimentado un crecimiento del 25% en el sector inmobiliario durante el 2023 y dando expectativas de estabilidad para el 2024 (Primicias, 2024). Gracias a esto Manta ha logrado cultivar 434 empresas inmobiliarias con ventas de hasta 19, 697 millones de dólares hasta el 2020. Los años con mayor éxito comercial fueron el año 2015 y el 2018 donde sus ventas generaron hasta 32, 509 dólares por factores antes mencionados como sus atractivos turísticos, inversiones, préstamos hipotecarios y la mejora de la infraestructura a partir del 16A (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del Ecuador- INEC, 2022)

Este incremento en el interés de vivienda también se puede ver reflejada en la demografía del cantón, pues según las estadísticas del (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2024) la

cuidad de Manta, ha incrementado su población en los últimos 14 años, pasando de 226, 477 a 271, 241 habitantes (alrededor del 16,6% de la población Manabita). Si bien este crecimiento ha sido fuente para la expansión y la planificación urbana hasta el 2035 junto al (Banco Mundial, 2021), buscando renovar infraestructuras hídricas, de saneamiento y vialidad. Trayendo como consecuencia la mejora de la distribución de agua potable y la accesibilidad urbana e impulsando el fortalecimiento económico en ciertos sectores como Barbasquillo. Hay otro segmento comercial que se encuentra en constante crecimiento: el mercado inmobiliario especializado en arriendos universitarios.

Esto concuerda con los datos de la (Secretaría de educación superior, ciencia, tecnología e innovación, 2022), pues Manabí registra una tasa de matrículas de 3,68% en educación superior concentrándose en su mayoría en la ciudad de Manta (0,83%), seguida de Portoviejo (0,1%), Jipijapa (0,045%) y Bolívar (0,08%). De esta forma Manta ha recibido un promedio de 12, 132 estudiantes durante los últimos 7 años, entre ellos alumnos correspondientes a ciudades y provincias aledañas.

Los proyectos inmobiliarios actuales están respondiendo a esta demanda, ofreciendo opciones de arriendo que satisfacen las necesidades de los estudiantes universitarios, lo cual a su vez promueve una mayor estabilidad y dinamismo en el mercado inmobiliario local. Entre ellos se puede observar una gran variedad departamentos de alquiler en la barrios y parroquias de la ciudad como: Ciudadela Universitaria, Santa Martha, Barrio Umiña, Ciudadela las Acacias, Barrio Abdón Calderón, 24 de mayo, Santa Mónica, entre otros.

La mayoría del entramado inmobiliario local especializado en alquileres universitarios se caracteriza por propietarios de edificios cerca de la “Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí” que ofrecen diferentes tipos de departamentos. Estas opciones varían desde departamentos

individuales hasta aquellos compartidos por dos o tres personas, lo cual reduce los costos y hace que el alquiler sea más accesible para los estudiantes. Como también dueños de departamentos o casas que viven en afueras de la ciudad y alquilan sus bienes inmuebles a estudiantes para obtener ingresos extras.

2.2 Marco conceptual

2.2.1. Definición de mercado inmobiliario

El mercado inmobiliario se define como aquel mercado en el que se ofertan propiedades (casas, apartamentos, terrenos) a precios que se determinan por medio del comportamiento de la oferta y la demanda. El objetivo de este mercado es establecer precios para el alquiler y la venta de inmuebles, de manera que estos se asignen de manera eficiente a quienes los necesitan. En términos simples, el mercado busca que la cantidad de propiedades disponibles (oferta) coincida con la cantidad de personas que quieren comprarlas o alquilarlas (demanda) al precio que ambas partes acuerdan, lo cual se llama equilibrio entre oferta y demanda (Carmona, 2023).

El mercado inmobiliario tiene recursos limitados, es decir, hay pocas propiedades disponibles. Las personas buscan propiedades por diversas razones como inversión, compra, financiación o alquiler. El mercado asigna estas propiedades equilibrando la oferta y la demanda, y los precios suben o bajan según esta demanda (Carmona, 2023).

En este mercado, no se venden propiedades directamente, sino los derechos de propiedad sobre ellas. De ahí que se distingue tres partes según los intereses de los compradores:

- Mercado de Usuario: Compra de viviendas para vivir.
- Mercado de Inversión: Compra de propiedades para obtener ganancias.

- Mercado de Promoción: Empresas que compran terrenos para construir y vender propiedades.

Estos submercados están conectados. La demanda de viviendas influye en los precios y en las rentas, y esto a su vez afecta la construcción de nuevas propiedades. De manera que la propiedad es única, la información no siempre es clara y los precios cambian lentamente. Este mercado pasa por ciclos de expansión y recesión junto con la economía (Carmona, 2023).

2.2.2. Definición de intermediación inmobiliaria.

Según (Farra, 2019), para entender el término “intermediación inmobiliaria” se debe recurrir al origen de “intermediación” que es la actuación entre diferentes sujetos o cosas, ya sea para resolver un conflicto, como para alcanzar cualquier otro objetivo.

De manera que, se entiende que la intermediación inmobiliaria va más allá de solo conectar la oferta y la demanda del sector inmobiliario sino también de ofrecer información, asesorar, tramitar documentación, gestionar operaciones; e incluso resolver las vicisitudes que existan entre las partes para que puedan llegar a un acuerdo (Farra, 2019).

Por lo cual, el “intermediario” es el/la empresario/a que por cuenta ajena y a cambio de un estímulo monetario o cualquier otro tipo de pago que haya acepto el sujeto, se dedica habitualmente a:

- Presentar u ofrecer la posibilidad de adquirir bienes o servicios a las personas consumidoras.
- Hacer los tratos preliminares para la formalización de un contrato con personas consumidoras y ofertantes.
- Formalizar el contrato con las personas consumidoras y ofertantes.

- Asesoramiento al consumidor sobre el negocio en que se está interviniendo

Distinguiéndose así tres tipos de agentes intermediarios:

- Corredores de bienes raíces: Pueden realizar las mismas funciones que los agentes inmobiliarios, pero también pueden gestionar agentes, mediar en disputas legales y manejar transacciones financieras relacionadas con impuestos y seguros.
- Promotores inmobiliarios: Lideran y coordinan proyectos de construcción, desde el diseño hasta la entrega de las viviendas. Son responsables de maximizar el valor del terreno y cumplir con las obligaciones legales, como gestionar licencias y asegurar la documentación de la obra.
- Gestores de propiedades: Ofrecen servicios de intermediación, gestión y asesoramiento en compraventa, alquiler o cesión de inmuebles. Sus tareas incluyen fotografiar propiedades, elaborar anuncios, registrar nuevos inmuebles, valorar viviendas y crear estrategias de promoción. Estos profesionales, ya sean independientes o parte de una agencia, son esenciales para facilitar las transacciones inmobiliarias y ofrecer asesoramiento experto

2.2.3. Diferentes modelos y estrategias de intermediación

Un modelo de negocio inmobiliario intermediario es una estructura estratégica que define como una empresa o agente inmobiliario intermediario crea, entrega y captura valor en el mercado inmobiliario. Estos abarcan diversas actividades y enfoques que se pueden tomar en el sector para generar ingresos y crecer. Entre ellos los siguientes modelos:

- **Modelo de intermediación tradicional**

En este modelo la empresa actúa como un intermediario entre compradores y vendedores, ganando comisiones por cada venta realizada, por cada alquiler realizado o por la gestión de los bienes inmuebles de los ofertantes (Inmogesco, 2023).

La característica principal de este modelo es la realización de contratos de exclusividad y de gestión con los ofertantes, así como también la realización de contratos de compraventa, de promeso de venta, de opción de compra y de alquiler. En estos se detallan las condiciones legales, comisiones y datos relevantes del bien inmueble a vender o alquilar (Inmogesco, 2023).

- **Modelo de intermediación especializada o Boutique**

En este modelo la empresa busca especializarse en un nicho de mercado específico como las propiedades comerciales, residenciales o vacacionales de alto valor. En este modelo la empresa gana comisiones y tarifas premium por su servicio especializado en áreas de alto valor comercial sirviendo de intermediarios entre ofertantes y demandantes VIP (Inmogesco, 2023).

- **Modelo de intermediación como plataforma inmobiliaria**

La característica principal en este modelo es que la empresa actúa como medio de conciliación entre compradores y vendedores por medio de plataformas online en las que operan mostrando los bienes inmuebles a fin de dar a conocer a diferentes propiedades a negociar. En este modelo la empresa gana comisiones por medio de la suscripción, tarifas por listados destacados o por ventas realizadas a través de la plataforma (Inmogesco, 2023).

2.2.4. Definición de demanda y oferta en el mercado de alquileres para estudiantes.

Según (Rojas et al., 2022) para entender la demanda de alquileres para estudiantes primero se debe entender conceptos como:

- La palabra "foráneo" proviene del término "foráneos" del latín tardío. Se utiliza para describir a una persona que es desconocida o extranjera, que viene de otra ciudad, país o región, y puede referirse a personas, objetos, costumbres, entre otros (Rojas et al., 2022).
- Un estudiante es una persona que se dedica principalmente a estudiar, con el propósito de aprender sobre diferentes materias, áreas o temas, abarcando desde lo básico hasta lo avanzado (Rojas et al., 2022).

Siendo así que la demanda está formada por un estudiante proveniente de un lugar diferente al suyo, con el objetivo de estudiar. Cuya estancia en su nuevo lugar de estudio trae consigo la necesidad de una vivienda temporal.

Por su lado la oferta está constituida por arrendatarios, entendiéndose como arrendatarios al propietario/a de un bien inmueble que desee alquilar un espacio debidamente adecuado a un estudiante que tenga necesidad de vivienda temporal.

Capítulo 3: Marco Metodológico

3.1 Tipo y diseño de investigación

La presente investigación se enmarca en un enfoque cuantitativo de tipo descriptivo y de corte transversal, cuyo objetivo principal es determinar patrones y tendencias de una población en un determinado periodo de tiempo por medio de encuestas a la población objetivo como son estudiantes foráneos y arrendatarios de inmuebles.

3.2 Técnicas de recolección de datos

El instrumento principal de recolección de datos es una encuesta estructurada diseñada para capturar información sobre las preferencias, necesidades y comportamientos de los potenciales compradores y arrendatarios. Las encuestas realizadas incluyen 14 ítems entre preguntas de opción múltiple y abiertas para estudiantes foráneos y 12 ítems entre preguntas de opción múltiple y abiertas para arrendatarios de la zona (véase anexos 1 y 2). Las mismas se realizaron en línea por medio de la herramienta virtual de estadísticas Google forms.

3.3 Área de estudio, población y muestra

3.3.1. Área de estudio

El área de estudio está ubicada en la provincia de Manabí- Ecuador, ciudad de Manta. Específicamente dirigida sobre los estudiantes de la “Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí”, se encuentra ubicada en la Avenida Circunvalación- vía San Mateo. Sus coordenadas geográficas son -0.9463 Latitud y -80.7289 Longitud, limita al norte con el barrio Santa Martha, al sur con el Urb. Manta 2000 y Barbasquillo, al este con el barrio La Época y Abdon Calderon, al oeste con la Cdla. Universitaria y Barrio Umiña

Ilustración 1 Ubicación Geográfica



Fuente: (Google Maps, 2024)

3.3.2. Población

La población está constituida por dos segmentos correspondiente a la demanda y oferta de apartamentos para arriendos universitarios, las mismas se detalla a continuación.

3.3.2.1 Comunidad universitaria de Manta.

Para entender quienes conforman la comunidad universitaria de la ciudad de Manta, se ha acudido al registro de la (Secretaria de educación superior, ciencia, tecnología e innovación) y seleccionado las Universidades de Educación Superior (UES) cuya sede principal se encuentre ubicada en la ciudad de Manta. Siendo así la única la “Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí”.

Si bien, la (Dirección de la carrera de Economía- Facultad de Ciencias Sociales, Derecho y Bienestar, 2024) indica que actualmente la “Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí” con sede en Manta consta de 18, 882 estudiantes matriculados durante el primer semestre del 2024, alrededor del 35.83% de estudiantes tienen una ciudad de domicilio y origen diferente de Manta encontrándose en la mayoría de edad, conformando un total de 6,765 alumnos foráneos.

3.3.2 Arrendatarios o propietarios de inmuebles que desean alquilar sus departamentos a estudiantes universitarios

Para conformar la población de arrendatarios cuyos inmuebles estén disponibles para estudiantes, se han tomado 3 de los barrios más cercanos a la “Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí” correspondientes a los barrios: Flavio Reyes, Santa Martha, Los Eléctricos y Abdón Calderón. De esta forma se han encontrado alrededor de 30 dueños de inmuebles que desean alquilar sus propiedades a estudiantes universitarios.

3.3.3. Cálculo de muestra

Para el cálculo de la muestra se ha utilizado la fórmula estadística de población conocida:

$$n = \frac{N * Z^2 * p * (1-p)}{e^2 (N-1) + Z^2 * p * (1-p)} [1]$$

Donde:

- n: muestra.
- N: población.
- Z: valor zeta.
- p: probabilidad de éxito.
- e: error de la muestra.

Al tener dos poblaciones con diferente estructura y composición, se ha realizado el cálculo de la muestra para cada una de ellas.

3.3.3.1 Muestra para la comunidad universitaria de Manta

Datos para obtener la muestra:

- n:?
- N: 6765.
- Z: 1.96.
- p: 0.5.
- e: 0.10.

Utilizando la fórmula 1, tenemos que:

$$n: \frac{6772 * 3.8416 * 0.25}{0.01 (6771) + 3.8416 * 0.25}$$

$$n: \frac{6503.8288}{67.71 + 0.9604}$$

$$n \approx 95,68$$

$$n = 96 \text{ encuestas}^1$$

Con una población de 6772 personas, un margen de error del 10% y un nivel de confianza del 95%, la muestra es de aproximadamente 96 personas para que los resultados de la investigación sean representativos, con el nivel de precisión y confianza especificados.

3.3.3.2 Muestra para los Arrendatarios o propietarios de inmuebles que desean alquilar sus departamentos a estudiantes universitarios

Datos para obtener la muestra:

- n:?

¹ Debido a las limitaciones encontradas con el tiempo y la disposición de los estudiantes a responder la encuesta se decidió utilizar un margen de error del 10% aunque es muy poco común su utilización, tiene el nivel suficiente para darnos de información sobre la demanda potencial y las tendencias generales sobre la demanda inmobiliaria de la comunidad universitaria de Manta.

- N: 30.
- Z: 1.96.
- p: 0.5.
- e: 0.5.

Utilizando la fórmula 1, tenemos que:

$$n: \frac{30 * 3.8416 * 0.25}{0.025 (29) + 3.8416 * 0.25}$$

$$n: \frac{28.812}{0.0725 + 0.9604}$$

$$n \approx 28,88$$

$$n = 29 \text{ encuestas}$$

Con una población de 30 personas, un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 95%, la muestra es de aproximadamente 29 personas para que los resultados de la investigación sean representativos, con el nivel de precisión y confianza especificados.

Capítulo 4: Plan operativo-operacional y estudio organizacional

4.1 Planteamiento formal de la propuesta

4.1.1. Nombre del proyecto

“A´KASA S.A”

4.1.1.1. Dirección de correo y página Web

Dirección de correo: akasatuempresaconfiable@hotmail.com

Dirección del sitio web: www.akasayoursitieliving.com

4.1.1.2. Información de contacto

0986555847

0998067709

4.1.2. Resumen general del proyecto A'KASA S.A

A'KASA es una empresa inmobiliaria intermediaria, especializada en alquileres para estudiantes universitarios foráneos. Nuestro objetivo es ofrecer un servicio integral que incluya la búsqueda y selección de propiedades, la gestión de contratos y propiedades, así como el asesoramiento y atención personalizada para cada estudiante. De esta forma lograr crear confianza en la marca distinguiéndonos por hacer que el proceso de encontrar y alquilar una propiedad sea simple y libre de estrés para los estudiantes.

Esta propuesta A'KASA surge como una solución imperativa de los problemas que presenta la comunidad universitaria de Manta para encontrar un alojamiento seguro, tranquilo y que cumpla con las necesidades de cada estudiante. Al mismo tiempo, surge como una iniciativa pionera a la especialización de empresas en ciertos sectores como es el caso de la educación superior.

De esta forma, A'KASA se distingue como una empresa inmobiliaria comprometida con el servicio a la comunidad, actuando como mediador para la satisfacción de las necesidades tanto de los estudiantes como de los propietarios de bienes inmuebles. Nuestro propósito es proporcionar un servicio de excelencia tanto para demanda como la oferta de bienes inmuebles de la comunidad universitaria de Manta facilitando la búsqueda y selección de propiedades o

inquilinos, la gestión de contratos y propiedades como mediador de este mercado y a la vez ofreciendo un asesoramiento personalizado a nuestros clientes.

4.1.3. Misión

Nuestra misión es proporcionar soluciones de vivienda y alquiler de alta calidad, asequibles y convenientes. A través de la fusión de elementos de una intermediación inmobiliaria tradicional, una especializada y una plataforma inmobiliaria. De esta manera, no solo formar un canal de comunicación entre la oferta y demanda de apartamentos universitarios sino también mantenernos a la vanguardia de las nuevas tendencias que presente el mercado inmobiliario universitario de la ciudad de Manta.

4.1.4. Visión

Nuestra visión es convertirnos en la opción preferida para los estudiantes universitarios foráneos y los propietarios de inmuebles, ofreciendo servicios innovadores y personalizados. Aspiramos a ser reconocidos por nuestra eficiencia, profesionalismo y dedicación al cliente, estableciendo un nuevo estándar en el mercado de arrendamientos universitarios y creando una comunidad donde la satisfacción de ambas partes sea nuestra principal prioridad

4.1.5. Análisis FODA de la propuesta

Para evaluar las influencias internas y externas que pueden afectar el desenvolvimiento de la propuesta “A’KASA S.A” se ha utilizado la técnica administrativa “FODA”

4.1.5.1. Fortalezas

- Segmentación del mercado inmobiliario específico.
- Ofrecer un servicio integral y asesoramiento personalizado.

- Vínculos sólidos con propietarios de inmuebles y potenciales inquilinos.
- Flexibilidad en las técnicas de intermediación a implementar.

4.1.5.2. Oportunidades

- Crecimiento constante de la demanda de alquileres en la comunidad universitaria de Manta.
- Pocos competidores especializados en este segmento del mercado inmobiliario de Manta.
- Amplio conocimiento del uso de plataformas web y marketing digital inmobiliario.
- Posibilidad de extender la empresa a otras ciudades con el manejo del mismo segmento.

4.1.5.3. Debilidades

- Poco conocimiento de la gestión integral de la empresa.
- Poco acceso a financiamiento.
- Al ser pioneros, no existe un reconocimiento de la marca, ni las actividades empresariales a desarrollar.
- Pocos socios accionistas lo que incurriría en riesgos financieros a futuro.

4.1.5.4. Amenazas

- Poca estabilidad del sector y su comportamiento cíclico.
- Altos niveles de burocracia.

- Similitud de oferta de servicios de empresas inmobiliarias tradicionales.
- Aumento de los impuestos y regulaciones que afecten al costo del servicio ofrecido.

4.1.5.5. Estrategias FO, DO, FA, DA.

Las acciones estratégicas derivadas del análisis “FODA” se detallan en la tabla 1.

Tabla 1 Estrategias FO, DO, FA, DA

Estrategia DO			Estrategia FO	
4,4	Mejorar la gestión integral de la empresa nos ayudaría a extender la propuesta a otras ciudades con el mismo segmento objetivo con mejor precisión y manejo de recursos.	F	1; 1	La atención especializada en este segmento de mercado permite cubrir satisfactoriamente las necesidades específicas del constante crecimiento de la demanda de alquileres universitarios. A través de la personalización de los requerimientos y necesidades de los universitarios
3;2	Al haber pocos competidores especializados en este segmento del mercado inmobiliario de Manta, tenemos la oportunidad de crear un firme posicionamiento de la marca y abarcar una mayor porción de este mercado en auge.	O	4;3	La flexibilidad de los métodos de intermediación a implementar permite a la empresa ahondarse en diferentes plataformas web y marketing digital inmobiliario. Lo que incurriría en la implementación de campañas publicitarias personalizadas que gusten a inquilinos y proveedores
Estrategia FA			Estrategia DA	
1;1	La flexibilidad de las técnicas de intermediación a implementar nos ayudaría a mitigar el impacto de la inestabilidad cíclica del sector inmobiliario, pues nos ayudaría a migrar a otras formas de comercialización (comercio electrónico).	D	4;1	Crear un fondo de emergencia y diversificar las fuentes de ingreso nos ayudarían a mitigar la inestabilidad del sector y los riesgos financieros derivados de tener pocos socios accionistas
2;3	Al ofrecer un servicio integral y asesoramiento personalizado nos ayudaría a diferenciarnos de empresas inmobiliarias tradicionales que ofrecen servicios similares	A	3;3	Fortalecer la marca y aumentar el reconocimiento a través de campañas de marketing y actividades de branding para contrarrestar la falta de reconocimiento inicial. Organizando eventos y promociones para aumentar la visibilidad y la confianza en la marca.

Fuente: Melanie Loor, 2024.

4.1.6. Estructural legal de la propuesta A'KASA S.A

De acuerdo con la (Ley de Compañías del Ecuador , 2020) en el territorio ecuatoriano existen seis tipos de formas mercantiles de empresas: la compañía en nombre colectivo, la compañía en comandita simple y dividida por acciones, la compañía de responsabilidad limitada, la compañía anónima, la compañía de economía mixta y la sociedad por acciones simplificada. Cada una de estas formas está constituida por personas jurídicas. En este contexto, A'KASA ha optado por elegir la organización mercantil más común, conocida como sociedad anónima.

En ese contexto, la (Ley de Compañías del Ecuador , 2020), indica que una compañía anónima es una sociedad en la que el capital se divide en acciones de igual valor que pueden ser negociadas libremente. Los accionistas contribuyen con el capital y solo son responsables por el monto de sus acciones.

Para la constitución legal de esta entidad mercantil, debe hacerse mediante escritura pública, que en el registro mercantil de la ciudad de Manta, requiriendo el mínimo de socios para ser constituida. Entendiéndose como socio accionista a aquella persona natural o jurídica, propietaria de la sociedad en acciones y con derechos a votar en las juntas generales, recibir dividendos y participar en la gestión de la empresa según las acciones que posean (Ley de Compañías del Ecuador , 2020).

Esta forma legal requiere de dos características principales para su administración:

- La Junta General de Accionistas, legalmente constituida es el órgano supremo de la compañía.

- Estas compañías son representadas legal y judicialmente por el Gerente General y el presidente de la junta directiva ya sea en quipo o no.

Si bien, esta ley no presenta una base monetaria para constituir una empresa con características de sociedad anónima, se debe dar fe y declarar bajo juramento el capital social que constituye la compañía. Pagando la cuarta parte de esto hasta el momento de la inscripción en el Registro Mercantil. De la misma forma, (Ley de Compañías del Ecuador , 2020) indica que son los socios que constituyen y registran la empresa quienes realizan los estatutos, normas y demás características legales conformen a la creación y desarrollo de la empresa.

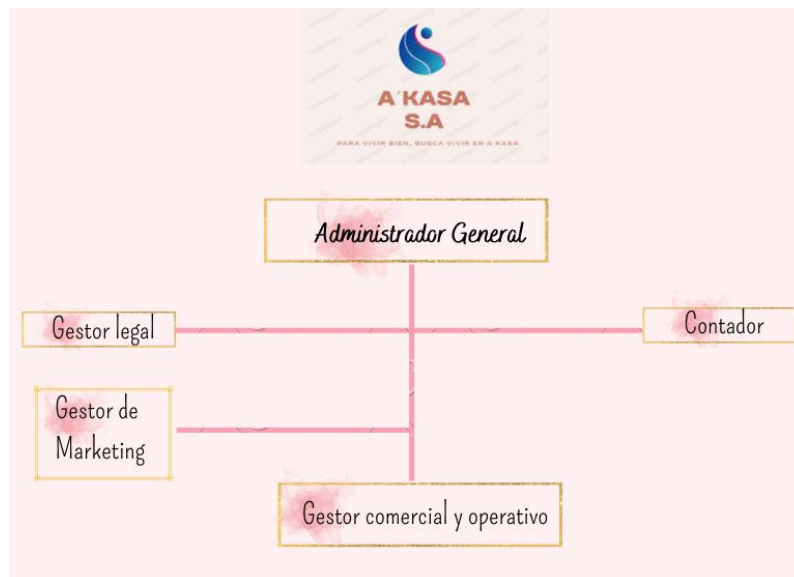
4.1.7. Socios de accionistas de A´KASA S.A

- Gerente general y administrativo- Loor Melanie
- Gerente comercial y de operaciones- Rivas Jonathan

4.1.8. Organigrama institucional

A´KASA S.A presenta su estructura organizativa en la ilustración 2. En ella se puede distinguir que la estructura planteada permite gestionar de manera eficiente y fluida la operación y puesta en marcha de la propuesta distinguiendo los recursos disponibles y por conseguir para poder cumplir con nuestra misión principal de proporcionar soluciones habitacionales de alta calidad para la comunidad universitaria.

Ilustración 2 Organigrama institucional



Fuente: Melanie Loor, 2024

4.1.9. Funciones

4.1.9.1. Funciones del administrador general

El gerente general de A´KASA S.A, lidera la empresa, asumiendo las principales responsabilidades y actuando como su representante y portavoz. Su tarea principal es coordinar la administración, dirigir y planificar las actividades y horarios diarios del personal. Supervisa y ajusta las operaciones para prevenir y resolver problemas. Además, establece y mantiene un sistema de gestión eficiente que garantiza la calidad, oportunidad y control de costos, representando a la empresa ante autoridades y la comunidad

4.1.9.2. Funciones del Gestor comercial y de operaciones

El gerente comercial y de operaciones de la inmobiliaria A´KASA S.A, se enfrenta a la presión constante de optimizar las ventas en el mercado inmobiliario universitario. Es esencial que tenga experiencia en ventas y una amplia red de contactos, preferiblemente con una cartera

de clientes establecida. Sus responsabilidades incluyen establecer relaciones con la oferta y demanda del mercado inmobiliario, supervisa el área de ventas, identifica nuevos clientes potenciales y mantiene relaciones sólidas con los actuales.

Además, investiga el mercado, establece objetivos para el equipo de ventas y los motiva para superar a la competencia. Se encarga de la planificación y supervisión del personal, gestiona el stock e inventario de propiedades, y desarrolla estrategias para mejorar la eficiencia operativa, siendo el responsable de dirigir los procesos operativos, técnicos y logísticos.

4.1.9.4. Funciones del Gestor legal

El gerente del departamento legal de A´KASA S.A, es encarga de hacer cumplir e interpretar toda ley vigente y específico del mercado inmobiliario, asesora y direcciona a otros departamentos sobre temas legales y riesgos asociados a la falta de su implementación, resuelve disputas y problemas legales de la empresa incluyendo cambios en la ley que puedan afectar a la operación de la inmobiliaria y finalmente se asegura que haya un cumplimiento de las normas internas de la empresa.

4.1.9.5. Funciones del Gestor de Marketing:

Se encargan de renovar la imagen digital, logo y promociones visuales de la empresa, además son los encargados de resolver problemas en las plataformas online de ventas de la inmobiliaria, administra la página oficial y se encargan de diseñar toda idea de campaña promocional expuesta.

4.1.9.6. Funciones del Gestor Contable:

Se encarga de elaborar todo tipo de informes contables que ayuden a la dirección financiera a resolver conflictos, mantiene informado al gerente financiero de riesgos financieros, contables o legales derivados de las prácticas contables.

4.1.10. Valores

En A´KASA S.A, nos guiamos por valores fundamentales que reflejan nuestro compromiso con la excelencia. Priorizamos la **transparencia** al mantener una comunicación abierta y clara con estudiantes y propietarios, asegurando que todos los términos y condiciones sean comprendidos sin dudas. Nuestra **integridad** se manifiesta en la conducta ética y profesional en todas las transacciones, respetando los derechos y expectativas de todos los involucrados.

Manejamos cada servicio con la debida **responsabilidad**, ofreciendo una asistencia fiable con una gestión eficiente de propiedades y una rápida resolución de problemas. Fomentamos la **innovación** al adaptar nuestras estrategias a las últimas tendencias tecnológicas, mejorando constantemente la experiencia del usuario mediante herramientas digitales y plataformas en línea.

Estamos comprometidos con la **comunidad**, apoyando iniciativas locales y creando un sentido de pertenencia entre estudiantes y propietarios. La **adaptabilidad** es clave para nosotros, ajustando nuestras estrategias a las cambiantes necesidades del mercado y expectativas de los clientes. Finalmente, trabajamos para construir y mantener una sólida **confianza**, estableciendo una reputación basada en la mutua confianza entre la empresa, los estudiantes y los propietarios.

4.2 Estudio de mercado y viabilidad comercial

4.2.1. Estudio de mercado de la demanda inmobiliaria de la comunidad universitaria de Manta

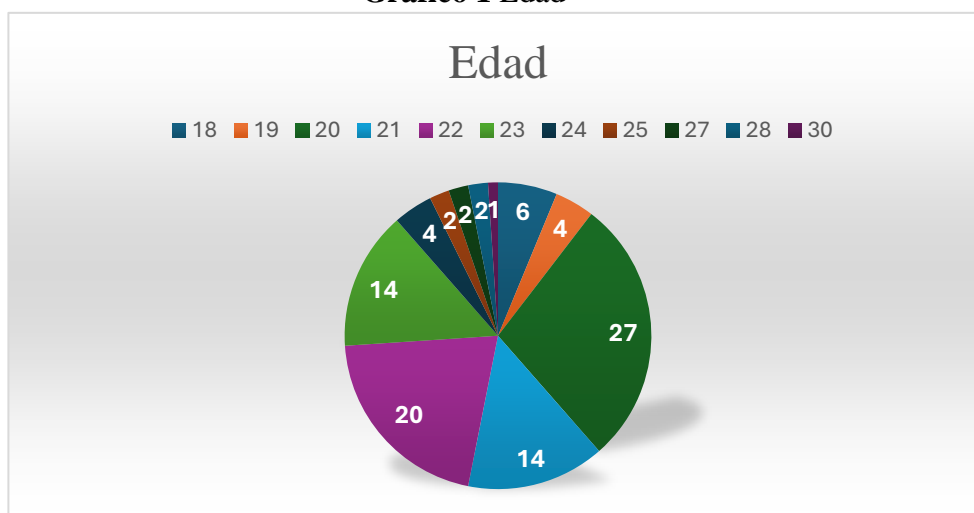
1. Edad

Tabla 2 Resultados de pregunta introductoria 1

Edad	Frecuencia	Porcentaje
18	6	6%
19	4	4%
20	27	28%
21	14	15%
22	20	21%
23	14	15%
24	4	4%
25	2	2%
27	2	2%
28	2	2%
30	1	1%
Total		100%

Fuente: Encuesta a estudiantes foráneos-ULEAM, 2024.

Gráfico 1 Edad



Fuente: Encuesta a estudiantes foráneos-ULEAM, 2024.

El 80% de los estudiantes foráneos encuestados se encuentra en un rango de edad de 20 a 23 años, el otro 20% lo constituyen estudiantes de entre 18 y 19 años y estudiantes de entre 24 a 31 años. Esto podría representar que la “Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí” cuenta con una estructura poblacional joven, en edad de trabajar y económicamente activa. Al mismo tiempo, se entendería que el 80% de la población está a la vanguardia de las tendencias tecnológicas y el uso de aplicaciones y redes sociales.

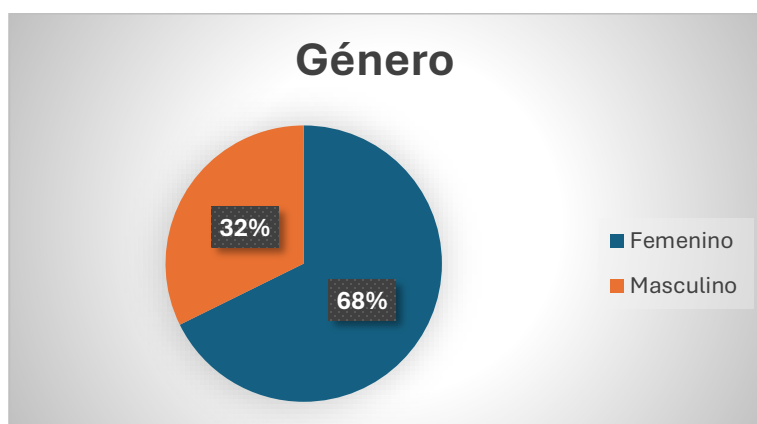
2. Género

Tabla 3 Resultados de pregunta introductoria 2

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	65	68%
Masculino	31	32%
Total		100%

Fuente: Encuesta a estudiantes foráneos-ULEAM, 2024.

Gráfico 2 Género



Fuente: Encuesta a estudiantes foráneos-ULEAM, 2024.

Si bien la encuesta realizada no distinguía preferencia sobre un género en específico, el 68% de los estudiantes foráneos encuestados corresponden al género femenino y el 32%

restantes al género masculino. Está marcada diferencia en el género de nuestros potenciales clientes puede ayudarnos a ajustar el servicio para cubrir las características, necesidades y objetivos de viviendas requeridas.

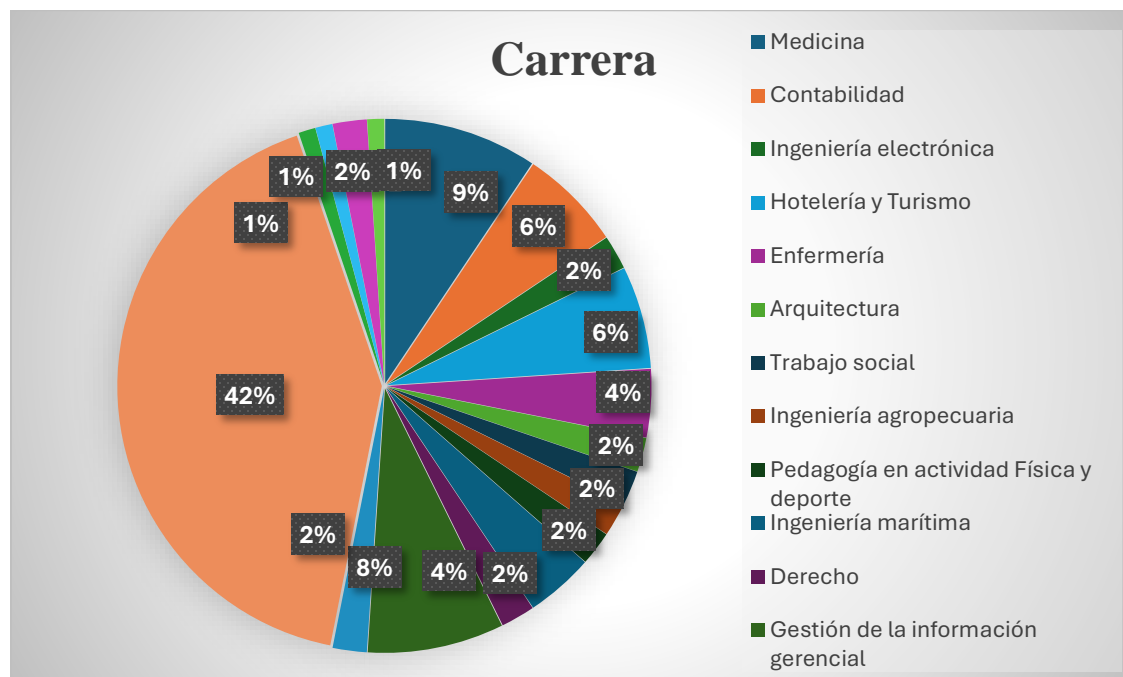
3. Nivel de estudio y carrera cursante

Tabla 4 Carrera cursante de los encuestados

Carrera	Frecuencia	Porcentaje
Medicina	9	9%
Contabilidad	6	6%
Ingeniería electrónica	2	2%
Hotelería y Turismo	6	6%
Enfermería	4	4%
Arquitectura	2	2%
Trabajo social	2	2%
Ingeniería agropecuaria	2	2%
Pedagogía en actividad Física y deporte	2	2%
Ingeniería marítima	4	4%
Derecho	2	2%
Gestión de la información gerencial	8	8%
Administración de empresas	2	2%
Economía	40	42%
Psicología	1	1%
Odontología	1	1%
Laboratorio clínico	2	2%
Pedagogía en idiomas nacionales y extranjeros	1	1%
Total	96	100%

Fuente: Encuesta a estudiantes foráneos-ULEAM, 2024.

Gráfico 3 Carreras cursantes de los encuestados



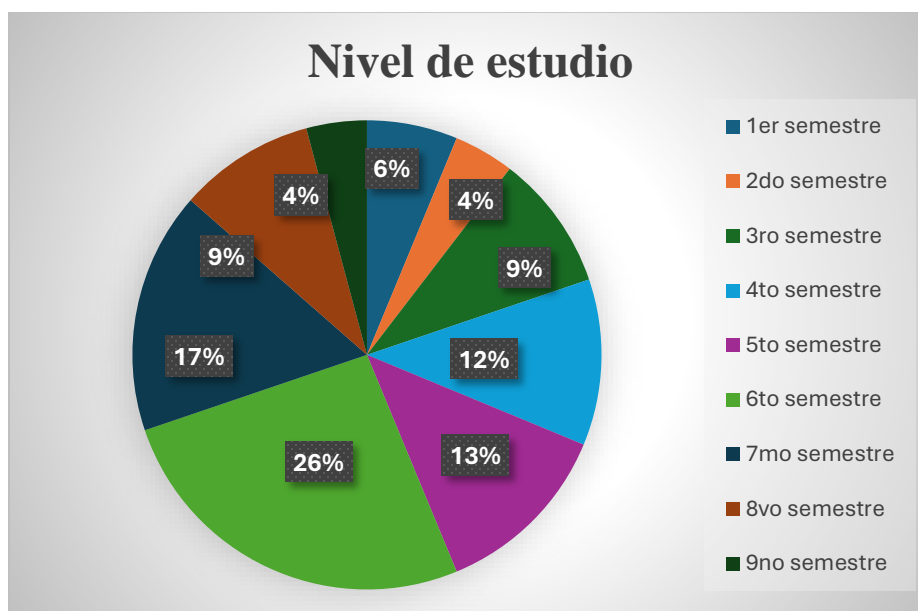
Fuente: Encuesta a estudiantes foráneos-ULEAM, 2024.

El 42% de los estudiantes foráneos encuestados pertenecen a la carrera de Economía, el otro 37% lo conforman estudiantes de distintas áreas como: Medicina, Contabilidad, Hotelería y Turismo, Enfermería, Ingeniería Marítima y Gestión de la información gerencial (véase tabla 4). Esta diversidad en las áreas de estudio representa una oportunidad para personalizar y segmentar las ofertas de arrendamiento, atendiendo a las características y demandas específicas de cada grupo. Esto podría incluir la provisión de espacios de estudio adecuados, servicios adicionales como transporte o acceso a internet de alta velocidad, y la implementación de medidas de seguridad robustas, especialmente para los estudiantes de Medicina y Enfermería que pueden tener horarios de estudio y práctica más exigentes.

Tabla 5 Nivel de estudio cursante del encuestado

Nivel de estudio	Frecuencia	Porcentaje
1er semestre	6	6%
2do semestre	4	4%
3ro semestre	9	9%
4to semestre	11	11%
5to semestre	12	13%
6to semestre	25	26%
7mo semestre	16	17%
8vo semestre	9	9%
9no semestre	4	4%
Total	96	100%

Fuente: Encuesta a estudiantes foráneos-ULEAM, 2024.

Gráfico 4 Nivel de estudio cursante del encuestado

Fuente: Encuesta a estudiantes foráneos-ULEAM, 2024.

Si bien la encuesta no tenía preferencias en el nivel de estudios y carrera cursantes, el 67% de los estudiantes foráneos encuestados se encuentran entre 4to y 7mo semestre de sus

respectivas carreras. Este dato es relevante porque estos estudiantes están en una etapa intermedia de sus estudios, lo que podría indicar que están mejor adaptados a la ciudad Manta y podrían optar por alquilar un departamento de mediano a largo plazo durante su estancia en la universidad.

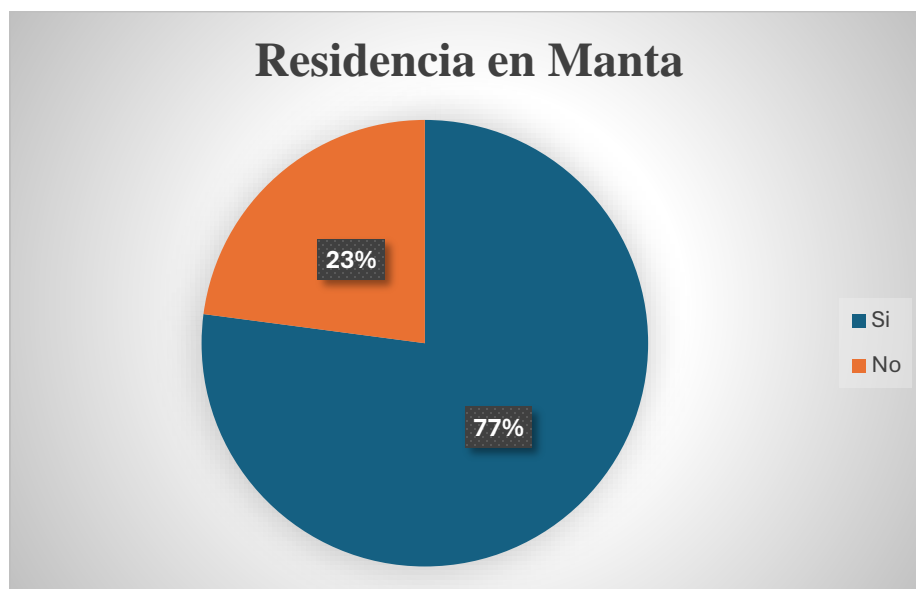
4. Residencia actual del encuestado

Tabla 6 Residencia actual del encuestado

¿Actualmente usted reside en Manta?		
SI	74	77%
NO	22	23%
Total	96	100%

Fuente: Encuesta a estudiantes foráneos-ULEAM, 2024.

Gráfico 5 Residencia actual del encuestado



Fuente: Encuesta a estudiantes foráneos-ULEAM, 2024.

Como se puede observar en el gráfico 5, el 77% de los estudiantes foráneos encuestados han optado por extender su residencia en la ciudad de Manta, lo que puede indicar que factores

como la proximidad a la universidad, la disponibilidad de servicios y la vida estudiantil activa en la ciudad pueden generar un establecimiento a mediano plazo del entramado estudiantil de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

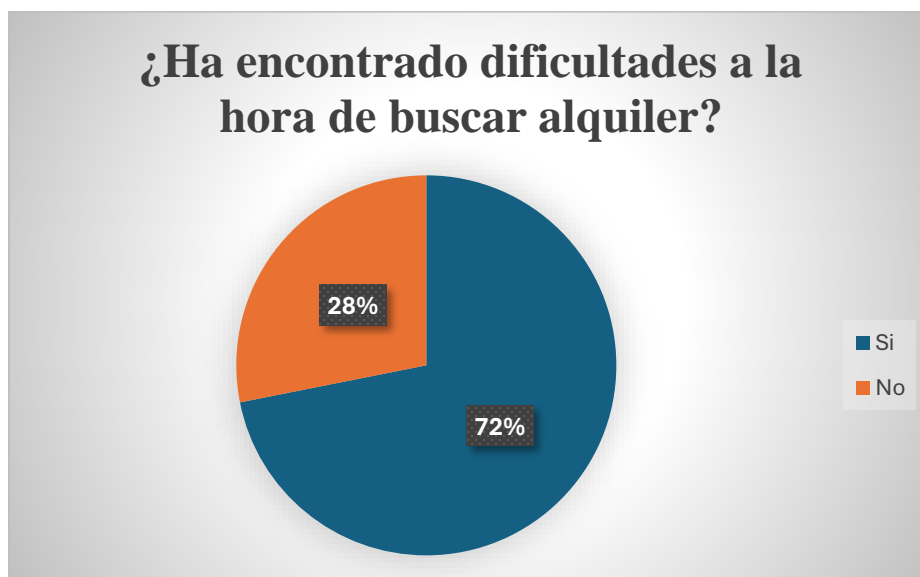
5. Dificultad para encontrar alquiler en el encuestado

Tabla 7 Dificultades encontradas en la búsqueda de alquileres

¿Ha enfrentado dificultades para encontrar vivienda temporal (departamentos en alquiler) en Manta como estudiante universitario?		
Opción	frecuencia	Porcentaje
SI	69	72%
NO	27	28%
Total	96	100%

Fuente: Encuesta a estudiantes foráneos-ULEAM, 2024.

Gráfico 6 Dificultades a la hora de encontrar alquiler en el encuestado



Fuente: Encuesta a estudiantes foráneos-ULEAM, 2024.

Como se ve reflejado en el gráfico 6, el 72% de los estudiantes foráneos encuestados ha presentado dificultades a la hora de buscar un alquiler propicio a sus necesidades. Este dato revela una problemática significativa en el mercado inmobiliario destinado a estudiantes, subrayando la necesidad de mejoras en la oferta de viviendas y servicios relacionados.

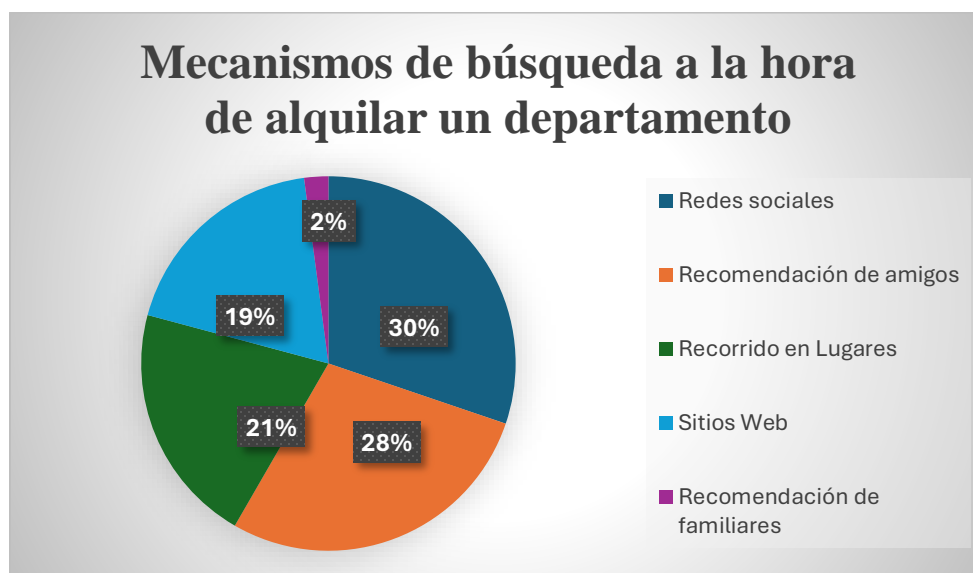
6. Mecanismos de búsqueda que utiliza el encuestado

Tabla 8 Mecanismos de búsquedas a la hora de alquilar un departamento.

¿Mediante que mecanismo o alternativas sueles buscar alojamiento para alquilar en Manta?		
Opción	Frecuencia	Porcentaje
Redes sociales	29	30%
Recomendación de amigos	27	28%
Recorrido en Lugares	20	21%
Sitios Web	18	19%
Recomendación de familiares	2	2%
Total	96	100%

Fuente: Encuesta a estudiantes foráneos-ULEAM, 2024.

Gráfico 7 Mecanismos de búsqueda a la hora de alquilar un departamento.



Fuente: Encuesta a estudiantes foráneos-ULEAM, 2024.

El 30% de los estudiantes utilizan las redes sociales como principal herramienta para buscar un departamento. Esto resalta la importancia de tener una presencia activa y bien gestionada en plataformas sociales, donde los estudiantes puedan encontrar información relevante y actualizada sobre departamentos disponibles. El 28% de los estudiantes confía en las recomendaciones de amigos para encontrar un alquiler. Esto subraya la influencia de la publicidad boca a boca y la importancia de mantener una buena reputación. Un 21% de los estudiantes prefiere recorrer físicamente los lugares para encontrar un alquiler adecuado. El 19% prefiere buscar departamento en sitios web oficiales y el 2% confía en la recomendación de familiares.

7. Presupuesto promedio destinado a alquiler del encuestado

Tabla 9 Presupuesto destinado al alquiler

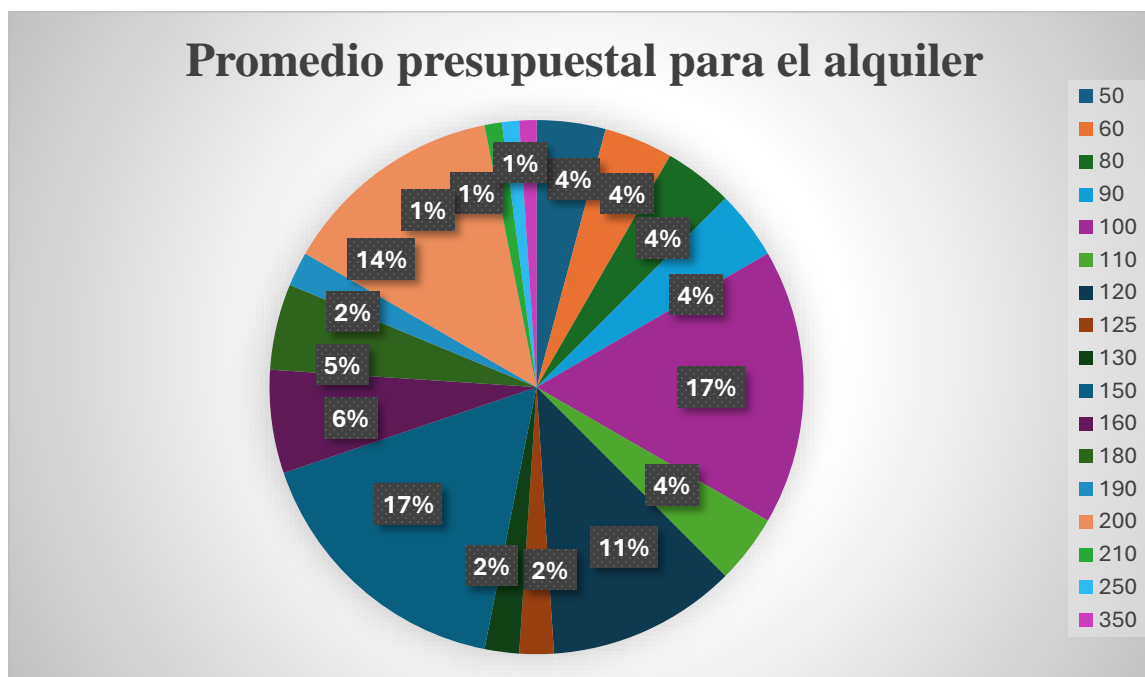
Indique un aproximado del presupuesto que destina a la vivienda temporal (departamentos en alquiler) en Manta		
Opción	Frecuencia	Porcentaje
50	4	4%
60	4	4%
80 ²	4	4%
90	4	4%
100	16	17%
110	4	4%
120	11	11%
125	2	2%
130	2	2%
150	16	17%
160	6	6%
180	5	5%
190	2	2%
200	13	14%
210	1	1%

² Los valores entre 50 y 80 dólares corresponden al valor de alquiler compartido entre dos personas (Habitación/departamento compartido)

250	1	1%
350	1	1%
Total	96	100%

Fuente: Encuesta a estudiantes foráneos-ULEAM, 2024.

Gráfico 8 Promedio presupuestal destinado al alquiler



Fuente: Encuesta a estudiantes foráneos-ULEAM, 2024.

El presupuesto expuesto por la muestra está seccionado en 4 valores promedios del presupuesto mensual destinado al pago de sus alquileres como son: 100\$ (17%); 150 (17%); 200 (14%) y 110 (11%). Esta diversidad tarifaria en el pago de departamentos mensuales muestra que la oferta inmobiliaria de Manta presenta una gama amplia de paquetes y propiedades que pueden satisfacer las necesidades del joven universitario.

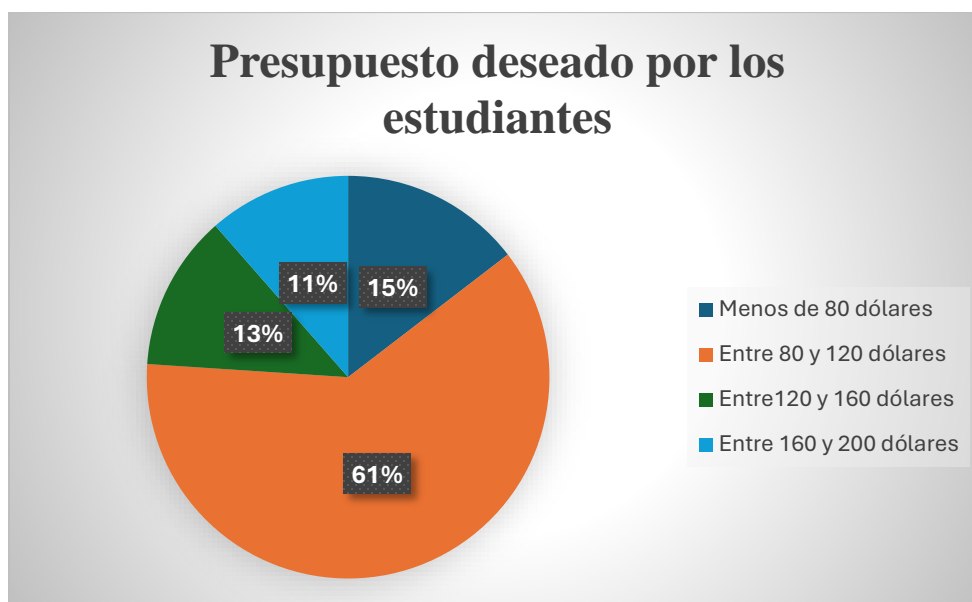
8. Disposición de pago del alquiler del encuestado

Tabla 10 Disposición de pago por un departamento

¿Como estudiante universitario cuanto está dispuesto a pagar por una vivienda temporal (departamentos en alquiler) en Manta?		
Opción	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 80 dólares	14	15%
Entre 80 y 120 dólares	59	61%
Entre 120 y 160 dólares	12	13%
Entre 160 y 200 dólares	11	11%
Total	96	100%

Fuente: Encuesta a estudiantes foráneos-ULEAM, 2024.

Gráfico 9 Presupuesto deseado por la comunidad universitaria



Fuente: Encuesta a estudiantes foráneos-ULEAM, 2024.

El 61% de los estudiantes foráneos encuestados están dispuestos a pagar entre \$80 y \$120 dólares. Esto indica que este rango es el más accesible y atractivo para los estudiantes universitarios en Manta. Mientras que un 24% de los estudiantes prefieren pagar más de 120

dólares y finalmente el otro 15% están dispuestos a pagar menos de \$80 mensuales lo que supondría son el segmento de jóvenes universitarios sin ayuda económica de los padres y laboralmente activos.

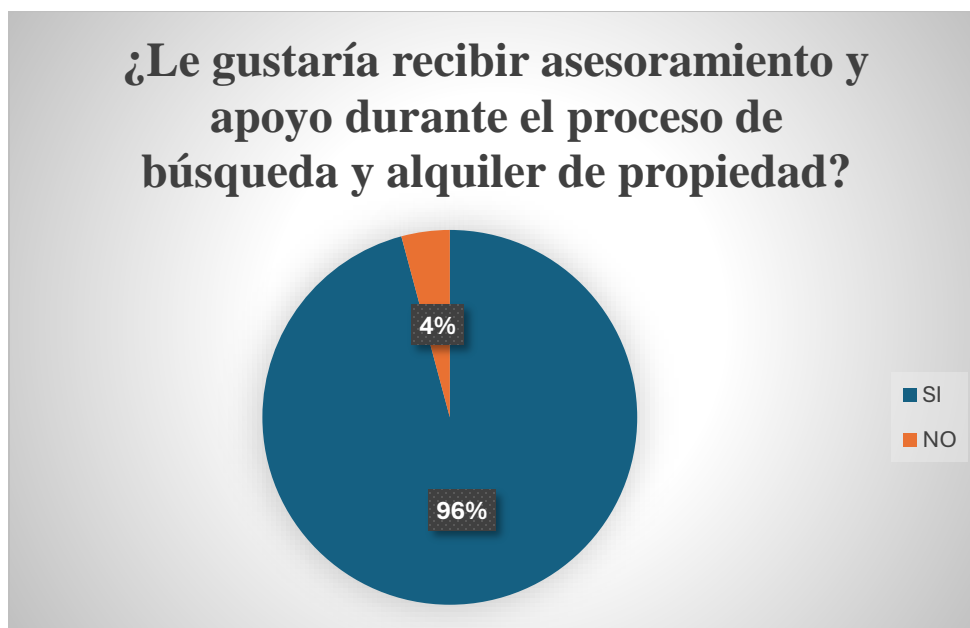
9. Nivel de aceptación de la propuesta

Tabla 11 Nivel de aceptación de la propuesta

¿Le gustaría recibir asesoramiento y apoyo durante el proceso de búsqueda y alquiler de propiedad?		
Opción	Frecuencia	Porcentaje
SI	92	96%
NO	4	4%
Total	96	100%

Fuente: Encuesta a estudiantes foráneos-ULEAM, 2024.

Gráfico 10 Nivel de aceptación en el asesoramiento y búsqueda de apartamentos



Fuente: Encuesta a estudiantes foráneos-ULEAM, 2024.

El nivel de aceptación en el asesoramiento dentro del proceso de búsqueda y selección de departamentos es del 96%. Lo que puede indicar que hay un cierto grado de dificultades a la hora de encontrar un departamento que se ajuste a las necesidades de los encuestados.

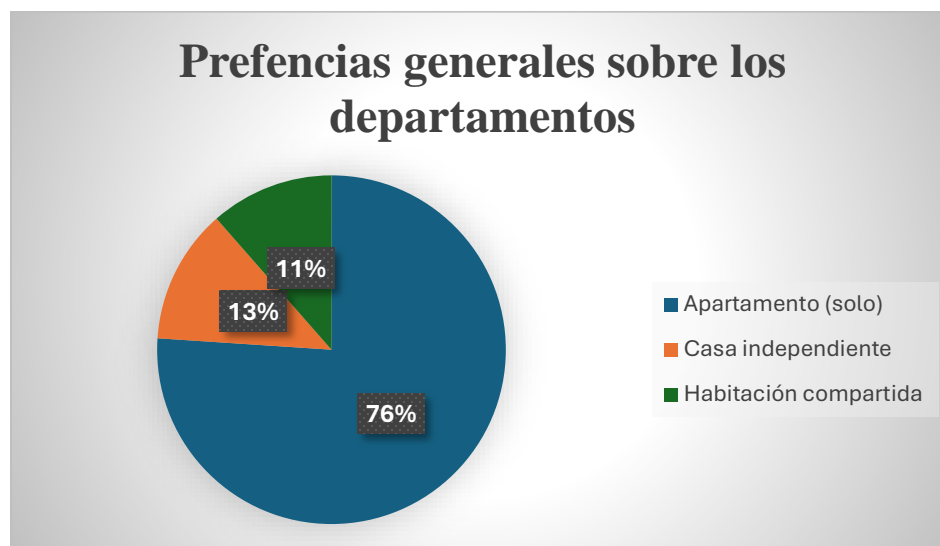
10. Preferencias del cliente en cuanto al alquiler de apartados

Tabla 12 Preferencias en el alquiler de departamentos

¿Qué tipo de propiedad prefieres alquilar mientras estudias en Manta?		
Opción	Frecuencia	Porcentaje
Apartamento (solo)	73	76%
Casa independiente	12	13%
Habitación compartida	11	11%
Total	96	100%

Fuente: Encuesta a estudiantes foráneos-ULEAM, 2024.

Gráfico 11 Preferencias sobre el tipo de propiedad a alquilar



Fuente: Encuesta a estudiantes foráneos-ULEAM, 2024.

El 76% de los estudiantes foráneos encuestados prefieren alquilar un departamento solo. Mientras que un 13% de la muestra encuestada prefiere el alquiler de una propiedad con

características diferentes a la de un departamento como son las casas independientes. El 11% de la muestra prefiere obtener mayores facilidades de pago por prefiere optar por la habitación compartida según las observaciones indicadas en el desarrollo de la encuesta.

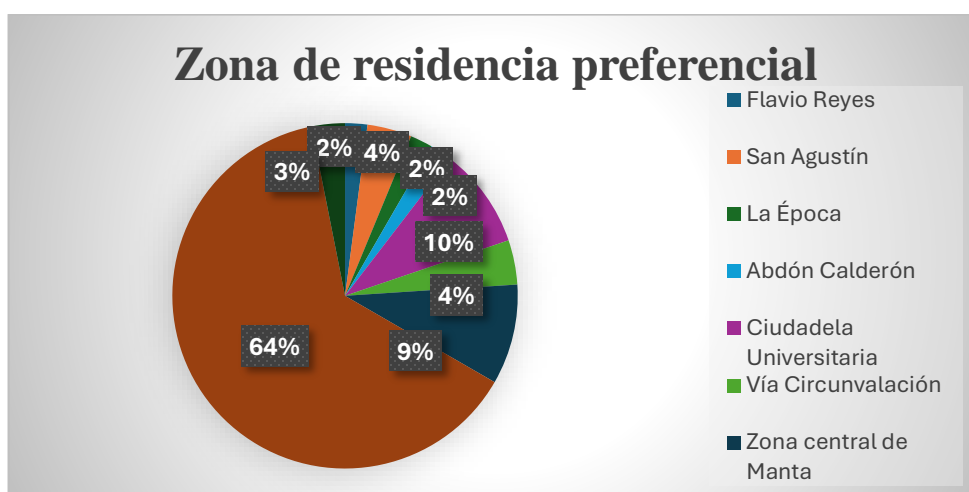
11. Preferencias sobre la ubicación de los apartamentos

Tabla 13 Preferencia sobre la ubicación de los apartamentos

¿Cuál es la zona de la ciudad o barrio de preferencia en la que tiene preferencia para residir en una vivienda temporal?		
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Flavio Reyes	2	2%
San Agustín	4	4%
La Época	2	2%
Abdón Calderón	2	2%
Ciudadela Universitaria	9	9%
Vía Circunvalación	4	4%
Zona central de Manta	9	9%
Zona universitaria (sin preferencia)	61	64%
Sin preferencia alguna	3	3%
Total	96	100%

Fuente: Encuesta a estudiantes foráneos-ULEAM, 2024.

Gráfico 12 Preferencia de la zona de residencia de los encuestados



Fuente: Encuesta a estudiantes foráneos-ULEAM, 2024.

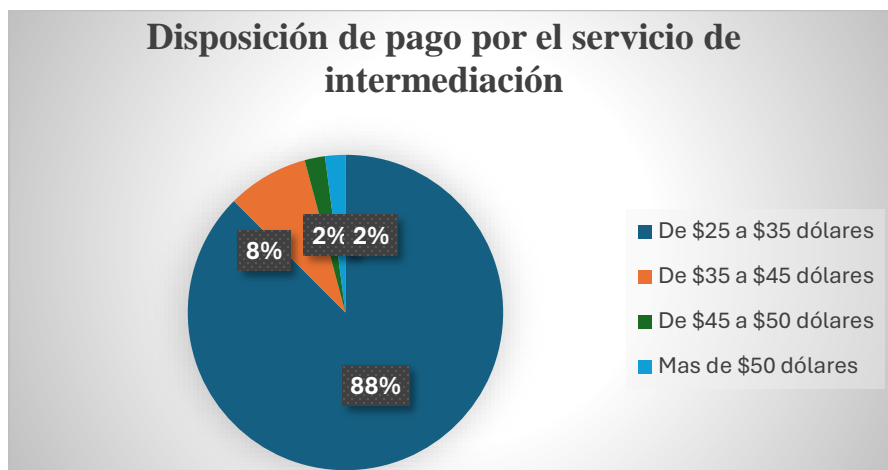
El 64% de los estudiantes foráneos encuestados prefieren alquilar departamentos cerca de la zona universitaria sin preferencia alguna sobre el barrio donde se encuentre departamento o vivienda, el 18% prefiere apartamentos cerca de ciudadela universitaria (9%) y la zona central de Manta (9%). El 8% prefiere apartamentos cerca del barrio San Agustín (8%) y a lo largo de la vía circunvalación (8%), mientras que el otro 6% han decidido sus preferencias en barrios específicos como: Flavio Reyes (2%), Abdón Calderón (2%) y La Época (2%). Solo el 3% de los estudiantes han señalado que no tiene preferencia alguna sobre la zona o el barrio donde se encuentren los apartamentos a alquilar.

12. Disposición de pago por el servicio de intermediación

Tabla 14 Disposición de pago por el servicio de intermediación

¿Cuánto es el margen de precios que está dispuesto a pagar a un intermediario (proceso de búsqueda) para conseguir una vivienda temporal (departamento en alquiler) en Manta?		
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
De \$25 a \$35 dólares	84	88%
De \$35 a \$45 dólares	8	8%
De \$45 a \$50 dólares	2	2%
Mas de \$50 dólares	2	2%
Total	96	100%

Fuente: Encuesta a estudiantes foráneos-ULEAM, 2024.

Gráfico 13 Disposición de pago por el servicio de intermediación

Fuente: Encuesta a estudiantes foráneos-ULEAM, 2024.

El 88% de los estudiantes foráneos encuestados expresan una disposición de pago de entre \$25 a \$35 dólares por cada servicio ofertado por A´KASA S.A, el 8% muestra una disposición de pago entre \$35 a \$45 dólares por cada servicio ofertado por A´KASA S.A, el 2% muestra una disposición de pago de \$45 a \$50 dólares por cada servicio ofertado por A´KASA S.A y el otro 2% muestra una disposición de pago mayor a \$50 dólares por cada servicio ofertado por A´KASA S.A.

13. Nivel de aceptación de la propuesta A´KASA

Tabla 15 Nivel de aceptación de la propuesta A´KASA

¿Te gustaría que "A´KASA" ofreciera un servicio intermediación en alquileres para estudiantes en Manta?		
Opción	Frecuencia	Porcentaje
SI	92	96%
No	4	4%
Total	96	100%

Fuente: Encuesta a estudiantes foráneos-ULEAM, 2024.

Gráfico 14 Nivel de aceptación de la propuesta A´KASA



Fuente: Encuesta a estudiantes foráneos-ULEAM, 2024.

El nivel de aceptación de la propuesta A´KASA es del 96%, esto podría indicar que hay un porcentaje de demanda insatisfecha que estaría dispuesta a obtener un paquete inmobiliario ofertado por la empresa propuesta.

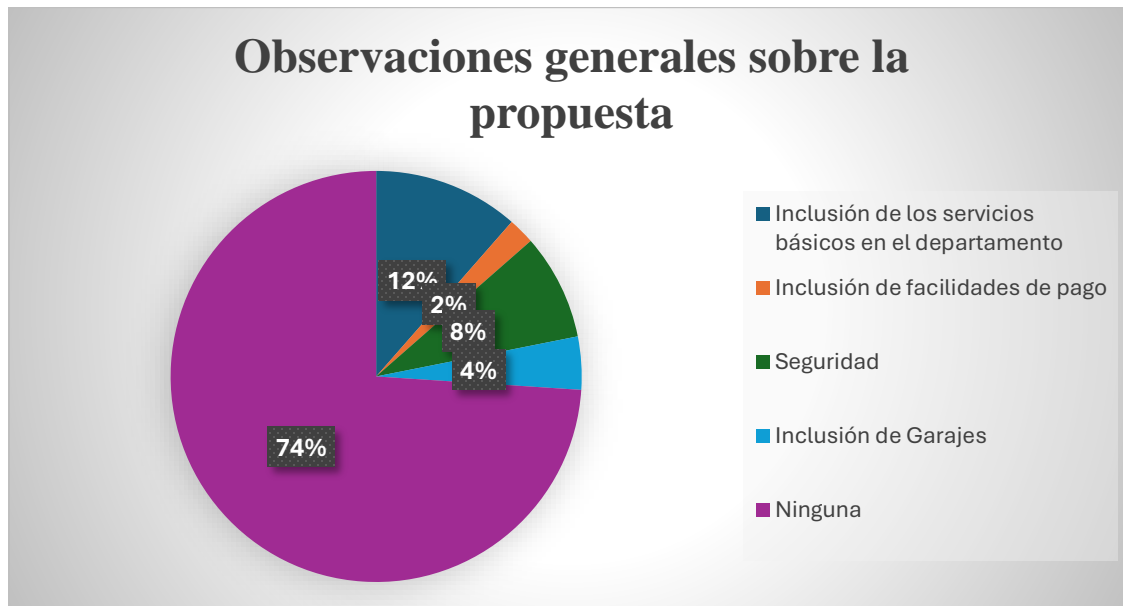
14. Observaciones acerca de la propuesta planteada

Tabla 16 Observaciones generales sobre la propuesta planteada

¿Hay algún otro aspecto relacionado con el alquiler de propiedades para estudiantes en Manta que te gustaría mencionar?		
Opción	Frecuencia	Porcentaje
Inclusión de los servicios básicos en el departamento	11	11%
Inclusión de facilidades de pago	2	2%
Seguridad	8	8%
Inclusión de Garajes	4	4%
Ninguna	71	74%
Total	96	100%

Fuente: Encuesta a estudiantes foráneos-ULEAM, 2024.

Gráfico 15 Observaciones generales sobre la propuesta



Fuente: Encuesta a estudiantes foráneos-ULEAM, 2024.

Si bien el 74% de los estudiantes encuestados no tienen observación alguna sobre la propuesta, el 11% de estudiantes coinciden en que la oferta de paquetes inmobiliarios debe incluir el pago de servicios básicos en conjunto con el valor de los apartamentos, también indicaron la necesidad de espacios como Garajes (4%), la importancia de la seguridad dentro de la ubicación de los apartamentos (2%) y la inclusión de facilidades de pago en la realización de los contratos de arriendos (2%).

4.2.2. Estudio de mercado de la oferta inmobiliaria de la comunidad universitaria de Manta

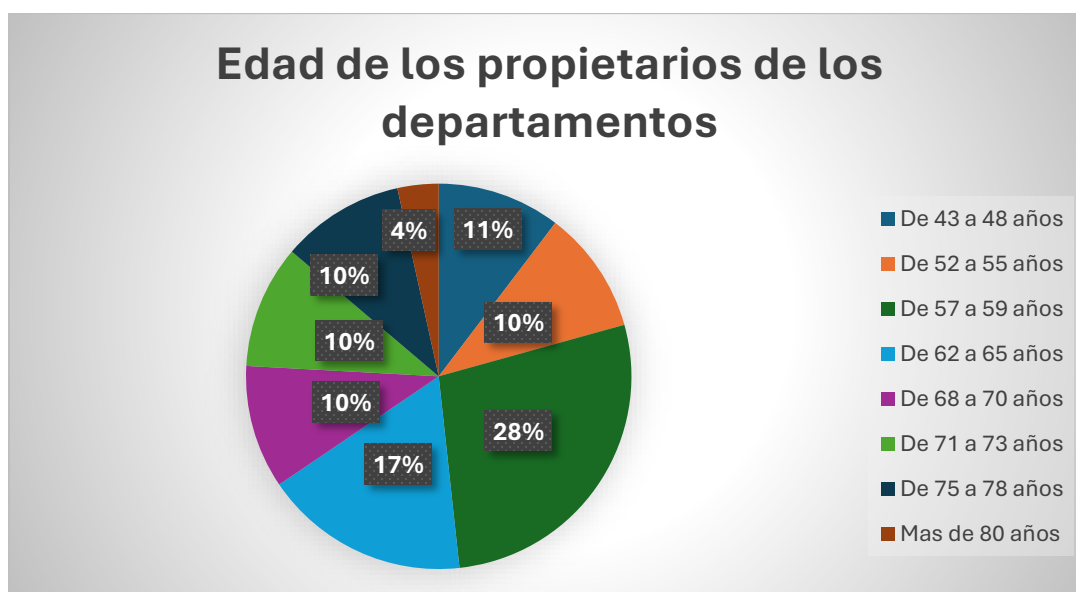
1. Edad

Tabla 17 Edad de los propietarios de apartamentos

Edad		
Opción	Frecuencia	Porcentaje
De 43 a 48 años	3	10%
De 52 a 55 años	3	10%
De 57 a 59 años	8	28%
De 62 a 65 años	5	17%
De 68 a 70 años	3	10%
De 71 a 73 años	3	10%
De 75 a 78 años	3	10%
Mas de 80 años	1	3%
Total	29	100%

Fuente: Encuesta a propietarios de apartamentos, 2024.

Gráfico 16 Edad de los propietarios de departamentos



Fuente: Encuesta a propietarios de apartamentos, 2024.

El 28% de los arrendatarios encuestados se encuentran en un rango de edad de 57 a 59 años, el 17% se encuentra en un rango de 62 a 65 años. El otro 30 % se encuentra distribuidos en rangos de 68 a 78 años y solo el 20% se encuentra en un rango de edad menor 55 años. Esto aparente envejecimiento del segmento de la oferta inmobiliaria de la comunidad universitaria de Manta podría indicar que el 45% de la muestra se encuentra entrando o en estadía de la edad de jubilación, por lo que, el alquiler de apartamentos funciona como el único ingreso o un adicional al de este.

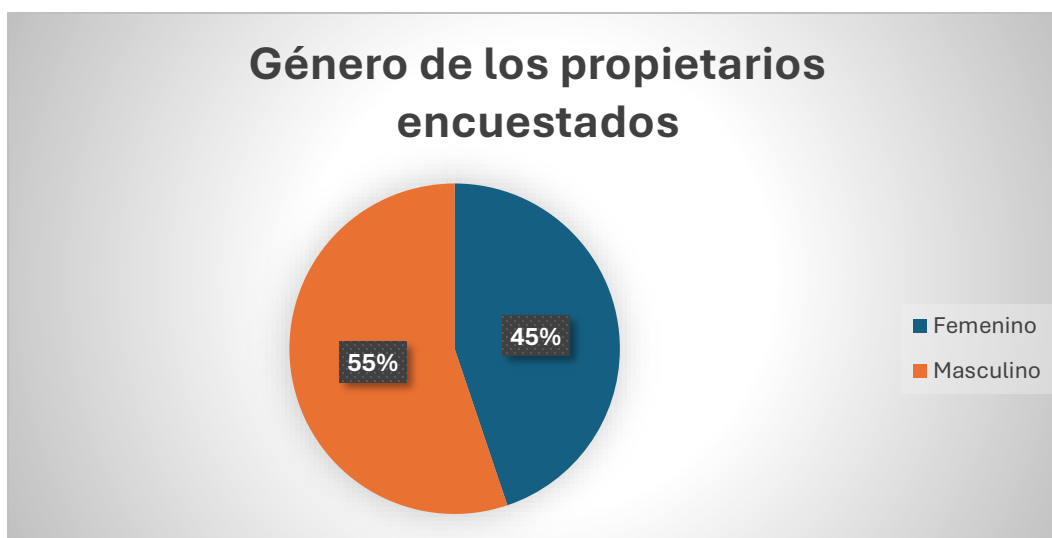
1. Género

Tabla 18 Género de los propietarios encuestados

Género		
Opción	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	13	45%
Masculino	16	55%
Total	29	100%

Fuente: Encuesta a propietarios de apartamentos, 2024.

Gráfico 17 Género de los propietarios



Fuente: Encuesta a propietarios de apartamentos, 2024.

El 55% de los propietarios de departamentos encuestados son hombres y el otro 45% corresponde a mujeres. Esta baja diferencia en la muestra apunta a un aparente equilibrio en la distribución de las propiedades por género.

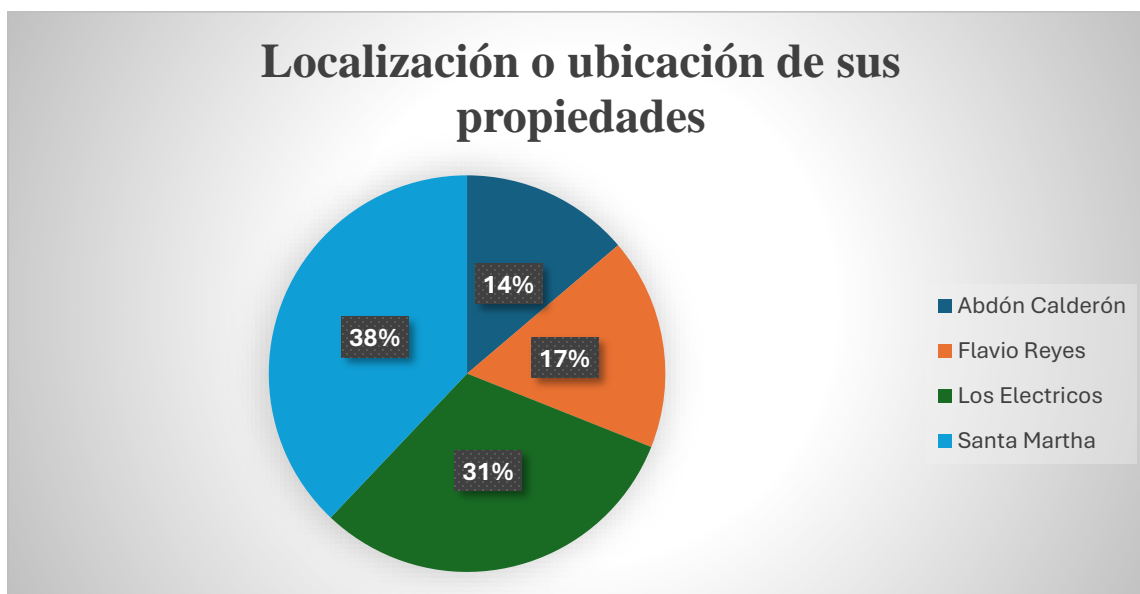
2. Ubicación de inmuebles

Tabla 19 Ubicación de los inmuebles

Localización/Ubicación		
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Abdón Calderón	4	14%
Flavio Reyes	5	17%
Eléctricos	9	31%
Santa Martha	11	38%
Total	29	100%

Fuente: Encuesta a propietarios de apartamentos, 2024.

Gráfico 18 Ubicación de los inmuebles



Fuente: Encuesta a propietarios de apartamentos, 2024.

El 38% de los arrendatarios encuestados tienen sus propiedades en el Barrio Santa Martha, el 31% tienen sus propiedades en el Barrio “Los Eléctricos”, el 17% tienen sus propiedades en el Barrio Flavio Reyes y el 14% tienen sus propiedades en el Barrio Abdón Calderón. Como se observa en tabla 13, la muestra de arrendatarios cumple con la ubicación preferencial de los estudiantes universitarios con necesidad de vivienda temporal de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

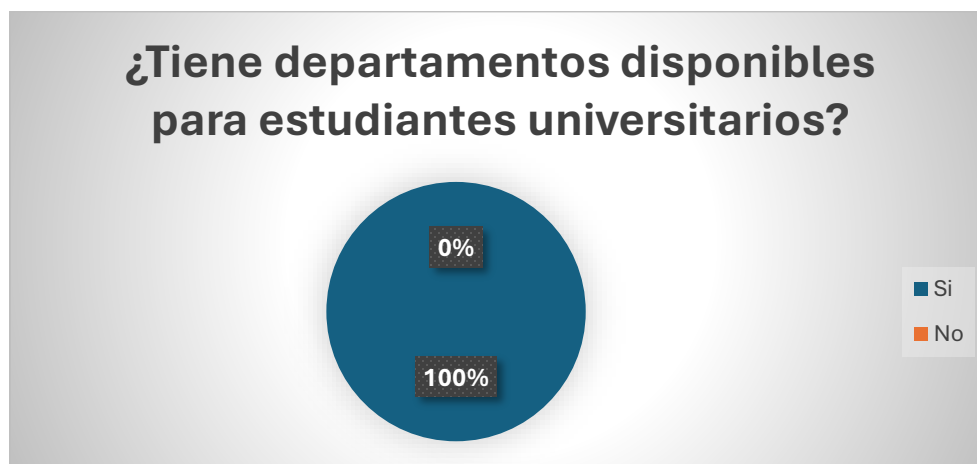
3. Disposición de departamentos en Manta para universitarios

Tabla 20 Disposición de departamentos para la comunidad universitaria de Manta

¿Es usted propietario de un departamento y/o vivienda en la ciudad de Manta con disponibilidad del alquiler para universitarios?		
Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	29	100%
No	0	0%
Total	29	100%

Fuente: Encuesta a propietarios de apartamentos, 2024.

Gráfico 19 Disposición de departamentos para la comunidad universitaria de Manta



Fuente: Encuesta a propietarios de apartamentos, 2024.

El 100% de los encuestados tiene bienes inmuebles dirigidos para la demanda insatisfecha del mercado inmobiliario de la comunidad universitaria de Manta.

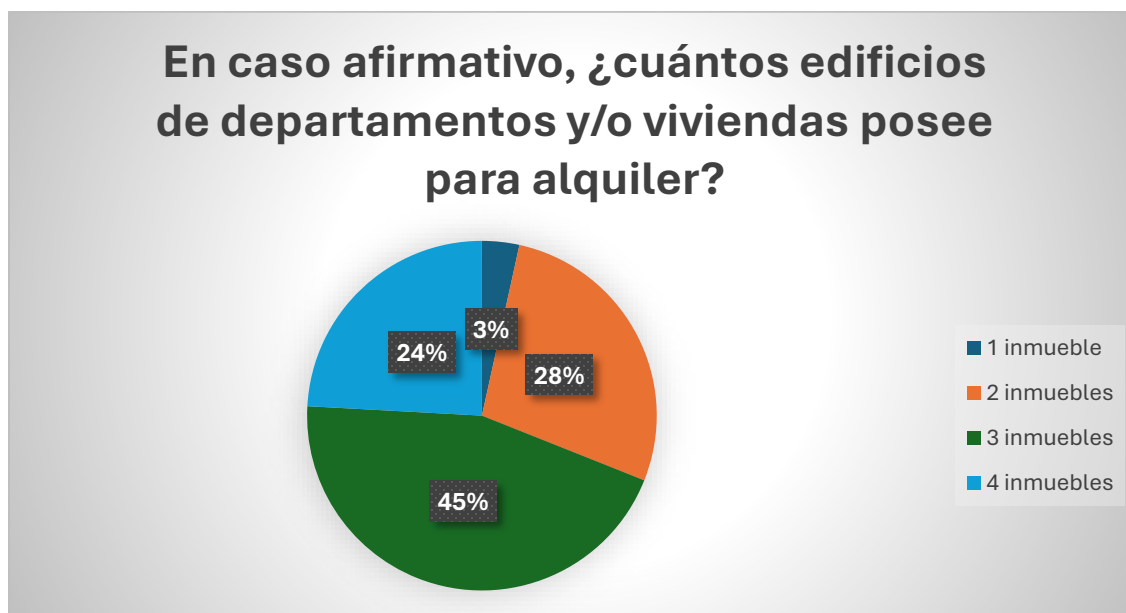
4. Cantidad de inmuebles a disposición.

Tabla 21 Departamentos disponibles para la comunidad universitaria de Manta

En caso afirmativo, ¿cuántos edificios de departamentos y/o viviendas posee para alquiler?		
Opción	Frecuencia	Porcentaje
1 inmueble	1	3%
2 inmuebles	8	28%
3 inmuebles	13	45%
4 inmuebles	7	24%
Total	29	100%

Fuente: Encuesta a propietarios de apartamentos, 2024.

Gráfico 20 Departamentos disponibles para la comunidad universitaria de Manta



Fuente: Encuesta a propietarios de apartamentos, 2024.

El 45% de los arrendatarios poseen 3 edificios de departamentos disponibles, el 28% de los arrendatarios poseen 2 edificios de departamentos disponibles, el 24% de los arrendatarios poseen 4 edificios de departamentos disponibles y solo el 3% poseen un solo inmueble disponible.

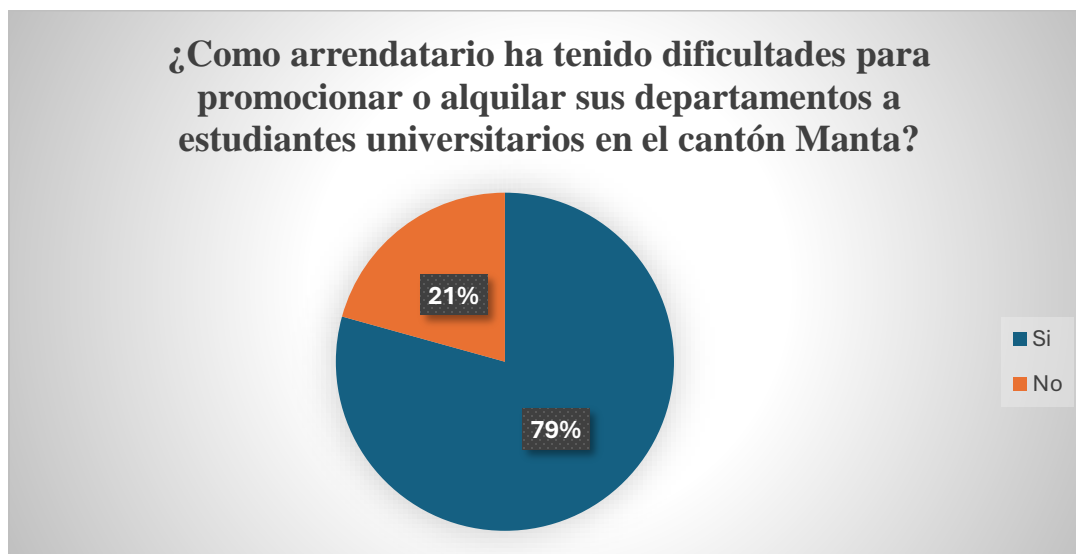
5. Porcentaje de dificultad para promocionar las propiedades exclusivas para estudiantes

Tabla 22 Nivel de dificultad a la hora de arrendar

¿Como arrendatario ha tenido dificultades para promocionar o alquilar sus departamentos a estudiantes universitarios en el cantón Manta?		
Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	23	79%
No	6	21%
Total	29	100%

Fuente: Encuesta a propietarios de apartamentos, 2024.

Gráfico 21 Nivel de dificultad a la hora de arrendar



Fuente: Encuesta a propietarios de apartamentos, 2024.

El porcentaje de dificultad encontrado a la hora de arrendar un departamento es del 79%.

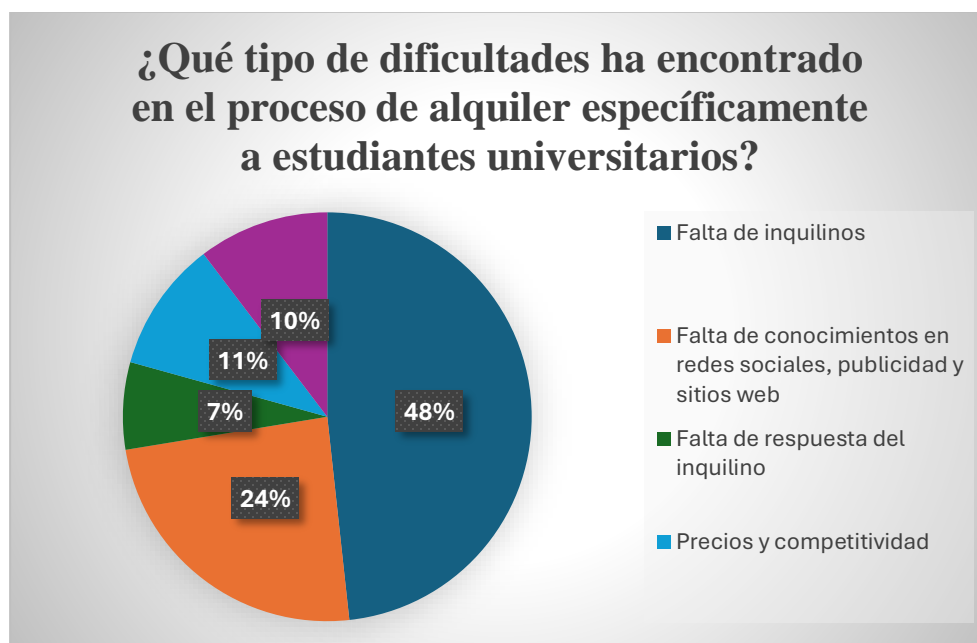
6. Principales dificultades a la que se enfrenta la oferta inmobiliaria de la comunidad universitaria de Manta

Tabla 23 Principales dificultades encontrados en el proceso de concretar el alquiler

De ser si su respuesta indique: ¿Qué tipo de dificultades ha encontrado en el proceso de alquiler específicamente a estudiantes universitarios?		
Opción	Frecuencia	Porcentaje
Falta de inquilinos	14	48%
Falta de conocimientos en redes sociales, publicidad y sitios web	7	24%
Falta de respuesta del inquilino	2	7%
Precios y competitividad	3	10%
Inseguridad de la zona	3	10%
Total	29	100%

Fuente: Encuesta a propietarios de apartamentos, 2024.

Gráfico 22 Principales dificultades encontrados en el proceso de concretar el alquiler.



Fuente: Encuesta a propietarios de apartamentos, 2024.

Entre las principales dificultades encontradas a la hora iniciar al proceso de alquiler es la falta de inquilinos (48%), los arrendatarios indican una disrupción entre el 2019 y el 2022 (tiempo pandemia) pues al haber clases virtuales la necesidad de viviendas temporales disminuyó. El 24% de los arrendatarios indicó que uno de sus principales problemas a la hora de concretar un alquiler es su falta de conocimiento en redes sociales, publicidad y sitios web que limitan su visibilidad y disminuyen sus posibilidades de obtener un ingreso derivado del alquiler de sus inmuebles. El otro 20% indica que los principales problemas que encuentran son los precios y la competencia del mercado inmobiliario (10%) en conjunto con la inseguridad de las zonas aledañas al edificio o inmueble (10%). Solo el 2% de los arrendatarios encuestados indican que la falta de respuesta a la hora de finalizar el contrato de arriendo es una de sus principales dificultades.

7. Nivel de aceptación de la propuesta A´KASA

Tabla 24 Nivel de aceptación de la propuesta A´KASA

¿Le gustaría recibir servicios de ayuda integral en la gestión de sus departamentos por parte de una empresa inmobiliaria (intermediaria) en cuanto a los alquileres y vivienda temporal de universitarios?		
Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	25	86%
No	4	14%
Total	29	100%

Fuente: Encuesta a propietarios de apartamentos, 2024.

Gráfico 23 Nivel de aceptación de la propuesta A´KASA



Fuente: Encuesta a propietarios de apartamentos, 2024.

El nivel de aceptación de la propuesta es del 86%, solo el 14% de los arrendatarios encuestados no aceptan la ayuda de una empresa inmobiliaria intermediaria para resolver sus principales problemas a la hora de concretar un contrato de alquiler.

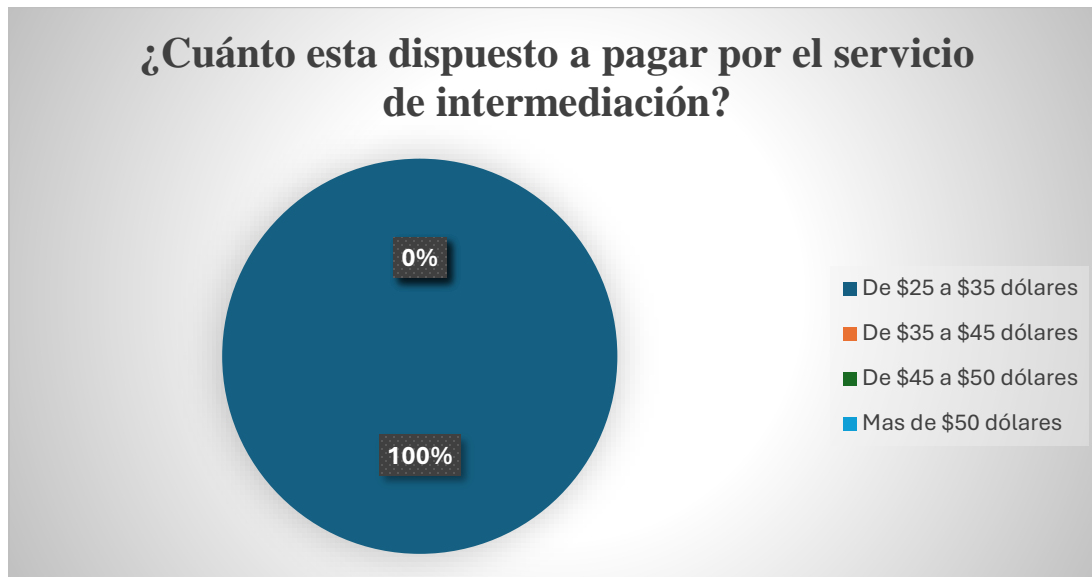
8. Disposición de pago por el servicio de intermediación

Tabla 25 Disposición de pago por el servicio de intermediación

¿Cuánto es el margen de precios que está dispuesto a pagar a un intermediario (gestión integral de departamentos) para conseguir clientes universitarios en la ciudad Manta?		
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
De \$25 a \$35 dólares	29	100%
De \$35 a \$45 dólares	0	0%
De \$45 a \$50 dólares	0	0%
Mas de \$50 dólares	0	0%
Total	29	100%

Fuente: Encuesta a propietarios de apartamentos, 2024.

Gráfico 24 Disposición de pago por el servicio de intermediación



Fuente: Encuesta a propietarios de apartamentos, 2024.

El 100% de los arrendatarios encuestados ha mostrado una disposición de pago por el servicio de intermediación de entre \$25 a \$35 dólares por servicio.

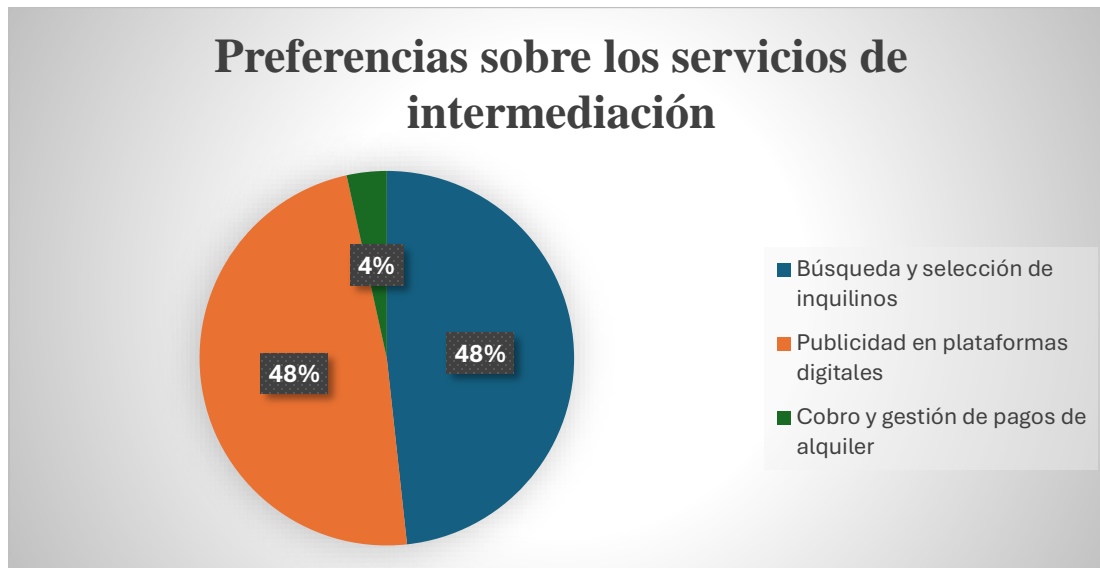
9. Preferencia de servicios de intermediación

Tabla 26 Preferencias sobre servicios de intermediación

¿Qué servicios específicos espera recibir de una empresa inmobiliaria intermediaria para la gestión de su departamento? (opción múltiple)		
Opción	Frecuencia	Porcentaje
Búsqueda y selección de inquilinos	14	48%
Publicidad en plataformas digitales	14	48%
Cobro y gestión de pagos de alquiler	1	3%
Total	29	100%

Fuente: Encuesta a propietarios de apartamentos, 2024.

Gráfico 25 Preferencias sobre los servicios de intermediación



Fuente: Encuesta a propietarios de apartamentos, 2024.

El 56% de los arrendatarios encuestados ha escogido preferencias sobre el servicio de búsqueda y selección de inquilinos (48%) y la publicidad en plataformas digitales (48%) y el solo el 3% tienen preferencia sobre el servicio de cobro y gestión de pagos de alquiler

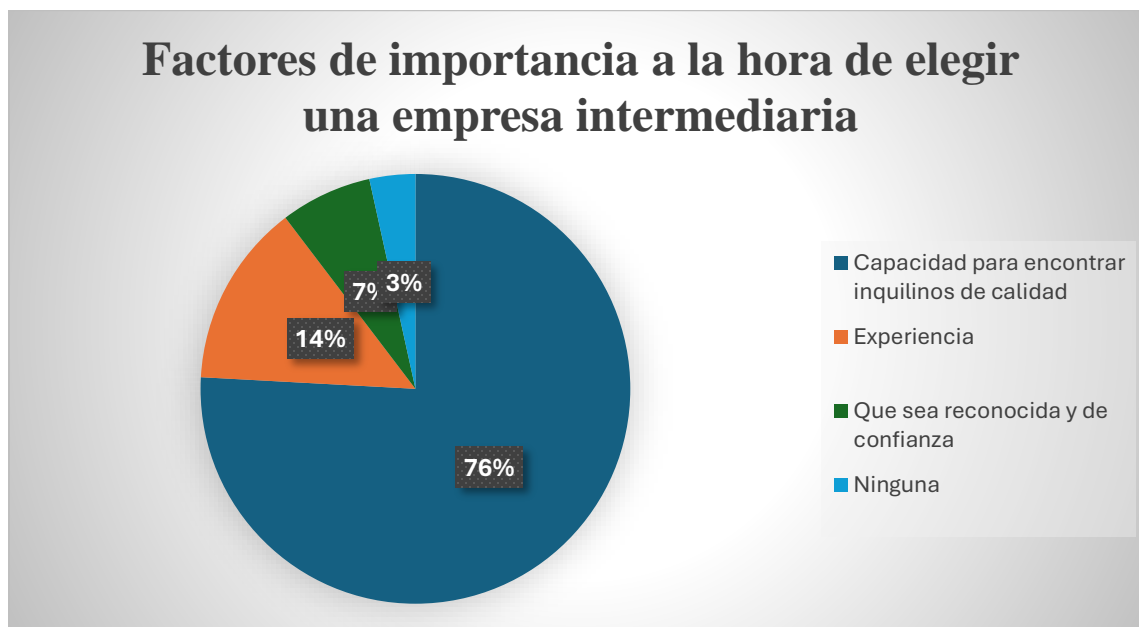
10. Factores de importancia a la hora de elegir una empresa inmobiliaria intermediaria

Tabla 27 Factores de importancia a la hora de elegir una empresa intermediaria

¿Qué aspectos considera más importantes al buscar una empresa inmobiliaria intermediaria para gestionar el alquiler de su departamento?		
Opción	Frecuencia	Porcentaje
Capacidad para encontrar inquilinos de calidad	22	76%
Experiencia	4	14%
Que sea reconocida y de confianza	2	7%
Ninguna	1	3%
Total	29	100%

Fuente: Encuesta a propietarios de apartamentos, 2024.

Gráfico 26 Factores de importancia a la hora de escoger una empresa inmobiliaria intermediaria



Fuente: Encuesta a propietarios de apartamentos, 2024.

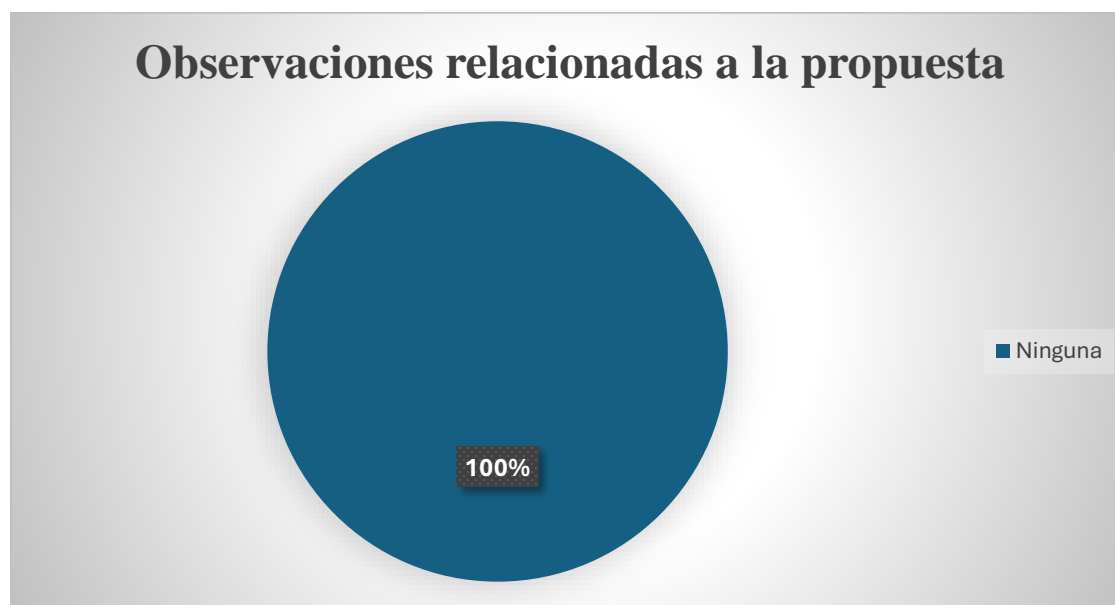
El 76% de los arrendatarios encuestados a la hora de escoger una empresa inmobiliaria intermediaria prefieren escogerla por su capacidad para encontrar inquilinos de calidad, el 14% prefieren confiar en la experiencia de la empresa intermediaria, el 7% de los encuestados prefieren escoger a la empresa intermediaria por la confianza y confiabilidad que tenga y solo para el 3% de los arrendatarios no hay distinciones a la hora de escoger una empresa inmobiliaria intermediaria.

11. Observaciones acerca de la propuesta planteada

Tabla 28 Observaciones relacionadas a la propuesta

¿Hay algún otro aspecto relacionado con la gestión del alquiler de su departamento y/o vivienda que le gustaría mencionar o que considere importante?		
Opción	Frecuencia	Porcentaje
Ninguno	29	100%
Total	29	100%

Fuente: Encuesta a propietarios de apartamentos, 2024.

Gráfico 27 Observaciones generales sobre la propuesta

Fuente: Encuesta a propietarios de apartamentos, 2024.

El 100% de los arrendatarios encuestados dijeron no tener observaciones sobre la propuesta.

4.2.3. Información sobre la competencia

En nuestro caso, como empresa inmobiliaria intermediaria especializada en el alquiler de viviendas temporales o arriendos de universitarios hemos identificado a los siguientes competidores potenciales, que ofrecen productos similares:

4.2.3.1. Elite House- Agencia Inmobiliaria

La Agencia inmobiliaria “Elite House”, ubicada en la vía Manta-Jaramijó, ofrece servicios de intermediación a dueños de departamentos de casas y departamentos en Manta y Jaramijó desde \$200 dólares (paquete de colocación en el catálogo) hasta \$230 (paquete que incluye gestión de cobros y publicidad). Su catálogo cuenta con grandes promociones en el alojamiento para estudiantes universitarios, sea de habitaciones unipersonales o compartidas desde \$150 dólares mensuales.

Imagen referencial:

Ilustración 3 Imagen referencial Elite House



Fuente: Elite House-Agencia Inmobiliaria

Información de contacto: 09 84172217- número público de la empresa

Registro en la superintendencia de compañías: No existe registro- agencia informal

Sitio Web y de contacto:

<https://www.facebook.com/inmobiliariaelitehouse?mibextid=ZbWKwL>.

4.2.3.2. Inmobiliaria K.R.G

La plataforma inmobiliaria “**Inmobiliaria KRG**”, ofrece servicios de intermediación a dueños de departamentos y casas en la ciudad de Manta desde \$210 dólares (paquete de colocación en catálogo) hasta \$240 (paquete que incluye gestión de cobros y publicidad). Su catálogo cuenta con grandes promociones en el alojamiento para estudiantes universitarios, sea de habitaciones unipersonales o compartidas desde \$150 dólares mensuales.

Imagen de referencia:

Ilustración 4 Imagen referencial Inmobiliaria K.R.G



Fuente: Elite House-Agencia Inmobiliaria

Información de contacto: 0986003488

Registro en la superintendencia de compañías: No tiene registro-agencia informal

Sitio Web y de contacto: [Inmuebles en INMOBILIARIA K.R.G | PROPERATI](#) ;
<https://www.facebook.com/profile.php?id=100067784233211&mibextid=ZbWKwL>.

4.2.4. Información sobre clientes potenciales

A través de la búsqueda y recolección de datos hemos identificados los siguientes clientes potenciales:

4.2.4.1. Residencia universitaria Acacia.

La “Residencia universitaria Acacia”, ofrece servicios de alojamientos y relacionados a la residencia a estudiantes universitarios. Está ubicado en la Cuidades las “Acacias”, ofrece una variedad de departamentos entre ellos: departamentos individuales y habitación compartida con un valor de entre \$160 y \$400 dólares mensuales.

Imagen de referencia:

Ilustración 5 Imagen referencial "Residencia universitaria las Acacias"



Fuente: Google Maps, 2015.

4.2.4.2. Edificio residencial “López”

Edificio Residencial “López” está ubicado en el Barrio “Las Acacias”, ofrece servicios de alquiler de departamentos de carácter unipersonal para estudiantes universitarios , cuanto con un aproximado de 35 departamentos, con un valor de entre \$140 a \$160 dólares mensuales.

Imagen de referencial:

Ilustración 6 Imagen referencial "Edificio residencial López"



Fuente: Google Maps, 2024.

4.2.4.3. Edificio residencial “Naranja”-

El Edificio Residencial “Naranja” está ubicado en el Barrio “Los Eléctricos”, ofrece servicios de alquiler departamental unipersonal para estudiantes universitarios, cuenta con un aproximado de 18 departamentos, con un valor de \$150 dólares mensuales.

Imagen referencial:

Ilustración 7 Imagen referencial "Edificio residencial Naranja"



Fuente: Google Maps, 2015.

4.2.5. Caracterización del cliente meta

En el vibrante mercado inmobiliario de Manta, especialmente en el sector de alquileres dirigidos a estudiantes universitarios, es fundamental entender tanto las características de las propiedades disponibles como las necesidades y preferencias de los potenciales inquilinos. Este análisis minucioso facilita la identificación precisa del público objetivo, garantizando que la estrategia de mercado se alinee con las dinámicas actuales y futuras del sector. A continuación, se ofrece un análisis detallado de los clientes potenciales desde las perspectivas de oferta y demanda, resaltando los factores determinantes en la decisión de alquiler y las oportunidades presentes en el mercado local.

4.2.5.1. Cliente meta- lado de la oferta

Según los resultados de la muestra realizada a 23 arrendatarios, nuestros clientes meta en el lado de la oferta son:

- **Mujeres** de entre 52 y 59 años, propietarias de hasta 3 casas o departamentos en el barrio “Santa Martha”, con una disposición de pago de \$25 a \$35 por servicio.
- **Hombres** de entre 71 y 81 años, propietarios de hasta 3 casas o departamentos en el barrio “Los Eléctricos”, con una disposición de pago de \$25 a \$35 por servicio.

Estos clientes meta se encuentran en áreas adyacentes a la zona universitaria de Manta. Su principal dificultad es la falta de inquilinos universitarios, y están interesados en servicios de intermediación que incluyen la búsqueda y selección de inquilinos y la promoción en redes sociales.

4.2.5.2. Cliente meta- Lado de la demanda

Los resultados de la muestra correspondiente a 96 estudiantes indicaron que nuestros clientes meta en el lado de la demanda son:

- **Mujeres** de entre 20 y 23 años de la carrera de Economía, con un presupuesto promedio de vivienda de entre \$100 y \$150 mensuales.
- **Hombres** de entre 20 y 24 años de la carrera de Economía, con un presupuesto promedio de vivienda de entre \$120 y \$180 mensuales.

Estos estudiantes se encuentran en un nivel intermedio de su vida académica, con una necesidad de vivienda de entre 1.5 y 2.5 años, lo que coincide con estar a mitad de carrera o en los últimos tres semestres. Un 77% de ellos prefiere residir en Manta, con un presupuesto deseado de \$80 a \$120 mensuales y una preferencia por habitaciones unipersonales.

Los clientes meta prefieren que el departamento esté ubicado en la zona universitaria, sin una preferencia específica por el barrio. Además, tienen una gran disposición a invertir en servicios de intermediación por \$25 a \$35, y esperan que estos servicios incluyan facilidades de pago y mediación en el contrato para la inclusión de servicios básicos, como el internet.

4.2.6 Determinantes de la demanda

Los determinantes de la demanda del proyecto A´KASA S.A serán detallados en las tablas 29 y 30.

4.2.6.1 Determinantes de la demanda- lado de oferta

Tabla 29 Determinantes de la demanda-lado de oferta

	¿Quién?	¿Por qué?	¿Cómo?	¿Cuándo?	¿Dónde?
Iniciador	Mujeres de 52 a 59 años y hombres de 71 a 81 años, propietarios de hasta 3 casas o departamentos.	Satisfacer la necesidad de encontrar inquilinos universitarios.	Buscando agencias inmobiliarias intermediarias.	Cuando tengan casas o departamentos disponibles para la comunidad universitaria.	En los barrios cercanos a la zona universitaria donde tienen propiedades.
Influyente	<ul style="list-style-type: none"> Familiares Otros propietarios conocidos o amigos. 	Por recomendación o experiencia de otros propietarios o colegas.	Escuchando sugerencias y consejos para mejorar sus ingresos.	Al momento de buscar nuevas opciones para rentar sus propiedades.	Presencial, virtual y chat personalizado con los agentes inmobiliarios escogidos.
Decisor	Mujeres de 52 a 59 años y hombres de 71 a 81 años, propietarios de hasta 3 casas o departamentos.	Buscan asegurar ingresos mediante el alquiler de sus propiedades.	Solicitando servicios de intermediación inmobiliaria.	Cuando haya una escasez de clientes universitarios para alquilar sus propiedades.	En los barrios cercanos a la zona universitaria donde tienen propiedades.
Comprador	Mujeres de 52 a 59 años y hombres de 71 a 81 años, propietarios de hasta 3 casas o departamentos.	Necesitan asistencia para gestionar y promocionar a través de redes sociales el alquiler de sus propiedades	Solicitando el menú por referencia del lugar	Al firmar un acuerdo de servicio de intermediación	En los barrios cercanos a la zona universitaria donde tienen propiedades
Consumidor	Mujeres de 52 a 59 años y hombres de 71 a 81 años, propietarios de hasta 3 casas o departamentos.	Buscan soluciones efectivas para encontrar inquilinos y gestionar alquileres	Utilizando los servicios de intermediación y promoción.	Durante el periodo en que la propiedad está en alquiler	En los barrios cercanos a la zona universitaria donde tienen propiedades

Fuente: Melanie Loor, 2024

4.2.6.2. Determinantes de la demanda-lado demanda

Tabla 30 Determinantes de la demanda- lado de demanda

	¿Quién?	¿Por qué?	¿Cómo?	¿Cuándo?	¿Dónde?
Iniciador	Mujeres de 20 a 23 años y hombres de 20 a 24 años, estudiantes de la ULEAM.	Necesitan alojamiento durante sus estudios.	Buscando opciones de alquiler cerca de la universidad.	Durante el curso de sus estudios universitario en la ciudad de Manta.	En las zonas aledañas a la ULEAM.
Influyente	<ul style="list-style-type: none"> • Familiares • Amigos • Conocidos 	Por recomendación o experiencia de amigos.	Recibiendo sugerencias de lugares adecuados para vivir.	Al momento de buscar nuevas opciones de alojamiento.	Comunicación personal y online con dueños de departamentos, recorriendo lugares o contactando con números oficiales.
Decisor	Mujeres de 20 a 23 años y hombres de 20 a 24 años, estudiantes de la ULEAM.	Necesidad de servicios y seguridad a la hora de escoger el alojamiento.	Decidiendo en base a presupuesto, ubicación y servicios ofrecidos.	Al encontrar una opción que se ajuste a sus necesidades.	En las zonas aledañas a la ULEAM.
Comprador	Mujeres de 20 a 23 años y hombres de 20 a 24 años, estudiantes de la ULEAM.	Buscan la mejor relación calidad-precio en alojamiento universitario.	Firmando contratos de arrendamiento y utilizando servicios de intermediación.	Luego de tomar la edición de compra	En las zonas aledañas a la ULEAM.
Consumidor	Mujeres de 20 a 23 años y hombres de 20 a 24 años, estudiantes de la ULEAM.	Requieren un lugar que cubra sus necesidades básicas y facilite sus estudios.	Consumiendo productos y servicios que satisfagan su necesidad de seguridad y servicios.	Durante todo el periodo de sus estudios	En las zonas aledañas a la ULEAM.

Fuente: Melanie Loor, 2024

4.2.7. Análisis de Macroentorno

Para determinar los distintos factores que afecten al desarrollo de la propuesta “A´KASA S.A” se hizo un estudio PESTEL al segmento de mercado de inmobiliario especializado en alquiler universitario.

Tabla 31 Análisis PESTEL

Factores políticos	Factores económicos	Factores sociales
<ul style="list-style-type: none"> • Inestabilidad política. • Imposición de impuestos adicionales sobre servicios de intermediación inmobiliaria. • Legislaciones que impactan la disponibilidad y regulación de alquileres para estudiantes. • Normativas sobre la apertura y operación de plataformas inmobiliarias digitales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Inestabilidad del ciclo económico • Aumento de los impuestos del valor agregado sobre la venta de inmuebles o prestación de servicios inmobiliarios. • Oportunidades de empleo sobre la demanda que les facilite el pago de los arriendos. • El costo de vida en Manta, incluyendo otros gastos de los estudiantes como alimentación y transporte, influye en el presupuesto disponible para el alquiler. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento de la población estudiantil en Manta, incrementando la demanda de alojamiento. • Aumento de la inseguridad. • Cultura y estilo de vida de los habitantes en general.
Análisis PESTEL		
Factores tecnológicos	Factores ecológicos	Factores legales
<ul style="list-style-type: none"> • Grandes avances en el marketing digital • Instauración de nuevas tecnologías que faciliten el trabajo humano. • Digitalización de estados financieros. • Utilización de recursos tecnológicos para la optimización de recursos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Implementación de normativa ecológica • Aplicación de métodos de reducción de desechos y reciclaje provenientes de peticiones municipales 	<ul style="list-style-type: none"> • Emisión de Ruc. • Emisión de patentes • Registro del nombre de la empresa en el registro mercantil de Manta y la Super de compañías. • Emisión de permisos municipales • Emisión de permiso de funcionamiento de la superintendencia y el cuerpo de bomberos

Fuente: Melanie Loor, 2024

4.2.8. Estrategias derivadas del estudio PESTEL

A través del análisis del estudio PESTEL se han identificado las siguientes estrategias:

- Mantenerse **informado sobre cambios políticos** y desarrollar planes de contingencia para adaptarse a nuevas políticas y regulaciones.
- Optimizar **costos operativos** para enfrentar impuestos adicionales y mantener la competitividad en el mercado.
- Adaptarse a **regulaciones legislativas** y tecnológicas, cumpliendo con normativas sobre plataformas digitales y arrendamientos estudiantiles.
- Ofrecer **opciones de alquiler flexibles** y desarrollar alianzas con universidades y empresas locales para facilitar el empleo estudiantil.
- Invertir en **medidas de seguridad** para mejorar la percepción de seguridad y atraer a estudiantes y sus familias.
- Adaptar **la oferta de propiedades** a las preferencias culturales y de estilo de vida de los estudiantes.
- Implementar **estrategias de marketing digital avanzadas** para atraer a más estudiantes y aumentar la visibilidad de la inmobiliaria.
- Adoptar **tecnologías de optimización** para la gestión de propiedades y comunicación con clientes, mejorando la eficiencia operativa.
- Cumplir **con normativas ecológicas** y promover prácticas sostenibles para atraer a clientes conscientes del medio ambiente.
- **Asegurar la obtención y renovación de permisos y registros necesarios**, incluyendo el RUC, patente, permisos municipales y de seguridad.

4.2.9. Plan de marketing-Marketing MIX

El plan de comercialización se centra en desarrollar la propuesta de servicios de alquiler de departamentos dirigida específicamente a estudiantes universitarios, se busca satisfacer las crecientes demandas económicas, demográficas y culturales de esta población.

Nos comprometemos a ofrecer un servicio de alta calidad mediante una gestión profesional y eficiente, destacando a Manta como un vibrante centro universitario. Promovemos el desarrollo sostenible del entorno y mejoramos la relación entre propietarios y estudiantes universitarios mediante la creación de contratos físicos, virtuales o verbales que se adapten a las necesidades de ambas partes.

La oferta se centra en proporcionar departamentos accesibles y adecuados para estudiantes, con precios razonables y competitivos, basándose en los factores identificados en el estudio de mercado en una plaza con necesidades insatisfechas. Además, garantizamos una gestión óptima de las propiedades dirigidas exclusivamente a estudiantes universitarios, apoyada por campañas de marketing digital bien organizadas y eficientes. Estas campañas estarán diseñadas para maximizar la visibilidad de las propiedades y atraer tanto a estudiantes como a propietarios, asegurando una experiencia positiva y satisfactoria para todos los involucrados.

4.2.9.1. Descripción del servicio

A KASA S.A es una innovadora plataforma digital que conecta a estudiantes universitarios con propietarios de propiedades disponibles para alquiler. Esta empresa combina las ventajas de una plataforma tecnológica con el enfoque personalizado de una boutique inmobiliaria, ofreciendo una experiencia única y eficiente tanto para estudiantes como para propietarios.

4.2.9.2. Tipo de propiedades a ofrecer a estudiantes

El producto dirigido a la demanda de viviendas a la comunidad universitaria de Manta se centra en paquetes especializados en búsquedas de departamentos y casas unipersonales o de habitación compartida, cercanas a la universidad. En la tabla 32 se detallan los servicios individuales y paquetes que ofrece la propuesta A KASA S.A ofrece a la demanda inmobiliaria de la comunidad universitaria.

Tabla 32 Servicios a ofrecer a la demanda

Servicio de intermediación
Paquetes de servicios a ofrecer al cliente
Búsqueda y selección de departamentos unipersonales.
Búsqueda y selección de departamentos de habitación compartida.
Búsqueda y selección de casas unipersonales.
Búsqueda y selección de casas de habitación compartida.
Servicios individuales por ofrecer
Asesoría en contratos de alquiler
Asistencia en la negociación de términos de alquiler
Gestión de contratos físicos, virtuales o verbales.
Acceso a la plataforma y sitio web principal

Fuente: Melanie Loor, 2024

4.2.9.3. Tipo de servicios a ofrecer a propietarios

El producto dirigido a la oferta de viviendas a la comunidad universitaria de Manta se centra en paquetes especializados en la asistencia en la búsqueda y selección de inquilinos, promoción en redes sociales, visitas virtuales, y gestión de contratos. En la tabla 33 se detallan

los servicios individuales y paquetes que ofrece la propuesta A´KASA S.A a la oferta inmobiliaria de la comunidad universitaria.

Tabla 33 Servicio a ofrecer a la oferta

Servicio de intermediación
Paquetes de servicios a ofrecer al cliente
Asistencia en la búsqueda y selección de inquilinos
Paquete de marketing especializado en promoción en redes sociales
Paquete de visitas virtuales
Gestión de contratos
Administración integral de propiedades
Servicios individuales por ofrecer
Informe mensual de las preferencias del sector inmobiliario universitario de Manta
Campañas de publicidad pagada para aumentar la visibilidad de la propiedad.
Evaluación de antecedentes de los inquilinos potenciales

Fuente: Melanie Loor, 2024

4.2.9.4. Precio

Como se puede observar en el apartado anterior la gama de servicios que ofrece A´KASA S.A es bastante amplio, los precios y especificaciones sobre estos se detallan a continuación en la tabla 34 y 35.

Tabla 34 Precio y especificación del servicio- lado demanda

Servicio de intermediación	Características del paquete de servicios	Costo final por servicio
Paquetes de servicio al cliente.		
Búsqueda y selección de departamentos unipersonales.	<ul style="list-style-type: none"> • Consultas personalizadas con asesores inmobiliarios. • Asesoría en la ubicación y precio del alquiler del inmueble. • Evaluación de áreas comunes y servicios incluidos en el precio del alquiler. • Verificación de antecedentes de los propietarios. • Tour virtual de propiedades antes de la visita presencial. • Visitas presenciales a los departamentos escogido por el cliente. • Asesoría en términos de contrato y condiciones de alquiler. • Acceso gratuito por tres meses a la plataforma oficial de A´KASA S. A 	\$25
Búsqueda y selección de departamentos de habitación compartida	<ul style="list-style-type: none"> • Consultas personalizadas con asesores inmobiliarios. • Asesoría en la ubicación y precio del alquiler del inmueble. • Evaluación de áreas comunes y servicios incluidos en el precio del alquiler. • Formulario de compatibilidad de compañeros (en el caso de no tener compañeros). • Verificación de antecedentes de los propietarios. • Tour virtual de propiedades antes de la visita presencial. • Visitas presenciales a los departamentos escogido por el cliente. • Asesoría en términos de contrato y condiciones de alquiler. • Acceso gratuito por tres meses a la plataforma oficial de A´KASA S. A 	\$25
Búsqueda y selección de casas unipersonales.	<ul style="list-style-type: none"> • Consultas personalizadas con asesores inmobiliarios. • Asesoría en la ubicación y precio del alquiler del inmueble. • Evaluación de áreas comunes y servicios incluidos en el precio del alquiler. • Verificación de antecedentes de los propietarios. • Tour virtual de propiedades antes de la visita presencial. • Visitas presenciales a los departamentos escogido por el cliente. • Asesoría en términos de contrato y condiciones de alquiler. 	\$35

	<ul style="list-style-type: none"> • Acceso gratuito por tres meses a la plataforma oficial de A´KASA S. A 	
Búsqueda y selección de casas de habitación compartida	<ul style="list-style-type: none"> • Consultas personalizadas con asesores inmobiliarios. • Asesoría en la ubicación y precio del alquiler del inmueble. • Evaluación de áreas comunes y servicios incluidos en el precio del alquiler. • Formulario de compatibilidad de compañeros (en el caso de no tener compañeros). • Verificación de antecedentes de los propietarios. • Tour virtual de propiedades antes de la visita presencial. • Visitas presenciales a los departamentos escogido por el cliente. • Asesoría en términos de contrato y condiciones de alquiler. • Acceso gratuito por tres meses a la plataforma oficial de A´KASA S. A 	\$35
Servicios individuales para el cliente.		
Asesoría en contratos de alquiler	<ul style="list-style-type: none"> • Revisión y asesoramiento legal sobre los contratos de alquiler. • Orientación en derechos y obligaciones del inquilino. • Ayuda en la negociación de términos favorables. 	\$30
Asistencia en la negociación de términos de alquiler	<ul style="list-style-type: none"> • Creación y gestión de contratos físicos, virtuales o verbales personalizados • Uso de firmas electrónicas seguras para contratos virtuales. • Archivo y acceso a contratos en línea. 	\$30
Gestión de contratos físicos, virtuales o verbales.	<ul style="list-style-type: none"> • Negociación de términos y condiciones de alquiler en representación del cliente • Ajustes en el contrato para mayor flexibilidad 	\$30
Acceso a la plataforma y sitio web principal	<ul style="list-style-type: none"> • Una vez terminada la prueba gratis el cliente puede volver a acceder a la plataforma por una suscripción semestral a la plataforma donde podrá verificar el amplio catálogo de viviendas y departamentos aledaños a la zona universitaria. 	\$2,50

Fuente: Melanie Loor, 2024

Tabla 35 Precio y especificación del servicio-Lado oferta

Servicio de intermediación	Características del paquete de servicios	Costo final por servicio
Paquetes de servicio al cliente.		
Asistencia en la búsqueda y selección de inquilinos	<ul style="list-style-type: none"> • Publicación de la propiedad en el sitio web oficial de A´KASA S.A y páginas web de alquiler asociadas a la empresa. • Evaluación de antecedentes de los inquilinos potenciales 	\$35

	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevistas y selección de inquilinos calificados 	
Paquete de marketing especializado en promoción en redes sociales	<ul style="list-style-type: none"> • Publicación de la propiedad en el sitio web oficial de A`KASA S.A y páginas web de alquiler asociadas a la empresa. • Creación de contenido atractivo y profesional para redes sociales • Publicación y gestión de anuncios en redes sociales relevantes (Facebook, Instagram, etc.) 	\$35
Paquete de visitas virtuales	<ul style="list-style-type: none"> • Publicación de la propiedad en el sitio web oficial de A`KASA S.A y páginas web de alquiler asociadas a la empresa. • Producción de recorridos virtuales en alta calidad de la propiedad. • Programación de visitas virtuales en tiempo real con posibles inquilinos. • Provisión de videos y fotos profesionales de la propiedad. 	\$35
Gestión de contratos	<ul style="list-style-type: none"> • Redacción y revisión de contratos de alquiler personalizados. • Uso de firmas electrónicas seguras para la formalización de contratos. • Archivo y gestión digital de todos los documentos relacionados al alquiler. 	\$35
Administración integral de propiedades	<ul style="list-style-type: none"> • Cobro de rentas y gestión de incidencias • Informes mensuales detallados sobre el estado de la propiedad. • Asistencia en la renovación de contratos y ajuste de rentas según el mercado. 	\$35
Servicios individuales para el cliente.		
Informe mensual de las preferencias del sector inmobiliario universitario de Manta	<ul style="list-style-type: none"> • Suscripción mensual a los informes estadísticos sobre la demanda y oferta de propiedades especializadas en el sector universitario de Manta 	\$35
Campañas de publicidad pagada para aumentar la visibilidad de la propiedad.	<ul style="list-style-type: none"> • Inclusión y promoción de propiedades a la plataforma A`KASA S.A y páginas asociadas. • Promoción semestral de la propiedad en diversas redes sociales (o hasta que el bien inmueble sea alquilado) 	\$35
Evaluación de antecedentes de los inquilinos potenciales	<ul style="list-style-type: none"> • Información legal pública acerca del individuo. • Verificación de credenciales universitarias. • Entrega de formularios de evaluación física y psicológica personalizada hacia el inquilino. 	\$35

Fuente: Melanie Loor, 2024

4.2.9.4. Plaza

A ´KASA S.A es una empresa inmobiliaria intermediaria que funciona de manera virtual, con un enfoque en maximizar su visibilidad y alcance a través de varios canales en línea.

Como principal punto de contacto para estudiantes y propietarios operamos en el sitio web-SEO y app oficial permitiendo la búsqueda de propiedades, la obtención de información detallada y la gestión de alquileres y contratos. Ofreciendo asistencia en tiempo real mediante chat en vivo y chat-bots en nuestro sitio web y aplicación móvil, garantizando soporte inmediato para nuestros usuarios. Nuestro equipo de atención al cliente está disponible las 24 horas del día para asegurar una experiencia continua y satisfactoria.

En redes sociales como Facebook, TikTok e Instagram, promocionamos propiedades y compartimos contenido relevante, manteniendo una comunicación activa con nuestros clientes mediante anuncios y promociones dirigidas.

LinkedIn se utiliza para fortalecer relaciones con propietarios y profesionales del sector inmobiliario, ofreciendo artículos y actualizaciones sobre el mercado de alquileres universitarios.

Invertimos en publicidad en línea a través de Google ADs, Facebook e instagram para aumentar la visibilidad de nuestros servicios y llegar a un público más amplio. Además, aprovechamos Marketplace digitales como Facebook Marketplace para una mayor exposición de nuestras propiedades.

4.2.9.5. Promoción

Para lograr el éxito de A ´KASA S.A, se han planeado dos tipos de promociones: publicidad boca a boca y descuentos en los paquetes adquiridos:

- Paquetes de bienvenida: Como se pudo observar en el apartado anterior, el paquete de bienvenida incluye el acceso gratuito por tres meses a la plataforma oficial de A'KASA S.A, adicional por cada 5 recomendaciones a amigos o estudiantes de la ULEAM, se otorgará el 15% de descuento en su próximo servicio de intermediación.
- Para incentivar a los estudiantes a recomendar nuestra página web, realizaremos sorteos periódicos entre los estudiantes registrados en nuestra plataforma, ofreciendo premios como descuentos en el alquiler, productos electrónicos y vales para tiendas locales. Estos concursos tienen como fin aumentar el engagement y atraer a nuevos usuarios.
- Paquetes de bienvenida: durante el primer mes, proporcionaremos servicios adicionales con un 15% de descuento, incluyendo la gestión de visitas, promoción en redes sociales y asesoramiento legal para la redacción de contratos. Este paquete está diseñado para facilitar la integración de los propietarios en nuestra plataforma y asegurar una experiencia positiva desde el inicio.
- Implementamos un sistema de recompensa para los referidos obtenidos a través de recomendación en nuestro sitio Web-SEO y app. Con un descuento de \$8.50 al cliente referido o con un descuento de \$7.50 por cada cliente que se suscriba a los planes y servicios ofrecidos.
- Implementaremos un programa de incentivos para propietarios que recomienden nuestra plataforma a otros propietarios. Estos propietarios recibirán descuentos en las tarifas de intermediación por cada nuevo propietario que se registre y liste propiedades a través de la plataforma. Del mismo modo entrarán a un sorteo periódico entre los propietarios registrados en nuestra plataforma,

ofreciendo premios como descuentos en el alquiler, productos electrónicos y vales para tiendas locales.

4.3 Estudio legal

4.3.1. Patentes y permisos

4.3.1.1. Patentes a nivel nacional

De acuerdo con el (Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual-IPEI, 2024) el proceso de registro de signos distintivos está destinado a cualquier persona natural o jurídica, ya sea nacional o extranjera, que participe en actividades de innovación, creatividad y conocimiento dentro de la economía ecuatoriana y que busque gestionar cualquier forma de propiedad intelectual.

Los requisitos son:

- Solicitud de Registro de Signos Distintivos.
- Comprobante de pago de tasa.
- Etiqueta en Digital (Formato JPG de 5X5 cm.)

Otros requisitos:

- Certificado Financiero para descuento
- Poder o nombramiento otorgando representación legal para presentación del trámite
- Documento de Prioridad

Este proceso de registro de un signo distintivo en el (Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual-IPEI, 2024) implica el pago de una tasa de \$208 USD, por cada clase del Clasificador Internacional de Niza.

El sistema de Clasificación Internacional de Niza organiza productos y servicios en 45 clases para registrar marcas:

- Clases 1-34: Productos.
- Clases 35-45: Servicios.

En nuestro caso, para servicios inmobiliarios (Clase 36) y publicidad (Clase 35), pagaríamos \$416 USD en total.

4.3.1.2. Patentes a nivel cantonal

Los requisitos expuestos por él (Gobierno Autonomo Descentralizado del Cantón Manta, 2024), indica los siguientes requisitos:

- Número de RUC
- Declaración IR
- Permiso de Bomberos

El pago es mediante el SRI por el inicio de actividades económicas, luego pasa a la jurisdicción del (Gobierno Autonomo Descentralizado del Cantón Manta, 2024).

4.3.1.3. Licencia de permiso comercial y profesional

Los requisitos expuestos por él (Gobierno Autonomo Descentralizado del Cantón Manta, 2024), indica los siguientes requisitos:

- Certificado de uso de suelo
- Permiso del Cuerpo de Bomberos vigente.
- Declaración de impuesto a la renta.
- Cancelar la patente municipal.
- Reparto proporcional con relación a los ingresos y los totales de los activos

del Cantón Manta.

- Aval Ambiental
- Certificado de no adeudar al él (Gobierno Autonomo Descentralizado del Cantón Manta, 2024).

El pago por la licencia anual se establece por número de establecimientos dentro del cantón Manta.

4.3.1.4. Registro de la marca en la Superintendencia de compañías

Para poder registrar la marca en la (*Superintendencia de Compañías, 2024*) se requieren los siguientes pasos:

- Copias del acta de fundación
- Estatutos
- comprobante de pago
- Organigrama institucional
- Copia del documento legal del representante jurídico y presidente de la

junta directiva

Este pago varía dependiendo del tipo de empresa y su capital inicial.

4.3.1.5. Registro mercantil de Manta

Para ingresar legalmente la empresa al (Resgistro Mercantil de Manta, 2024) se necesitan los siguientes requisitos:

- Pago de la solicitud al Registro Mercantil de Manta.
- Escritura pública de constitución de la empresa
- Presenta reserva del nombre en la (Superintendencia de Compañías, 2024).

El pago por el registro asciende a \$ 25,00 + 0.5 % del valor de la cuantía determinada en el contrato.

4.3.2. Sistema tributario legal

4.3.2.1. Registro Único de Contribuyente

Según la resolución [R.O. 260-2S, 4-VIII-2020](#) del (Servicio de Rentas Internas-SRI,2018) indica:

“Se encuentran obligados a inscribirse por una sola vez en el Registro Único de Contribuyentes, todas las personas naturales y las sociedades que realicen actividades económicas en el Ecuador o que dispongan de bienes por los cuales deban pagar tributos administrados y/o recaudados por el SRI, conforme lo dispuesto en el artículo 3 y en los casos detallados en el artículo 10 de la Ley del Registro Único de Contribuyentes”,(Servicio de Rentas Internas-SRI,2018).

En nuestro caso el registro debe hacerse como persona jurídica ya que pertenecemos al grupo de compañías anónimas, de responsabilidad limitada, mixtas y demás. El R.U.C. de A´KASA S.A debe verse de la siguiente forma: **13-1234567**(números consecutivos designados a la empresa)-**9** (digito verificador SRI)-**001**, (Servicio de Rentas Internas-SRI,2018).

- R.U.C provisional A´KASA S.A: **13123456789-001**
- Representante legal: Rivas Figueroa Jonathan Dionicio.

4.3.3. Leyes relacionadas a las actividades de intermediación inmobiliaria.

4.3.3.1. Código de comercio

Capitulo segundo y tercero del (Código de Comercio del Ecuador, 2019) establecen:

Art. 370. La ley establece que, si la intermediación en la compra o venta de bienes raíces es realizada por corredores o empresas que hacen de esto su actividad principal, se considera un acto comercial y se aplican normas comerciales específicas. En cambio, si la intermediación es realizada por personas que no están en el negocio habitual de bienes raíces, las transacciones se rigen por reglas generales y no por las normas comerciales específicas. Todas las ventas, sin importar su naturaleza, deben formalizarse mediante escritura pública e inscribirse en el Registro de la Propiedad.

Art. 501. El contrato de corretaje es cuando una persona (el corredor) ayuda a hacer un negocio para otra persona y recibe un pago si tiene éxito. Si no se acuerda un precio, se usará una tarifa estándar del sector. El corredor no trabaja para el cliente, sino que actúa como intermediario.

Art. 502. Los corredores de bienes raíces tienen el derecho de representar a las partes en un negocio inmobiliario. Normalmente, un corredor solo puede representar a una de las partes en la transacción (ya sea el comprador o el vendedor). Sin embargo, si ambas partes están de acuerdo, pueden elegir que un solo corredor los represente a ambos en la misma transacción.

Art. 503. Las empresas que se especializan en corretaje de bienes raíces deben usar corredores habilitados para ofrecer sus servicios. Estos corredores actúan como intermediarios en los contratos de corretaje y facilitan la prestación del servicio.

Art. 504. El contrato de corretaje debe hacerse por escrito y debe especificar el plazo para completar la operación y los honorarios que recibirá el corredor. Si el plazo se vence sin que se haya realizado la operación, el cliente puede optar por cancelar el contrato, contratar a otro corredor o hacer el trato directamente, siempre que el retraso no sea culpa del cliente.

Art. 505. En caso de que haya más de un corredor y no se ha acordado cómo dividir la retribución y no se puede determinar de otra manera, se dividirá en partes iguales entre quienes hayan realizado la negociación.

Art. 506. Las empresas y personas que hagan corretaje inmobiliario pueden, salvo acuerdo diferente, registrar sus encargos en bolsas inmobiliarias, sistemas de listado múltiple u otros métodos similares.

Art. 507. Si dos o más corredores participan en una transacción o contrato y causan daños o perjuicios a terceros, todos ellos serán responsables de manera conjunta.

4.3.3.2. Código Civil - Del contrato de corretaje

Contratos de corretaje: los contratos de corretaje en general deben formalizarse por escrito y deben especificar los términos del acuerdo, como el plazo y la retribución del corredor (Código Civil del Ecuador, 2019).

Obligaciones del Corredor: Los corredores deben cumplir con sus obligaciones contractuales y actuar con buena fe y diligencia en la gestión de la transacción inmobiliaria.

Aunque no está detallado en el Código Civil, estas obligaciones se derivan de los principios generales del contrato (Código Civil del Ecuador, 2019).

Representación y Responsabilidad: Los corredores actúan como intermediarios en las transacciones inmobiliarias y deben cumplir con las normativas y leyes aplicables en su función. El Código Civil establece que la representación en contratos y actos jurídicos debe ser realizada de acuerdo con lo convenido y con la debida diligencia (Código Civil del Ecuador, 2019).

4.4 Estudio técnico

4.4.1. Ubicación de planta

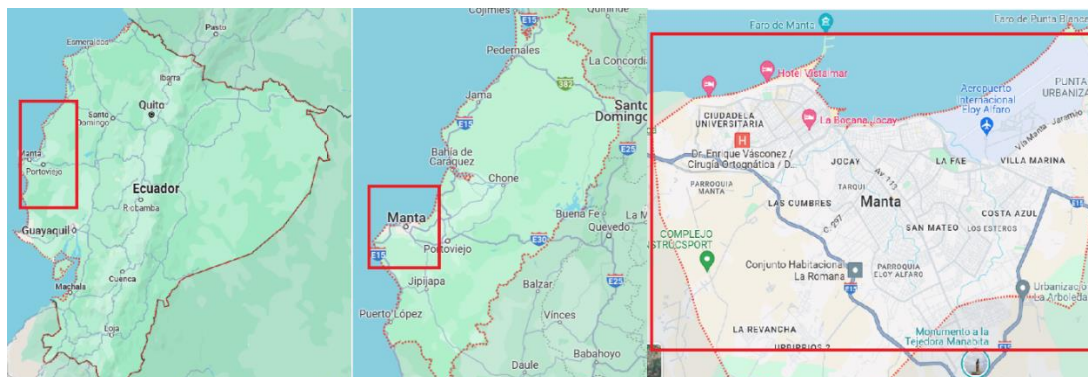
La definición del emplazamiento tiene dos etapas denominadas macro y micro localización. En la primera, se establece el ámbito regional de operación de la empresa. En la segunda, se detalla la infraestructura digital y los canales en línea que se utilizan para ejecutar los servicios del proyecto.

4.4.1. Macro localización

A KASA S.A-agencia inmobiliaria intermediaria está ubicada en el cantón Manta, provincia de Manabí en la Costa de Océano Pacífico. Su ubicación geográfica son latitud -0.94937 y longitud -80.73137 (Sistema Geodésico Mundial, 2016).

Manta es el primer puerto turístico, marítimo y pesquero del Ecuador. En ella no solo se desenvuelven actividades turísticas sino también de manufactura y comercio. Pues la ciudad cuenta con áreas industriales, comerciales, de actividades pecuarias y agrícolas (Gobierno Autonomo Descentralizado del Cantón Manta, 2024).

Ilustración 8 Macro localización del proyecto A´KASA



Fuente: Google Maps, 2024

4.4.2. Micro localización

La propuesta A´KASA se establecerá con una sólida presencia en línea a través de una página web intuitiva, optimizada y compatible con dispositivos móviles. Además de perfiles activos en redes sociales como Facebook e Instagram. Utilizamos el software proporcionado para empresas en estas plataformas a fin de gestionar eficientemente las relaciones con los clientes y automatizar los procesos de intermediación.

Dirección del sitio web: www.akasayoursitieliving.com

Ilustración 9 Sitio Web Oficial de A´KASA S.A



Fuente: WIX.com

4.4.3. Arquitectura de la página Web-SEO y APP

4.4.3.1. Arquitectura de la información del sitio Web-SEO oficial

El diseño de nuestra página Web es limpio, minimalista y profesional, con una estructura bien definida que facilita la navegación y proporciona información clave de manera clara y concisa.

Como se puede observar en la ilustración 10, la parte superior de la página principal de nuestro sitio Web-SEO compatible con computadoras y celulares está compuesto por el nombre de la marca y el menú principal.

El menú principal muestra el catálogo, los tours virtuales de cada propiedad dentro del catálogo, información relacionada a la reservación del servicio de intermediación en línea, planes, portafolio de paquetes y precios por cada servicio.

Ilustración 10 Composición arquitectónica del Sitio Web-SEO



Fuente: WIX.com

Una vez el usuario se identifique como estudiante en busca de departamentos puede acceder a la información del catálogo en lo que sería la página secundaria del Sitio Web, en el

podrá seleccionar el tipo de propiedad a escoger, detalle de los servicios incluidos y precios (véase ilustración 11)

Ilustración 11 Catálogo para estudiantes

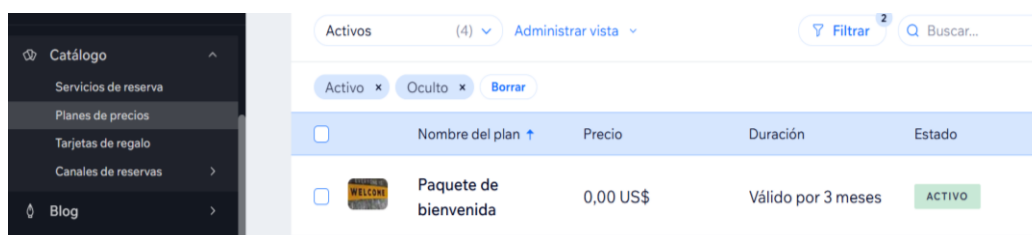



Servicio	Precio	Agenda
 Búsqueda de departamentos uni...	25 US\$	Mostrar disponibilidad
 Búsqueda de departamentos com...	35 US\$	Mostrar disponibilidad
 Búsqueda de casas unipersonales	35 US\$	Mostrar disponibilidad
 Búsqueda de casas compartidas	35 US\$	Mostrar disponibilidad

Fuente: WIX.com

Seguido, en la segunda sección del catálogo podrá observar los planes a los que podrá acceder con los paquetes escogidos (véase ilustración 12)

Ilustración 12 Catálogo para estudiantes, segunda sección

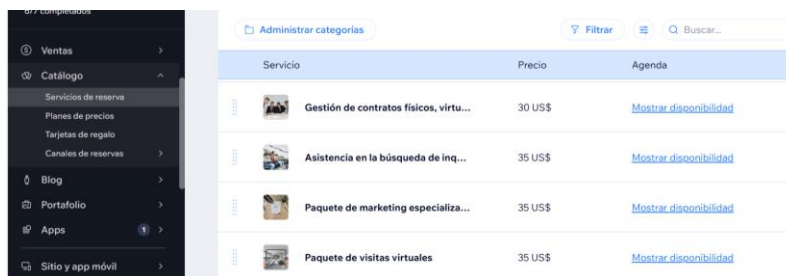


Nombre del plan ↑	Precio	Duración	Estado
 Paquete de bienvenida	0,00 US\$	Válido por 3 meses	ACTIVO

Fuente: WIX.com

En caso de ingresar a la página oficial de A KASA S.A como propietario de un bien inmueble a alquilar el cliente observará la página secundaria con el catálogo de paquetes y precios correspondientes a sus servicios.

Ilustración 13 Catálogo para propietarios de inmuebles



Servicio	Precio	Agenda
Gestión de contratos físicos, virtu...	30 US\$	Mostrar disponibilidad
Asistencia en la búsqueda de inq...	35 US\$	Mostrar disponibilidad
Paquete de marketing especializa...	35 US\$	Mostrar disponibilidad
Paquete de visitas virtuales	35 US\$	Mostrar disponibilidad

Fuente: WIX.com

De la misma forma, en la segunda sección del catálogo el propietario podrá observar los paquetes a los que puede acceder a los paquetes o planes a los que tiene acceso siendo cliente interesado en un paquete o un servicio por separado

Ilustración 14 Paquetes para propietarios

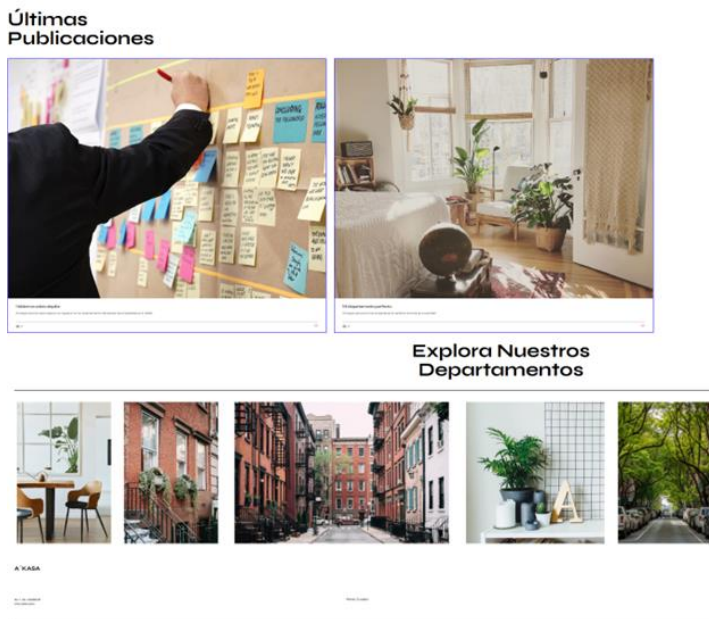


Nombre del plan	Precio	Duración	Estado
Paquete de bienvenida para propietarios	0,00 US\$	Válido por 3 meses	ACTIVO
Plan de marketing diigital	35,00 US\$	Válido por 3 meses	ACTIVO
informes estadísticos	35,00 US\$ / cada 6 meses	Válido por 36 meses	ACTIVO

Fuente: WIX.com

Tanto universitarios como propietarios tendrán acceso a Blogs de información, el portafolio de propiedades, tours virtuales y demás servicios correspondientes a la empresa A KASA.

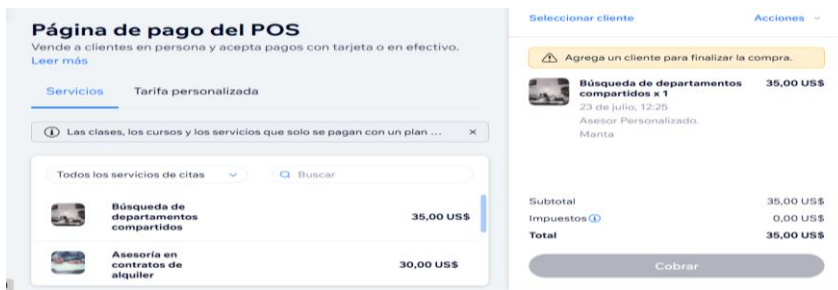
Ilustración 15 Otros servicios de A´KASA S.A



Fuente: WIX.com

El cliente puede hacer el pago en efectivo, tarjeta de crédito o depósitos directos a la cuenta profesional de la empresa generada por Banco Pichincha:

Ilustración 16 Pago del servicio



Fuente: WIX.com

4.4.3.2. Arquitectura de la APP móvil

Para poder obtener una APP móvil, se ha creado un logo que identifique a la marca, entre sus generalidades tiene colores sensibles, un diseño minimalista e identificable. Además de un eslogan llamativo (véase ilustración 17)

Ilustración 17 Logo de A´KASA S.A



Fuente: Turbologo.com

La visualización de la APP producida a primera impresión es bastante fácil de usar, incluyendo los mismos servicios que la página web. Para poder ver mejor la previsualización de la APP móvil ingrese al código QR en la pantalla (véase ilustración 18).

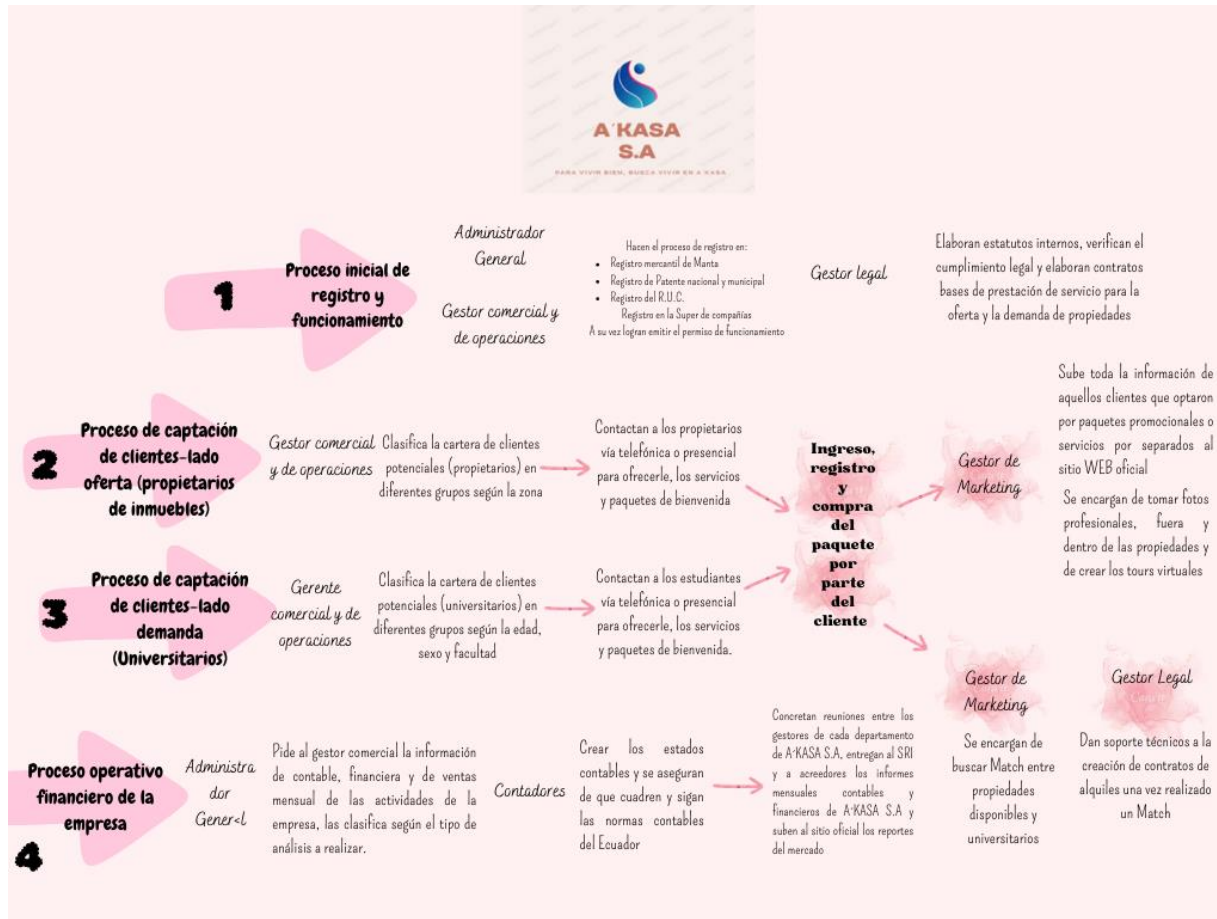
Ilustración 18 APP móvil de A´KASA S.A



Fuente: WIX.com

4.4.4. Diagrama productivo de intermediación

Ilustración 19 Diagrama de procesos A´KASA S.A



Fuente: Melanie Loor

4.4.5. Tamaño y capacidad del Proyecto

La propuesta A´KASA S.A pretende abarcar el 10,02% de la demanda total de alquileres (universitarios) en la ciudad de Manta, un aproximado de 678 servicios de intermediación relacionados con la búsqueda de departamentos. Mientras que de lado de la oferta (propietarios de apartamentos) pretender abarcar el 10,16% de la oferta inmobiliaria observada (propietarios) en la ciudad de Manta, un aproximado de 610 servicios de intermediación relacionada con la gestión de propiedades.

Nuestra app está capacitada para gestionar 1288 servicios de intermediación de alquiler y gestión de propiedades de manera eficiente, proporcionando herramientas avanzadas para la comunicación entre las partes, la programación de visitas y la firma de contratos digitales. Estas funcionalidades aseguran que tanto los estudiantes como los propietarios puedan realizar sus transacciones de manera rápida y segura, optimizando así el proceso de intermediación inmobiliaria.

4.4.6. Requerimientos de materia prima, insumos y materiales

Los requerimientos de la propuesta A´KASA para ponerse en marcha se detallan en la tabla 36.

Tabla 36 Requerimientos de insumos y materiales

Categoría	Cant.	Descripción	Valor	Valor total
Equipo de oficina				
	1	Impresora	200	200
Muebles de oficina				
	2	Escritorio	75	150
	2	Sillas	30	60
	2	Estanterías	75	150
Equipos de computo				

	2	Portátiles ASUS, Core I5	525	1050
	1	Rúters y Switches	300	300
Total				1.910,00

Fuente: Melanie Loor, 2024.

4.4.7. Requerimiento de mano de obra directa e indirecta

Los requerimientos de mano de obra directa e indirecta que necesita A´KASA S.A para operar se detallan en la tabla 37.

Tabla 37 Requerimiento de mano de obra directa e indirecta

Categoría	Descripción	Valor
Nómina		
	Administrador general	800
	Gestor comercial y operativo	600
Tercerizados		
	Marketing	200
	Legal	120
	Contable	200
Total		1920

Fuente: Melanie Loor, 2024.

4.4.8. Requerimiento de activos fijos para área operativa

Al ser una empresa virtual A´KASA S.A no tiene requerimiento de activos fijos tangibles. En la tabla 38 se detallan los requerimientos de activos fijos intangibles.

Tabla 38 Requerimiento de activo intangible

ITEM	Detalle	VALOR	AMORTIZACION
1	Página Web-SEO y aplicación móvil	60	5%
1	Patente	40	
1	Permiso de Super. Compañías	20	
1	Registro mercantil	25	
1	Permiso de funcionamiento	40	
1	Constitución de la compañía	200	
Total		385	77

Fuente: Melanie Loor, 2024.

4.5 Estudio financiero

4.5.1. Horizonte de tiempo del plan financiero

El presente estudio financiero ha sido evaluado en un plazo de 5 años. Este horizonte temporal ha sido seleccionado para proporcionar una visión a mediano plazo del desempeño financiero de la propuesta A´KASSA S.A.

4.5.2. Plan de inversión

4.5.2.1. Inversión inicial

Para iniciar sus operaciones A´KASSA S.A necesita un valor aproximado de \$2 295 dólares (véase tabla 39)

Tabla 39 Inversión inicial de A´KASSA S.A

	Descripción	Costo Unitario	Total
1	equipo de oficina	200	200
2	muebles de oficina	360	360
3	equipo de computación	1350	1350
4	activos intangibles	385	385
Total inversión inicial			2295

Fuente: Melanie Loor, 2024.

4.5.2.2. Inversión en capital de trabajo

La propuesta A´KASSA S.A, necesita de #7523 dólares en inversión de capital de trabajo cada tres meses de operación (véase tabla 40).

Tabla 40 Inversión en capital de trabajo

CONCEPTO	DETALLE	V.ANUAL
	COSTOS DIRECTOS	23613,2
Mano de obra	Pago a empleados de nomina	1807,76667
Sitio web	Paso de SSL, Host y APP	60
Servicios básicos	Servicios básicos Pago de luz y agua	70
Internet	Pago de teléfono e internet	30
	COSTOS INDIRECTOS	6480

TERCERIZADOS	Pago a personal fuera de nomina	520
COMISIONES POR VENTAS		0
PAPELERIA	Gasto en impresiones, agendas y demás	20
COSTO TOTAL DESEMBOLSABLE		30093,2
CAPITAL DE TRABAJO (3 meses)		7523,3

Fuente: Melanie Loor, 2024.

4.5.3. Plan de financiamiento

Para poder aplacar los costos del capital de trabajo se ha decidido tomar un plan de financiamiento tipo 70/30, 70% de financiamiento bancario, aproximadamente \$ 1606,50 y 30% capital propio o aporte de los socios, aproximadamente \$688, 50 dólares, (véase tabla 41)

Tabla 41 Origen del financiamiento

Concepto	V.Año	V%	Recurs. Pro.	V. %	Recurs. Banc.	V. %
Costos directos	23613,2	78%	4513	15%	10532	35%
Costos indirectos	6480	22%	4513	15%	10532	35%
Costo total desembolsable	30093,2	100%	9026	30%	21064	70%
Capital de trabajo (cada 3 meses)	7523,3		2256,5		5266	

Fuente: Melanie Loor, 2024.

Para ello, se han tomado datos preliminares acerca de trámites y precios, para obtener un microcrédito en el Banco Pichincha con una tasa de 15,94 (tasa MiPymes) ha un plazo de 3 años con pago semestrales de un promedio de \$250 dólares y un interés total de \$476,67 dólares.

Tabla 42 Tabla de amortización

No.	Interés	Comisión	Abono	Dividendo	Saldo
0					1.606,50
1	128,04	-	219,16	347,19	1.387,34
2	110,57	-	236,62	347,19	1.150,72
3	91,71	-	255,48	347,19	895,24
4	71,35	-	275,84	347,19	619,39
5	49,37	-	297,83	347,19	321,57
6	25,63	-	321,57	347,19	-
TOTAL	476,67	-	1.606,50	2.083,17	

Fuente: Melanie Loor, 2024.

4.5.5. Proyecciones

4.5.5.1 Proyecciones sobre la producción

La propuesta A´KASA S. A pretende comenzar con una producción de 1288 paquetes de arriendos y gestión de propiedades, luego anualmente aumentar la producción en 100 unidades, para ser específicos 50 unidades cada seis meses (véase tabla 43).

Tabla 43 Capacidad de producción

DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Producción	1288	1371	1459	1554	1648
Total	1288	1371	1459	1554	1648
Desperdicio	0	0	0	0	0
Producción Neta Total	1288	1371	1459	1554	1648

Fuente: Melanie Loor, 2024.

4.5.5.2. Proyecciones sobre las ventas

La proyección que tiene la empresa A´KASA S.A sobre la venta es del 5% para las ventas de paquetes de alquiler y del 8% para los paquetes de gestión de propiedades. Esto básicamente para tratar de equilibrar la oferta y demanda en 824, haciendo el proceso productivo más eficiente (véase tabla 44).

Tabla 44 Programa de ventas

Programa de Ventas					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Estudiantes	678	711,9	747,495	784,86975	824,113238
Precio de Venta	25	25	25	25	25
Propietarios	610,2	659,016	711,73728	768,676262	824,113238
Precio de Venta	35	35	35	35	35
Precio Desperdicio	0	0	0	0	0

Fuente: Melanie Loor, 2024.

4.5.5.3. Proyecciones sobre costos y gastos

La proyección de costos muestra un aumento constante en los costos directos e indirectos a lo largo de cinco años. Los costos directos aumentan de \$21,853.20 en el Año 1 a \$26,164.79 en el Año 5, principalmente debido a incrementos en la mano de obra y otros servicios básicos como el sitio web e Internet. Los costos indirectos suben de \$6,480 en el Año 1 a \$7,282.96 en el Año 5, impulsados por gastos tercerizados y de papelería. Los gastos financieros disminuyen de \$238.61 en el Año 1 a \$0 en el Año 4 y Año 5, debido al pago total del crédito obtenido en el plan de inversiones.

Tabla 45 Proyección sobre los cobros y gastos

Proyección de Costos					
	año1	año2	año3	año4	año5
Costos Directos	21853,2	23949,196	24666,0399	25404,3564	26164,7892
Mano de Obra	21693,2	23785,996	24499,5759	25234,5632	25991,6001
Sitio Web	60	61,2	62,424	63,67248	64,9459296
Servicios Básicos	70	71,4	72,828	74,28456	75,7702512
Internet	30	30,6	31,212	31,83624	32,4729648
Costos Indirectos	6480	6672	6869,712	7073,3064	7282,95869
Tercerizados	6240	6427,2	6620,016	6818,61648	7023,17497
Papelería	240	244,8	249,696	254,68992	259,783718
Gastos Financieros	238,609334	163,062915	74,9945184	0	0
Intereses	238,609334	163,062915	74,9945184	0	0
Comisiones	0	0	0	0	0

Fuente: Melanie Loor, 2024.

4.5.6. Estado de pérdidas y ganancias proyectado

El estado de resultados presenta un desempeño positivo a lo largo de cinco años. En primer lugar, las ventas totales experimentan un crecimiento sostenido, aumentando de \$38,307 en el Año 1 a \$49,446.79 en el Año 5. Paralelamente, los costos directos incrementan de \$21,853.2 a \$26,164.79, lo que permite que la utilidad bruta se eleve de \$16,453.8 a \$23,282.00.

Además, los costos indirectos y tercerizados muestran incrementos leves durante el mismo periodo. Como consecuencia, la utilidad operativa mejora significativamente, pasando de \$9,334.8 a \$15,810.05. Asimismo, los gastos financieros disminuyen hasta alcanzar cero en los últimos dos años. En consecuencia, la utilidad antes de impuestos crece de \$9,096.19 a \$15,810.05, y la utilidad neta muestra un incremento de \$5,798.82 a \$10,078.90, evidenciando una eficiencia operativa y un crecimiento financiero sostenido

Tabla 46 Estado de Resultados proyectado

Estado de Resultado					
DESCRIPCION	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS TOTALES					
Propietarios	21357	23066	24911	26904	28844
Estudiantes	16950	17798	18687	19622	20603
Otros	0	0	0	0	0
TOTAL, DE VENTAS	38307	40863	43598	46525	49447
COSTO DIRECTOS	21853	23949	24666	25404	26165
MANO DE OBRA	21693	23786	24500	25235	25992
SITIO WEB	60	61	62	64	65
SERVICIOS BASICOS	70	71	73	74	76
INTERNET	30	31	31	32	32
UTILIDAD BRUTA	16454	16914	18932	21121	23282
COSTOS INDIRECTOS	6480	6672	6870	7073	7283
TERCERIZADOS	6240	6427	6620	6819	7023
PAPELERIA	240	245	250	255	260
	0	0	0	0	0
G. DEPRECIACION Y AMORTIZACION	639	639	639	189	189
UTILIDAD OPERATIVA	9335	9603	11423	13859	15810
GASTOS FINANCIEROS					
Intereses	239	163	75	0	0
Comisiones	239	163	75	0	0
	0	0	0	0	0
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	9096	9440	11348	13859	15810
IMPUESTOS Y TRABAJADORES	3297	3422	4114	5024	5731
UTILIDAD VENTA ACTIVO					
UTILIDAD NETA (0,36%)	5799	6018	7235	8835	10079

Fuente: Melanie Loor, 2024.

4.5.7. Balance General proyectado

El balance general refleja un crecimiento constante en los activos y el patrimonio a lo largo de cinco años. En primer lugar, los activos corrientes aumentan significativamente de \$7,523 en el preoperativo a \$46,634 en el Año 5, impulsados principalmente por los fondos disponibles. Los activos fijos disminuyen de \$1,910 a cero debido a la depreciación acumulada. De manera similar, los activos no corrientes se reducen de \$385 a cero. En cuanto al pasivo, el pasivo corriente varía, aumentando inicialmente de \$456 a \$619 en el Año 2 y luego disminuyendo a cero a partir del Año 3. Por otro lado, el pasivo no corriente, que incluye préstamos a largo plazo y préstamos de accionistas, disminuye de \$1,151 en el preoperativo a \$457 a partir del Año 3. En consecuencia, el total de pasivos se reduce de \$1,607 en el preoperativo a \$457 en los últimos tres años. Finalmente, el patrimonio muestra un crecimiento sustancial de \$8,212 en el preoperativo a \$46,177 en el Año 5, con un capital pagado constante de \$8,212 y un aumento considerable en los resultados acumulados y del ejercicio.

Tabla 47 Proyección del Balance General

Balance General proyectado						
DESCRIPCION	Preoperativo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVOS CORRIENTES	7523,3	13505,3	20088,2	27342,4	36366,4	46634,3
FONDOS DISPONIBLES	7523,3	13505,3	20088,2	27342,4	36366,4	46634,3
CUENTAS POR COBRAR	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
INVENTARIOS	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
ACTIVOS FIJOS	1910,0	1348,0	786,0	224,0	112,0	0,0
Equipo de oficina	200,0	200,0	200,0	200,0	200,0	200,0
Muebles de oficina	360,0	360,0	360,0	360,0	360,0	360,0
Equipo de computación	1350,0	1350,0	1350,0	1350,0	1350,0	1350,0
MAQUINARIA	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
EQUIPO ELECTRICO	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
EQUIPO DE RIEGO	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
EQUIPO DE FUMIGACION	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
CUARTO FRIO	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
VEHICULOS	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

HERRAMIENTAS	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
EQUIPOS Y MUEBLES	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
EQUIPOS DE COMPUTACION	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
DEPRECIACION ACUMULADA	0,0	-562,0	-1124,0	-1686,0	-1798,0	-1910,0
ACTIVOS NO CORRIENTES	385,0	308,0	231,0	154,0	77,0	0,0
OTROS ACTIVOS	385,0	308,0	231,0	154,0	77,0	0,0
TOTAL, ACTIVOS	9818,3	15161,3	21105,2	27720,4	36555,4	46634,3
PASIVO CORRIENTE	455,8	531,3	619,4	0,0	0,0	0,0
CUENTAS POR PAGAR	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
PORCION DEUDA C.P.	455,8	531,3	619,4	0,0	0,0	0,0
PASIVO NO CORRIENTE	1150,7	619,4	457,3	457,3	457,3	457,3
DEUDA L. PLAZO	1150,7	619,4	0,0	0,0	0,0	0,0
PRESTAMO ACCIONISTAS	0,0	0,0	457,3	457,3	457,3	457,3
TOTAL, PASIVOS	1606,5	1150,7	1076,7	457,3	457,3	457,3
PATRIMONIO						
CAPITAL PAGADO	8211,8	8211,8	8211,8	8211,8	8211,8	8211,8
APORTES FUTURAS CAP.	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
RESULTADOS ACUMULADOS	0,0	0,0	5798,8	11816,7	19051,3	27886,3
RESULTADOS DEL EJERCICIO	0,0	5798,8	6017,9	7234,6	8835,0	10078,9
TOTAL, PATRIMONIO	8211,8	14010,6	20028,5	27263,1	36098,1	46177,0
TOTAL, PASIVO Y PATRIMONIO	9818,3	15161,3	21105,2	27720,4	36555,4	46634,3

Fuente: Melanie Loor, 2024.

Capítulo 5. Evaluación de la propuesta A KASA S.A

5.1 Evaluación financiera

5.1.1 Flujo de caja

La proyección de flujo de caja muestra un crecimiento constante en las ventas, que aumentan de \$38,307 en el Año 1 a \$49,447 en el Año 5. Los egresos operacionales también aumentan de \$28,333 a \$33,448. El flujo operacional neto positivo aumenta de \$9,974 a \$15,999. Los ingresos no operacionales iniciales son de \$9,818, con préstamos adicionales en el Año 2. El

flujo neto generado crece de \$7,523 a \$10,268, y el saldo final de caja incrementa de \$7,523 a \$46,634, indicando una salud financiera positiva y creciente.

Tabla 48 Flujo de Caja con financiamiento

Flujo de Caja con financiamiento						
DESCRIPCION	Preoperativo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
A. INGRESOS OPERACIONALES						
VENTAS		38307	40863	43598	46525	49447
B. EGRESOS OPERACIONALES						
COSTO DIRECTOS		21853	23949	24666	25404	26165
COSTOS INDIRECTOS		6480	6672	6870	7073	7283
C. FLUJO OPERACIONAL (A – B)						
		9974	10242	12062	14048	15999
D. INGRESOS NO OPERACIONALES						
CREDITO LARGO PLAZO	9818	0	457	0	0	0
PRESTAMO ACCIONISTAS	1607		457			0
APORTE PROPIO	0					
VENTA DE ACTIVOS/V DESECHO	8212					
E. EGRESOS NO OPERACIONALES						
ABONOS DE CAPITAL	2295	3992	4116	4808	5024	5731
GASTOS FINANCIEROS		456	531	619	0	0
IMPUESTOS Y TRABAJADORES		239	163	75	0	0
EQUIPO DE OFICINA		3297	3422	4114	5024	5731
MUEBLES DE OFICINA	200					0
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	360					0
ACTIVOS INTANGIBLES	1350					
	385					
F. FLUJO NO OPERACIONAL (D – E)						
	7523	-3992	-3659	-4808	-5024	-5731
G. FLUJO NETO GENERADO (C + F)						
	7523	5982	6583	7254	9024	10268
H. SALDO INICIAL DE CAJA						
	0	7523	13505	20088	27342	36366
I. SALDO FINAL DE CAJA (G+H)						
	7523	13505	20088	27342	36366	46634

Fuente: Melanie Loor, 2024.

5.1.2. Ratios financieros y punto de equilibrio

Liquidez corriente:

Como se puede observar en la tabla 49, en los tres primeros años la propuesta A´KASA mantiene un nivel de liquidez relativamente alto. Sin embargo, la evolución muestra que a lo largo del tiempo puede estabilizarse con el estándar que es de 1,5

Tabla 49 Ratio de liquidez corriente

Razón	preoperativo	año 1	año 2
Liquidez corriente	3%	3%	2%

Fuente: Melanie Loor, 2024.

Capital de trabajo

Como se observa en la tabla 50, el capital de trabajo crece de \$8 668 dólares a \$3 6098 dólares.

Tabla 50 Capital de trabajo

Razón	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Activos	9818	15161	21105	27720	36555
Pasivos	1151	1077	457	457	457
Capital de trabajo	8668	14085	20648	27263	36098

Fuente: Melanie Loor, 2024.

Aplacamiento:

Como se observa en la tabla 51, la empresa está utilizando tanto deuda como capital propio en igual proporción para financiar sus activos. Por esa razón que pasa de 1.08 (primer año) a 1.0 en el cuarto año. Luego, durante el quinto año sube porque entonces se estaría apalancando con capital propio

Tabla 51 Ratio de apalancamiento

Razón	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
-------	-------	-------	-------	-------	-------

Activo total	15161,3	21105,2	27720,4	36555,4	46634,3
Patrimonio	14010,6	20028,5	27263,1	36098,1	46177
Apalancamiento	1.08	1.05	1.02	1.0	1.05

Fuente: Melanie Loor, 2024.

Rentabilidad Operacional sobre el Patrimonio (ROE)

Tabla 52 ROE

Razón	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Utilidad Operativa	9335	9603	11423	13859	15810
Patrimonio	14010,6	20028,5	27263,1	36098,1	46177
ROE	1,50	2,09	2,39	2,60	2,92

Fuente: Melanie Loor, 2024.

Para determinar el punto de equilibrio se ha utilizado la fórmula 2.

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costos directos}}{1 - \frac{\text{Costos indirectos}}{\text{Ventas totales}}} [2]$$

Como se ve en la tabla 53 y 54, el punto de equilibrio en dólares es de \$26 303 dólares, con una producción de 752 servicios de intermediación. Para el segundo periodo el punto de equilibrio es de \$28 623 dólares, con una producción de 818 servicios de intermediación

Tabla 53 Punto equilibrio en dólares

Punto de equilibrio en dólares				
Año	Costos directos	Costos indirectos	Ventas	Punto Equi.
1	21.853,20	6.480,00	38.307,00	26303
2	23.949,20	6.672,00	40.863,06	28623
3	24.666,04	6.869,71	43.598,18	29280
4	25.404,36	7.073,31	46.525,41	29959
5	26.164,79	7.282,96	49.446,79	30684

Fuente: Melanie Loor, 2024.

Tabla 54 Punto de equilibrio en unidades producidas

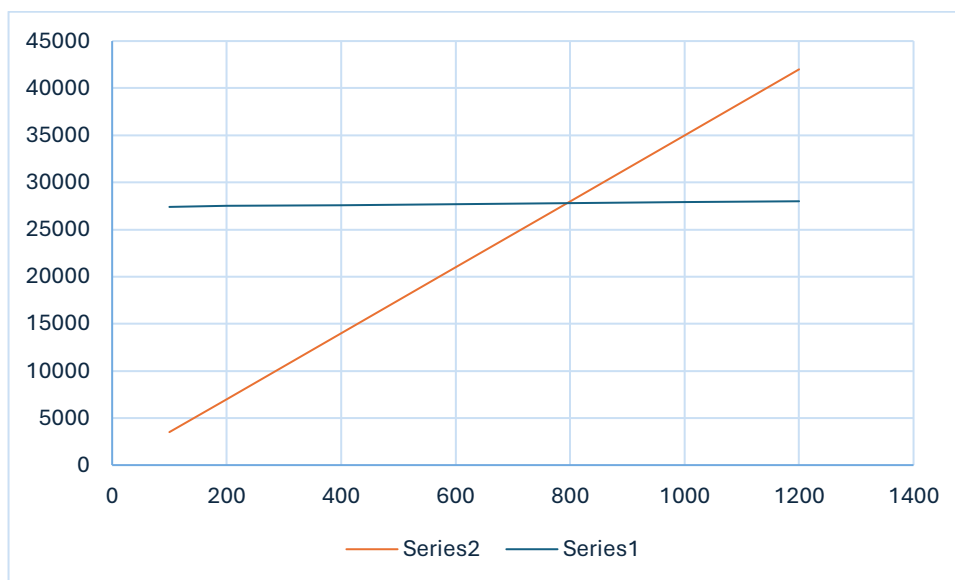
Punto de equilibrio en unidades producidas				
Año	Costos directos	Costos indirectos	Uni. Produ	Punto Equi.

1	21853	6480	1288	752 ³
2	23949	6672	1371	818
3	24666	6870	1459	837
4	25404	7073	1554	856
5	26165	7283	1648	877

Fuente: Melanie Loor, 2024.

Gráficamente el punto de equilibrio del primer año es el representado por el gráfico 28, entendiéndose conforme a la teoría económica que las ganancias empiezan cuando se produce por encima del punto de equilibrio, mientras que si decidiéramos producir por debajo estaríamos en pérdidas debido al margen entre los ingresos y costos de la producción.

Gráfico 28 Punto de equilibrio del primer año operativo



Fuente: Melanie Loor, 2024.

5.1.2. Evaluación financiera

La evaluación financiera de la propuesta A´KASA S.A indica un alto porcentaje de viabilidad y un bajo riesgo en la inversión establecida. Pues el VAN generará beneficios cerca de

³ Para esto se ha promediado el costo del servicio los precios de ambos clientes (estudiantes y propietarios)

\$3 8229.51 (véase en la tabla 49), recuperando la inversión desde el primer año de operación.

Con un retorno de la inversión (TIR) de hasta el 89%. La relación costo beneficio indica que por cada dólar invertido se ganaran cinco.

Tabla 55 Evaluación financiera del proyecto

CRITERIO	CON FINANCIAMIENTO
TIR	89%
VAN	38229,51
P/R	1 AÑO
C/B	5,66

Fuente: Melanie Loor, 2024.

5.1.5. Análisis de sensibilidad

Para efectos de este proyecto se han planteado dos escenarios posibles: una variación en el precio y una variación en la cantidad producida.

En el caso de las variaciones en la producción, al bajar en un -21,27% el Van se vuelve 0 es decir, no es viable realizar el proyecto. El porcentaje de retorno de es de 7,07% y el periodo de recuperación de la inversión es indeterminada. Mientras en un escenario donde la cantidad producida a 687, el retorno de la inversión se ve en 3 años y aumenta al 92,44%, con un VAN \$40 100 dólares (véase tabla 56)

Tabla 56 Análisis de sensibilidad en la producción

Análisis de sensibilidad: cambio en la producción			
	Pesimista	neutro	optimista
Criterio	512	678	687
TIR	7,07%	88.94%	92.44%
VAN	0	38023	40100
P/R	Indeter.	1 año	3 años

Fuente: Melanie Loor, 2024.

Por otro lado, las variaciones en el precio de -24,10% es decir al disminuir el precio a \$27 dólares, El retorno de la inversión sería del 7,09% y el VAN es de 0. Mientras que en un escenario en el que el precio sube a \$37 dólares, el retorno de la inversión se dispara al 111% con un tiempo de recuperación de inversión de 2 años y un VAN de \$50 000 dólares (véase tabla 57)

Tabla 57 Análisis de sensibilidad en el precio

Análisis de sensibilidad: cambio en el precio			
	Pesimista	neutro	optimista
Criterio	27.66	35	37.30
TIR	7,09%	88.94%	111%
VAN	0	38023	50000
P/R	Indeter.	1 año	2 años

Fuente: Melanie Loor, 2024.

5.2. Evaluación económica del proyecto

5.2.1. Flujo de caja

La ausencia de financiamiento reduce los egresos no operacionales, mejorando la estabilidad del flujo neto generado. Sin embargo, depende únicamente de aportes propios, lo que limita la capacidad de crecimiento rápido, pero asegura una gestión más conservadora del capital, resultando en un saldo final de caja ligeramente superior al del escenario con financiamiento (véase tabla).

Tabla 58 Flujo de Caja sin financiamiento

Flujo de Cada Sin Financiamiento

DESCRIPCION	Preoperativo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
A. INGRESOS OPERACIONALES						
VENTAS		38307	40863	43598	46525	49447
B. EGRESOS OPERACIONALES						
COSTO DIRECTOS		21853	23949	24666	25404	26165
COSTOS INDIRECTOS		6480,0	6672,0	6869,7	7073,3	7283,0
C. FLUJO OPERACIONAL (A – B)						
		9974	10242	12062	14048	15999
D. INGRESOS NO OPERACIONALES						
	9818,3	0	457	0	0	0
CREDITO LARGO PLAZO						
	0					
PRESTAMO ACCIONISTAS						
	0		457			0
APORTE PROPIO						
	9818,3					
VENTA DE ACTIVOS/V DESECHO						
E. EGRESOS NO OPERACIONALES						
	2295	3384	3481	4141	5024	5731
ABONOS DE CAPITAL						
		0	0	0	0	0
GASTOS FINANCIEROS						
		0	0	0	0	0
IMPUESTOS Y TRABAJADORES						
		3384	3481	4141	5024	5731
EQUIPO DE OFICINA						
	200					0
MUEBLES DE OFICINA						
	360					0
EQUIPO DE COMPUTACIÓN						
	1350					
ACTIVOS INTANGIBLES						
	385					
F. FLUJO NO OPERACIONAL (D – E)						
	7523	-3384	-3024	-4141	-5024	-5731
G. FLUJO NETO GENERADO (C + F)						
	7523	6590	7218	7921	9024	10268
H. SALDO INICIAL DE CAJA						
	0	7523	14113	21331	29253	38277
I. SALDO FINAL DE CAJA (G+H)						
	7523	14113	21331	29253	38277	48545

Fuente: Melanie Loor, 2024.

5.2.2. Beneficios y costos económicos

5.2.2.1. Utilidad

Con la reducción de los gastos financieros, la utilidad neta tuvo un ligero aumento (véase tabla 59)

Tabla 59 Cambios en la utilidad neta

UTILIDAD BRUTA	16454	16914	18932	21121	23282
COSTOS INDIRECTOS	6480	6672	6870	7073	7283
TERCERIZADOS	6240	6427	6620	6819	7023
PAPELERIA	240	245	250	255	260

G. DEPRECIACION Y AMORTIZACION	639	639	639	189	189,0000
UTILIDAD OPERATIVA	9335	9603	11423	13859	15810
GASTOS FINANCIEROS	0	0	0	0	0,0000
Intereses	0	0	0	0	0,0000
Comisiones	0	0	0	0	0,0000
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	9335	9603	11423	13859	15810
IMPUESTOS Y TRABAJADORES	3384	3481	4141	5024	5731
UTILIDAD VENTA ACTIVO					
UTILIDAD NETA	5951	6122	7282	8835	10079

Fuente: Melanie Loor, 2024.

5.2.2.2. Patrimonio y pasivos

Con la reducción de los pasivos no corrientes, el patrimonio experimentó un ligero aumento (véase tabla 60)

Tabla 60 Cambios en el patrimonio

TOTAL, ACTIVOS	9818	15769	22348	29631	38466	48545
PASIVO CORRIENTE	0	0	0	0	0	0
CUENTAS POR PAGAR	0	0	0	0	0	0
PORCION DEUDA C.P.	0	0	0	0	0	0
PASIVO NO CORRIENTE	0	0	457	457	457	457
DEUDA L. PLAZO	0	0	0	0	0	0
PRESTAMO ACCIONISTAS	0	0	457	457	457	457
TOTAL, PASIVOS	0	0	457	457	457	457
PATRIMONIO						
CAPITAL PAGADO	9818	9818	9818	9818	9818	9818
APORTES FUTURAS CAP.	0	0	0	0	0	0
RESULTADOS ACUMULADOS	0	0	5951	12073	19355	28190
RESULTADOS DEL EJERCICIO	0	5951	6122	7282	8835	10079
TOTAL, PATRIMONIO	9818	15769	21891	29173	38008	48087

TOTAL, PASIVO Y PATRIMONIO	9818	15769	22348	29631	38466	48545
-----------------------------------	-------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

Fuente: Melanie Loor, 2024.

5.2.3. Evaluación económica

La evaluación económica de la propuesta A'KASA S.A indica un alto porcentaje de viabilidad y un bajo riesgo en la inversión establecida. Pues el VAN generará beneficios cerca de \$3 7869 (véase en la tabla 49), recuperando la inversión desde el segundo año de operación. Con un retorno de la inversión (TIR) de hasta el 80%. La relación costo beneficio indica que por cada dólar invertido se ganaran cuatro.

Tabla 61 Evaluación económica del proyecto

CRITERIO	SIN FINANCIAMIENTO
TIR	80%
VAN	37869
P/R	2 AÑO
C/B	4,86

Fuente: Melanie Loor, 2024.

5.2.4. Análisis de sensibilidad

Para efectos del análisis de sensibilidad, se ha concedido dos escenarios uno donde cambia el precio y otro donde cambia la cantidad.

Las variaciones negativas en el precio de -24%, es decir suponiendo que el precio caiga a 27 dólares el VAN queda en 0 y la TIR en 7,76%, no hay un periodo específico donde se recupere la inversión. Mientras que un aumento en el precio a \$36, podríamos obtener el retorno de la inversión de 92,04% en dos años con un VAN \$45 000 dólares (véase tabla 62).

Tabla 62 Análisis de sensibilidad en el precio (SF).

Análisis de sensibilidad: cambio en la producción			
	Pesimista	neutro	optimista
Criterio	27.70	35	36.40
TIR	7,73%	80.38%	92.04%
VAN	0	37869	45000
P/R	Indeter.	1 año	2 años

Fuente: Melanie Loor, 2024.

Mientras que en las variaciones negativas en la producción a las 512 unidades el VAN es cero y el retorno de la inversión es de 7,76% con ningún periodo determinado de recuperación. Lo que indicaría que en este nivel de precios el proyecto no es viable. Mientras que un aumento a 687 unidades tendríamos un VAN de \$40 000 dólares, un porcentaje de retorno del 83.87% en dos años (véase tabla 63)

Tabla 63 Análisis de sensibilidad en la producción (SF).

Análisis de sensibilidad: cambio en la producción			
	Pesimista	neutro	optimista
Criterio	512	678	687
TIR	7,76%	80.38%	83,87%
VAN	0	37869	40000
P/R	Indeter.	1 año	2 años

Fuente: Melanie Loor, 2024.

5.3. Resultados y Conclusiones

Los resultados generales de los estudios pertinentes realizados en la propuesta A´KASA S.A, indica que es factible la implementación del proyecto propuesto. La demanda y oferta inmobiliaria universitaria crean el ambiente propicio para que la empresa pueda tener rendimientos crecientes en un plazo de 5 años.

El estudio de mercado determino que de 6772 estudiantes foráneos de la ULEAM el 94% de los estudiantes están dispuestos a comprar un paquete de intermediación inmobiliaria. Mientras que, De la muestra total observada de propietarios el 86% están dispuestos a comprar un paquete de gestión de propiedades. Ambos fijando un precio de entre 25 a 35.

Por medio de estas estadísticas A´KASA S.A se ha permitido realizar un plan de negocio e inversiones que se ajuste a la cantidad total de la demanda de servicios de intermediación tanto de lado de la oferta como de la demanda (1288 servicios), creando una empresa inmobiliaria virtual completamente capaz de gestionar y almacenar información relevante, de dar soporte técnico y legal de contratos, de servir de plataforma de compras online y hacer campañas de márketing acerca de la marca.

A su vez, la propuesta A´KASA S.A cuenta con un marco legal sólido que le permite funcionar estando al tanto de los cambios y leyes que puedan afectar la operación dentro de la ciudad de Manta y del Ecuador. Su estructura organizativa y flujo de proceso muestran una clara eficiencia en términos de funciones.

El estudio y la evaluación financiera y económica establecen que el proyecto es netamente viable tanto con un plan de inversión con financiamiento bancario como sin él, mostrando retornos de hasta el 92% de la inversión, generando ventas de hasta \$49 447 dólares y

utilidades de hasta \$10 079 dólares. La relación costo beneficio es de 5,66 y 4,86 mostrando que por cada dólar invertido (indiferentemente del financiamiento) se ganaran en promedio cinco dólares.

Por lo cual, se concluye que la propuesta A KASA S.A esta calificada para entrar en la fase de implementación y ejecución, cumpliendo con los estudios y evaluaciones pertinentes a las funcionalidades organizativas, legales, tecnológicas, financieras y económicas.

BIBLIOGRAFÍA

- Código de Comercio del Ecuador. (2019). *Capítulo tercero del código de comercio*. Superintendencia de Compañías del Ecuador:
https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/2019/JUNIO/C%C3%B3digo_de_Comercio.pdf
- Asociacion de Desarrolladores Inmobiliarios- ADI. (05 de 06 de 2023). Perspectivas del mercado inmobiliario ecuatoriano en 2024. <https://profesionalenbienesraices.com/>:
<https://profesionalenbienesraices.com/perspectivas-del-mercado-inmobiliario-ecuatoriano-en-2024/>
- Asociacion de promotores inmobiliarios de vivienda del Ecuador-APIVE. (2021). *Una mirada al desempeño del Sector Inmobiliario en el 2022*. APIVE-Ediciones, reporte del sector inmobiliario.
- Banco Mundial. (05 de 11 de 2021). *La nueva Manta, una ciudad que mira al futuro*.
<https://www.bancomundial.org/>:
<https://www.bancomundial.org/es/news/feature/2021/11/05/the-new-manta-is-a-forward-looking-city>
- Barcia, A. V., & Vélez, I. V. (2021). Sector de construcción y micronegocios en búsqueda de reactivación en medio de la . *Revista electronica cooperacion universidad-sociedad*, 6(2), 70-79. <https://doi.org/https://revistas.utm.edu.ec/index.php/Recus/article/view/978/848>
- Carmona, H. M. (2023). *“EL MERCADO INMOBILIARIO DE LUJO EN ESPAÑA”*. Facultad de comercio de VALLADOIL.
- Código Civil del Ecuador. (2019). *Contrato de corretaje-Código Civil-Capítulo 5*.
<https://sd885e057b4f06633.jimcontent.com/download/version/1473515786/module/13510390525/name/cap%C3%ADtulo%207.%20Agust%C3%ADn%20C%C3%A1ceres%20Volpe.pdf>

- Díaz Kovalenko, I. E., Larrea Rosas, K. P., & Jhon. (2022). El sector de la construcción en la economía. *Revista ciencias sociales y economicas-UTEQ*, 6(2), 15.
<https://doi.org/https://doi.org/10.18779/csye.v6i2.598>
- Dirección de la carrera de Economía- Facultad de Ciencias Sociales, Derecho y Bienestar. (2024). *Resumen de estudiantes matriculados*. Reporte Xisce.
- El Mercurio. (12 de 05 de 2023). Las ciudades medianas de Ecuador con más demanda de vivienda. <https://elmercuriomanta.ec/>.
<https://elmercuriomanta.ec/index.php/2023/09/04/las-ciudades-medianas-de-ecuador-con-mas-demanda-de-vivienda/>
- Farra, G. C. (2019). *LA INTERMEDIACIÓN INMOBILIARIA ANTE LOS NUEVOS RETOS DE LA VIVIENDA*. UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI .
- Franco, I., & Escobar, M. (2018). Estrategias enfocadas al desarrollo inmobiliario sostenible del cantón Manta, Ecuador . *Revista electronica de cooperacion-universidad y sociedad*, VOLUMEN 4(1), 56-65 . <https://doi.org/e-ISSN 2528-8075>
- Gobierno Autonomo Descentralizado del Cantón Manta. (2024). Trámites ciudadanos. <https://manta.gob.ec/requisitos/>. Manta, Manabí, Ecuador.
- Google Maps. (24 de 06 de 2024). Ubicación Geografica de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Google Maps, ubicaciones.
- Hoyt, H. (1933). *One Hundred Years of Land Values in Chicago*. W. Strahan y T. Cadell.
- Inmogesco. (02 de 05 de 2023). *Plan de negocios para empresas inmobiliarias intermediarias* .
<https://inmogesco.com>: <https://inmogesco.com/blog/plan-de-negocio-inmobiliaria/>
- Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual-IPEI. (21 de 07 de 2024). Registro de Nombres comerciales, de los rótulos o enseña y apariencias distintivas único para personas naturales y jurídicas sean nacionales o extranjeras. *Trámite en línea para registro de signos distintivos*. Manta, Manabí, Ecuador: IPEI-trámites.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (25 de 01 de 2024). *Resultados del censo 2020*.
<https://censoecuador.ec>: <https://censoecuador.ecudatanalytics.com/>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del Ecuador- INEC. (09 de 12 de 2022). *Informacion empresarial, territorial y empresarial*. inec.ec:
<https://public.tableau.com/app/profile/instituto.nacional.de.estad.stica.y.censos.inec./viz/VisualizadordeEstadsticasyEmpresariales2020/Dportada>
- Ley de Compañías del Ecuador , 312 de 05-nov.-1999 (LA COMISIÓN DE LEGISLACIÓN Y CODIFICACIÓN 2020).
- Market Wacht. (25 de 10 de 2023). *Mercado inmobiliario de Ecuador. Reporte 2023*. Bento de Santori. MarketWacht: <https://marketwatch.com.ec/mercado-inmobiliario-2023/>

- Muentes, I. A., & García, M. C. (2019). Estrategias enfocadas al desarrollo inmobiliario sostenible del cantón Manta, Ecuador . *Revista electronica cooperacion-universidad.sociedad*, 4(1), 56-65. <https://doi.org/ISSN 2528-8075>
- Primicias. (05 de 06 de 2024). Cuatro cantones de Manabi, la nueva metropolis inmobiliaria . <https://www.primicias.ec>, pág. 4. <https://www.primicias.ec/noticias/economia/cuatro-cantones-manabi-metropolis-inmobiliaria-inversion/>
- Resgistro Mercantil de Manta. (2024). *Proceso de registro de empresas y compañías en el Ecuador* . <https://www.gob.ec>: <https://www.gob.ec/dinarp/tramites/inscripcion-constitucion-companias-sociedades>
- Rojas, D., Gomez, C., Gonzales, S., Infante, D., & Tiglla, E. (2022). *Aplicación de alquiler para universitarios foráneos de la Universidad de Piura*. Ediciones de la Universidad de Piura.
- Secretaria de educación superior, ciencia, tecnología e innovación. (02 de 06 de 2022). *Indicadores de matriculas UPES-2022*. <https://siau.senescyt.gob.ec/>: <https://siau.senescyt.gob.ec/universidades-y-escuelas-politecnicas-matriculas/>
- Smith, A. (1776). *La Riquezas de las Naciones* . Londres: W. Strahan y T. Cadell.
- Superintendencia de Compañías. (2024). *Trámite en línea para el registro de nombres de empresas*. <https://www.supercias.gob.ec>: <https://www.supercias.gob.ec/portalscvs/index.htm>

ANEXOS

Anexos 1. Cuestionario para estudiantes



Facultad de Ciencias Sociales,
Derecho y Bienestar

“Proyecto de inversión para implementar una agencia inmobiliaria especializada en cubrir las necesidades de vivienda temporal para los estudiantes de la Comunidad Universitaria en la ciudad de Manta”

Esta encuesta tiene como objetivo recaudar información del mercado inmobiliario de la comunidad universitaria de Manta específicamente para estudiantes con necesidad de vivienda temporal (alquiler)

Datos principales:

Edad:

Genero:

Nivel de estudio:

Reside actualmente en Manta: SI/NO

Datos de mercado

1.- ¿Ha enfrentado dificultades para encontrar vivienda temporal (departamentos en alquiler) en Manta como estudiante universitario?

SI

NO

2.- ¿Mediante que mecanismos o alternativas suele buscar alojamiento para alquilar en Manta?

Sitios web

Agencias inmobiliarias

Redes sociales

Recomendaciones de amigos

Recorrido en lugares

Otros (Escriba su respuesta)

3.- Indique un aproximado del prepuesto que destina a la vivienda temporal (departamentos en alquiler) en Manta

Escriba su respuesta...

4. ¿Como estudiante universitario cuanto está dispuesto a pagar por una vivienda temporal (departamentos en alquiler) en Manta?

Menos de \$80 dólares mensuales

De \$80 a \$120 dólares mensuales

De \$120 a \$160 dólares mensuales

De \$160 a \$200 dólares mensuales

Mas de \$200 dólares mensuales

5.- ¿Le gustaría recibir asesoramiento y apoyo durante el proceso de búsqueda y alquiler de propiedad?

SI

NO

6.- ¿Qué tipo de propiedad prefieres alquilar mientras estudias en Manta?

Apartamento (solo)

Habitación compartida

Casa independiente

Otros (Escriba su respuesta)

¿Cuál es la zona de la ciudad en la que tiene preferencia para residir en una vivienda temporal?

Escriba su respuesta...

7.- ¿Cuánto es el margen de precios que está dispuesto a pagar a un intermediario (proceso de búsqueda) para conseguir una vivienda temporal (departamento en alquiler) en Manta?

De \$25 a \$35 dólares

De \$35 a \$45 dólares

De \$45 a \$50 dólares

De Mas de \$50

8.- ¿Te gustaría que la empresa inmobiliaria (intermediaria) ofreciera un servicio de búsqueda personalizada de propiedades de alquiler para estudiantes en Manta?

SI

NO

9.- ¿Hay algún otro aspecto relacionado con el alquiler de propiedades para estudiantes en Manta que te gustaría mencionar?

Firma del Encuestador

Anexos 2. Cuestionario para arrendatarios



Facultad de Ciencias Sociales,
Derecho y Bienestar

“Proyecto de inversión para implementar una agencia inmobiliaria especializada en cubrir las necesidades de vivienda temporal para los estudiantes de la Comunidad Universitaria en la ciudad de Manta”

La siguiente encuesta tiene como objetivo recaudar información acerca de los arrendatarios existentes en el cantón Manta dispuestos a alquilar a estudiantes universitarios

Datos principales:

Edad:

Genero:

Localización:

1.- ¿Es usted propietario de un departamento y/o vivienda en la ciudad de Manta?

(Sí/No)

2.- En caso afirmativo, ¿cuántos departamentos y/o vivienda posee para alquiler?

3.- ¿Como arrendatario ha tenido dificultades para promocionar o alquilar sus departamentos a estudiantes universitarios en el cantón Manta?

SI NO

4.- de ser si su respuesta indique que tipo de dificultades ha encontrado en el proceso de alquiler específicamente a estudiantes universitarios

(Escriba su respuesta)

5.- Le gustaría recibir servicios de ayuda integral en la gestión de sus departamentos por parte de una empresa inmobiliaria (intermediaria) en cuanto a los alquileres y vivienda temporal de universitarios en Manta

SI NO

6.- ¿Cuánto es el margen de precios que está dispuesto a pagar a un intermediario (gestión integral de departamentos) para conseguir clientes universitarios en la ciudad Manta?

De \$25 a \$35 dólares De \$35 a \$45 dólares De \$45 a \$50 dólares De Mas de \$50

7.- ¿Qué servicios específicos espera recibir de una empresa inmobiliaria intermediaria para la gestión de su departamento? (opción múltiple)

Publicidad en plataformas digitales Búsqueda y selección de inquilinos Cobro y gestión de pagos de alquiler Mantenimiento y reparaciones

Otros (Escriba su respuesta)

8.- ¿Qué aspectos considera más importantes al buscar una empresa inmobiliaria intermediaria para gestionar el alquiler de su departamento?

Experiencia Tarifas competitivas Capacidad para encontrar inquilinos de calidad Servicio al cliente

Que sea reconocida

Que genere confianza

Otros (escriba su respuesta)

9.- ¿Hay algún otro aspecto relacionado con la gestión del alquiler de su departamento y/o vivienda que le gustaría mencionar o que considere importante?

Firma del Encuestador