



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL  
ESCUELA DE POSTGRADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TESIS DE GRADO PREVIA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:  
MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS CON  
MENCIÓN EN INNOVACIÓN**

**PLAN DE NEGOCIOS:**

"RENT360: Solución integral para renta y mantenimiento de bienes inmuebles"

**Autor:**

Michele Hidalgo

**Tutora:**

MBA. Andrea Samaniego Díaz

**Guayaquil – Ecuador**

**Año 2021**

## Agradecimientos

Agradezco a mi Padre Celestial por darme la bendición de vivir en una época con mayores oportunidades de preparación y emprendimiento, a mis padres por enseñarme que la superación debe ser constante y la institución ESPAE por hacer su mayor esfuerzo en preparar a los profesionales y hacerlos más útiles para la sociedad.



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL**  
**ESCUELA DE POSTGRADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**ACTA DE GRADUACIÓN No. ESPAE-POST-903**

APELLIDOS Y NOMBRES	HIDALGO HIDALGO MICHELLE OLGA
IDENTIFICACIÓN	0918658121
PROGRAMA DE POSTGRADO	Maestría en Administración y Dirección de Empresas
NIVEL DE FORMACIÓN	Maestría Profesional
CÓDIGO CES	750413002
TÍTULO A OTORGAR	Magíster en Administración y Dirección de Empresas, Mención Innovación
TÍTULO DEL TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN	RENT360: SOLUCIÓN INTEGRAL PARA RENTA Y MANTENIMIENTO DE BIENES INMUEBLES.
FECHA DEL ACTA DE GRADO	2021-03-16
MODALIDAD ESTUDIOS	PRESENCIAL
LUGAR DONDE REALIZÓ SUS ESTUDIOS	GUAYAQUIL
PROMEDIO DE LA CALIFICACIÓN DEL TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN	(8,70) OCHO CON SETENTA CENTÉSIMAS

En la ciudad de Guayaquil a los dieciséis días del mes de Marzo del año dos mil veintiun a las 12:19 horas, con sujeción a lo contemplado en el Reglamento de Graduación de la ESPOL, se reúne el Tribunal de Sustentación conformado por: SAMANIEGO DIAZ ANDREA GABRIELA, Director del trabajo de Titulación, VERA ARMIJOS JORGE XAVIER, Vocal y ALMEIDA CAMPOS KARLA ESTEFANIA, Vocal; para calificar la presentación del trabajo final de graduación "RENT360: SOLUCIÓN INTEGRAL PARA RENTA Y MANTENIMIENTO DE BIENES INMUEBLES.", presentado por la estudiante HIDALGO HIDALGO MICHELLE OLGA. La calificación obtenida en función del contenido y la sustentación del trabajo final es de: 8.7/10.00, OCHO CON SETENTA CENTÉSIMAS sobre diez. Para dejar constancia de lo actuado, suscriben la presente acta los señores miembros del Tribunal de Sustentación y la estudiante.

SAMANIEGO DIAZ ANDREA GABRIELA  
DIRECTOR

VERA ARMIJOS JORGE XAVIER  
EVALUADOR / PRIMER VOCAL

ALMEIDA CAMPOS KARLA ESTEFANIA  
EVALUADOR / SEGUNDO VOCAL

HIDALGO HIDALGO MICHELLE OLGA  
ESTUDIANTE

## Tabla de contenido

1. INTRODUCCIÓN.....	13
1.1 Generalidades de la industria de bienes raíces .....	13
1.1.1 Arrendador:.....	14
1.1.2 Arrendatario:.....	15
1.1.3 Proveedor de servicios: .....	16
2. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO RENT-360.....	17
2.1 Arrendadores: 17	
2.2 Arrendatarios: 18	
2.3 Proveedor de servicios:.....	19
3. PROPUESTA DE VALOR .....	20
3.1 Propuesta de valor para el segmento arrendador: .....	20
3.2 Propuesta de valor para el segmento arrendatario: .....	22
3.3 Propuesta de valor para el segmento proveedor de servicios: .....	22
4. PLAN ESTRATÉGICO.....	23
4.1 Misión y Visión: 23	
4.2 Objetivos Estratégicos:.....	23
4.3 Objetivos Específicos: .....	23
5. ANÁLISIS DEL ENTORNO y LA COMPETENCIA .....	25
5.1 Modelo de las “5 Fuerzas de Porter” .....	25
5.1.1 Rivalidad entre competidores. ....	26
5.1.2 Poder de negociación de clientes. ....	30
5.1.3 Poder de negociación de los proveedores.....	31
5.1.4 Amenaza de nuevos participantes.....	32
5.1.5 Amenazas de Productos Sustitutos. ....	32
6. ANALISIS DE MERCADO .....	34
6.1 Estudio de Mercado. ....	34
6.2 Objetivo General. ....	34
6.3 Objetivos Específicos. ....	34
6.4 Tamaño de la Muestra. ....	35
6.5 Resultados del análisis de mercado.....	36
6.5.1 Análisis descriptivo de la muestra:.....	36
6.5.2 Principales hallazgos de la investigación de mercados: .....	37
6.6 Mercado Potencial.....	41
6.6.1 Mercado potencial proveedores de servicios.....	41

6.6.2 Mercado potencial proveedores de servicios.....	42
6.7 Segmentación del mercado.....	42
6.7.1 Segmentación del mercado de arrendamiento de viviendas .....	42
6.7.3 Identificación de Proto-personas. ....	44
7 ANALISIS F.O.D.A. ....	47
7.1 Análisis interno.47	
7.1.1 Fortalezas.....	47
7.1.2 Debilidades.....	48
7.2 Análisis externo 48	
7.2.1 Oportunidades. ....	48
7.2.2 Amenazas.....	49
8. ANÁLISIS DE CADENA DE VALOR Y POLÍTICA GUBERNAMENTAL.....	50
8.1 Detalle de Cadena de Valor. ....	50
8.1.1 Investigación.....	50
8.1.2 Tecnología .....	50
8.1.3 Diseño de Plataforma .....	50
8.1.4 Operación .....	50
8.1.5 Mercadeo e innovación:.....	51
8.1.6 Servicio Postventa .....	51
8. 2 Políticas gubernamentales y marco regulatorio.....	51
8.2.1 Constitución como Compañía.....	51
8.2.2 Tributación.....	51
8.3 Políticas Gubernamentales: .....	51
8.4 Patente de marca.....	53
8.5 Registro del Empleado y Obligaciones laborales. ....	54
9. PRODUCTOS y TECNOLOGÍAS COMPLEMENTARIAS .....	56
9.1 Medios digitales56	
9.2 Análisis de tendencias.....	56
10 FACTORES COMPETITIVOS .....	59
10.1 Diferenciación en el servicio.....	59
10.2 Esquema de cobro. ....	59
10.3 Forma de Pago.....	59
10.4 Confiabilidad. 60	
11 ESTRATEGIA COMERCIAL.....	61
11.1 Estrategia Genérica-Diferenciación o Precio.....	61

11.2	Política de precios.....	61
11.2.1	Publicación de Arrendamientos.....	62
11.2.2	Servicio de confirmación de Identidad.....	62
11.2.3	Servicio de Consulta en buró de crédito.....	63
11.2.4	Servicio de transferencia de pagos.....	63
11.2.5	Arreglos en la propiedad.....	64
11.3	Plan Comercial.....	64
11.4	Políticas de manejo de servicio.....	67
11.4.1	Políticas de servicios preventa y postventa:.....	69
12.	ANÁLISIS TÉCNICO Y ESPECIFICACIONES DEL SERVICIO.....	71
12.1	Especificaciones del servicio.....	71
12.1.2	Especificaciones proveedores de servicio.....	71
12.1.2	Especificaciones Arrendadores.....	72
13	ETAPA DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO.....	76
13.1	Etapas de Investigación y desarrollo de la plataforma RENT-360.....	76
13.1.1	Análisis, definición alcance y objetivos:.....	76
13.1.2	Prototipo.....	77
13.1.3	Desarrollo.....	77
13.1.4	Implementación.....	77
13.2	Procesos.....	77
13.2.1	Proceso de registro del proveedor de servicios.....	77
13.2.2	Proceso de publicación y renta de propiedades.....	78
14	MAQUINARIAS & EQUIPOS REQUERIDOS.....	82
14.1	Características Del Servidor.....	82
14.1.1	Servidor de páginas web.....	82
14.1.2	Base de datos.....	82
14.2	Requerimientos para el usuario.....	84
14.3	Controles de calidad: Proveedores de servicios al hogar.....	85
14.3.1	Encuesta de satisfacción del servicio de arreglos para el hogar.....	85
14.3.2	Pruebas anuales de dominio del servicio ofrecido.....	85
14.3.3	Controles de calidad: Gestión de rentas.....	86
15.	INSTALACIONES FÍSICAS.....	87
15.1	Determinación del tamaño de planta y de localización.....	87
15.2	Determinación de inversiones en activos fijos y en capital de trabajo.....	87
16.	ASPECTOS ORGANIZACIONALES.....	88

16.1 Organigrama.	88
16.2 Detalle de Roles y Responsabilidades .....	88
16.2.1 Gerente General y Sistemas: .....	88
16.2.2 Responsabilidades de la Gerencia Comercial y de Mercadeo:.....	90
16.2.3 Asistente Administrativo y Financiero: .....	90
16.2.4 Coordinador Operativo y Reclutador de proveedores de servicios...90	
16.2.5 Coordinador de sistemas: .....	90
16.2.6 Asistente gráfico y de redes sociales:.....	91
16.2.7 Analista Operativo: .....	91
17. GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN.....	92
17.1 Situación Actual de RENT-360. ....	92
17.2 Modelo para la estimulación de la innovación. ....	92
Retroalimentación de la plataforma.....	94
17.3 Comunicación transversal y en cascada. ....	94
17.4 Sugerencias de los colaboradores de RENT-360.....	94
17.5 Producto Mínimo Viable- MVP.....	95
Métricas.	96
17.6 Concepto de la campaña interna de innovación.....	96
17.7 Equipo de Trabajo. ....	96
17.7.1 Asesoría por experiencia en proyectos.....	97
17.9.2 Política Disruptiva. ....	98
18. ANÁLISIS ECONÓMICO FINANCIERO .....	99
18.1 Inversión inicial del proyecto. ....	99
18.4 Financiamiento del proyecto. ....	107
18.4.1 Financiamiento del Proyecto.....	107
18.4.2 Amortización de Financiamiento.....	107
18.5 Cálculo de la tasa de descuento (o costo de capital) .....	108
18.5.1 Cálculo del Beta.....	108
18.5.2 Valoración de Activos Financieros.....	108
18.5.3 Costo Promedio Capital .....	109
18.6 Calculo de Valor Residual: .....	109
18.7 Flujo de caja con financiamiento .....	110
18.8 Flujo de caja sin financiamiento. ....	111
18.8 Estados Financieros: Estado de Resultados y decisión financiera.....	113

19. ANÁLISIS DE SOSTENIBILIDAD DEL NEGOCIO .....	115
19.1 Aspectos De Responsabilidad Social Empresarial.....	115
19.2 Seguridad.     116	
19.3 Valores internos. ....	116
19.4 Impactos Ambientales. ....	117
20. ANÁLISIS DE RIESGOS. ....	118
20.1 Consideraciones ambientales. ....	118
20.4 Riesgos financieros. ....	118
20.5 Riesgos por demora de ejecución. ....	119
20.7 Riesgos de entorno político. ....	119
20.6 Riesgo tecnológico. ....	120
20.7 Riesgos de mercado. ....	120
21. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD. ....	121
21.1 Escenario Optimista. ....	121
21.2 Escenario Realista. ....	122
21.3 Escenario Pesimista. ....	122
22. CONCLUSIONES y RECOMENDACIONES .....	125
23 Bibliografía     126	
24 Referencias, tablas y gráficas de apoyo .....	129



## Índice de Figuras

Figura 1-Proceso del servicio RENT-360 a través de la plataforma web y aplicación móvil.....	17
Figura 2-Plan Comercial.....	65
Figura 3-Estructura de Equipos.....	97
Figura 4-Proceso en política disruptiva .....	98

## Índice de tablas

Tabla 1-Estimación de tiempo para arrendamiento en número de días .....	20
Tabla 2-Análisis del tamaño de la muestra para el estudio .....	35
Tabla 3-Conteo de viviendas alquiladas en las ciudades parte del mercado potencial en Ecuador.....	41
Tabla 4-Conteo de viviendas en las ciudades parte del mercado potencial en Ecuador.....	42
Tabla 5--Crecimiento de celular activo y teléfono Inteligente .....	43
Tabla 6-Proto personas segmento arrendador.....	45
Tabla 7-Proto personas Segmento Arrendatario .....	45
Tabla 8-Proto personas segmento Proveedor de servicios.....	46
Tabla 9-Esquema de valores por servicio de publicidad .....	62
Tabla 10-Esquema de valores por servicio Confirmación de Identidad .....	62
Tabla 11-Esquema de valores por servicio Consulta de Buró.....	63
Tabla 12-Esquema de valores por servicio Débitos Automáticos .....	63
Tabla 13- Esquema por arreglos de propiedad .....	64
Tabla 14-Valores de Comisión de Tarjeta .....	83
Tabla 15-KPIs de proyectos .....	96
Tabla 16-Tabla de Inversiones Depreciables .....	99
Tabla 17- Inversión en desarrollo de plataforma .....	100
Tabla 18-- Capital de Trabajo.....	101
Tabla 19- Detalle de Inversión Inicial .....	102
Tabla 20-Ingresos por servicios de arrendamiento y arreglo de propiedades..	103
Tabla 21-Ingresos por servicios de arrendamiento y arreglo de propiedades - Proyección del 5to año al 8vo año .....	104
Tabla 22-Costos proyectado Fijos y Variables del 1ero al 4to año .....	105
Tabla 23- Costos proyectados Fijos y Variables del 5to al 8vo año .....	106
Tabla 24- Valores a financiar .....	107
Tabla 25- Tabla de Amortización del financiamiento.....	107
Tabla 26-Flujo de caja Accionistas.....	110
Tabla 27- Flujo de caja con financiamiento .....	112
Tabla 28-Tabla de Cálculo de Beta .....	108
Tabla 29-Valoración de Activos Financieros .....	108
Tabla 30-Costo Promedio de Capital .....	109
Tabla 31- Estados de Resultados .....	113
Tabla 32-Matriz de Riesgos .....	120
Tabla 33- Estado de Resultados Escenario Optimista .....	121
Tabla 34- Estado de Resultados escenario pesimista .....	123

## Índice de Figuras de apoyo

Figura de apoyo 1--Cadena de Valor RENT-360 .....	129
Figura de apoyo 2-- Paginas con mayor tráfico en Ecuador .....	129
Figura de apoyo 3-Comparativo de posibles arrendatarios.....	130
Figura de apoyo 4-Tipo de vivienda .....	134
Figura de apoyo 5-Viviendas por tipo.....	136
Figura de apoyo 6-Tendencia de Vivienda en Guayas .....	147

## Índice de Tablas de Apoyo

Tabla de apoyo 1-Viviendas particulares arrendadas en las ciudades de investigación, de tipo casa, departamento y cuarto en casa de inquilinato - ENALQUI 2013 .....	130
Tabla de apoyo 2- Viviendas particulares arrendadas, de tipo casa, departamento, cuarto en casa de inquilinato, y otros, según ciudad investigada – ENALQUI 2013 .....	131
Tabla de apoyo 3-Viviendas particulares arrendadas en las ciudades investigadas, de tipo casa, departamento, cuarto en casa de inquilinato y otros, según grupo de personas que las ocupan .....	132
Tabla de apoyo 4-Viviendas arrendadas, de tipo casa, departamento y cuarto, según años de ocupación .....	133
Tabla de apoyo 5- Viviendas arrendadas, de tipo casa, departamento y cuarto, según años de ocupación .....	133
Tabla de apoyo 6-Costo promedio de arriendo de las viviendas particulares de tipo casa, departamento cuarto y otros en las ciudades investigadas .....	134
Tabla de apoyo 7-Viviendas particulares arrendadas, por disponibilidad de servicio higiénico, según ciudad.....	135
Tabla de apoyo 8-- Viviendas particulares arrendadas según años de construcción .....	136
Tabla de apoyo 9--Segmento Arrendador .....	137
Tabla de apoyo 10-Cuestionario de Arrendatario.....	142
Tabla de apoyo 11-Cuestionario de Proveedor de servicios .....	145
Tabla de apoyo 12-Población PEA y PEI .....	148
Tabla de apoyo 13- Comparativo segmento arrendador .....	149
Tabla de apoyo 14-Comparativo Segmento Arrendatario .....	151
Tabla de apoyo 15-Comparativo -Proveedores de Servicios .....	153
Tabla de apoyo 16-Comparativo producto sustituto Segmento Arrendador.....	154
Tabla de apoyo 17- Comparativo producto sustituto Segmento Arrendatario ..	157
Tabla de apoyo 18- Comparativo producto sustituto Proveedores de Servicio	159
Tabla de apoyo 19-Total de personas contactadas para la encuesta .....	159
Tabla de apoyo 20-Distribución de segmentos por rango de edad .....	160
Tabla de apoyo 22- Cotización de mensualidad de servidores .....	161
Tabla de apoyo 23-Estructura Organizacional .....	162

# 1. INTRODUCCIÓN

## 1.1 Generalidades de la industria de bienes raíces

En la actualidad una gran cantidad de industrias han vivido una revolución tecnológica que ha cambiado la forma de hacer negocios con el fin de satisfacer de mejor manera las necesidades de sus consumidores. En la industria de bienes raíces, específicamente en cuanto a gestión de la renta de propiedades, intervienen dos actores principales: arrendatarios y arrendadores. Sin embargo, los proveedores independientes de servicios para el hogar son otro actor importante de esta industria. Para fines de este proyecto, se definen a estos actores como:

1. Arrendador: aquel que es dueño de una propiedad que dispone para rentar.
  2. Arrendatario: quien paga el valor de renta al dueño de la propiedad.
  3. Proveedor de servicios del hogar: es la persona que ofrece trabajos de arreglo para el hogar como gasfitería, pintura, albañilería y carpintería.
- Aunque se podría decir que se han presentado avances en cuanto a la mejora de servicios en gestión de rentas como es el caso de Plusvalía y Trovit, estas plataformas no han logrado aún cubrir toda la cadena de valor de sus requerimientos. Adicional se suma la pandemia de COVID que ha tenido un efecto en las personas que por temor al contagio y recomendación de los expertos evitan el contacto físico o practican el bien conocido distanciamiento social. Ante esto, RENT-360 surge de una necesidad insatisfecha desde el punto de vista de cada uno de estos actores, cuyas necesidades individuales se describen a continuación y fueron validada a través de la herramienta Javelin Board que se refiere a un tablero de experimentación que guía a los emprendedores a fin de que puedan construir productos o servicios disruptivos mediante metodologías ágiles. Se utilizó esta herramienta para validar las hipótesis de problema, cliente y solución. Asimismo, para identificar los hallazgos más importantes de cada experimento realizado. con un grupo de 258 personas entre arrendadores, arrendatarios y proveedores de arreglos de servicios para la propiedad.

### 1.1.1 Arrendador:

El arrendador tiene como objetivo mantener ocupada su propiedad y recibir de forma recurrente un pago, en su caso, se presentan las siguientes necesidades:

Hacer los arreglos requeridos a la propiedad para que esta pueda ser rentada: El 99% indicó que una propiedad en mal estado demorará en arrendarse o requerirá de un precio bajo para poder atraer a potenciales arrendatarios, por tanto, el arrendador debe conseguir a proveedores de servicios que sean capaces de realizar un arreglo rápido a un precio aceptable. Ante lo cuál tienen la siguiente problemática: El 95% indicó que requiere conseguir de forma rápida al proveedor de servicios: Para este caso pese a que siempre se recurre a conocidos que den referencias, éstos no siempre tienen a un proveedor a mano, y de ser así en algunas ocasiones los proveedores pueden no estar disponibles y requieren que se les espere un periodo de tiempo valioso para el arrendador. El 80% tiene la sensación de inseguridad: Tener que estar en una propiedad a solas con un desconocido es motivo de preocupación, y en muchos casos las personas que contratan deben sobrellevar la incomodidad y tomar el riesgo de interactuar de cerca con este desconocido.

- Publicación de la propiedad: Publicar el anuncio de su propiedad destacando sus ventajas para atraer al potencial arrendatario. El 95% de los arrendadores consideran que deben publicar la propiedad, de forma que se destaque en medio de las que le compiten resaltando sus atributos en relación con detalles del bien, o lugares cercanos de interés. En este sentido, para el arrendador es complicado decidir en qué plataformas colocar su propiedad y gestionar la publicación en cada una de ellas.
- Selección del potencial arrendatario: El 100% de los arrendadores indicaron que tienen el interés de encontrar un buen arrendatario, que sea confiable y acorde al perfil que el arrendador espera. Generalmente en el proceso de la presentación del bien, cuando el arrendador desea hacer la visita, existe un factor de inseguridad ya que no se conoce si el visitante representa un peligro. Por otro lado, también se convierte en un proceso ineficiente ya que, al no cumplir con el perfil esperado, el arrendador pierde tiempo con potenciales arrendatarios que no cuentan con la capacidad económica para pagar la renta y/o no tienen un real interés en la propiedad. Esto se detalla en el capítulo de estudio de mercado.
- Proceso de arrendamiento: Aunque existen arrendadores que llevan muchos años en este negocio, el 70% indicó que pese a considerar como

importante desconocen de las medidas de reducción de riesgos que se aplican en contratos a través de notas aclaratorias de las condiciones de arrendamiento y la notarización de estos. Por otro lado, durante el periodo de arrendamiento se requiere de una administración que vele por el buen estado de la propiedad del arrendatario y que gestione los pagos de los arrendatarios.

- Finalización del periodo de arrendamiento: La terminación de este periodo requiere que el arrendatario realice la entrega formal del bien al dueño de la propiedad cumpliendo con el pago total de sus mensualidades y entregando la propiedad en condiciones aceptables en los que sólo aplique hacer arreglos por tema de desgaste. En este sentido, el 90% de los arrendadores consideran como un proceso complicado la entrega de la propiedad ya que en ocasiones el arrendatario entrega la propiedad en mal estado con daños que van desde pisos rotos, huecos en paredes, lavamanos y cerámicas destruidas cuyos costo del arreglo no sólo supera el valor del depósito, sino que podría superar el valor de lo recibido por la renta de la propiedad.

### **1.1.2 Arrendatario:**

El arrendatario por su lado se enfrenta a muchas dudas al momento de buscar una propiedad ya que tiene necesidades con relación a espacio, precio, ubicación y seriedad del arrendador. Sus principales problemas son:

- Búsqueda de una propiedad: Actualmente el potencial arrendatario debe realizar la búsqueda tanto en varios medios impresos, así como también medios digitales como es el caso de páginas de anuncios virtuales. muchos de los arrendatarios complementan estas búsquedas con recorridos por las zonas de interés para buscar la propiedad para alquilar. El 80% de los arrendatarios indicó que usualmente las plataformas digitales de anuncios de rentas no dan mucha información sobre los lugares de interés cercanos, ni el perfil de la persona que arrienda el bien, y, ante la necesidad, muchas veces por la urgencia de encontrar un lugar para alquilar, el potencial arrendatario corre el riesgo de rentar una propiedad que no cubra sus expectativas.
- Proceso de Arrendamiento: Una vez que el arrendatario se decide por una propiedad, este espera que la misma se encuentre en buenas condiciones durante todo el periodo de arrendamiento. Sin embargo, el 45% de los arrendatarios indicó que en ocasiones el arrendador puede no cumplir con estas obligaciones generando incomodidad para el arrendatario. Los inconvenientes más comunes son: problemas de agua, goteras, suciedad en los pasillos o áreas comunes, mala actitud por parte del arrendador o

que este tenga prácticas consideradas desagradables como hacer reuniones o actividades que generen ruido e incomodidad para los inquilinos.

- Finalización del contrato: Usualmente no se documenta el estado en que se entrega y se devuelve el bien, por tanto, ambas partes pueden pasar por momentos extensos de discusión y a la hora de terminación del periodo de renta. El 60% indico que la entrega de la propiedad es uno de los momentos más estresantes ya que el arrendador podría exigir sin justificativos mantener el pago del depósito e incluso cobrar valores adicionales generando indignación al arrendatario.

### **1.1.3 Proveedor de servicios:**

En la investigación de mercado realizada para la elaboración de esta tesis el 90% de los proveedores de servicios encuestados indicaron no contar con contratos recurrentes que le permitan tener el ingreso requerido para cubrir gastos básicos de alimentación vivienda y salud de sus familias ya que al ser informales y tener gran competencia cuentan con una cantidad muy limitada (Comercio, Elcomercio.com, 2017) de contratos .

A continuación, se describen los principales problemas y necesidades de este grupo:

- Exposición y promoción de sus servicios: De acuerdo al estudio realizado se estima que el 30% de los proveedores más relacionados con la tecnología recurren a plataformas digitales como OLX, Mercado Libre y sus propias redes sociales para dar a conocer sus servicios. También piden a sus conocidos o personas para las que han trabajado, que los refieran. Sin embargo, 80% no conocen la utilización de estas herramientas o les resulta complicado gestionar más de una, además, estas herramientas no son destinadas específicamente para la oferta de este tipo de servicios por lo que la oferta posteadas se diluye.
- Calidad de servicio entregado: El 80% de los proveedores de servicios indicaron que no cuentan con una guía de la calidad que deben ofrecer en relación con acabados y limpieza, lo que hace que, en 8 de cada 10 casos, sus servicios no vuelvan a ser solicitados perdiendo posibilidades de nuevos contratos.
- Manejo de precios: En el mercado de contratación de servicios de manera informal existe un constante regateo, ante esto el 80% de los proveedores de servicios sienten que en algunas ocasiones han cerrado mal un negocio con un precio muy por debajo de lo esperado por el temor de estar más tiempo sin trabajo



## 2. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO RENT-360

RENT-360 es una plataforma web que funciona a través de una aplicación móvil que maneja todo el proceso de gestión de renta el cual incluye las siguientes etapas:

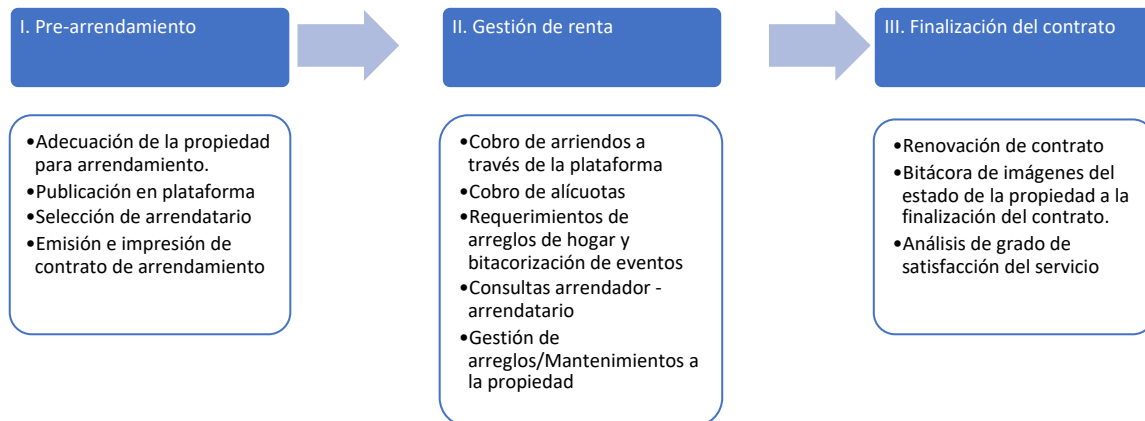


Figura 1-Proceso del servicio RENT-360 a través de la plataforma web y aplicación móvil.

**Elaborado por:** Autora de Tesis

En la plataforma RENT-360, arrendadores, arrendatarios y proveedores de servicios realizarán solicitudes y gestión de tareas de manera rápida, ordenada y segura.

A continuación, se describen las funcionalidades de la plataforma para cada uno de los segmentos.

### 2.1 Arrendadores:

- **Publicación de servicios:** El arrendador podrá realizar una publicación de la vivienda que desea poner en alquiler apoyado de recomendaciones para la redacción del contenido, toma de fotos y ubicación de lugares de interés. también podrá insertar videos de la propiedad para una mejor experiencia de búsqueda del arrendatario.
- **Análisis de potenciales arrendatarios:** Los arrendadores podrán solicitar a la plataforma RENT-360 información del potencial arrendatario con relación a confirmación de identidad, certificado de trabajo, y buró crediticio. Además, podrán hacer comparativo de una terna definida por el arrendador. Estos servicios serán cargados con un costo el cual está descrito en el análisis financiero de este documento.

- Emisión de contratos: Una vez que se encuentre al arrendatario ideal, la plataforma tendrá a disponibilidad del arrendador un formato de contrato y recomendaciones sobre la información que se debe llenar, además de recordarle la opción de notarizar el documento y la importancia de hacerlo.
- Gestión de arriendos: Durante el periodo de contrato, la plataforma permitirá tener un histórico de eventos tales como solicitudes de adecuaciones de la propiedad, mantenimientos, novedades, entre otros. Otra opción de la plataforma es la captación del valor de renta a través de la plataforma mediante débito bancario desde la cuenta del arrendatario.
- Finalización del contrato: A través de la bitácora, la plataforma permitirá visualizar el estado en el que la propiedad es entregada y el estado en el que es devuelta por el arrendatario, así se visualizará si se requiere o no devolución de valores de depósito o pagos adicionales por daños en la propiedad.
- Contratación de proveedores de servicios: Los arrendadores podrán contar con una base de proveedores de servicios para arreglo de propiedades que publicarán sus servicios en la plataforma, donde se podrá visualizar la calidad de trabajos realizados y los comentarios de quienes recibieron sus servicios.

## **2.2 Arrendatarios:**

- Buscar de forma más efectiva una propiedad: La plataforma guiará de forma amigable al arrendatario a fin de que realice una búsqueda utilizando variables como: precio, ubicación y sitios de interés. Además, las publicaciones contarán con un video de la propiedad para tener una mejor apreciación de esta, y por otro lado se podrán visualizar los comentarios de los anteriores arrendatarios sobre el nivel de satisfacción que tuvieron rentando la propiedad.
- Elegir una la propiedad: El potencial arrendatario podrá realizar un comparativo entre las propiedades que más le gusten y que haya seleccionado. En esta opción el usuario tendrá la posibilidad de calificar del 1 al 5 las características como ubicación, precio, y acabados, a fin de tener una guía comparativa al momento de elegir la propiedad.
- Histórico de eventos : El arrendatario también podrá tener un histórico de todos los eventos suscitados en el periodo de contrato con relación a las solicitudes realizadas al arrendador y los problemas que se puedan presentar tales como actividades ruidosas, violaciones a la propiedad

privada y problemas de vecindad con otros inquilinos con quienes compartan servicios.

- Respaldo de devolución de propiedad: A través de la bitácora, el arrendatario podrá dejar una constancia del estado en el que devuelve la propiedad y compararlo versus el estado en que le fue entregada por el arrendador. De esta forma será más fácil definir si es preciso que el arrendatario le devuelva el valor de depósito o si hay valores adicionales por daños que no están relacionados con el deterioro de la propiedad. Es decir, la información es más objetiva y transparente.

### **2.3 Proveedor de servicios:**

- Publicación: El proveedor de servicios podrá publicar sus ofertas en la plataforma y sólo realizará un pago a RENT-360 luego de entregado el servicio proveniente de la publicación en la plataforma. En la plataforma el proveedor contará con recomendaciones que ayudarán a que su publicación sea más eficiente y atractiva para los usuarios. Además, podrá agregar un video de sus trabajos previos y se podrán visualizar los comentarios de las personas que lo han contratado.
- Capacitación: Los proveedores de servicios recibirán una capacitación sobre las normas de comportamiento que deben tener, el proceso de limpieza y calidad técnica en arreglos a la hora de entregar sus trabajos. Además, recibirán continua retroalimentación con relación a las encuestas de satisfacción de sus clientes.

### 3. PROPUESTA DE VALOR

RENT-360 al ser una plataforma *e-market place* que converge servicios relacionados con arrendadores, arrendatarios y proveedores de servicios para el hogar, presenta la siguiente propuesta de valor para cada uno de sus segmentos:

#### 3.1 Propuesta de valor para el segmento arrendador:

- Reducir el tiempo promedio de espera para rentar la propiedad: Actualmente el tiempo promedio que un arrendatario demora para volver a alquilar una propiedad es de 3 meses, incluyendo el arreglo de la propiedad y arrendamiento. Con RENT-360 se estima que en un periodo máximo de un mes y medio la propiedad consiga un nuevo inquilino. La estimación se basa en el tiempo que se toma para encontrar proveedores de servicios, y encontrar al arrendatario ya que las dos partes no cuentan con la información necesaria previo a la visita de la propiedad.

La estimación se realiza porque en las encuestas se dieron los siguientes resultados:

Los arrendadores demoran en encontrar proveedores para arreglos, porque desperdician tiempo contactando a amigos para solicitar referencias de proveedores, o buscando en internet, y por otro lado, demoran en encontrar un inquilino ya que indican que el 80% de las personas que visitan la propiedad se muestran no satisfechos con esta o con la zona en que está ubicada ya que esta información no se muestra de forma amplia en la publicación que ven en internet.

Tabla 1-Estimación de tiempo para arrendamiento en número de días

Días	Encontrar al proveedor de servicios	Arreglo de la propiedad	Visitas de interesados en propiedad	Tiempo para contrato	Total
Actual	12	20	45	15	<b>92</b>
Pronóstico con RENT-360	<b>2</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>2</b>	<b>44</b>

**Elaborado por:** Autora de Tesis

- Sentirse seguro desde el primer contacto. RENT-360 permite reducir riesgos de inseguridad a la hora de recibir visitas de posibles arrendatarios para conocer la propiedad. Según la encuesta realizada para desarrollo del

proyecto, se encontró que 8 de cada 10 arrendadores sienten desconfianza a la hora de recibir la visita de un potencial arrendatario. Los mismos encuestados indicaron que el tener acceso a información de identidad reduciría la desconfianza o miedo, teniendo una mejor experiencia en este proceso.

- Reducir riesgos de no pago: La encuesta reflejó que, de cada 10 arrendadores, 7 se quejaban de que sus arrendatarios pagaban de 3 hasta 30 días tarde. La plataforma permitirá que se puedan realizar pagos automáticos desde la cuenta bancaria del arrendatario. Para esto, RENT-360 podrá hacer un débito de la cuenta o de la tarjeta del arrendatario y luego transferir los valores a la cuenta del arrendador. Basados en la cobranza que tienen algunas empresas que prestan servicio como por ejemplo la empresa de telecomunicaciones CLARO, se estima que la mora se reducirá del 70% al 30%.
- Hacer una mejor selección del inquilino: La plataforma también permitirá ver el perfil del inquilino y comentarios sobre su desempeño, para lo cuál solicitará la respectiva autorización al momento de que el potencial arrendador se registre. Además, se encontrará disponible para el arrendador la opción de consulta de información sobre el buró crediticio de los potenciales arrendatarios. En la encuesta realizada por RENT-360, de cada 10 arrendadores, 5 mencionaron que habrían podido realizar una mejor selección de sus arrendatarios si hubiesen tenido más información crediticia a su alcance.
- Gestión del mantenimiento de la propiedad: Con una base de proveedores calificados por usuarios reales en la plataforma, el arrendador podrá contratar los servicios necesarios para el arreglo de su propiedad previo a un nuevo alquiler. Actualmente el tiempo de espera en conseguir un proveedor de servicios es de 3 a 12 días y se lo realiza de manera informal consultando con conocidos, adicional a esto, en muchas ocasiones se desconoce la calidad del servicio que otorga por lo que a través de RENT-360 el usuario podrá buscar proveedores de servicios instantáneamente acorde a su presupuesto, ubicación y necesidades.

Por otro lado, una de las grandes preocupaciones de los usuarios al

momento de contratar un proveedor de servicios al hogar, es la desconfianza sobre el perfil del individuo que ingresará a su hogar. Para ello, RENT-360 tendrá un proceso de validación de antecedentes delictivos con los proveedores de arreglos del hogar, por tanto, es menos probable que estos cometan un acto delictivo en la propiedad. Cabe aclarar que esto

no implica que RENT-360 se haga responsable de algún acto delictivo, si no, que existe una baja probabilidad de riesgo. Este punto estará estipulado en los términos y condiciones del servicio en la plataforma, los mismos que deberán ser aceptados al momento de la creación de usuarios.

### **3.2 Propuesta de valor para el segmento arrendatario:**

- Proceso de alquiler más rápido: Actualmente un arrendatario se toma un tiempo promedio de 2 meses para encontrar una propiedad y en muchos casos no encuentra la adecuada. Con RENT-360 se estima que, con el uso de las características y filtros de la aplicación, este tiempo se reduzca a 2 semanas.
- Encontrar una propiedad acorde a las necesidades: RENT-360 al contar con criterios de búsqueda tales como: información de cercanía a sitios de interés, ubicación de la propiedad dentro del edificio /casa, disponibilidad de elementos como ascensor, y lugares de uso comunitario, permitirá al usuario tener opciones más acertadas para encontrar propiedades acorde a sus necesidades que facilitan su decisión final de arrendamiento.
- Incrementar la probabilidad de un alquiler satisfactorio: La plataforma permitirá que en la publicidad de cada propiedad se visualicen los comentarios de los anteriores arrendatarios con relación a las condiciones en las que se mantuvo la propiedad, el respeto a la privacidad, mantenimientos y buena vecindad. Esto servirá de soporte para la decisión final del potencial arrendatario sobre una propiedad.
- Transparencia en el estado de finalización del contrato: La plataforma RENT-360 permitirá que se evidencie el estado en el que la propiedad fue entregada al arrendatario y compararlo con el estado en el cual se la está devolviendo. Así, se evitan inconformidades y malos momentos por estar en desacuerdo a la hora de la terminación del contrato.

### **3.3 Propuesta de valor para el segmento proveedor de servicios:**

- Encontrar clientes rápidamente. En la encuesta realizada para esta tesis los proveedores de servicios mencionaron que el tiempo promedio para conseguir una contratación es de 2 semanas, es decir que, al mes, realizan tan sólo 2 trabajos. RENT-360 apunta a reducir la informalidad de este sector y poder servir de vínculo entre ofertantes de servicios y demandantes, reduciendo este tiempo de contratación a cada 4 días o al menos 1 trabajo por semana.

- Precios más justos por contratación: Actualmente la contratación de estos servicios se basa en una práctica de regateo, en el que el precio acordado puede ser beneficioso únicamente para una de las partes, generalmente para el que contrata el servicio. Ante esta situación, RENT-360 acordará una tabla de precios sugeridos, estableciendo un mínimo acorde al mercado que servirá de guía al momento de que se acuerde el precio por un trabajo.

#### **4. PLAN ESTRATÉGICO**

##### **4.1 Misión y Visión:**

Misión: Brindar un completo y satisfactorio servicio de gestión de rentas y arreglo de propiedades por medio de una plataforma que permita de forma fácil, rápida, intuitiva y confiable realizar negocios entre arrendadores y arrendatarios generando también empleo para proveedores de servicios de arreglo de propiedades.

Visión: Consolidarnos como el mayor proveedor de servicios relacionados a la gestión de rentas y arreglo de propiedades a nivel nacional a través de un servicio integrado que promueva la cooperación entre arrendadores, arrendatarios y prestadores de servicios con altos estándares de calidad y a través del uso de tecnologías de información y comunicación impactando en la calidad de vida de las personas.

##### **4.2 Objetivos Estratégicos:**

- Desarrollar la mayor comunidad de proveedores de arreglo del hogar que alcance al menos al 70% de estos en las ciudades en que esté presente RENT-360 convirtiéndose en la 1er opción para las personas que han perdido sus empleos y desean dedicarse a este tipo de oficios.
- Reducir a 1 mes y medio el tiempo promedio que requeriría un arrendador para rentar su propiedad cumpliendo con todos los procesos de arreglo y búsqueda de arrendatario.
- Reducir a 15 días el tiempo promedio que requiere un arrendatario el la búsqueda de la propiedad con al menos un 80% de satisfacción.
- Reducir en un 50%
- Lograr un promedio de 10 trabajos o la cantidad que represente 2 salarios básicos para los proveedores de servicios de propiedades por medio de la plataforma RENT-360.

##### **4.3 Objetivos Específicos:**

- Mantener al día al propietario con relación al cumplimiento de sus responsabilidades con el arrendador.

- Brindar oportunidades de trabajo justo a los prestadores de servicios por medio de la plataforma.
- Obtener comentarios de todos los participantes de la comunidad sobre las bondades, oportunidades de mejora de la plataforma y consejos en los temas que se presenten.
- Mantener la mayor parte del tiempo ocupadas las propiedades de los arrendadores.
- Brindar tranquilidad a los arrendatarios y arrendadores que contratan proveedores de servicios por medio de un proceso de selección y control.



## 5. ANÁLISIS DEL ENTORNO y LA COMPETENCIA

En el análisis de la industria de bienes raíces relacionada al arrendamiento se identificó que adicional a las inconformidades presentadas por los arrendadores y arrendatarios detallados en el documento, el covid ha generado cambios en las demandas requiriendo menos contacto en los procesos y viviendas que puedan adaptarse al home office (Universo, 2020,parrafo6) y pese a que el valor de la renta ha disminuido por los efectos de la pérdida de empleo a nivel nacional existen alrededor de 9000 anuncios activos de viviendas en arriendo en la mayoría de Quito y Guayaquil. Estas publicaciones se concentran en únicamente dar a conocer el bien sin aportar en el proceso de arrendamiento con validación de datos, información de ingresos del arrendatario , ni gestión de solicitudes entre arrendador y arrendatario.

Por el lado de los proveedores de arreglos de propiedades (servicios informales) se encontró que de acuerdo con cifras del INEC (INEC, 2015) , en el caso de contratación de proveedores para arreglos del hogar, el sector vive una informalidad que comprende el 65% del empleo en el Ecuador, de los cuales un 60.9% corresponde a hombres entre 45 y 64 años. Muchos informales no pueden siquiera cubrir los gastos de la canasta básica (Gestion, 2020, parrafo 5). En este grupo se encuentran proveedores de servicios para el hogar, quienes tienen como medio principal para darse a conocer, un cartel en la calle como es el caso de las veredas del edificio de Radio Cristal en la ciudad de Guayaquil. Ante lo expuesto RENT-360 se presenta como una plataforma para la gestión completa del negocio de renta de bienes y contratación de proveedores de servicios para el hogar, ya que está cubriendo toda la cadena de valor en cada uno de los segmentos a los que va dirigido y utilizará como estrategia la diferenciación, en comparación con los proveedores/competidores actuales que brindan servicios **aislados e incompletos**.

### 5.1 Modelo de las “5 Fuerzas de Porter”

#### **Análisis de competencia.**

El análisis de competencia permitirá evaluar las fortalezas y debilidades de los competidores directos e indirectos que se encuentran en el mercado con el objetivo de obtener una ventaja frente a ellos.

### 5.1.1 Rivalidad entre competidores.

En el mercado de la gestión de arriendos existen importantes plataformas y agencias que con el paso del tiempo se han dado a conocer en el mercado, estas cumplen funciones complementarias ya que las agencias utilizan las plataformas como un medio para promocionar las propiedades o servicios de arreglos. A continuación, se realizará un análisis por separado de plataformas y agencias.

Las plataformas existentes en el mercado son utilizadas para publicitar propiedades o servicios. El siguiente benchmarking muestra de forma detallada cada uno de los servicios que ofrecen los competidores en los segmentos de arrendador, arrendatario y proveedor de servicios para el hogar, comparados con la propuesta de RENT-360.

#### I. **Plataformas digitales (OLX (<https://www.olx.com.ec/>, 2020), Mercado Libre (Libre, 2020)):**

##### Segmento arrendador:

Aunque no existen data exacta de la cuota de mercado de estas plataformas en relación a la publicación de propiedades en alquiler y de proveedores de servicio, si existe data proveniente de un estudio de medición realizado por el CECE (Cámara Ecuatoriana de Comercio) (CECE, 2018,página 37) en el 2018 en relación a la compra de bienes y servicio a nivel general que indican que actualmente Olx tiene el 33% de la cuota de mercado mientras que mercado libre tiene el 32% de cuota de mercado.

A continuación un detalle de la información de estas plataformas identificadas en el estudio realizado para el desarrollo de este documento.

- Estas plataformas son utilizadas para publicaciones en ofertas comerciales que pueden ser gratuitas, así como también pueden tener algún costo, es la opción actualmente preferida por los arrendadores que no tienen intermediarios. En la opción pagada, se debe cancelar el valor independientemente de que se alquile o no la propiedad.
- Las publicaciones no tienen funcionalidades como comparativos, ni visualización de perfil de interesados, consejos de publicación o accesos adicionales para que el arrendador pueda mostrar todos los beneficios y características del bien.
- No cuenta con herramientas para la gestión del bien, es decir no permite saber si la persona tiene un recomendado buró crediticio, si tiene antecedentes penales, bitácora de incidentes o solicitudes de parte del arrendatario.

### Segmento arrendatario:

- No permite búsqueda por lugares de interés, sólo que se indique la ciudad en la que se desea arrendar la propiedad.
- Permite búsquedas por rangos de precios, lo cual ayuda a ahorrar tiempo con propiedades completamente fuera de presupuesto.
- No cuentan con comparativos de las propiedades que más interesan, ni siquiera un histórico o referencia a las propiedades que encajan mejor con los requerimientos del arrendatario.
- No permite tener información del perfil del arrendador, ni información de la experiencia de anteriores arrendatarios.
- No permite guardar un histórico de eventos , ni solicitudes, el proceso termina luego de que brinda la opción de enviar un mensaje al arrendador.
- No se puede calificar al arrendador.
- Realiza envíos automatizados de propiedades con características parecidas a las solicitadas a nivel de precios o indica si es casa o departamento.

### Segmento proveedores de servicio:

- Sólo le permite un anuncio gratuito con baja visibilidad por un periodo de hasta 30 días, luego de eso debe pagar por el anuncio.
- No permite realizar cotizaciones.
- No permite visualizar referencias o comentarios de clientes actuales o anteriores.
- No brinda sugerencias, ni capacita a los proveedores de estos servicios.
- No permite que se vea su disponibilidad para atender un requerimiento.

### Agencias

En el estudio realizado para la investigación de esta tesis, se identificó que apenas del 25% de los arrendadores utilizan una agencia para lograr rentar la propiedades, pero no se pudieron identificar agencias que brinden el servicio de búsqueda de arrendatario-arrendador para una propiedad y que a la vez provean una base de datos de proveedores para el arreglo de la propiedad durante el tiempo del arrendamiento, por lo tanto, se hará un análisis separado estos servicios.

## II. Agencias de bienes raíces

### Agencias de Bienes Raíces:

Las agencias no brindan un servicio exactamente igual al planteado por RENT-360 ya que no corresponden a un servicio integral que incluye la gestión de rentas, sin embargo, corresponden al competidor de mayor trayectoria. Muy pocas se han adaptado a las necesidades del negocio ya que, en su mayoría, con pocas excepciones se limitan a hacer las publicaciones en las plataformas mencionadas en esta tesis, contactan al cliente, reciben su comisión y con esto termina su labor. Es decir, no incluyen el servicio de verificación de perfiles ni el seguimiento de la calidad de servicios otorgados.

La agencia REMAX (Remax, 2020), por ejemplo, destaca entre todas ya que realiza constante capacitación a sus agentes inmobiliarios y cuenta con su propia plataforma para publicar las propiedades que estos manejan. A continuación, se describen las características de este servicio para cada uno de los segmentos:

### Segmento Arrendadores:

- Asesoría en la valorización de la propiedad.
- Publicidad de la propiedad.
- Recomendación de profesionales para arreglos de la propiedad.
- Perfilamiento de potenciales arrendadores.
- Manejo de contrato de arrendamiento.
- No cuenta con histórico de eventos.
- La asesoría termina luego de la renta de la propiedad.
- Cobro de 2 meses de renta como comisión.
- No cuenta con histórico de eventos .
- No se registra estado de entrega y devolución de la propiedad.
- No muestra antecedentes de anteriores usuarios.
- No permite contacto directo con el arrendador.

### Segmento Arrendatarios:

- Búsqueda de propiedades de acuerdo con solicitud del arrendatario.
- Muestra del inmueble y presentación con el propietario.
- Manejo de contrato de arrendamiento.
- No cuenta con servicio de gestión de arriendos.

### III. Agencias convencionales para arreglos de propiedad

#### Agencias comunes:

El estudio realizado para esta tesis identificó apenas un 3% de arrendadores contrata a un proveedor de arreglos de propiedades por medio de agencias. Este tipo de agencias (Service, 2020) cuentan con un listado de proveedores que son enviados a las casas de los clientes que solicitan un servicio. A continuación, el detalle de los servicios ofrecidos:

- No permiten que el arrendador/arrendatario elija al proveedor de servicio.
- No realizan encuesta de satisfacción de los servicios.
- No tienen forma de conocer el trabajo realizado en otras propiedades.
- El pago sólo se realiza en efectivo o transferencia.
- No permiten que el arrendador/arrendatario conozca los trabajos realizados por el proveedor anteriormente ni que ellos comenten su nivel de satisfacción.
- No realizan capacitaciones, ni protocolos de servicio.
- No reciben retroalimentación de los trabajos realizados.

#### Agencias especializadas:

Alomaestro (Alomaestro, 2020), por ejemplo, es una plataforma virtual que está dedicada a proveer servicios para el arreglo de una propiedad en cuanto a electricidad, plomería y línea blanca. Actualmente, se está haciendo conocida lentamente en la industria de servicios y cuenta con buena reputación entre sus clientes. A continuación, se detallan sus características:

- Provee servicios de electricidad, línea blanca, plomería y limpieza.
- Acepta pagos con tarjeta de crédito.
- No publica últimos trabajos realizados.
- No muestra comentarios de clientes a quienes se les entregó el servicio.
- No permite escoger al profesional para arreglos del hogar, sino que éste es designado por los administradores de ALOMAESTRO.
- Su plataforma no cuenta con la gestión de arrendamiento. Es exclusivamente para contratación de servicios.
- Los proveedores/profesionales pasan por un proceso de capacitación.
- No existe la posibilidad de que el proveedor publique sus últimos trabajos ni comentarios de sus clientes.

En resumen, el poder de negociación de competidores es considerado como un nivel MEDIO ya que no existe uno solo que brinde un servicio completo o que tenga completo poder de mercado con servicios de publicación de propiedades, gestión de renta y de publicaciones de proveedores de servicios para arreglos en la propiedad.

### **5.1.2 Poder de negociación de clientes.**

Los 3 segmentos de clientes a los que se dirige RENT-360 se caracterizan de la siguiente forma:

**Arrendador:** Persona adulta de 30 a 70 años con nivel socioeconómico medio bajo, medio alto y alto con una o más propiedades cuyo ingreso por rentas es importante para cubrir sus gastos y proyectos y por tanto requiere tener su propiedad ocupada/arrendada la mayor parte del tiempo, con un inquilino responsable y que pague a tiempo la renta y cumpla con todos los acuerdos del contrato.

Su poder de negociación está relacionado a la dependencia que tenga la renta de la propiedad como parte de sus ingresos mensuales. Poder de Negociación MEDIO.

**Arrendatario:** Hombre/ mujer de 18 a 50 años en promedio, soltero o casado, con o sin hijos, de un nivel socioeconómico medio-bajo, medio, y medio-alto que requiera arrendar un bien que cumpla con sus requisitos en cuanto a precio, ubicación, lugares cercanos y seguridad. Exige que su arrendador sea responsable. Su poder de negociación depende de la urgencia con la que requiere rentar una propiedad. Es decir, si su contrato actual esta vencido y debe cambiarse es probable que elija una propiedad que no cumpla con todos sus requerimientos, pero cumpla con la premura. Poder de Negociación MEDIO.

**Proveedor de servicio:** Hombres de 20 a 70 años en adelante con una educación básica en general, que han adquirido experiencia en oficios que le permiten realizar trabajos para arreglos en una propiedad. De acuerdo a la investigación realizada para el desarrollo de la tesis se identificó que más del 60% de los proveedores de servicios para propiedades son mayores de 40 años Debido a que en el país después de los 40 años es poco probable conseguir un empleo, los proveedores para arreglos del hogar consideran que los trabajos relacionados con su oficio son su único sustento por tanto requieren tener trabajo la mayor cantidad de tiempo con contratantes que les proporcionen un pago que ellos consideren justo por la labor realizada. Poder de Negociación BAJO.

### 5.1.3 Poder de negociación de los proveedores.

Los proveedores de RENT-360 se encuentran divididos en tres sectores: 1) El sector de la banca con relación a buró crediticio y medios de pago, 2) Registro Civil, por la confirmación de identidad y antecedentes penales y, 3) Proveedores de servicios tecnológicos y administrativos. A continuación, se describe cada uno de estos grupos de proveedores.

**Proveedor de buró de crédito:** Equifax, es una agencia de informes de crédito de consumo que recopila y agrega información sobre consumidores individuales. Actualmente es el único proveedor que permite tener este tipo de información para terceros, ya que la Superintendencia de Bancos también la proporciona, pero sólo si es solicitado por la misma persona, es decir no se puede obtener información de terceros. Para obtener la información, la empresa que contrata los servicios de Equifax debe solicitar a cada persona la respectiva autorización para acceder a su información, para este caso RENT-360 deberá solicitar al arrendatario que, al momento de crear su usuario en la aplicación, otorgue la respectiva autorización para que RENT-360 pueda acceder a su información crediticia y proporcionar esta data al arrendador. Poder de negociación MEDIO-ALTO.

**Proveedor para transferencias bancarias:** Bancos a nivel nacional (no cooperativas) tales como: Banco Pacífico, Bolivariano, Guayaquil, Pichincha, Machala, Proamérica, Rumiñahui, permiten hacer cobros desde las cuentas de los arrendatarios y luego transferencias a las cuentas de los arrendadores, esto a través de la plataforma. La tarifa estandarizada es de \$1.00 por transacción para débito y crédito y sólo se negocian en cantidades mayores a 1500 transacciones a lo que RENT-360 estima llegar a finales del primer año. Poder de negociación MEDIO.

**Proveedor para botón de pagos:** Paymentez es un proveedor que integrará el servicio de botón de pagos entre las instituciones bancarias y la plataforma RENT-360. Actualmente es el único proveedor recomendado por bancos para hacer este tipo de servicios. La comisión está estandarizada dependiendo de la forma de pago, sea esta tarjeta de débito o crédito. El acceso al uso de este botón de pagos es bastante simple para cualquier cliente que desea hacer una transacción con una forma de pago que sea tarjeta de crédito o de débito. Poder de negociación MEDIO.

**Proveedor de servicios tecnológicos:** Claro - Servicios Pymes es una empresa de telecomunicaciones que provee servicio de conectividad fija y servicios en la nube para empresas grandes y Pymes. En el servicio de internet fijo compiten: NetLife, Tv cable, Univisa, CNT y Telconet y con relación a servicios en la nube tenemos a: Telefónica, CNT y Telconet, por tanto, las empresas generan constates ofertas con precios más atractivos. Este servicio no genera un valor agregado al servicio de RENT-360, pero es vital para la entrega del servicio a los clientes. Adicional significa un ahorro ya que la compra de un servidor requiere de una mayor inversión. Al tener varias opciones de proveedores, el poder de negociación es BAJO.

#### **5.1.4 Amenaza de nuevos participantes.**

Se identifican como nuevos entrantes a empresas tecnológicas con experiencia en servicios proporcionados por medio de aplicaciones móviles o páginas web, y dependiendo del tamaño de esta empresa, podría contar con la disponibilidad financiera requerida para entrar en este mercado. A nivel gubernamental, en esta industria no existe actualmente una política que limite la entrada de un nuevo participante, o que haga que su ingreso sea especialmente engorroso.

Ahora bien, el obstáculo más grande para un nuevo competidor se basará en igualar o superar un servicio con la diferenciación que tiene la plataforma de RENT-360 ya que la complejidad de este modelo de negocio requiere que los nuevos participantes tengan alguna experiencia en una o varias de las fases de este servicio. Se calcula que un nuevo entrante requeriría de al menos 8 a 10 meses entre recolectar información, desarrollar la plataforma y conectar con los sistemas de botones de pago, este tiempo le daría a RENT-360 una ventaja para desarrollar un *know-how* más amplio sobre las necesidades de este negocio, posicionarse en el mercado y permitirá implementar mejoras en la cadena de valor. Poder de negociación MEDIO.

#### **5.1.5 Amenazas de Productos Sustitutos.**

RENT-360 abarca el servicio de gestión de rentas y de proveedores de servicios de arreglos de hogar, por ende, en esta sección se han dividido las amenazas de productos sustitutos en dos categorías:

**Productos sustitutos de gestión de rentas:** Se considera como sustituto a aquellos servicios no regulados ni provistos por una institución destinada a esta labor, y que en algunos casos se complementan con las referencias de conocidos que funcionan como nexo entre arrendadores y arrendatarios informando sobre la disponibilidad de una propiedad. Se detalla a continuación los sustitutos más comunes:



Letreros: El uso de letreros que se cuelgan en la parte frontal de las propiedades es utilizado por personas de todos los niveles socioeconómicos con la diferencia de que el segmento A, B y C lo utiliza como un complemento a otras acciones que requieren inversión tales como los anuncios en páginas en internet tipo OLX, y Mercado Libre, mientras que por otro lado las personas de nivel socioeconómico C+, C- y D lo utilizan como único medio para dar a conocer que están rentando una propiedad. Su ventaja es que es prácticamente gratuita, pero sólo puede ser vista por los posibles interesados o conocidos de los interesados que pasen frente a la propiedad y se fijen en el letrero. Poder de negociación: BAJO.

Redes Sociales: Redes como Facebook, Instagram y LinkedIn son utilizadas tanto por arrendadores como posibles arrendatarios. Sin embargo, pese a la gran cantidad de usuarios de estas plataformas y la posibilidad de postear gratuitamente estas redes sociales son utilizadas mayormente para otros fines sociales, por tanto, no se consideran muy efectivas para publicar propiedades en renta. Poder de negociación: BAJO.

Referidos: Este sustituto se refiere cuando la persona interesada en dar a conocer que tiene una propiedad disponible o que requiere de una para alquilar, informa de forma selectiva a contactos de confianza sobre su interés. Poder de negociación: BAJO.

Ofrecimiento informal de servicios para el hogar: Otro sustituto importante para el servicio de arreglos del hogar se refiere a los proveedores informales que colocan letreros ofreciendo sus servicios en lugares estratégicos de la ciudad, tales como: las afueras de Radio Cristal (Telegrafo, 2020), veredas del parque La Victoria en el centro de Guayaquil, y en calles como Rumichaca.

En los lugares mencionados los proveedores de servicios se estacionan con sus herramientas de trabajo con un letrero con el nombre del servicio que provee. “Gasfitero”, “Albañil”, “Electricista”, son algunos de estos oficios y las personas interesadas se acercan al sitio enfrentándose a algunos riesgos tales como seguridad, posibles estafas en cuanto a precios y calidad del servicio. Adicionalmente, por el lado de los proveedores, se arriesgan a no recibir un pago justo. Poder de negociación BAJO.

## 6. ANALISIS DE MERCADO

### 6.1 Estudio de Mercado.

Se realizó un estudio de mercado para identificar si los segmentos a los que se dirige RENT-360 consideran que realmente existe un “problema” o “dolor”, y si las soluciones propuestas por RENT-360 encajan con el mercado.

### 6.2 Objetivo General.

Identificar si pudiese existir aceptación del servicio RENT-360 con relación a las soluciones de gestión de renta y proveedores de servicios para arreglos en el hogar.

### 6.3 Objetivos Específicos.

- ✓ Identificar en qué medida el mercado percibe como problema lo planteado en esta tesis.
- ✓ Identificar en qué medida las propuestas de RENT-360 representan una solución para los segmentos a los que se dirige.
- ✓ Determinar la demanda del servicio por parte del segmento del mercado.
- ✓ Identificar a los competidores y las preferencias por parte del mercado.
- ✓ Identificar el grado de insatisfacción que existe en el mercado actual acerca de soluciones parciales existentes.

#### Segmentación para el estudio de mercado:

- **Arrendadores:** Hombres y mujeres entre 30 a 70 años residentes en la ciudad de Guayaquil, que tengan acceso a tecnología en teléfonos y aplicaciones móviles. Deben tener al menos una propiedad para alquilar.
- **Arrendatarios:** Hombres y Mujeres que están arrendando en la ciudad de Guayaquil entre 18 a 50 años que usen aplicaciones móviles.
- **Proveedores de Servicios:** Hombres de entre 25 a 70 años que proveen servicios para arreglo de propiedades. Tienen teléfonos celulares y al menos una cuenta en Facebook.

#### 6.4 Tamaño de la Muestra.

A fin de determinar el tamaño de la muestra, se realizó un análisis del mercado potencial correspondiente a las 273.408 viviendas en alquiler en Guayaquil. Se aplicó la fórmula que permite determinar tamaño de muestra para poblaciones finitas, es decir cuando la población es mayor a 100,000 habitantes.

$$N = \frac{(Z^2 \times P \times Q)}{E^2}$$

Fórmula para cálculo Muestral Infinito

En donde:

Z = El Nivel de confianza correspondientes a la tabla Z

P = Porcentaje de la población que tiene el atributo deseado

Q = Porcentaje de la población que No tiene los atributo deseados = 1 - P

E = Error máximo de aceptación

N = Tamaño de la muestra

El análisis se determinó a un 90% de nivel de confianza con un margen de error de 6%. A continuación, se presenta la etimología usada para el cálculo de la muestra:

*Tabla 2-Análisis del tamaño de la muestra para el estudio*

<b>Nivel de confianza 90%</b>	<b>Z</b>	<b>1,9</b>
Variabilidad Negativa	P	50%
Variabilidad Positiva	Q	50%
Error	E	6%
<b>Tamaño de la muestra</b>	<b>N</b>	<b>258</b>

Fuente: Investigación de mercados RENT-360

**Elaborado por:** Autora de Tesis

## 6.5 Resultados del análisis de mercado

### 6.5.1 Análisis descriptivo de la muestra:

De la encuesta realizada para los 3 segmentos: arrendador, arrendatario y proveedor de servicio, se analizaron las siguientes variables descriptivas obteniendo los siguientes resultados:

- VARIABLES GEOGRÁFICAS: Del total de la muestra, el 88% viven en la ciudad de Guayaquil, 3% en Samborondón, 4% en Durán y 5% en Daule.
- VARIABLES SOCIOECONÓMICAS (NSE): De acuerdo con cada segmento la muestra se clasificó de la siguiente forma:
  - Arrendadores y Arrendatarios: A (18%), B (30%) y C + (52%)
  - Proveedores de servicios: C + (20%) y C- (80%)
- VARIABLES CONDUCTUALES: Como variable conductual se escogió el uso de la tecnología ya que es necesario cierto nivel de uso y acceso a TICs para la utilización de los servicios de RENT-360. Esto implica el manejo de smartphones y aplicaciones. Del análisis de la muestra en este sentido se obtuvieron los siguientes resultados:

Uso de smartphone - 90%, de lo cual se identificó lo siguiente:

- Uso de redes sociales: 60%
- Redes sociales y correo: 25%
- Redes sociales, correo, y transacciones (banca y compras en línea): 15%
- VARIABLES DEMOGRÁFICAS:
  - Edad:
    - Arrendatario: Desde los 30 años en adelante (43%)
    - Arrendadores: Desde los 18 a 50 años (25%)
    - Proveedores de servicios: Desde los 25 años en adelante (32%)
  - Ingresos:
    - Arrendatarios y arrendadores: Ingresos superiores a \$600
    - Proveedores de servicios: Ingresos que pueden ser inferiores a los \$400 hasta los \$2000

- Por edad:
  - 18 a 24 años 0%
  - 25 a 49 años 11%
  - 50 a 64 años 36%
  - Más de 65 años 53%
  
- Ocupación:
  - Estudiantes 35%
  - Adultos que trabajan y viven solos 10%
  - Familias 55%

## **6.5.2 Principales hallazgos de la investigación de mercados:**

### **6.5.2.1 Resultados de la encuesta de estudio de mercado aplicada a arrendadores:**

Sobre la publicación de los bienes:

- Los medios favoritos fueron: el uso de letreros con un 26%, agencias y plataformas como mercado libre (16%) y OLX (23%). Cabe aclarar que el letrero está en la cima de preferencias porque independiente de que el arrendador utilice una plataforma en web, o agencias, siempre utilizará el letrero para dar a conocer que una propiedad está en alquiler.
- El 80%, consideran injusto pagar una publicidad en una plataforma como OLX sin que esto asegure que ellos logren arrendar la propiedad. De ellos, un 70% están dispuestos a probar una nueva plataforma que se más amigable y justa.
- Al 100% le gustaría que la plataforma le permita agregar en el mapa sitios de interés cercanos a su propiedad a fin de que esta sea más atractiva para los potenciales arrendatarios.
- El 90% considera que las plataformas actuales no dan garantías sobre la persona que los contacta y el 80% está dispuesto a pagar un valor para confirmar la identidad de la persona que contacta y sobre todo si va a visitar el departamento.
- El 100% de los arrendadores consideran que pierden tiempo mostrando la propiedad a personas que piden rebajas y parecen no contar con los ingresos requeridos para rentar una propiedad, de ellos el 60% están dispuestos a realizar un pago para conocer el buró de crédito del potencial arrendador, cuando estén a punto de cerrar un contrato.

- Al 90% de los arrendadores le gustaría realizar comparaciones de los potenciales arrendatarios que han aplicado a su propiedad, con características como ingresos, lugar de trabajo, número de personas con las que se mudarían y si tienen o no mascotas.
- Al 100% de los arrendatarios les gustaría que la plataforma le permita ver comentarios anteriores arrendatarios sobre el perfil de un potencial arrendador, en los que indican la experiencia que tuvieron en cuanto a cumplimiento y estado en que quedo el bien. Además, todos sin excepción desean poder agregar su comentario sobre la calidad de inquilino que tuvieron.

#### Sobre la gestión de pagos:

- El 70% de los encuestados indicó que actualmente su arrendatario tiene una demora en los pagos que va de 1 hasta 30 días, de este total, el 50% está dispuesto a cancelar un valor adicional para que se le realice una transferencia mensual automática.

#### Sobre la comunicación con el arrendatario:

- El 60% de los encuestados indicó que no es muy agradable estar recibiendo quejas en persona o por mensajes, por parte de los arrendatarios, y que preferirían tener una aplicación en la que se reciban solicitudes y éstas tengan un histórico. El 95% de los arrendadores indicaron que por motivos de trabajo no les da mucho tiempo para la atención de quejas o solicitudes de los arrendatarios y por ende prefieren que exista un histórico con alertas.

#### Sobre la contratación de proveedores de servicio:

- El 90% de los arrendadores indicaron tener recelo cuando por primera vez ingresa un proveedor de servicios a su casa, la misma cantidad de personas coincidió en que desearía tener una plataforma que le garantice la seguridad por recibir a una persona que entrará a su casa para realizar un arreglo.
- El 80% de los arrendadores indicó que le ha tocado esperar la disponibilidad de un proveedor de servicios conocido y que desean tener acceso a una base de personas que den estos servicios y que ellos mismos puedan elegir.
- El 90% de los arrendadores indicaron sentirse ligeramente incómodos con el nivel de cultura y educación que tienen los proveedores de servicios y que desearían que estos tengan protocolos de conducta.

- El 100% consideró incómodo negociar valores con los proveedores de servicios ya que perciben que estos definen el precio según el poder adquisitivo que ven en la persona que los contrata y no en base al esfuerzo. El mismo porcentaje de personas indicó que desearía que de alguna forma existan precios homologados para no sentirse estafados además de poder pagar un precio justo.
- El 50% de los arrendadores indicó que en alguna contratación el trabajo entregado por un proveedor de servicios no fue satisfactorio y que lamentaba no tener con quien quejarse. El mismo 50% indicó que desearía que exista una institución que respalde la calidad del trabajo.

#### **6.5.2.2 Resultados de la encuesta de estudio de mercado aplicada a arrendatarios:**

Los resultados obtenidos demostraron una insatisfacción en la búsqueda y contratación del bien, ya que al arrendatario no le es fácil encontrar una propiedad que cubra sus expectativas. Por otro lado, consideran que los arrendadores no cumplen con las solicitudes o responsabilidades para con ellos. Se detallan a continuación los resultados:

Sobre la búsqueda de vivienda:

- En cuanto a experiencias de búsqueda de viviendas, un 90% de los arrendatarios indican que dentro de los parámetros de búsqueda preferidos estarían los lugares de interés como parques, escuelas, centros comerciales, hospitales y que las páginas actuales no cuentan con este parámetro.
- El 100% de los arrendatarios indicó que desearía contar con un comparativo de propiedades con parámetros como medidas de la propiedad, precio, número de baños, si esta amoblado o no, si tiene cerca lugares de interés y la calificación que los arrendatarios anteriores le otorgaron.
- El 70% de los arrendatarios indicó sentir recelo de que el arrendador tenga acceso a entrar a la propiedad que le está alquilando, por tanto, desearía poder conocer, contactar o ver comentarios de anteriores arrendatarios sobre la experiencia con el arrendador.

Sobre la respuesta a requerimientos:

- El 70% de los arrendatarios indicó que debe esperar de 1 hasta 15 días para que el arrendador atienda solicitudes como arreglos de techo, arreglo de gasfitería, problemas con potencia de agua, permisos para colocar cuadros en las paredes, permisos para fiestas y este mismo porcentaje indicó que aceptaría tener un histórico de eventos de solicitudes y respuesta como constancia en caso de reclamos por mala atención.

Sobre la gestión de pagos:

- El 50% de los arrendatarios indicó que se retrasa de 2 a 5 días en los pagos, y el 30% indicó que el retraso se debe a que se olvida la fecha por lo cual un recordatorio o débito automático resolvería parte de este problema.

### **6.5.2.3 Resultados de la encuesta de estudio de mercado aplicada a proveedores de servicios**

Los proveedores de servicios indicaron que consideran importante modernizarse en cuanto a la publicación de sus servicios, y mostraron preocupación al pasar por largos periodos sin contratación, los resultados de la encuesta fueron los siguientes:

Sobre la publicidad y comunicación de sus servicios:

- El 36% de los proveedores de servicios indicaron publicar sus servicios en páginas como OLX y Mercado libre y el mismo porcentaje considera una molestia que las publicidades tengan vigencia máxima y que luego de ese periodo tengan que pagar a pesar de que llevan periodos largos de hasta 2 o 3 semanas sin conseguir contrataciones.
- El 100% de los proveedores de servicio indicaron que pasan periodos desde 1 hasta 5 semanas sin obtener contrataciones, de este porcentaje el 70% dijo estar dispuesto a ofrecer servicios en una aplicación en la que deba pagar una comisión por cada contratación.
- El 40% de los proveedores de servicios confesó que ha recibido de los arrendadores comentarios relacionados a su aspecto y forma de hablar, el mismo porcentaje indicó que le gustaría recibir capacitación sobre protocolos de conducta.
- El 80% de los proveedores de servicio dijo considerar una molestia que el contratante de sus servicios le regatee el precio. De este porcentaje el 70% dijo que podría aceptar valores predeterminados que sean previamente acordados con ellos.



## 6.6 Mercado Potencial.

### 6.6.1 Mercado potencial proveedores de servicios.

RENT-360 va dirigido al mercado de arrendamiento de viviendas de las ciudades de Guayaquil, Samborondón, Daule y Durán (INEC, [ecuadorencifras.gob.ec](http://ecuadorencifras.gob.ec), 2013) Sin embargo, para su mercado potencial se considera la escalabilidad del negocio ya que al ser una plataforma online se estima que en un mediano plazo se alcancen otras ciudades del país tales como: Machala, Cuenca y Quito. Así mismo, se ha considerado para el mercado potencial para los NSE A, B y C+ siendo estos los de mayor uso de tecnología.

*Tabla 3-Conteo de viviendas alquiladas en las ciudades parte del mercado potencial en Ecuador.*

	Viviendas Arrendadas	ESTRATO A	ESTRATO B	ESTRATO C +	TOTAL VIVIENDA ARRENDADA S NSE: A , B y C+
Guayaquil	144774	2751	16215	33009	51974
Samborondon	4516	86	506	1030	1621
Duran	9728	185	1090	2218	3492
Daule	8450	907	5347	10884	17138
Total FASE 1	167467	3928	23157	47140	74225
Quito	119948	1442	8501	17305	27248
Machala	12414	236	1390	2830	4457
Cuenca	37666	716	4219	8588	13522
Total FASE 2	170028	2393	14109	28723	45227
Total	337496	6322	37266	75864	119452

**Elaborado por:** Autora de Tesis

En un largo plazo, se estima que RENT-360 puede alcanzar el mercado regional de arrendamiento de viviendas en países como Perú, Colombia, Chile. Para efectos de este proyecto se ha considerado un escenario de 8 años de operaciones en los cuales se realiza un análisis sobre el segmento objetivo. En resumen, el total de viviendas del mercado potencial para los servicios de arrendamiento es de 119452 viviendas. (Fase 1+ Fase 2)

## 6.6.2 Mercado potencial proveedores de servicios.

Para este segmento, el mercado potencial aplicará a las mismas ciudades, es decir: Guayaquil, Durán, Daule, Samborondón del sector medio y alto consideradas como aquellas que podrían necesitar arreglos en sus hogares y buscarían a un proveedor externo, para ello y de igual forma como en el mercado de arrendatarios y arrendadores se estima que en un mediano plazo se alcancen otras ciudades del país tales como: Machala, Cuenca, y Quito. En la tabla 4 se visualiza el detalle por ciudad de hogares que requerirían los servicios.

*Tabla 4-Conteo de viviendas en las ciudades parte del mercado potencial en Ecuador*

	Total Vivienda	ESTRATO A	ESTRATO B	ESTRATO C +	TOTAL VIVIENDA NSE: A , B y C+
Guayaquil	817933	15541	91609	186489	293638
Samborondon	25512	485	2857	5817	9159
Duran	54960	1044	6155	12531	19730
Daule	47738	907	5347	10884	17138
<b>Total FASE 1</b>	<b>946143</b>	<b>17977</b>	<b>105968</b>	<b>215721</b>	<b>339665</b>
Quito	677673	12876	75899	154509	243285
Machala	70135	1333	7855	15991	25178
Cuenca	212804	4043	23834	48519	76396
<b>Total FASE 2</b>	<b>960611</b>	<b>18252</b>	<b>107588</b>	<b>219019</b>	<b>344860</b>
<b>Total</b>	<b>1906755</b>	<b>36228,3</b>	<b>213557</b>	<b>434740</b>	<b>684525</b>

**Elaborado por:** Autora de Tesis

El total del mercado potencial de hogares que requerirían servicios al hogar es de 684.525 viviendas.

## 6.7 Segmentación del mercado

Tal como se ha mencionado en este documento, RENT-360 se dirige a tres segmentos de mercado que son: arrendadores - arrendatarios y, proveedores de servicios para el hogar.

### 6.7.1 Segmentación del mercado de arrendamiento de viviendas

Geográfica: Arrendadores y Arrendatarios en las 7 ciudades detalladas en “Mercado Potencial”; Guayaquil, Daule, Durán y Samborondón para fase 1, con 137.387 viviendas en arrendamiento y Quito, Machala y Cuenca para fase 2 con 145.790. (con estimación de viviendas en arrendamiento para el 2023 en ciudades de fase 2)

Nivel Socio Económico: Con la segmentación de los estratos socio económicos A, B, y C+ la cantidad de viviendas en fase 1 se reduciría a 49.320 y para la fase 2 en las ciudades de Quito, Machala y Cuenca se tendría 52.339 (con estimación de viviendas en arrendamiento para el 2023 en ciudades de fase 2).

Uso de teléfono y uso de tecnología: Esta variable se calculó en base a los datos de la página del INEC en su estudio de “Tecnología de la Información y la Educación del 2017” (INEC, ecuadorencifras.gob.ec, 2017, página 4). Se realizó una estimación de crecimiento hasta el 2020 basado en su histórico del 2012 al 2017, estimando el 62.8% para celular activo y sobre esto el 90.7% para teléfono inteligente, lo que da un total de 28.092 viviendas en arrendamiento para la fase 1 y para la fase 2 en las ciudades de Quito, Machala y Cuenca se tendría 29.812 (con estimación de viviendas para el 2023 en ciudades de fase 2).

*Tabla 5-Crecimiento de celular activo y teléfono Inteligente*

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Celular Activo	50%	51%	54%	55%	56%	59%	59.9 %	61.3 %	62.8 %
Crecimiento anual		0.90 %	2.60 %	1.50 %	0.70 %	2.40 %	2.40 %	2.40 %	2.40 %
Teléfono inteligente	12.2 %	16.9 %	24.7 %	37.7 %	52.9 %	63.9 %	70.9 %	81.7 %	90.7 %
Crecimiento anual		4.70 %	7.80 %	13.00 %	15.20 %	11.00 %	15.20 %	11.00 %	15.20 %

**Elaborado por:** Autora de Tesis

Nivel de aceptación del servicio: Esta variable se la calculó en base al estudio de mercado realizado para este proyecto cuyos resultados obtenidos dieron que un 75% de los entrevistados estaría dispuesto a utilizar el servicio. Esto da como resultado un total de 21.069 viviendas en arrendamiento para la Fase 1 y 23.359 para la fase 2 (con estimación de viviendas para el 2023 en ciudades de fase 2).

Como cuota de mercado se estima en el primer año llegar a un 2% del segmento y al tratarse de una plataforma que forma parte de un servicio integral de gestión de rentas, se estima una tasa de crecimiento exponencial del 2% hasta llegar a un 10% en el octavo año.

## **Segmentación de Proveedores de Servicios**

Geográfica: Viviendas en las 7 ciudades detalladas en “Mercado Potencial” (Guayaquil, Daule, Durán, Samborondón) (INEC, [ecuadorencifras.gob.ec](http://ecuadorencifras.gob.ec), 2010, página 8). La fase 1 comprende 776.167 viviendas, y Quito, Machala y Cuenca para fase 2 con 812.155 viviendas (con estimación de viviendas para el 2023 en ciudades de fase 2).

Nivel Socio Económico: Aplicando la variable de segmentación de estrato socioeconómico A, B, y C la cantidad de viviendas en fase 1 se reduciría a 278.644 y para la fase 2 en las ciudades de Quito, Machala y Cuenca se tendría 291.564 (con estimación de viviendas para el 2023 en ciudades de fase 2).

Uso de teléfono y uso de tecnología: Esta variable se calculó en base a los datos de la página del INEC en su estudio de “Tecnología de la Información y la Educación del 2017”<sup>i</sup>, se realizó una estimación de crecimiento hasta el 2020 basado en su histórico del 2012 al 2017, estimando el 62.8% para celular activo y sobre esto el 90.7% para teléfono inteligente, lo que da un total de 158.715 viviendas en arrendamiento para la fase 1 y para la fase 2 en las ciudades de Quito, Machala y Cuenca se tendría 166.074 (con estimación de viviendas para el 2023 en ciudades de fase 2).

Nivel de aceptación del servicio: Esta variable se la calculó en base al estudio de mercado realizado para este proyecto cuyos resultados obtenidos dieron que un 75% de los entrevistados estaría dispuesto a utilizar el servicio lo que da 124.555 viviendas para la Fase 1 y 119.036 para- la fase 2 (con estimación de viviendas para el 2023 en ciudades de fase 2).

Como cuota de mercado se estima en el primer año llegar a un 2% del segmento y al tratarse de una plataforma que forma parte de un servicio integral de gestión de rentas se considera un crecimiento del 1% al 2% anual llegando a 10% de penetración en el año 8.

### **6.7.3 Identificación de Proto-personas.**

El levantamiento de información de este estudio de mercado se realizó a través de encuestas en línea y entrevistas personales. Dichos resultados ayudaron a construir perfiles de proto-personas para cada uno de los segmentos a los que RENT-360 está dirigido. La proto-persona (interware, 2018,párrafo 1) es un personaje ficticio creado para representar al usuario final .En cada uno de los segmentos, se evidencia que la adaptación hacia este servicio se relaciona con la edad y por otro lado con el uso de tecnologías para compra de productos y

servicios. Definir estos perfiles nos ayudan a comprender de manera más profunda los segmentos y dirigir los esfuerzos de entrega y captación de valor de manera más objetiva.

*Tabla 6-Proto personas segmento arrendador*

	<b>Proto persona 1 Innovador</b>	<b>Proto persona 2 EarlyAdopters</b>	<b>Proto persona 3 Early Majority</b>
<b>Nombre</b>	Carlos	Daniela	Vicente
<b>Edad</b>	35 años	38 años	45 años
<b>Estado Civil</b>	Casado con 1 hijo	Casada con 2 hijos	Casado 3 hijos
<b>Propiedad en alquiler</b>	1 departamento en el centro	Casa en Villa club	Casa en Alborada
<b>Ocupación</b>	Trabaja en oficina en área de IT	Trabaja en oficina en área de Mercadeo	Abogado
<b>Manejo de aplicaciones Móviles</b>	Amazon, Wish, Spotify, cloud	Netflix, Amazon, Instagram (compras)	Netflix, Amazon, Instagram (compras)

**Elaborado por:** Autora de Tesis

*Tabla 7-Proto personas Segmento Arrendatario*

	<b>Proto persona 1 Innovator</b>	<b>Proto persona 2 EarlyAdopters</b>	<b>Proto persona 3 Early Majority</b>
<b>Nombre</b>	Marcos	María Fernanda	Alberto
<b>Edad</b>	35 años	22 años	42 años
<b>Estado Civil</b>	Casado con 1 hijo	Soltera	Casado con 2 hijos
<b>Propiedad que alquila</b>	Departamento en Miraflores	1 departamento en el centro	Casa en Samanes
<b>Ocupación</b>	Trabaja en área comercial	Estudia en UTEG	Atiende negocio propio
<b>Manejo de aplicaciones Móviles</b>	Netflix, Amazon, Spotify, juegos en línea	Netflix, Redes sociales y Amazon	Netflix, Redes sociales y compras Amazon

**Elaborado por:** Autora de Tesis

*Tabla 8-Proto personas segmento Proveedor de servicios*

	<b>Proto-persona 1</b>	<b>Proto-persona 2</b>	<b>Proto-persona 3</b>
	<b>Innovator</b>	<b>Early Adopters</b>	<b>Early Majority</b>
<b>Nombre</b>	Pedro	Juan Carlos	Santiago
<b>Edad</b>	25 años	35 años	42 años
<b>Estado Civil</b>	Casado sin hijos	Casado con 1 hijo	Casado con 1 hijo
<b>Oficio</b>	Electricista	Albañil	Techero
<b>Manejo de aplicaciones Móviles</b>	Netflix, redes sociales y correos	Netflix, y redes sociales	Netflix, y redes sociales

**Elaborado por:** Autora de Tesis

## 7 ANALISIS F.O.D.A.

El análisis FODA (Magentaig, 2019) de RENT-360, muestra el estado en el que se encuentra la empresa dentro de la industria de bienes raíces y, por otro lado, la industria de servicios para el hogar. Analizando sus características internas, así como su situación externa se plantea una estrategia de corto, mediano y largo plazo.

### 7.1 Análisis interno.

#### 7.1.1 Fortalezas.

RENT-360 entra al mercado con un conjunto de servicios que antes se encontraban dispersos, por tanto, se considera que sus fortalezas van de la mano con la diferenciación de que se trata de un servicio que por primera vez llegará completo a sus consumidores.

- Diferenciación del servicio: La estrategia de diferenciación se basa en la cobertura de servicios asociados a la gestión de rentas a través de herramientas requeridas por los usuarios, pero no disponibles en el mercado. Por ejemplo: búsqueda georreferenciada, análisis comparativo, análisis de perfiles de usuarios, gestión de rentas, gestión de pagos, histórico de eventos, entre otros. Si bien potenciales competidores podrían intentar copiar la propuesta de valor, RENT-360 gozaría para ese entonces de un posicionamiento en el mercado, un mejor *know-how* y sus usuarios ya estarían familiarizados con el servicio.
- Experiencia en la Industria: Un equipo de fundadores con experiencia y conocimiento de la industria de bienes raíces son quienes conforman RENT-360. Sus miembros son capaces de identificar los dolores y oportunidades en el proceso de la gestión de rentas, y además conocen del manejo de las tecnologías de telecomunicaciones y transmisión de datos.
- Experiencia del equipo en mercado y tecnología: El equipo fundador cuenta con 29 años de experiencia conjunta en áreas críticas de la industria como lo es el área de marketing y comercial y el área de tecnologías de información.
- Asesoramiento: Plataforma con asesoramiento para cada uno de sus segmentos: arrendadores, arrendatarios y proveedores de servicios contarán con guías para mejorar su gestión, es decir se indicará al Arrendador de qué forma mejorar su publicación y elegir un arrendatario más adecuado, al Arrendatario se le indicará sugerencias para escoger la propiedad más adecuada con relación a sus necesidades y al proveedor de servicios cómo mejorar las publicaciones y calidad del servicio/obra entregada.

### **7.1.2 Debilidades.**

- Disponibilidad financiera: Al tratarse de un emprendimiento, está claro que la disponibilidad financiera de RENT-360, no es tan fuerte como la de sus competidores actuales, aunque por separado entreguen servicios de publicidad y servicios de arreglos para las propiedades.
- Equipo de trabajo: El personal de RENT-360 es reducido y se estima hacer crecer la planta de trabajadores en un mediano plazo, por lo que al inicio las operaciones resultarían un poco lentas.
- Poder de marca: Al tratarse de una marca o plataforma nueva se debe realizar una fuerte campaña para posicionarla en el público al que se dirige.
- Costos de servicios: Los costos unitarios de los servicios son relativamente elevados ya que en las negociaciones con proveedores en muchos casos no se puede acceder a descuentos por volumen.
- Experiencia en desarrollo tecnológico: El equipo de RENT-360 si bien conoce del manejo de tecnología, se está iniciando en el desarrollo de aplicaciones móviles. En esta primera etapa, la construcción de la plataforma será tercerizada, lo cual constituye una debilidad al no poseer el conocimiento técnico dentro de la empresa.

## **7.2 Análisis externo**

### **7.2.1 Oportunidades.**

Crecientes cambios sociales y culturales a nivel de Latinoamérica y Ecuador con relación a hábitos de consumo aportan a que RENT-360 tenga mayores oportunidades de aceptación en el mercado.

- Crecimiento de uso de smartphones: Un creciente uso de teléfonos inteligentes, aún dentro del segmento de personas más adultas, permitiría tener una adaptación más rápida del servicio de RENT-360. Además, existen campañas de alfabetización digital dirigidas a personas mayores que se esfuerzan porque exista un mayor uso y aprovechamiento de herramientas digitales para los adultos mayores. En el caso de RENT-360 dentro de su segmento de arrendadores, un 23% corresponden a personas mayores a 65 años quienes dependen de sus rentas para solventar sus gastos.
- Evolución a transacciones digitales: Apalancado por el creciente uso de teléfonos digitales, las plataformas móviles para transacciones rutinarias se están volviendo cada vez más utilizadas. Casos como, pago de servicios por transferencias bancarias, correo electrónico en el móvil y contratación de servicios a través de aplicaciones, son los servicios más utilizados. Todo esto impulsado por las mismas instituciones que realizan fuertes campañas para



que sus clientes realicen sus transacciones desde sus plataformas y se disminuya la asistencia a las oficinas físicas.

- Falta de empleo: La falta de oportunidades laborales y creciente número de personas con autoempleos permitirá contar con una base más amplia de proveedores de servicios que también estarán dispuestos a ser capacitados para tener mayores oportunidades de negocios. La continua inmigración de personas que vienen de países cercanos, como es el caso de Venezuela, y su necesidad de laborar para mantenerse les motiva a buscar un oficio y recibir las oportunidades de capacitación.

### **7.2.2 Amenazas.**

Las amenazas para RENT-360 se relacionan al poder de empresas de tecnologías para entrar a este mercado como posibles competidores, así como con leyes que podrían limitar en campo de acción de este servicio.

- Empresas de publicidad existentes: Existe una amenaza de que los competidores de RENT-360 con mayor disponibilidad financiera como es el caso de Mercado Libre y OLX implementen las características de RENT-360 en sus plataformas dada la capacidad financiera y personal disponible a su cargo para trabajar este tipo de desarrollos.
- Cambio de leyes: Podrían implementarse leyes en el país relacionadas a temas de inquilinato que limiten el servicio o bien mermen la ganancia con la imposición de nuevos tributos a este tipo de negocios.

## **8. ANÁLISIS DE CADENA DE VALOR Y POLÍTICA GUBERNAMENTAL.**

La tecnología juega un papel primordial para RENT-360 ya que es parte vital de la cadena de valor y juega un rol importante en la experiencia del cliente. La cadena de valor también será soportada por un equipo de talento humano completamente capaz y comprometido en las operaciones de la empresa, y finalmente el marketing e innovación corresponde a una tarea primordial para alcanzar los objetivos de la plataforma.

### **8.1 Detalle de Cadena de Valor.**

A continuación, se presentará el detalle de la cadena de valor de RENT-360

**8.1.1 Investigación:** La investigación le permitirá a RENT-360 conocer las necesidades del mercado actual con relación a gestión de rentas y a la contratación de proveedores de servicios. Los continuos estudios de mercado serán realizados por medio de encuestas y entrevistas que permitirán conocer el nivel de satisfacción de cada segmento. De forma paralela esta etapa incluye la búsqueda de posibles proveedores con precios y procesos adecuados y finalmente, en esta área se investigarán sobre los temas legales con relación a permisos, limitaciones y posibles multas de las entidades del gobierno relacionadas a la industria.

**8.1.2 Tecnología:** Las nuevas tecnologías son parte de la cadena de valor y se consideran presentes en todo el flujo de servicios, estas deberán incluir desarrollos que permitan que los procesos sean más rápidos, intuitivos y ágiles en base a los requerimientos de cambios en el sistema y adaptación a nuevos dispositivos. Como parte de las tendencias que permiten conocer de mejor forma las necesidades de los usuarios, se requiere la implementación de Big Data que permite el uso de inteligencia artificial para predecir necesidades y ofrecer nuevos servicios a los usuarios.

**8.1.3 Diseño de Plataforma:** El diseño de la plataforma está basado en investigaciones de mercado realizadas por RENT-360 así como también en información secundaria sobre tendencias y nuevas tecnologías que permitan la construcción de prototipos para posteriores análisis de aceptación en cuanto a sus funcionalidades y diseño, a fin de que luego del testeo se realicen las mejoras que permitan tener un diseño final que será implementado en la plataforma.

**8.1.4 Operación:** Esta sección inicia con la selección de proveedores de la plataforma para su funcionamiento, así como el reclutamiento y selección de los proveedores de arreglos para propiedad. De forma paralela, se trabaja el desarrollo de la plataforma y la elaboración de manuales de procedimientos, los tiempos de atención a cada uno de los segmentos, los requerimientos legales y tributarios.

**8.1.5 Mercadeo e innovación:** Esta fase se divide en: 1) Comunicación del producto por medio de videos que serán pautados en redes sociales, en conjunto con la contratación de influencers, 2) las alianzas estratégicas que tendrán como objetivo posicionar la marca y dar beneficios a los usuarios, 3) el estudio de los usuarios y su nivel de satisfacción e insatisfacción sobre el servicio, 4) la innovación por medio de la metodología Lean Startup y finalmente luego de los respectivos test la realización de esas mejoras.

**8.1.6 Servicio Postventa:** El enfoque se centra en la experiencia del usuario en cada uno de los procesos y requerimientos solicitados en la plataforma, lo cual requiere de planes de fidelización e incluso compensación para aquellos usuarios que hayan experimentado un servicio insatisfactorio.

## **8. 2 Políticas gubernamentales y marco regulatorio.**

### **8.2.1 Constitución como Compañía.**

RENT-360 deberá constituirse como una compañía jurídica, lo cual requiere la definición y reserva del nombre para elaboración de un estatuto social que se realizará por medio de la apertura de una cuenta de integración respectivamente notariada, que permita tener la documentación para inscribir a RENT-360 como una compañía en el Registro Mercantil, y obtener los permisos municipales para realizar la inscripción y nombramiento de representantes que le permitan tener un RUC y carta para el banco .

### **8.2.2 Tributación.**

Al ser RENT-360 una compañía deberá cumplir con la retención y pago del IVA por lo cual presentará de forma mensual las respectivas declaraciones, retención de la fuente, declaración anual del impuesto a la renta y deberá cumplir con la entrega tributaria el 22% de las utilidades.

## **8.3 Políticas Gubernamentales:**

Las políticas gubernamentales se han analizado a nivel de servicio de la gestión de rentas y contratación de proveedores para arreglos del hogar de acuerdo con lo siguiente.

- **Políticas sobre la Gestión de Rentas:** Actualmente la ley del inquilinato (Defensoria, 2019) se centra en temas como condicionales de la propiedad con sus respectivas sanciones, responsabilidades del inquilino en cuanto al pago y compensación económica por daños y sanciones por cobros de renta mensual excesiva, pero no afectan ninguno de los servicios que entregaría RENT-360, sino que sirven de apoyo para informar a los usuarios de la plataforma en canto a derechos, obligaciones y contenido para tener formatos más completos de arrendamientos de propiedad.
- **Políticas sobre la Prestación de Servicios:** Debido a que los proveedores de servicio no son empleados directos de RENT-360, sino que están bajo el esquema de “servicios prestados tercerizados”, se ha considerado la realización de un contrato que aclare las responsabilidades de cada una de las partes refiriéndose al proveedor de servicios y RENT-360.

#### Responsabilidades del proveedor de servicios:

- Servicios que entregará el proveedor.
- Rangos de precios.
- Protocolo de conducta y ética y su completa desvinculación del equipo de proveedores de RENT-360 en caso de incumplimiento.
- Responsabilidad por daños ocasionados como resultado del trabajo realizado.
- Responsabilidad de manejo de herramientas y de trabajar con su propio personal.
- Cumplimiento de fechas para visitas, cotizaciones y realización de obra.
- El proveedor de servicios podrá tener cotizaciones independientes sin importar los horarios siempre y cuando cumpla con las solicitudes de los arrendatarios/ arrendadores que solicitaron sus servicios por medio de la plataforma.

#### Responsabilidades de RENT-360:

- Capacitación en cuanto a código de ética y protocolo de conducta.
- Publicación de anuncios.
- Histórico de eventos de los trabajos realizados.
- Realización de liquidación de pagos.

#### **8.4 Patente de marca.**

El registro de una marca (Gobierno, 2019) y logo en Ecuador, se realiza en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI) (IEPI, 2020), para lo cual se debe hacer lo siguiente:

**Búsqueda fonética:** Es un trámite previo al registro de marca, nombre comercial o lema comercial. Es recomendable hacerlo, pero no es obligatorio por ley. Esta búsqueda permite tener conocimiento si una marca, nombre comercial o lema comercial no ha sido previamente registrado o su registro está siendo tramitado. No se requiere de un abogado para realizar este trámite.

El proceso para realizar una búsqueda fonética es el siguiente:

1. Depositar USD 16,00 en efectivo en la cuenta corriente No. 7428529 del Banco del Pacífico a nombre del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual y guardar el comprobante de depósito.
2. Ingresar al sitio web del IEPI en [www.iepi.gob.ec](http://www.iepi.gob.ec), hacer clic en la opción «Servicios en Línea» y dentro de esta en «Formularios».
3. Descargar el Formato de Solicitud para Búsqueda Fonética, llenarlo en computadora, imprimirlo y firmarlo. En esta solicitud se debe incluir el número de comprobante del depósito realizado.
4. Adjuntar a la solicitud el original y una copia en blanco y negro del comprobante del depósito realizado y una copia de la solicitud de búsqueda fonética.
5. Entregar estos documentos en la oficina del IEPI más cercana a la organización. El resultado de la búsqueda fonética se entrega en aproximadamente 45 minutos posteriores a la entrega de los documentos.
6. Aunque el resultado de la búsqueda fonética indique que no existe una marca registrada similar, el proceso de Registro de Marca es el que determina si una marca se puede registrar o no.

**Registro de marca: Para registrar una marca se debe realizar el siguiente proceso:**

1. Depositar USD 208,00 en efectivo en la cuenta corriente No. 7428529 del Banco del Pacífico a nombre del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual y guardar el comprobante de depósito. (InformacionEcuador, 2019)

2. Ingresar al sitio web del IEPI en [www.iepi.gob.ec](http://www.iepi.gob.ec), hacer clic en la opción «Servicios en Línea» y dentro de esta en «Formularios».
3. Descargar la Solicitud de Registro de Signos Distintivos, llenarla en computadora, imprimirla y firmarla. En esta solicitud se debe incluir el número de comprobante del depósito realizado.
4. Adjuntar a la solicitud tres copias en blanco y negro de la solicitud, original y dos copias de la papeleta del depósito realizado.
5. Si la solicitud se hace como persona natural, adjuntar dos copias en blanco y negro de la cédula de identidad.
6. Si la solicitud se hace como persona jurídica, adjuntar una copia notariada del nombramiento de la persona que es Representante Legal de la organización.
7. Si la marca es figurativa (imágenes o logotipos) o mixta (imágenes o logotipos y texto), adjuntar seis artes a color en tamaño 5 centímetros de ancho por 5 centímetros de alto impresos en papel adhesivo.
8. Entregar estos documentos en la oficina del IEPI más cercana a la organización. El proceso de registro de marca toma aproximadamente seis meses en completarse.

### **8.5 Registro del Empleado y Obligaciones laborales.**

RENT-360 cumplirá con la ley de acuerdo con los derechos de los trabajadores bajo relación de dependencia a la Seguridad Social como irrenunciables (Art. 34 de la Constitución de la República del Ecuador y Art. 4 del Código de Trabajo) (Gobierno, [ambiente.gob.ec](http://ambiente.gob.ec), 2020). Los empleados directos de RENT-360 tendrán derecho a: seguro de enfermedad, maternidad, invalidez, vejez, cesantía, muerte de riesgo de trabajo, en las mismas condiciones que se otorga para el Seguro Social. Los empleados gozarán de los siguientes beneficios:

- Aportes
- Sueldos y Salarios según la ley
- Decimos Cuarto Sueldo
- Décimo Tercer Sueldo
- Fondos de Reserva

RENT-360 deberá cumplir con el siguiente proceso para poder inscribirse como empleador:

Registro Patronal (IESS, 2020, Registro de Empleador) en el Sistema de Historia Laboral: (solicitud de clave para Empleador)

- Ingresar a la página web del IESS [www.iess.gob.ec](http://www.iess.gob.ec) (IEES, 2020).
- Escoger la opción empleador-registro nuevo empleador.
- Ingresar el número de RUC o cédula de ciudadanía y escoger el sector al que pertenece (privado, público o doméstico).
- Ingresar los datos obligatorios que se encuentran marcados con asterisco.
- Terminar con el registro patronal, imprimir la solicitud de clave y el acuerdo de uso de la información.
- Acercarse a las agencias del IESS a los Centros de Atención Universal, portando los documentos que han sido solicitados, para obtener la clave patronal.

### **Proceso para avisos de salida e Ingreso de empleador.**

#### Aviso de entrada:

El empleador está obligado, bajo su responsabilidad y sin necesidad de reconvencción, a inscribir al trabajador o servidor como afiliado del Seguro General Obligatorio desde el primer día de labor y a remitir al IESS el aviso de entrada dentro de los primeros quince (15) días (Gobierno I. , 2020, Aviso de Entrada)(Art. 73 de la Ley de Seguridad Social).

#### Aviso de salida:

El empleador dará aviso al IESS de la modificación del sueldo o salario, la enfermedad, la separación del trabajador (aviso de salida), u otra novedad relevante para la historia laboral del asegurado, dentro del término de tres (3) días posteriores a la ocurrencia del hecho (Art. 73 de la Ley de Seguridad Social). Para lo cual seguirá el siguiente procedimiento:

- Ingresar a la página [www.iess.gob.ec](http://www.iess.gob.ec).
- Seleccionar la opción empleadores /servicios en línea.
- Aviso de entrada y salida.
- Ingresar al sistema con el número de cédula y clave del empleador.
- Seleccionar la opción registro de novedades / aviso de salida.
- Ingresar número de cédula del afiliado.
- Llenar los datos que solicita el sistema y pulsar la opción ACEPTAR.
- Validar y enviar.

## 9. PRODUCTOS y TECNOLOGÍAS COMPLEMENTARIAS

### 9.1 Medios digitales

El comportamiento del ecuatoriano en medios digitales continúa estando centrado en la búsqueda, consumo de videos, noticias, transacciones y redes sociales, evolucionando día a día hacia la generación de contenido y consumo de alternativas locales que complementan la oferta internacional. Esto permite que el usuario sea cada vez más adepto a la generación de transacciones en comercio electrónico (Comercio, elcomercio.com, 2019). RENT-360 utilizará los siguientes servicios complementarios para cumplir con la entrega de su propuesta de valor:

Facebook, Instagram y YouTube: Estas plataformas consideradas como las de mayor tráfico en Ecuador, se consideran complementarias para RENT-360, porque en esta red social no sólo se tendría anuncios de la plataforma y sus servicios, sino que también:

- Se publicarán anuncios de propiedades y proveedores de servicios destacados.
- Se publicarían sugerencias como reportajes y videos para realizar un mejor arrendamiento.
- Se solicitará por esta vía el reclutamiento de proveedores de servicio.

OLX y Mercado Libre: Estas páginas dedicadas a la venta y compra de productos y servicios, serán utilizadas por RENT-360 para la pauta de sus servicios a nivel general, y también de forma puntual se publicarán anuncios de renta de propiedades y proveedores de servicios para el arreglo en el hogar.

### 9.2 Análisis de tendencias

El consumidor ha cambiado su comportamiento de compra con la irrupción de tecnologías de información y comunicación (TICs). Cada año se experimentan cambios ligados al crecimiento del comercio electrónico, acompañado de la digitalización de medios de comunicación y un fuerte desarrollo de startups de base tecnológica. Paralelo a esto se presentan cambios a nivel político, económico y social, que influyen directamente en el estilo de vida, y consumo.



#### **a. Crecimiento de uso de smartphones y aplicaciones móviles en adultos mayores:**

Es claro que el crecimiento en el uso de herramientas digitales hoy en día ya es un hábito en los consumidores; este fenómeno se está replicando fuertemente en la población adulta, no necesariamente en el uso de redes sociales, sino que también este segmento se está abriendo en el campo de las transacciones de compra y contratación de servicios a través de aplicaciones móviles de manera habitual. De acuerdo con un estudio realizado por el INEC (INEC, [ecuadorencifras.gob.ec](http://ecuadorencifras.gob.ec), 2014) en diciembre del 2013 se identificó que aún en personas mayores a 50 años el crecimiento en el uso de smartphone es constante, aunque más lento con relación a las personas más jóvenes<sup>ii</sup>. Esto afecta positivamente al negocio ya que se contará con mayor demanda de procesos digitales en temas de gestión de renta.

#### **b. Decrecimiento en inversión en vivienda por parte de matrimonios modernos:**

El tener una vivienda propia está dejando de ser el sueño de muchos jóvenes solteros y casados, ya que prefieren trabajar y utilizar sus ingresos en cosas que consideran que les brinda mayor placer como es el caso de las experiencias en viajes. (theshoppers, 2018) Esto se apoya con la decisión de no casarse, casarse más adultos, esperar para tener hijos y en algunos casos, no tenerlos. Esta conducta bien podría beneficiar a RENT-360 porque se contaría con un crecimiento en la población que extenderá su rango de años en la renta de un bien, es decir en algunos años se contaría con una mayor proporción de personas de 45, 50 y 60 años alquilando una propiedad. El factor de riesgo se presentaría con más personas viviendo en casa de sus padres ya que esperarán más años para independizarse.

#### **c. Inmigración:**

Las ciudades principales de Ecuador han vivido una creciente migración de parte de la población de países cercanos (Ministeriodegobierno., 2015). Estas personas se podrían sumar como usuarios de los servicios de gestión de renta que ofrece la aplicación de RENT-360.

#### **d. Regulaciones de inquilinato:**

Las regulaciones de inquilinato podrían imponer tasas sobre las ganancias que se obtenga de la gestión de renta o bien limitar su campo de acción, lo cual afectaría negativamente el negocio, un ejemplo serían impuestos sobre rubros de arrendamiento y negocios relacionados de bienes raíces lo cual mermaría las ganancias del negocio.

**e. Big Data e Inteligencia Artificial (AI):**

El auge de la Big Data no sólo se basa en cómo grandes empresas la están utilizando para encontrar las verdaderas necesidades de sus clientes, sino en cómo esta herramienta está cada vez más cercana a empresas medianas y pequeñas para que puedan conocer a detalle el comportamiento de su consumidor y procesarlo para traducirlo en predicciones. (ESAN, 2015) Esto puede ayudar de forma positiva a RENT-360 como motor para la mejora continua en las soluciones y procesos que ofrezca a todos sus consumidores.

**f. Creciente inseguridad en las ciudades grandes.**

Lo negativo de la inseguridad (Primicias, 2020) para la población se vuelve una oportunidad para algunos negocios, tal cual ocurrió con casos como el de Uber, plataforma para solicitud de servicios de movilización. El poder de conocer el perfil de quien otorgará el servicio, sumado al hecho de que es una empresa con la que el usuario está tratando, da una sensación de tranquilidad al momento de utilizar la herramienta.

**g. Distanciamiento físico:**

Sin duda esta es una de las tendencias más fuertes como resultado de la pandemia del covid, ya que las personas se están acostumbrando cada vez más a realizar operaciones o transacciones por medios electrónicos evitando el contacto físico a fin de salvaguardar su salud evitando un posible contagio. Esta tendencia empujará el uso de la herramienta aún en arrendadores de la 3era edad porque al ser lo más vulnerables es muy probable que se esfuerzen por adaptarse a la tecnología a fin de protegerse de un contagio.

## **10 FACTORES COMPETITIVOS**

### **10.1 Diferenciación en el servicio.**

El factor principal competitivo en el servicio RENT-360 es su diferenciación como proveedor único que cubre toda la gestión de la renta y mejora los servicios actualmente ya disponibles por otras plataformas. Un ejemplo de mejora se encuentra en la publicación y búsqueda de un bien, ya que un arrendador podrá subir videos, indicar lugares de importancia que están cerca de la propiedad, tener acceso a sugerencias que le sean útiles, hacer comparativos de interesados en la propiedad que desea arrendar, solicitud información de los interesados con relación a antecedentes penales o buró crediticio que le ayudará a tomar mejores decisiones. De la misma forma un potencial arrendatario podrá tener acceso a una búsqueda por zonas, o lugares de interés y no regirse únicamente a precios de bienes, y se destaca la posibilidad de solicitar información sobre el arrendador y arrendatario a fin de reducir riesgos.

### **10.2 Esquema de cobro.**

Si hay algo molesto para un cliente, es pagar por un servicio que no recibió, y en esto RENT-360 se destaca en que el usuario no pagará valor alguno de publicidad a menos que se logre cerrar el contrato de arrendamiento. Por otro lado, el proveedor de servicio de arreglos para la propiedad tampoco cancelará valor alguno a RENT-360 aunque sus anuncios estén semanas o meses, el cobro se realizará por el servicio que contraten. Este esquema es considerado justo y representa una relación ganar – ganar entre RENT-360 con arrendadores y proveedores de servicios para arreglos del hogar.

### **10.3 Forma de Pago.**

Si bien ya se cuenta con ciertos servicios ofrecidos por otras aplicaciones que permiten pagos con tarjeta de crédito con relación a publicación de páginas web y arreglos del hogar, no existe otra página que brinde un menú completo de sistema de pagos como depósito, tarjeta de crédito o tarjeta de débito. Actualmente no es posible, por ejemplo, pagar el proceso de pintura de una casa con tarjeta de débito o crédito y con financiamiento, o cómo arrendatario, actualmente tampoco es posible hacer el pago de la renta de una propiedad por medio de débito bancario. Como en todos los negocios, esta forma de pago aumentará las posibilidades de contratación de servicios.

#### **10.4 Confiabilidad.**

Actualmente la sociedad vive y siente gran inseguridad, sobre todo en ciudades grandes. La gestión de arrendamiento tiene etapas en sus procesos que podrían generar inseguridad, como es el caso de las visitas de reconocimiento de la propiedad. Ente esto, la plataforma RENT-360 permite al arrendador tener la posibilidad de conocer los antecedentes del potencial arrendatario, de forma similar ocurre en la solicitud de un proveedor de servicio ya que para ser parte de la base de RENT-360 deberá haber pasado por un proceso de selección y análisis de antecedentes. Este factor es importante para reducir la sensación de inseguridad en los usuarios.

## 11 ESTRATEGIA COMERCIAL

### 11.1 Estrategia Genérica-Diferenciación o Precio.

La estrategia comercial de RENT-360 se basará en la diferenciación del servicio pues se considera que el cliente tendrá por primera vez la entrega de un servicio completo que cubre toda la cadena de valor de la gestión de renta y contratación de servicios de arreglos para el hogar, por tanto, el enfoque estará en lograr la satisfacción de los clientes con la calidad del servicio, en base a lo siguiente:

- Pago por contratación de servicio: El arrendador y el proveedor de servicio solo pagará por la publicación en la plataforma luego de que se efectivice la contratación bien sea esta la renta de una propiedad, o un servicio para arreglos en el hogar.
- Elección directa de los servicios: A diferencia de las agencias de bienes raíces que realizan filtros de las opciones de departamentos que muestran a un arrendador, RENT-360 permite que el usuario escoja el servicio de acuerdo con sus propios parámetros. Con relación a la contratación de proveedores de servicios para el hogar, también funciona de la misma manera.
- Seguridad: RENT-360 brinda el servicio para confirmación de identidad y de información crediticia.
- Servicio 360: Cubre al 100% la cadena de valor de la gestión de un arrendamiento, desde la publicación de una propiedad hasta el finiquito del contrato.
- Involucramiento de los usuarios: Los usuarios podrán participar con sus comentarios sobre la experiencia que tuvieron en sus contrataciones y calificar al arrendador/arrendatario/proveedor de servicios otorgándoles un ranking que servirá como incentivo para elevar estándares sobre los niveles de servicio que actualmente tienen.

### 11.2 Política de precios.

El cálculo del precio se definió en base al estudio de mercado de acuerdo con lo siguiente:

- Análisis de precios de mercado: Los precios de los servicios no pueden estar disparados con relación a lo que se encuentra en el mercado.
- Percepción del cliente: Los precios definidos en RENT-360 deben percibirse como justos con relación a la solución entregada.

### 11.2.1 Publicación de Arrendamientos.

A continuación, un ejemplo para el caso de comisión por la publicación de un bien: El precio de la publicación de la propiedad se ha definido en \$52.29, del cual se desglosan pagos a proveedores: Paymentez al 1.5% de comisión, a los bancos 4.5% de comisión y el 12% de IVA de la siguiente forma.

*Tabla 9-Esquema de valores por servicio de publicidad*

Negocio de Publicidad		
	Precio de la publicación incluido impuestos y tasas	\$52.29
	Precio publicación sin tasas	\$40.00
Pago Comisión TC	4,50%	\$2.40
Pago Comisión Paymentez	1,50%	\$1.80
Pago Banco Transferencia	1,00%	\$0.48
Pago IVA	12%	\$4.80

**Elaborado por:** Autora de Tesis

### 11.2.2 Servicio de confirmación de Identidad.

El servicio de confirmación de identidad tendrá una política de precios basada en un valor fijo del cual se descontarán los costos por comisión a Registro Civil de \$0.12 y los proveedores de pagos que son la comisión de TC por 4.5%, Paymentez por 1.5%, bancos 1% y el IVA 12%.

*Tabla 10-Esquema de valores por servicio Confirmación de Identidad*

	Precio de Consulta	\$2,00
Pago por consulta a Registro Civil		\$0,12
Pago Comisión TC	4,50%	\$0,09
Pago Comisión PAYMENTES	1,50%	\$0,03
Pago Banco Transferencia	1,00%	\$0,02
Pago IVA	12%	\$0,24
	Total costos variables	\$0,50
	Ganancia	\$1,50
	Margen	75,00%

**Elaborado por:** Autora de Tesis

### 11.2.3 Servicio de Consulta en buró de crédito.

El servicio de consulta de buró tendrá un precio fijo, pese a que de cara al proveedor el precio a cancelar dependerá de la cantidad de consultas que se realicen de forma mensual. A continuación, un detalle con los costos al proveedor: comisión Equifax de \$1.95, la comisión de tarjeta de crédito del 4.5%, el pago a Paymentez de \$1.5, comisión del banco por 1% y el IVA del 12%.

*Tabla 11-Esquema de valores por servicio Consulta de Buró*

<b>Consultas Buero de Crédito</b>		
Precio de Consulta		\$5,00
Pago por consulta a Equifax		\$1,95
Pago Comisión TC	4,50%	\$0,09
Pago Comisión PAYMENTEZ	1,50%	\$0,03
Pago Banco Transferencia	1,00%	\$0,02
Pago IVA	12%	\$0,60
	Total costos variables	\$2,69
	Ganancia	\$2,31
	Margen	46,20%

**Elaborado por:** Autora de Tesis

### 11.2.4 Servicio de transferencia de pagos.

El servicio de transferencia de pagos se refiere a los débitos que realizará RENT-360 de la cuenta del arrendatario hacia la cuenta del arrendador, cuya transacción mensual tendrá un precio fijo, hacia nuestros clientes. Para este caso, en el desglose de costos no se incluye a Paymentez, ni la comisión de TC, ya que no se realiza por medio del botón de pagos, por tanto, sólo incluye: Pago al banco por transferencia de débito, transferencia de crédito y el 12% de IVA.

*Tabla 12-Esquema de valores por servicio Débitos Automáticos*

Precio de servicio de transferencia		\$5,00
Pago por débitos a arrendatario		\$1,00
Pago por depósito a arrendador		\$1,00
Pago por depósito a cuenta RENT-360		\$0,50
Pago IVA	12%	\$0,54
	Total costos variables	\$3,04
	Ganancia	\$1,96
	Margen	39,30%

**Elaborado por:** Autora de Tesis

### 11.2.5 Arreglos en la propiedad.

A continuación, un ejemplo para el caso de comisión por el arreglo de la propiedad. En el ejemplo con un servicio de ebanistería, el valor de comisión es de \$60 correspondiente al 20% para RENT-360, luego tenemos los valores de la tarjeta de crédito de \$13.50 correspondientes al 4.5% de comisión del banco, y para Paymentez con \$4.50 correspondiente al 1.5 de comisión.

Tabla 13- Esquema por arreglos de propiedad

	Precio de servicio (sin impuestos)	\$300,00
Comisión proveedor de servicios	80,00%	\$240,00
Comisión RENT-360	20,00%	\$60,00
Pago Comisión TC	4,50%	\$13,50
Pago Comisión PAYMENTEZ	1,50%	\$4,50
Pago Banco Transferencia	1,00%	\$3,00
Pago IVA	12%	\$36,00
	Precio Total	\$357,00
	Total costos variables	\$297,00
	Ganancia	\$60,00
	Margen RENT -360	20,00%

**Elaborado por:** Autora de Tesis

### 11.3 Plan Comercial.

Al ser una estructura colaborativa, RENT-360 actuará como un *marketplace* que unirá clientes con proveedores y recibirá ingresos en forma de comisión por los negocios concretados. En la comunidad los integrantes podrán cambiar de lugar ya que un arrendatario podría luego convertirse en arrendador. Así mismo, un proveedor de servicios podría convertirse en arrendador o bien un mismo usuario tener varios perfiles.

En la medida en que la comunidad interactúa generando, usando y concretando más servicios, los ingresos de RENT-360 podrán aumentar por el cobro de comisiones de cada uno de estos pedidos. En la figura 2 se visualiza la estrategia comercial de RENT-360.



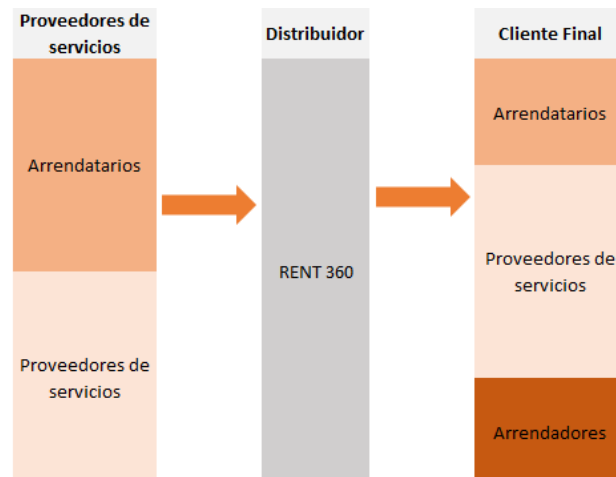


Figura 2-Plan Comercial

**Elaborado por:** Autora de Tesis

### 11.3.1 Estrategias de promoción y publicidad.

RENT-360 tendrá un concepto de campaña enfocado en que las personas vean a la plataforma como una herramienta completa tipo “navaja suiza”. Es decir, que brinde un servicio o pool de servicios que cubra toda la cadena de valor y necesidades del cliente que hoy no son cubiertas. La campaña se compondrá de lo siguiente:

#### 11.3.1.1 Campañas Digitales.

Las campañas digitales que corresponden a los medios de mayor importancia para llegar al cliente se enfocarán en:

- 1) Dar a conocer la marca y el servicio: Con videos cortos se realizarán pautas puntuales.
- 2) Lograr descargas de la plataforma.
- 3) Obtener una primera experiencia de compra.
- 4) Repetir la experiencia de compra.

Las acciones estratégicas se detallarán a continuación:

#### **Concurso Digital al mejor arreglo de hogar.**

Estrategia de contenido por medio de videos promocionales: Se trabajará en la elaboración de videos promocionales con duración de: 30 segundos, 15 segundos y 10 segundos con el concepto de “Navaja Suiza” (explicando como RENT-360 cubre todas las necesidades de arrendamiento) que serán pautados en las redes sociales y páginas web en las que exista tráfico de usuarios con el perfil de arrendatario, arrendador y proveedor de servicios.

Los videos se enfocarán en: 1) dar a conocer la marca, 2) dar a conocer los beneficios relacionados al concepto RENT-360 y 3) incentivar tráfico en la plataforma.

### **Juego arregla tu hogar.**

Se trabajará en un juego en donde se muestra una zona de la casa, ya sea esta una cocina, sala, garaje, baño con un desperfecto, en este juego el participante deberá seleccionar de un cuadro de opciones al proveedor de servicios necesario para arreglar el desperfecto. Se colocará un ejemplo en donde se presenta la imagen de una cocina con una tubería dañada, se debería elegir al gasfitero, o bien un techo de la sala goteando deben elegir rápido al gasfitero, hasta que la casa este sin desperfectos y lista. Posterior a que se muestre en la pantalla que se terminó el juego se llevará al usuario a un enlace para descarga de la aplicación.

### **Sugerencias para arrendatarios:**

Otra estrategia de contenido que es considerada una acción de relaciones públicas son los videos con sugerencias que den apoyo al arrendatario en el proceso de arrendamiento, incluyendo temas como: Toma las mejoras fotos una publicación ganadora, cómo elaborar un contrato rápido y completo, por qué es importante tener un contrato notariado con tu arrendatario y cómo hacerlo de forma segura. De igual manera se tendrán sugerencias para el proveedor de servicios con ejemplos como: ¿Por qué es importante un protocolo para atender a mis clientes? La lectura deberá ser amigable, entretenida y útil, posterior a que el lector este en la última fila se mostrará la publicidad de RENT-360.

#### **11.3.1.2 Medios para las campañas.**

A fin de que las campañas sean lo más efectivas posibles, estas se manejarán con: 1) Costo por descarga, 2) Costo por clic y 3) Costo por video. Los costos serán asumidos por RENT-360 al ser parte de la campaña digital.

**Redes Sociales:** El concepto de la campaña será pautado en medios digitales como Instagram, Facebook, LinkedIn y YouTube enfocándose en los segmentos para arrendadores, arrendatarios y proveedores de servicios. A modo de publicidad se mostrarán los videos de la campaña para arreglar el hogar, de los juegos y finalmente de las sugerencias.

**Influencers:** Bajo la misma línea digital se definirán los influencers reconocidos por los segmentos a los que se dirige la solución a fin de que den a conocer la marca por medio de los conceptos de juegos para arreglar el hogar, sugerencias para arrendar y arreglo del hogar o el concurso del arreglo del hogar.

**Mobile Marketing:** Esta herramienta nos permitirá hacer campañas más focalizadas por edad, NSE y zonas. Se concentra en realizar un mensaje que

cumpla los tres “BESTs”: 1) *Best moment*, “) *best offer* y 3) *best product*. Esto define el producto, la oferta, el día y hora adecuada para enviar la comunicación, que puede ser un mensaje con un enlace, un *landscape* con un enlace para descargar la aplicación, o bien un enlace con un video en YouTube en donde al final aparezca un enlace para descargar la aplicación.

**Acciones trade:** Está dirigido puntualmente a los proveedores de servicios, se identificarán las zonas con mayor concurrencia de estos segmentos y se repartirán volantes que les expliquen de forma breve la función de RENT-360 con la oportunidad que brinda para que puedan tener más empleo invitándolos finalmente a ser parte de su comunidad.

### **11.3.1.3 Publicidad buscadores.**

Como complemento a la estrategia comercial, RENT-360 también hará uso de:

**Google Adwords:** Publicidad patrocinada a potenciales anunciantes que aparecerán en la página de resultados (SERP), mostrándose junto con los resultados de búsqueda natural u orgánica. Estará dentro de los 4 anuncios permitidos al inicio de la barra de búsqueda

**Zona Google Adsense:** En páginas web con un tráfico considerable del segmento al que se apunta, aparecerá la publicidad en forma de banner. Dentro de estas páginas de mayor tráfico se encontrará la competencia como OLX, Mercado Libre y Plusvalía.com, contando también con páginas como agencias de viajes, y diarios/ noticieros.

## **11.4 Políticas de manejo de servicio.**

### **11.4.1 Políticas de Descuento y Promociones.**

Las políticas de promoción están de la mano con las políticas de producto y la política de precios, ya que unidos se convierten en las 4Ps del Marketing, o Marketing Mix. Con el objetivo de que RENT-360 se convierta en líder en el sector de bienes raíces para renta de propiedades y contratación de proveedores de servicios, las políticas de promoción deberán ser claras identificables, recordables e incluso memorables ya que la promoción de ventas es una técnica de marketing que tiene como concepto estimular la demanda mediante descuentos, regalos, premios por acumulación de puntos y sorteos, enfocados en objetivos a corto plazo y totalmente medibles.

Los tres aspectos básicos que conforman una política de ventas son:

- Dirección de ventas: La dirección o área de ventas estará enfocada principalmente en realizar acciones con resultados directos, dentro de esto se aplicarán campañas con costo por clic para la descarga de la plataforma.
- Publicidad: Dependiendo del enfoque, se deberá realizar publicidad que lleve al arrendador o proveedor de servicios a publicar con un descuento. También se puede publicar servicios destacados de una propiedad en arriendo o un servicio para arreglo del hogar en ofrecimiento.
- Promociones: Se llevarán a cabo para incentivar las ventas y aumentar sus resultados comerciales, se compone de:
  - Arrendamientos de propiedades: Promociones como porcentajes de descuentos en publicaciones, inclusión de servicio de confirmación de identidad, o servicio de información de buró crediticio.
  - Proveedores de servicios: Publicaciones con pago de comisiones 2x1, es decir si dos publicaciones fueron exitosas, el usuario solo deberá cancelar el valor correspondiente a la más alta.

#### **11.4.2 Política de crédito.**

La política de crédito se regirá dependiendo del precio de servicio y la forma de pago a fin de que esta cumpla con dar facilidad de compra y también se logre una rentabilidad para RENT-360. Los pagos se podrán realizar de las siguientes formas:

- Depósito, transferencia bancaria o tarjeta de débito: Este tipo de pagos no aplica a la política de crédito, tampoco tendría montos mínimos ni máximos.
- Pago con tarjetas de Crédito: Los pagos con tarjeta de crédito se dividen según el monto en:
  - Pago corriente: Este tipo de pagos aplican con valores que van desde los \$50.00 en adelante.
  - Pagos en diferido con intereses: Este esquema probablemente se utilice más en los pagos a proveedores de servicios y aplicaría únicamente con valores que van desde los \$300 y le permiten al cliente financiar la compra del servicio hasta 48 meses, asumiendo los respectivos intereses que van desde el 6% en pagos de 4 meses hasta el 16% en pagos a 48 meses plazo. Esto representará una gran ventaja al arrendador, arrendatario o cualquier contratante de los servicios ya que podrá contratar arreglos que antes estaban limitados a un solo pago en efectivo cuando se manejaba directamente con el proveedor de servicios.

#### **11.4.1 Políticas de servicios preventa y postventa:**

Las políticas de preventa son consideradas complementarias en cada uno de los servicios que brindará RENT-360 ya que en el caso de la preventa empujarán a que esta venta se cierre y en el de la posventa permitirán cerrar un ciclo de experiencia satisfactoria que aumente las posibilidades de la recompra y genere recomendaciones que atraigan más oportunidades de venta.

#### **Políticas de preventa:**

Las políticas de preventa deberán cumplir su función de dar un servicio de atención al cliente antes de la venta de un servicio sin el conocimiento de sus necesidades y características:

- **Diseño:** Atado a la política preventa se encuentra el diseño y funcionalidad de la página que debe ser amigable e intuitiva.
- **Chat box:** La aplicación contará con un chat box o avatar que estará presente en la página web y plataforma a disposición del cliente, deberá tener la inteligencia artificial para usar un lenguaje amigable y la capacidad para responder a las dudas frecuentes del cliente.
- **Cuestionario de preguntas y respuestas más solicitadas:** RENT-360 contará con una sección de preguntas y respuestas con un listado de las consultas más solicitadas por los usuarios, esta se irá alimentando de las consultas que realice el usuario que sean dirigidas al administrador.
- **Consultas al administrador:** En caso de que existan consultas que no puedan ser respondidas por el chatbox o que no estén la sección con el cuestionario de preguntas y respuestas, se presentará un mensaje para comunicarlo con un administrador humano, el cual podrá responder en línea en el caso en que la consulta sea realizada hasta las 18:00, y en caso de que la consulta sea enviada después de ese horario RENT-360 deberá responder en un plazo no mayor de 24 horas.
- **Atención en redes sociales:** RENT-360 estará atento a las dudas y comentarios que se presenten en redes sociales, por tanto, si una persona realiza una consulta en redes, la empresa deberá responder a las dudas cuando el administrador este en horario laboral, y en caso de que la consulta se dé fuera de ese periodo, deber responder máximo hasta en 24 horas.

- **Visitas de proveedores de servicio y cotizaciones:** Los proveedores de servicios deberán responder a las consultas de servicios para el hogar en un tiempo no mayor a 3 horas, las visitas deberán ser coordinadas para realizarse en un periodo de 24 horas máximo, y las cotizaciones deberán enviarse por medio del sistema máximo 3 horas luego de realizada la visita.
- **Autorización consulta de Buró y Antecedentes penales:** Dentro del documento virtual de aceptación de condiciones para creación de perfil de arrendatario se incluirán párrafos que indicaran que el usuario entregará a RENT-360 la respectiva autorización para obtener información de su buró crediticio y antecedentes penales en caso de que estas sean solicitadas por el arrendador.

#### **Políticas de postventa:**

Es prácticamente de conocimiento general que un cliente fidelizado es más económico de mantener e incluso genera más ingresos que un cliente nuevo. Por tanto, las políticas de postventa se enfocarán en mejoras con relación a la experiencia de compra, y RENT-360 deberá ser capaz de realizar las respectivas incorporaciones de mejora en el sistema y en toda la cadena de valor. Dentro de estas políticas tenemos:

- **Calificación de satisfacción:** Al final del proceso de entrega de servicio se solicitará que el cliente/usuario dé una rápida calificación sobre el nivel de servicio recibido que se presentará en una escala del 1 al 5, siendo 1 la menor calificación y 5 la mayor calificación y nivel de satisfacción.
- **Encuesta de satisfacción:** RENT-360 realizará el envío de una encuesta que tendrá consultas relacionadas al nivel de satisfacción en la entrega del servicio y quejas o mejoras que el cliente considera dentro del proceso de entrega de la cadena de valor.
- **Respuesta ante quejas:** En el caso de que la plataforma/página reciba quejas con relación a la calidad y entrega del servicio, el usuario recibirá una comunicación de un asesor de RENT-360 para obtener más información sobre el inconveniente. En el caso de que exista una falla relacionada con cobros incorrectos, se procederá a realizar la respectiva devolución. Si la queja viene de un arrendador/arrendatario o cualquier persona que solicitó un servicio de arreglo de propiedades y éste ha sido entregado de forma defectuosa, se procederá a realizar una inspección y compensar al cliente con la entrega del servicio por medio de otro proveedor. El proveedor que entregó mal el servicio no recibirá pago alguno ya que este será dirigido al segundo proveedor. Si el trabajo fue realizado parcialmente, entonces al primer proveedor se le pagará lo correspondiente.

- **Acumulación de puntos:** Desde la primera compra los clientes gozarán de un sistema de acumulación de puntos que les servirá para canjearlo por: anuncios gratis, destacados de anuncios sin costo adicional, o descuentos en servicios de arreglos para el hogar. De esta forma se buscará incentivar la recompra de los servicios.

## **12. ANÁLISIS TÉCNICO Y ESPECIFICACIONES DEL SERVICIO.**

### **12.1 Especificaciones del servicio**

Al estar dirigido a 3 segmentos, el servicio de RENT-360 se compone de macroprocesos para cada uno de estos participantes, teniendo como punto obligatorio el registro de un usuario a fin de poder asegurar el cobro por los valores de los servicios que se transaccionen por medio de la plataforma.

A continuación, el detalle de los procesos y especificaciones macros en base al segmento y servicio transaccionado:

#### **12.1.2 Especificaciones proveedores de servicio.**

Previamente al lanzamiento de la plataforma, RENT-360 tendrá listo un proceso de reclutamiento, capacitación, selección y validación de datos y de habilidades para los prestadores de servicios para el hogar. Posterior a que hayan cumplido con ese proceso deberán subir a la plataforma la publicación de su servicio, y en caso de que provean más de un servicio deberán subir publicaciones separadas con fotos de los trabajos realizados.

Al inicio no contarán con calificaciones ni comentarios, pero posterior a que tengan contrataciones se podrá visualizar la calificación obtenida por los arrendatarios/arrendadores que recibieron sus servicios. De forma inmediata luego de haber realizado sus respectivos trabajos, recibirán retroalimentación en relación a los resultados de las evaluaciones realizadas por quienes recibieron sus servicios, si estas evaluaciones indican que el trabajo no cumplió con estándares de calidad, limpieza y trato al cliente, se les requerirá realizar capacitaciones de mejora y entrarán a un listado de “Requerimiento de Mejora” del cual solo podrán salir si en servicios con posteriores clientes logran calificaciones iguales o superiores a 7/10.

### **12.1.2 Especificaciones Arrendadores.**

Este segmento podrá visualizar toda la información de la aplicación con relación al servicio de gestión de renta que incluye los proveedores de servicios para el hogar, pero no podrán contactar a ninguno, ni publicar su propiedad para renta a menos que completen todo el proceso de registro como usuario oficial de la aplicación RENT-360. Luego de esto, podrá realizar la publicación de su propiedad y tendrá acceso al listado de proveedores de arreglos para propiedades. A continuación, se detallan los procesos disponibles para arrendadores:

Publicación de propiedades y gestión de renta: Inmediatamente luego del registro el arrendador visualizará recomendaciones que le ayuden a tener una publicación atractiva con relación a fotos, redacción de especificaciones, precios sugeridos por sectores, tamaño y acabados de la propiedad, información de inquilinato y servicios adicionales que puede solicitar en la plataforma. Posterior a que se muestre esta información el arrendador podrá subir información de su propiedad, fotos, detalles de lugares importantes que estén en un perímetro cercano. De igual manera, todo nuevo arrendador deberá esperar a tener su primer arrendamiento por medio de la plataforma de RENT-360 para que se puedan visualizar los comentarios de sus ex arrendatarios, y el promedio de calificación de ellos con relación a la satisfacción del servicio recibido por el estado de la propiedad, mantenimiento y buena vecindad.

Con la publicación lista, ésta podrá ser visualizada por los interesados, y el arrendador podrá recibir consultas y dudas de la propiedad, así también los arrendadores registrados podrán realizar solicitudes a la plataforma relacionadas a los posibles arrendatarios en relación a: Confirmación de identidad, calificación de buró, visualización de redes sociales, antecedentes penales y certificado laboral.

El arrendador podrá contactarse con los candidatos a arrendatarios, coordinar visitas, y compararlos para tomar una decisión. Con la definición del candidato el arrendador seguirá el flujo para arrendamiento con el que podrá descargar un contrato modelo en Word y llenar con la información que corresponde a nombre y cédula de arrendatario y arrendador, duración de contrato, detalle de la propiedad (cantidad de puertas, de cerrojos, focos, etc.) y pegar fotos de la propiedad para que quede constancia del estado. En el flujo se le detallará un listado de notarías en las que el arrendador podrá notarizar el contrato para protección, de proceder con esto, podrá subir el contrato notarizado, que podrá ser visualizado y descargado por el arrendador y el arrendatario.

En el periodo en que se mantenga el contrato, el arrendador contará con notificaciones de solicitudes de arreglos y quejas que el arrendatario realice con



relación a la propiedad, con sus respectivos tiempos de respuesta. El arrendador podrá recibir una notificación o emitirá una para solicitar la finalización del contrato y se contará con un promedio de un mes para que el arrendatario desocupe el departamento. En el proceso de finalización de contrato, el arrendatario y el arrendador definirán si la propiedad requiere de arreglos que justifiquen que el arrendador se quede con los valores de depósito, y por temas de constancia tanto el arrendador como el arrendatario podrán subir en la plataforma fotografías de la propiedad a fin de que quede un comparativo de el estado en que el arrendador entregó la propiedad versus el estado en que arrendatario la devuelve.

Finalizado el proceso el arrendador podrá llenar una encuesta en cuanto a la satisfacción con el servicio proporcionado por la plataforma RENT-360 y la satisfacción que obtuvieron con la experiencia del arrendatario, así también recibirá una calificación de parte de éste con relación a precios de la propiedad, rapidez en atención a reclamo y buena vecindad. La calificación podrá ser visualizada en la plataforma por la personas interesadas en rentar la propiedad al arrendador .

Solicitud de proveedor de servicios: El arrendatario registrado, sin la necesidad de tener una propiedad publicada podrá tener acceso a un listado de proveedores de servicios para arreglos, visualizando las fotos de los trabajos realizados, los comentarios de las personas que los contrataron, calificación promedio con relación a su nivel de satisfacción y cotización que les hayan presentado por el trabajo que requieran en la propiedad. Con estos criterios podrán elegir una terna para el comparativo a fin de seleccionar al proveedor que le parezca más conveniente. Una vez recibido el servicio, el arrendador recibirá una encuesta que le solicite calificar el nivel de satisfacción con relación a los servicios provistos por la plataforma RENT-360 en cuanto a:

- Nivel de claridad sobre la información de servicios del proveedor
- Facilidad para uso de la plataforma
- Facilidad para realización del pago
- Atención a requerimientos especiales, por consultas
- Comentarios adicionales

Después de calificar la plataforma se le solicitará que califique al proveedor de servicios de acuerdo con los siguientes criterios:

- Presentación del proveedor
- Educación en el trato
- Precios
- Calidad de servicio
- Limpieza del servicio entregado
- Comentarios adicionales.

### **12.1.3 Especificaciones Arrendatario:**

Este segmento también podrá visualizar toda la información de la aplicación con relación al servicio de gestión de renta, es decir podrá ver las publicaciones de las propiedades, buscar por zonas, precios y lugares de interés. Con ello puede realizar un análisis comparativo, pero no podrá contactar al arrendatario sin haberse registrado previamente donde se le solicitará permisos para que el arrendador consulte información de buró crediticio.

El candidato a arrendatario podrá tener contacto con el arrendador, programar visitas, elegir una terna y colocar una valoración a cada uno de los ítems detallados a fin de poder tener mayor claridad a la hora de elegir una propiedad. Con la elección de la propiedad el arrendatario podrá subir la documentación requerida para el contrato como, por ejemplo: la copia de la cédula de identidad, y certificado de trabajo (de ser requerido por el arrendador), se le solicitará que revise la información y apruebe el envío, luego, que firme el contrato que tendrá disponible dentro de la plataforma.

Dentro del periodo de arrendamiento el arrendatario podrá bitacorar cada uno de los requerimientos que realice al arrendador con los respectivos tiempos de respuesta, además de informar y subir una fotografía de respaldo en caso de que algo en la propiedad se dañe por causa de deterioro. Luego de finalizado el periodo del contrato y en caso de que el arrendatario no desee seguir en la propiedad, podrá informar que dejará la misma con al menos un mes de anticipación, y al cumplirse este tiempo deberá subir las fotografías del estado en el que entrega la propiedad para compararla con el estado en que se la entregaron y determinar si hay valores por retener.

Finalizado el proceso, el arrendatario recibirá una solicitud de encuesta para calificar la plataforma RENT-360 en relación a :

- Nivel de claridad sobre la información de servicios del proveedor
- Facilidad para uso de la plataforma
- Facilidad para realización del pago
- Atención a requerimientos especiales, por consultas
- Comentarios adicionales

Luego de llenar esta encuesta se le solicitará que llene otra encuestas para calificar al arrendatario en relación a :

- Estado de la propiedad.
- Respeto y cordialidad en el trato.
- Atención a los requerimientos .
- Comentarios adicionales.

En casos de haber problemas en los procesos de la gestión de renta que otorga la plataforma se contará con una sección de preguntas y respuestas, y en caso de que éstas no satisfagan la duda o solicitud del cliente, se contará con el correo de ayuda en la dirección electrónica: [soporte@RENT-360.com](mailto:soporte@RENT-360.com). Para una segunda fase RENT-360 tiene planteado contar con un robot que de soporte a los visitantes y usuarios de la plataforma.

## **13 ETAPA DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO**

La investigación y el desarrollo de productos cumplen una función básica en el producto final a ofrecer. En la investigación se procura conocer de forma completa las necesidades del cliente a fin de que el producto cumpla con todo lo que este requiere, entendiendo previamente lo que los clientes desean y revisando la posibilidad de que la plataforma permita personalizar necesidades que se deberán traducir en servicios disponibles para alcanzar la demanda en el mercado.

La investigación para el desarrollo de nuevos productos no solo se trata de conocer lo que pasa detrás de escena, sino que sirve para asegurar que un producto esté desarrollado de una manera que cumpla con los requerimientos de los clientes.

Realizada de manera correcta, la investigación de productos permitirá entender lo que los clientes quieren de verdad, también permitirá personalizar lo que se ofrece y alcanzar la demanda de los clientes.

### **13.1 Etapas de Investigación y desarrollo de la plataforma RENT-360**

#### **13.1.1 Análisis, definición alcance y objetivos:**

- Observación macro del mercado e identificación de necesidades.
- Identificación de la necesidad del cliente.
- Definición de diseño y características de la plataforma.
- Estudio del mercado para confirmación e identificación de las necesidades del cliente.
- Investigación para factibilidad del proyecto en relación a :
  - Costos del proyecto
  - Tiempos, cronogramas y entregas (script)
  - Proveedores
  - Informes de seguridad
  - Gestión de ruc
  - Creación de empresa
  - Requerimientos con el empleado
  - Patente de marca y servicio
  - Riesgos legales, y riesgos tecnológicos

### **13.1.2 Prototipo.**

- Diseño del prototipo de la plataforma móvil.
- Benchmarking técnico y a nivel de servicios de plataforma con servicios relacionados.
- Encuesta para identificación de percepción e identificación de mejores en el diseño, proceso y rendimiento del aplicativo.

### **13.1.3 Desarrollo.**

- Elaboración de servicios web para consulta, mantenimiento de:
- Solicitud de aplicación como proveedor de servicios
- Geolocalización.
- Método de pagos.
- Publicación de servicios.
- Proceso de búsqueda.
- Comparativos.
- Carga de documentos disponibles.
- Facturación de servicios.
- Creación de base de datos.
- Arquitectura y redes.
- Pruebas técnicas.
- Desarrollo de pruebas técnicas.

### **13.1.4 Implementación.**

- Certificaciones técnicas.
- Licencias y permisos de software.
- Subir aplicación en tienda.

## **13.2 Procesos.**

### **13.2.1 Proceso de registro del proveedor de servicios.**

1. El proveedor descarga la aplicación RENT-360.
2. El proveedor ingresa sus datos y acepta términos y condiciones
3. Proveedor realiza la carga de documentos escaneados requeridos: Cédula, certificado de votación y antecedentes legales, recomendación de clientes y certificados de estudios/cursos realizados.
4. RENT-360 recibe y valida la documentación que el proveedor de servicios subió.
5. RENT-360 separa una fecha para entrevistar al postulante a prestador de servicios.

6. RENT-360 entrevista al prestador de servicios y toma prueba escrita y práctica con relación a el/los servicios que provee.
7. RENT-360 realiza la calificación de las pruebas e indica al proveedor si requiere realizar un curso para mejora del servicio.
8. RENT-360 define fecha de inicio para curso de inducción.
9. RENT-360 imparte curso de inducción al proveedor de servicio en relación con protocolos de presentación y comportamiento, procesos de entrega de cotizaciones y uso de la plataforma.
10. RENT-360 realiza prueba de proceso de actitudes en base a conocimientos impartidos en el curso.
11. RENT-360 entrega de certificado como proveedor de servicios de RENT-360.
12. Proveedor de servicios sube fotografías y detalles de servicios que ofrece. (los servicios deben ser aprobados en base a la certificación obtenida.
13. RENT-360 realiza configuración final de cuenta en plataforma.

### **13.2.2 Proceso de publicación y renta de propiedades**

1. Arrendador ingresa a la plataforma y elige opción de Arrendador.
2. Arrendador se registra ingresando todos sus datos .
3. RENT-360 envía requerimiento de confirmación a correo de usuario.
4. Arrendador confirma registro desde su correo y se dirección a la plataforma ingresando su usuario y contraseña.
5. RENT-360 muestra en su plataforma un video de 15 segundos con indica que RENT-360 tiene recomendaciones.
6. RENT-360 muestra imagen con pestaña de cada recomendación y arrendador decide hacer clic y ver la recomendación.
7. Arrendador hace clic en publicar anuncio, elige tipo de propiedad.
8. Arrendador ingresa características de propiedad : medidas, cantidad de habitaciones, acabados.
9. Arrendador ingresa información adicional de lugares cercanos importantes: colegios, centros comerciales, bancos, parques, gimnasios, restaurantes.
10. Arrendador ingresa video de su propiedad.
11. Arrendador publica oficialmente su propiedad en la plataforma.
12. Arrendador recibe mensajes de los interesados en ser arrendadores con consultas y pedido de visita para la propiedad.
13. Arrendador ve perfil de interesado con información de: nombre, situación marital, total de personas que usarían la propiedad.
14. Arrendador solicita a RENT-360 información de buró crediticio del interesado.
15. RENT-360 recibe requerimiento e ingresa a la plataforma de crédito de Equifax para solicitar información.
16. Se envía información de buró crediticio a arrendador solicitante.
17. Arrendador elige terna de postulantes a arrendatarios de la propiedad y arma cuadro comparativo.

18. Arrendador decide al postulante para arrendatario, le envía notificación
19. Arrendatario confirma notificación por medio de la plataforma.
20. Arrendador descarga formato de contrato , que automáticamente tendrá la información de nombre y cédula de identidad.
21. Con la confirmación de contrato el sistema de RENT-360 automáticamente debitará el pago de la tarjeta que ingresaron, en caso de que el pago sea por medio de depósito a la cuenta, el sistema esperará hasta 2 días después de que se descargó el contrato con los datos para recibir la carga del documento de en jpg, o pdf.
22. RENT-360 recuerda a arrendatario que puede notarizar su contrato y le muestra opción para ver el listado de notarías disponibles.
23. Arrendador notariza contrato y sube documento en la plataforma
24. RENT-360 recuerda a arrendador que puede acceder a servicio de transferencias mensuales para pago, el arrendador y arrendatario responde de forma positiva y suben documento de solicitud de transferencia para débito de la cuenta del arrendatario y depósito a la cuenta del arrendador.
25. Eventos: Arrendador recibe notificaciones del arrendatario que solicita arreglos eléctricos, gasfitería o albañilería.
26. Cuando el requerimiento ha sido atendido el arrendador lo confirma como “ATENDIDO “ en la plataforma.
27. Arrendador envía notificación de terminación de contrato en la plataforma, la cual es recibida por el arrendatario que sube las fotos del estado en que entregará el departamento.
28. El arrendatario indica en la plataforma si aplica mantener los valores de depósito.
29. Al arrendador le llega una solicitud para calificar los servicios de la plataforma RENT-360.
30. El arrendador recibe una solicitud para calificar la experiencia con su arrendatario.

### **13.2.3 Proceso de búsqueda y renta de propiedades**

1. El potencial arrendatario ingresa a la plataforma y hace clic en sección de buscar propiedades.
2. Potencial arrendatario navega por las propiedades y hace clic en una publicación para contactarse con el arrendador, y la plataforma le solicita que se registre.
3. Potencial arrendatario ingresa sus datos en la plataforma.
4. RENT-360 le envía un correo de confirmación de registro.
5. Potencial arrendatario abre su correo y confirma registro.

6. Potencial arrendatario vuelve a la plataforma, navega en las publicaciones de propiedades, y se contacta con los arrendatarios para hacer consultas de la propiedad y pedir fechas para ver la propiedad.
7. Potencial arrendatario recibe solicitud de arrendador para pedir información de buró crediticio, si el arrendatario esta de acuerdo, la plataforma le pide que descargue el documento de aceptación y lo suba .Arrendador sube la información.
8. Potencial arrendatario elige propiedades y hace comparativo en la plataforma RENT-360.
9. Postulante a arrendatario recibe notificación de arrendador como elegido para arrendatario de su propiedad.
10. Arrendatario confirma en la plataforma de RENT-360 aceptación para rentar la propiedad.
11. Arrendatario recibe por notificación contrato para lectura y respectiva firma.
12. Arrendatario recibe solicitud de debito de cuenta para pago de mensualidades de arrendamiento.
13. Arrendatario descarga documento de autorización de la plataforma RENT-360, lo imprime , llena con su número de cuenta, firma y carga el documento de autorización como jpg o pdf en la plataforma.
14. En caso de ser requerido el arrendatario notificaría requerimientos en la plataforma por temas de: albañilería, gasfitería y arreglos eléctricos que requiera el departamento. Cuando el requerimiento haya sido realizado recibirá una notificación en la plataforma RENT-360 de “requerimiento atendido “ de parte del arrendador.
15. Cuando el tiempo de arrendamiento termine, el arrendador podrá enviar al arrendador por medio de la plataforma RENT-360 una notificación de terminación de uso del apartamento. En caso de que la decisión venga de parte del Arrendador esté le enviará una notificación al arrendatario por medio de la plataforma de terminación de uso de la plataforma.
16. El arrendador subirá en la plataforma fotografías del estado en que entregará el departamento para definir junto con el arrendador si es preciso que se realice la devolución de los valores de depósito que pagó al inicio del contrato.
17. Plataforma RENT-360 enviará a arrendatario la solicitud para que llene una encuesta con relación a la calidad y mejoras de servicio de la plataforma.
18. Plataforma RENT-360 enviará una nueva encuesta al arrendatario para que califique la experiencia con el arrendador.



#### **13.2.4 Proceso de solicitud de proveedores de servicio para arreglos en la propiedad.**

1. El usuario busca contactar al proveedor, y en caso de no estar registrado la plataforma RENT-360 le presenta un mensaje en el que le solicita que debe registrarse para contactar al proveedor de servicio y solicitar cotización.
2. El usuario procede a registrarse en la plataforma ingresando sus datos.
3. Plataforma RENT-360 le enviará un correo para confirmación de su registro.
4. El usuario procede a confirmar en su correo y termina registro.
5. El usuario vuelve a la plataforma de RENT-360 y busca proveedores.
6. El usuario elige terna y pide a la plataforma que se arme con estos candidatos a proveedores de servicio un comparativo.
7. El usuario contacta a los proveedores de servicios y solicita visita para cotización.
8. Proveedor de servicio visita al el usuario en la propiedad y hace análisis del arreglo solicitado.
9. Proveedor de servicios envía cotización de valores y materiales requeridos.
10. El usuario recibe información por medio de la plataforma y elige al proveedor enviando la notificación por medio de la plataforma
11. Proveedor de servicios recibe la notificación y procede con la entrega del servicio.
12. Luego de entregado el servicio el proveedor notifica por medio de la plataforma que el servicio ha sido realizado y sube una foto de evidencia.
13. El usuario recibe una solicitud para llenar una encuesta con relación al servicio recibido por la plataforma RENT-360.
14. Plataforma RENT-360 de forma inmediata enviará otra encuesta para solicita calificación con relación al servicio y trato recibido por el proveedor de servicio.

## 14 MAQUINARIAS & EQUIPOS REQUERIDOS

Al tratarse de un servicio de base tecnológica, RENT-360 requiere de una plataforma robusta la cual podría estar basada en la compra de un servidor físico o el uso de un servidor en la nube con lo siguiente:

- Página web y App
- Servidores
- Base de datos
- Generadores de contenido web
- Sistemas operativo para servidor
- Plataformas de pagos.

### 14.1 Características Del Servidor.

El servidor debe contener también base de datos, y para el desarrollo de la página web se ha considerado lo siguiente:

#### 14.1.1 Servidor de páginas web.

Apache: Se considera este servidor al ser uno de los más utilizados para páginas web.

#### 14.1.2 Base de datos.

MySQL: Esta base de datos es seleccionada por estar en 2do lugar en el ranking de bases de datos, y se considera como la más usada entre los programadores.

#### 14.1.3 Generador de contenido web.

PHP: Cómo generador de contenidos aplicados para la programación de página web tenemos a PHP, el 1er lugar lo tiene JAVA, pero su utilización es sobre todo para programación de aplicaciones empresariales.

#### 14.1.4 Sistema operativo para el Servidor: LINUX

Conocido por ser uno de los sistemas operativos más utilizados para servidores, por su estabilidad, sus versiones típicas que pueden durar años antes de requerir cambios, las violaciones en caso de peligro por seguridad tienen la capacidad de ser corregidas con mayor velocidad que cualquier otro sistema operativo. La configuración con las características básicas para operar es muy flexible, lo cual permite bajar costos ya que la mayoría de su software es gratuito.

Independientemente de que el centro de datos sea propio o externo, el sistema operativo del servidor será preferentemente una distribución Linux orientado a servidores: Red Hat, CentOs, Debian, Ubuntu, cada una de estas con versiones específicas para servidores.

### 14.1.5 Plataforma De Pagos.

El proveedor de los servicios de pagos en línea Paymentez dio opciones para integración con los botones de pago con los bancos Pacífico, Bolivariano, Guayaquil, Pichincha que cuentan con su respectiva plataforma .

Los valores de comisión son los siguientes:

*Tabla 14-Valores de Comisión de Tarjeta*

	<b>Banco del Pacífico</b>	<b>Banco Guayaquil:</b>	<b>Banco Bolivariano</b>
Corrientes	4,50%	4,50%	4.02%
Débito	2,24%	2,28%	2%
Diferidos con intereses	Hasta 48 meses: 5,00%	Hasta 12 meses: 5,27%	Diferido Con Interés 3-12 Meses: 5%
Diferidos sin Intereses	3,6,9 y 12 meses: 6,00% / 10,00% / 12,50% y 14,00%	3,6,9 y 12 meses: 7,00% / 9,00% / 12,00% / 15,00%	3 meses: 5% y 6 Meses Sin Interés: 9%

**Elaborado por:** Autora de Tesis

#### **Costo Datafast:**

\$4,75 + IVA fijo mensual por pos virtual por cada banco (interconexión)

#### **Tarifas Paymentez:**

1,50% + IVA en transacciones realizadas con tarjetas de crédito.

0,50% + IVA en transacciones realizadas con tarjetas de débito.

**Valor Agregado Paymentez:** El proveedor ofrece los siguientes servicios que apoyan la decisión de ser elegido:

- One Click Buy (sin salir del ambiente del comercio)
- Motor Antifraude incluido\*
- Cobertura de transacciones fraudulentas\*
- Único botón de pago en Ecuador que procesa Visa, MasterCard y American Express.
- Primer botón de pagos en procesar: débito y prepago.
- PCI DSS Service Provider 3.2
- Rápida integración, soporte técnico y facturación local.
- No cobro de costos mensuales, renovaciones anuales o fee adicionales.

## **14.2 Requerimientos para el usuario.**

El usuario RENT-360 debe cumplir con requisitos mínimos para poder utilizar la plataforma, de acuerdo con lo detallado a continuación:

### **14.2.1 Requerimiento de Navegador.**

- Ejecución de CSS para el renderizado de las páginas; CSS: es en compañero indispensable de HTML para definir cómo se representa el contenido de las páginas web.
- JQuery para el funcionamiento dinámico de las páginas; JQuery: es una biblioteca basada en JavaScript que soluciona las diferencias de comportamiento de JavaScript entre diferentes navegadores.

### **14.2.2 Valoración de Software.**

Los software mencionados son de distribución gratuita, de todas formas, esto no impide la contratación de servicios de soporte con costos . El Costos de las respectivas inversiones en el desarrollo y personalización de la plataforma están incluidas en la inversión inicial del proyecto de RENT-360.

### **14.2.3 Idiomas y textos.**

El equipo de RENT-360 del área de mercado tendrán la responsabilidad de la narrativa extensa con normas de uso, consejos de textos largos de acompañamiento. Los textos extensos se tratarán como relleno gestionado por el idioma elegido . Los textos cortos, serán gestionados por las funciones de selección de traducciones del lenguaje PHP, pero evidentemente se deberá realizar traducciones.

### **14.2.4 Controles de Calidad.**

La plataforma RENT-360 deberá manejar controles de calidad relacionados a:

- 1) Aplicación web
- 2) Proveedores de Servicio
- 3) Servicios de Arrendadores y Arrendatarios

#### **14.2.4.1 Controles de calidad aplicación web: Plataforma RENT-360**

Las aplicaciones web ubicadas en los servidores y accesibles por medio de internet o intranet, son sensibles a diferentes métricas de calidad. Estas métricas de calidad pueden ser la seguridad, el grado de cobertura, tiempos de respuesta y disponibilidad.<sup>iii</sup> La calidad de las aplicaciones se ven afectadas por la cantidad de métricas que puedan cumplirse. La calidad según se puede definir como la totalidad de características de una entidad que refieren su capacidad de satisfacer las necesidades implícitas y explícitas del usuario, por otro lado Pressman, se refiere a la calidad del software como “la concordancia con los requerimientos funcionales y de rendimiento explícitamente establecidos, con los estándares de

desarrollo explícitamente documentados y con las características implícitas que se espera de todo software desarrollado profesionalmente”.

El uso de las métricas establece cómo se debe ajustar el software a los requisitos implícitos y explícitos del cliente. Es decir, la medición para que el sistema se adapte a los requisitos establecidos. Las métricas de calidad de sistemas de información utilizados para evaluar y controlar el proceso de desarrollo del software deben permitir<sup>iv</sup>:

1. Indicar la calidad del producto
2. Evaluar la productividad de los desarrolladores
3. Evaluar los beneficios en términos de calidad y privacidad
4. Establecer una línea para la estimación
5. Ayudar a justificar el uso de la herramienta o formación adicional

### **14.3 Controles de calidad: Proveedores de servicios al hogar**

Los proveedores de servicio no son empleados de RENT-360, pero si aliados con los cuales se exigen estándares de calidad para lo cual la plataforma aplicará los siguientes procesos:

#### **14.3.1 Encuesta de satisfacción del servicio de arreglos para el hogar:**

Las encuestas tendrán consultas que permitirán identificar el nivel de calidad del servicio, el cual se mostrará en una escala del 1 siendo este menor y 10 siendo la calificación más alta. La política de RENT-360 apunta a mantener un estándar de calidad superior a una calificación de 7. En caso de que el proveedor del servicio tenga una calificación inferior, deberá someterse a un proceso de mejora que puede estar relacionado con calidad de servicio o comportamiento del proveedor. Si mantiene hasta 5 calificaciones inferiores a 7 en un periodo de 3 meses deberá someterse a un curso de mejora de servicio con relación a su oficio o bien un curso de comportamiento con el cliente, dependiendo de la naturaleza de los reclamos. El proveedor no podrá volver a usar la plataforma para dar sus servicios a menos que cumpla con la calificación mínima en la prueba del curso que tome.

#### **14.3.2 Pruebas anuales de dominio del servicio ofrecido.**

Como parte del compromiso con la calidad y asegurando que la plataforma cuente con proveedores capaces de ofrecer un servicio satisfactorio, RENT-360 tomará de forma anual pruebas a los proveedores de servicio con relación a los oficios que ofrecen, cuyo requisito será tener resultados no inferiores 7 para seguir como proveedor de arreglo de propiedades en la plataforma. En caso de que esta calificación sea inferior deberá realizar un curso de mejora, y sólo podrá ingresar cuando la prueba cumpla la nota mínima.

### **14.3.3 Controles de calidad: Gestión de rentas.**

RENT-360 realizará encuestas de satisfacción a arrendadores, arrendatarios, y proveedores de servicio a fin de identificar el grado de satisfacción de estos y exigir a un mínimo de calidad, en un ejemplo un arrendador será calificado por sus arrendatarios y en caso de que esta calificación sea inferior a 7 , RENT-360 procederá a realizar una notificación, en caso de que la mala calificación se mantenga se procederá suspender al arrendador por un periodo no mayor a 30 días, luego de lo cual podrá volver a publicar su propiedad, el proceso se manejará de igual forma con arrendatarios y proveedores de servicios.

## **15. INSTALACIONES FÍSICAS.**

### **15.1 Determinación del tamaño de planta y de localización.**

Al ser una empresa de servicios con base tecnológica, las operaciones de RENT-360 pueden ser realizadas en un espacio de oficina donde no se requiera la utilización de maquinarias de producción o grandes espacios para bodegas. En este sentido, se ha definido que las oficinas operarán en un departamento en el sexto piso de un edificio ubicado en las calles Víctor Manuel Rendón y Rumichaca. Esta oficina contará con un espacio disponible de 45 m<sup>2</sup> los cuales serán divididos entre el área de marketing, sistemas y procesos operativos y finalmente el área administrativa donde estará ubicada la contadora de la empresa. Además, cuenta con una pequeña sala en la que se recibirá a los proveedores de servicios que asistan para realizar el proceso de registro como proveedor de arreglo de servicios para RENT-360.

El hecho de que las oficinas estén en pleno centro de la ciudad le da a RENT-360 las posibilidades de estar más cerca de los proveedores. La persona encargada de las operaciones estará cerca de las calles Av. José de Antipara, de Radio Cristal en las que se concentran proveedores de servicio que pueden ser reclutados, se pueden realizar volantes y conversar de forma directa con el público objetivo para informar e incentivar a que sean parte del equipo de proveedores de servicio de RENT-360.

La ubicación beneficia que los emprendedores de RENT-360 estén cerca del casco comercial y bancario que permite tener mayor comunicación con los proveedores del botón de pagos (bancos y Paymentez en Malecón y 9 de octubre). Se ubican cerca también las oficinas del proveedor Equifax (Malecón y 9 de octubre), que da los servicios de buro crediticio y con el Registro Civil que brinda los servicios de confirmación de identidad de interesados en arrendar una propiedad. Las instalaciones de RENT-360 también estarán cerca de las oficinas de Claro para el caso de los servicios de renta de servidores e internet (la empresa cuenta con 2 locales en la Av. 9 de octubre) y con el proveedor de mantenimiento de la aplicación.

### **15.2 Determinación de inversiones en activos fijos y en capital de trabajo.**

Para los recursos de trabajo (conocidos como corrientes) que RENT-360 realizará, se identificó la inversión en computadoras, copiadoras, scanner y muebles de oficina .

## **16. ASPECTOS ORGANIZACIONALES**

RENT-360 contará con una estructura organizacional acorde a su modelo de negocios, el cual está basado en el desarrollo tecnológico en la industria de servicios de bienes raíces. Esta estructura deberá ser ágil y flexible para responder ante los cambios constantes en este tipo de industrias. A continuación, se describen sus principales aspectos teniendo como principal función la cadena de mando y organigrama.

### **16.1 Organigrama.**

El talento humano que será parte de RENT-360 será reclutado mediante un análisis que ha identificado la necesidad de perfiles para cumplir con la estrategia y operación que permitirá esta empresa logre sus objetivos. RENT-360 contará con dos accionistas que cuentan con una amplia experiencia en temas de marketing con relación a creación y administración de productos, y manejo de aprovisionamiento de servicios con su respectiva administración.

A continuación, se detallan los cargos del equipo de RENT-360:

1. Gerente general y sistemas
2. Gerente comercial y de mercadeo:
3. Jefe de Sistemas
4. Asistente administrativo y financiero
5. Coordinador operativo y reclutador de proveedores de servicios
6. Coordinador de sistemas
7. Asistente gráfico y de redes sociales
8. Analista de operaciones y sistemas

### **16.2 Detalle de Roles y Responsabilidades**

#### **16.2.1 Gerente General y Sistemas:**

El rol del gerente general es considerado clave para el futuro de la empresa por tanto requiere de gran preparación y experiencia en la industria de bienes raíces, así como también en el ámbito tecnológico y de sistemas. Dentro de sus responsabilidades se encuentran:



### 16.2.1.1 Responsabilidades a nivel administrativo.

- **Planificación:** El gerente general deberá tener clara la estrategia de la empresa para encargarse de concretar los pasos necesarios para alcanzar las metas mensuales, semestrales y anuales de RENT-360. Deberá definir un marco de trabajo para las acciones y procesos a ponerse en marcha a fin de concretarse en el plan.
- **Organización:** El gerente general deberá aprovechar los recursos disponibles (dinero, propiedades y talento humano) para realizar una correcta distribución de estos.
- **Control y supervisión:** La supervisión, control, verificación y retroalimentación serán necesarios para mantener la alineación con los objetivos fijados. La monitorización debe ser proactiva para garantizar contar con el margen de maniobra requerida para introducir modificaciones o implementar acciones correctivas en los casos que se requiera.
- **Desarrollo del personal:** El gerente deberá establecer metodologías de trabajo que impulsen el crecimiento de cada uno de los talentos de RENT-360, ya que en la medida en que se impulsa el crecimiento de sus miembros, la organización podrá potenciar el talento y sentar las bases para que el negocio cuente con los activos de conocimientos y habilidades necesarios.

### 16.2.1.2 Responsabilidades en el área de sistemas.

- **Continuidad de servicio:** Garantizar la continuidad operativa de la infraestructura tecnológica de la organización (hardware, redes, comunicaciones y software) a fin de que la plataforma y página web funcione de forma óptima y sin interrupciones.
- **Seguridad de Información:** Definir y garantizar el cumplimiento de políticas de seguridad, respaldo y resguardo de la información.
- **Mantenimiento de equipos y sistemas:** Velar por el cumplimiento de las políticas de mantenimiento preventivo y correctivo de equipos tecnológicos.
- **Soluciones Tecnológicas:** Ofrecer soluciones tecnológicas que asistan y agreguen valor a los procesos de las diferentes áreas de la organización.
- **Implementación de nuevos proyectos:** Coordinar los proyectos de implementación de nuevos sistemas, tecnologías o adaptaciones a los sistemas existentes en la organización.
- **Armonización de Licencias y equipos:** Administrar el licenciamiento de software de la organización y asesoría sobre la adquisición de nuevos equipos tecnológicos o arrendamientos en la nube.

### **16.2.2 Responsabilidades de la Gerencia Comercial y de Mercadeo:**

Considerada como uno de los elementos principales de la empresa, ya que su gestión se apalanca en su estrategia y cubre: producto, comunicación y publicidad ajustando la oferta y el canal de venta a la demanda existente del mercado. Su mayor desafío representará que toda la empresa tenga un enfoque de entrega de valor a sus usuarios. En el detalle de sus responsabilidades tenemos:

- **Comunicación:** Definición y estimación de objetivos de posicionamiento de marca y comerciales con enfoque la generación de la demanda de los servicios de la empresa, estableciendo el plan de marketing, seguimiento y control de gastos de este.
- **Alianzas estratégicas:** Desarrollo de alianzas con socios estratégicos que sean de apoyo para dar fuerza a la marca mediante la entrega de beneficios al cliente.
- **Proyección de ventas:** Elaboración de presupuestos de ventas y los presupuestos de gastos anuales del departamento adaptándolos con los recursos disponibles.
- **Estudios de mercados:** Realizar estudios de mercado para identificar necesidades de clientes potenciales, nivel de satisfacción de clientes actuales y oportunidad de mejora de los servicios de RENT-360.
- **Innovación:** Integración de las nuevas tecnologías en las diferentes estrategias comerciales y desarrollo y mejora de servicios

**16.2.3 Asistente Administrativo y Financiero:** Este puesto trabajará debajo de la gerencia general con diversas funciones que van desde la gestión de documentos, administración de facturas, procesos de liquidaciones de pagos y proveeduría.

**16.2.4 Coordinador Operativo y Reclutador de proveedores de servicios:** Las funciones del asistente operativo y reclutador estarán relacionadas con los proveedores de servicios encargándose de su reclutamiento, capacitación en cuanto a protocolos y normas de conducta, capacitación en función a la mejora en el desempeño de su especialidad, y retroalimentación sobre el nivel de satisfacción de los clientes.

**16.2.5 Coordinador de sistemas:** El coordinador de sistemas trabajará de la mano con el gerente general y el gerente de sistemas para dar continuidad a la eficiente operación de los sistemas internos y de la plataforma. En sus funciones se incluyen los desarrollos internos y elaboración de reportes.

**16.2.6 Asistente gráfico y de redes sociales:** El asistente gráfico y de redes sociales trabajará de la mano con la Gerente Comercial y de Marketing y tendrá como principales funciones: 1) Elaboración de artes y animaciones para la comunicación en redes y plataforma de RENT-360 .2) Análisis de comentarios de los usuarios y 3) Resultados de las encuestas sobre los niveles de satisfacción en base a la experiencia que han tenido con la plataforma.

**16.2.7 Analista Operativo:** El analista operativo será responsable de las tareas operativas de la plataforma y gestión ya que deberá atender los requerimientos de los usuarios sobre solicitudes de buró y confirmación de identidad, procesar las transacciones bancarias como débito de valores y depósito por servicios de transferencia de mensualidades de renta.

## **17. GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN.**

La innovación se ha convertido en una acción clave para el crecimiento y supervivencia en todas las industrias, sobre todo si nos referimos al ámbito de la tecnología. Una empresa que recién está surgiendo se enfrenta a retos y oportunidades por lo cuál debe ser dirigida de forma clara y descomplicada a fin de que su avance sea continuo. Si bien el presupuesto es un recurso escaso esto no implica que su innovación debe estancarse o limitarse, más bien la forma en que se dirija la empresa con una política de innovación permitirá que se aprovechen las oportunidades en cualquier ámbito del negocio sea para ahorro de gastos, mejora en procesos, creación de nuevos productos que generen ingresos o que aporten a la fidelidad del cliente. La ventaja de RENT-360 al ser una empresa pequeña, radica en que no está envuelta en procesos burocráticos que hacen demorados los proyectos.

### **17.1 Situación Actual de RENT-360.**

La plataforma RENT-360 presenta un producto único por la sinergia entre muchos servicios que antes estaban completamente aislados en el mercado. La creación del proyecto se basa en estudios y no en experiencias de plataformas anteriores con servicios similares, por tanto, el equipo de RENT-360 es consciente de la necesidad de realizar mejoras continuas y rápidas a fin de cumplir con un nivel de satisfacción del cliente que permite el uso recurrente de los servicios que aquí se disponen.

### **17.2 Modelo para la estimulación de la innovación.**

RENT-360 con su comunicación de “Navaja de Servicios” tiene claro que las aristas pueden estar dispersas en cuanto a las necesidades de mejora en la plataforma. Ante éstos, la estrategia se basará en “la convergencia de servicios en una sola plataforma”, que tendrá como base para su crecimiento la transformación digital y contará con retroalimentación de parte de los usuarios de la plataforma y las sugerencias de los colaboradores de RENT-360. Para esto se utilizará el modelo “Por etapas” .El modelo por etapas presenta el proceso de innovación en términos de los departamentos involucrados de la empresa. Una idea que se convierte en una entrada para el departamento de I+D, de ahí pasa al diseño, ingeniería, producción, mercadeo y finalmente se obtiene la salida del proceso, el servicio.

Los mecanismos serán los siguientes:  
(Gestiopolis, 2019)

Alinear la innovación con la estrategia de la empresa: Para que realmente sea efectiva, la innovación se alinearán con los objetivos estratégicos de RENT-360. No se tratará de innovar por innovar, si no de innovar para aumentar las ventas o reducir los costos de la empresa, en resumen, mejorar la rentabilidad.

Compromiso del equipo directivo: Como cualquier cambio que se requiera realizar en una empresa, aquello que no tiene el compromiso de la alta gerencia no va a funcionar. Por tanto las gerencias de RENT-360 tendrán como una de sus mediciones la innovación que haya sido implementada en su área o en otra área en la que uno de sus integrantes haya sido parte de ese proyecto.

Desarrollo de un plan de comunicación, capacitación e incentivos:

La mayoría de la gente se entusiasma con el tema de la innovación pero lo que siempre dicen es: 1) “yo quiero innovar, pero no sé cómo hacerlo” y 2) ¿Qué gano yo si le doy una buena idea a la empresa? Por estos motivos el personal será capacitado en innovación y creatividad ,y, adicional a esto existirá un paquete de incentivos que los motiven a innovar.

Definición la estructura y roles para apoyar la innovación: Con el personal capacitado y motivado para participar en el programa de innovación se desarrollará de un plan de comunicación, capacitación e incentivos. Como ya se ha indicado en el punto 16.2 el área responsable de la innovación será la gerencia de Marketing, y también contará con personal del área de sistemas y administración que será parte de la estructura de innovación. Esta estructura será el “puente” que permitirá que las ideas no se pierdan y entren al sistema de innovación de la empresa. La gerencia de marketing destinará al menos el 30% de su tiempo para coordinar la innovación en la empresa y el persona que también será parte de la estructura deberá dedicar también un porcentaje , aunque menor para estimular la innovación y generación de ideas ayudando a implementar proyectos de innovación . Estos líderes deben apoyar a las personas que tengan una idea para darle forma y presentarla en el sistema de gestión de ideas de la empresa. Sin esta estructura o puente será muy difícil que la innovación se vuelva parte de la organización y, por lo tanto, se podrían perder ideas en la empresa

### **17.3 Retroalimentación de la plataforma.**

En cada servicio que RENT-360 otorgue contará con los resultados de una encuesta que califica la calidad de los servicios entregados por la plataforma y el usuario de contacto. Por tanto, diariamente se tendrá información de los resultados y estos serán vistos de las siguientes formas:

- General: Satisfacción y comentarios generales de todos los usuarios.
- Por categoría: Resultados por categoría de servicios, es decir, como se perciben los cobros de RENT-360 en servicios del arrendador, arrendatario y proveedor de Servicios.
  
- Por servicios: El nivel de satisfacción y sugerencias de mejora a nivel de los servicios que entrega la plataforma. Se detallan a continuación:
  - Publicación de servicios de arrendador.
  - Publicación de servicios de proveedor.
  - Gestión de la renta e histórico de eventos.
  - Solicitud de información de cedula de identidad y buró.
  - Transferencia de pago de renta.

### **17.4 Comunicación transversal y en cascada.**

RENT-360 tendrá desde sus inicios una cultura de comunicación constante de las decisiones que tome con relación a la estrategia, objetivos y acciones tácticas para el cumplimiento de estos en periodos mensuales, trimestrales, semestrales y anuales para su efecto se dispondrá de un buzón de sugerencia cuyas recomendaciones serán revisadas en reuniones mensuales al aire libre a fin de contar con un ambiente que permita a los colaboradores ser espontáneos y explicar sus ideas.

### **17.5 Sugerencias de los colaboradores de RENT-360.**

RENT-360 tendrá un espacio para que los colaboradores, independientemente de que sean o no parte del área de mercado, se sean libres de participar aportando con sus ideas en proyectos de mejora continua, para esto se contará con buzones de sugerencias y reuniones que serán realizadas de forma periódica.

## **17.6 Producto Mínimo Viable- MVP.**

Para todos los proyectos, posterior a su análisis y estudios deberán pasar por un proceso de MVP<sup>v</sup>, que se refiere a la versión de un nuevo producto el cual permite a un equipo recolectar la máxima cantidad de información validada sobre los clientes con el menor esfuerzo es decir serán probados con un mínimo de esfuerzo con relación a inversión de dinero y desarrollo a fin de que se considere desde este paso su pivoteo y mejora, de esta forma cuando salga al mercado, luego del desarrollo tendrá una mayor aceptación por parte de los usuarios y se evitará el desperdicio de dinero.

### **Las características del MVP deberán ser:**

(Leannovators, 2018)

#### **Funcional:**

Un Producto Mínimo Viable debe contener las características mínimas, entendiendo por características las funcionalidades, para poner a prueba la hipótesis sobre el modelo de negocio y la propuesta de valor. Es por eso que ha de ser funcional es decir, debe comportarse tal y como, según las hipótesis, deseando que el cliente lo use. Si nada, no aportará valor al cliente y dejará de usarlo.

#### **Viable:**

La viabilidad de un modelo de negocio la dan los ingresos. Y no sólo los ingresos: si los costes de implementación de nuestro modelo de negocio son mayores que nuestros ingresos, nuestro modelo no es viable. ¿Seguro? Bien, depende de la etapa en la que se encuentre. Es muy probable que el MVP no sean viable porque tienen muchas ineficiencias y existe mucha manualidad. Pero bien es cierto que se debe tener claro que sí pueden ser viables en la implementación definitiva (si las hipótesis que se defiende queda validada).

#### **Usable:**

Un error muy común es pensar (o implementar) que un Producto Mínimo Viable no debe ser usado. Tras este error se esconde una trampa peligrosa: si el MVP contiene una propuesta de valor atractiva para los usuarios, que resuelve sus dolores de la mejor forma, pero la usabilidad del producto es nefasta, los usuarios pueden rechazar el MVP y extraer las conclusiones inapropiadas. Podemos tener un gran producto que la gente esté dispuesta a pagar por usarlo y dar al traste con él por no haber cuidado el aspecto de usabilidad.

### **Debe Generar Satisfacción en su Uso:**

Finalmente, está la satisfacción o placer (aunque parezca bizarro) que pueda generar el uso de un producto.

### **Métricas.**

Cada fase en cada uno de los proyectos de mejora continua de RENT-360 deberá contar con KPIs mínimos que deberá cumplirse para avanzar a la siguiente etapa.

*Tabla 15-KPIs de proyectos*

Tiempo proyectado	80%
Facilidad de uso	90%
Satisfacción general de servicio	90%
Ventas (piloto)	80%

**Elaborado por:** Autora de Tesis

### **17.7 Concepto de la campaña interna de innovación.**

Cada año RENT-360 iniciará un concepto entretenido para motivar a los colaboradores a participar en la innovación de procesos y nuevos servicios. Los conceptos de campaña serán presentados por el área de Mercadeo y tendrán relación con los resultados de las encuestas semestrales sobre el ambiente laboral y también sobre la retroalimentación por parte de los usuarios. Las campañas tendrán la labor de involucrar a todos los integrantes y hacerlos sentir con la confianza de probar ideas nuevas y de dar toda su capacidad en el proyecto.

### **17.8 Equipo de Trabajo.**

Estos equipos se formaran considerando las habilidades complementarias necesarias para impulsar proyectos de alta incertidumbre y gran impacto . Dentro de estos grupos altamente eficaces, deben existir cuatro roles fundamentales entre los cuales tenemos:

1. Roles divergentes: entre los cuales estarán los buscadores y los idea dores que deberán tener una predisposición a desarrollar mucho contenido emocionándose con facilidad ante lo novedoso ya que si papel es relevante en una etapa temprana de los proyectos y su aporte debe generar inspiración constante al equipo.
2. Roles convergentes: corresponden a los desarrolladores y analistas que serán quienes aterricen las ideas en una propuesta tangible funcional y la mostrarán para validarla.



3. Role Ejecutor: Con gran relevancia en los últimos años , este hace las cosas sucedan. Es un rol que no se detiene y genera que el proyecto cobre vida rápidamente", sostiene el académico. Los profesionales con este papel se enfocan en resultados inmediatos y así logran darle el impulso necesario al equipo para que puedan cumplir con sus objetivos a largo plazo.
4. Rol facilitador: Este último rol, por lo general, se convierte en el champion de la innovación, ya que tiene pensamiento estratégico, conecta oportunidades con facilidad y posee habilidades de comunicación. Inicia los procesos de innovación, consigue recursos y entusiasmo a los participantes directos e indirectos a colaborar con los proyectos en camino". Es un rol con una alta tolerancia a la frustración, con mucha flexibilidad a cambiar de ruta si el proyecto lo requiere y al ser un gran comunicador, termina siendo el vendedor del proyecto.

Los roles en los equipos de innovación no serán excluyentes. Un profesional puede poseer habilidades compartidas de los diferentes papeles. Lo importante es que existan todos ellos en un equipo y que cada participante conozca su rol y se sienta cómodo con él.

### Asesoría por experiencia en proyectos

Pese a que todos tendrán igual importancia contado con el apoyo de un mentor, se considera que exista un líder por cada fase el cuál será designado por el mentor considerando la experiencia de este con relación a la fase del proyecto, es decir si en la primera fase se debe revisar un tema de investigación de mercado, en este caso el líder bien podría ser un colaborador(a) del área de mercadeo. De esta forma se reduce el riesgo de que las fases sean trabajadas por simple inspiración, si no que tengan base en conocimientos previos.



Figura 3-Estructura de Equipos

**Elaborado por:** Autora de Tesis

### 17.9.2 Política Disruptiva.

Los integrantes deberán tener como política que ser disruptivos ya es clave en la búsqueda de ideas frescas e innovadoras. Ninguna idea es desechada hasta luego de ser analizada y probada. Las lluvias de ideas son clave para crear posibles soluciones y si una parece vacía o sin sentido, puede formarse con otra, luego se pueden complementar y lograr propuestas con más forma que buscarán llegar a una meta atada a la estrategia de RENT-360.



Figura 4-Proceso en política disruptiva

**Elaborado por:** Autora de la tesis

## 18. ANÁLISIS ECONÓMICO FINANCIERO

### 18.1 Inversión inicial del proyecto.

Para la inversión inicial del proyecto se considera lo siguiente:

1. Inversión en Equipos
2. Inversión en desarrollo de página y aplicación Móvil
3. Inversión para capital de trabajo

#### 18.1.1 Inversión en equipos.

La inversión en equipos se realiza con relación a la cantidad de insumos que requerirán los trabajadores definidos para la operación de RENT-360 con relación a equipos tecnológicos y muebles para la oficina. El total estimado es de \$14.487

*Tabla 16-Tabla de Inversiones Depreciables*

<b>INVERSIONES DEPRECIABLES</b>	<b>Valor Unit.</b>	<b>Cant.</b>	<b>Valor Total</b>
Adecuación de Oficina	\$ 1.250	1	\$ 1.250
<b>Inversiones Depreciables - Edificios</b>			<b>\$ 1.250</b>
Sillas para escritorio	\$ 90,00	9	\$ 810
Escritorios	\$ 43,00	9	\$ 387
Aire Acondicionado (arreglo)	\$ 100,00	1	\$ 100
Sofa para espera	\$ 300,00	1	\$ 300
Dispensador de agua	\$ 140,00	3	\$ 420
Teléfonos Ip´s	\$ 180,00	4	\$ 720
Televisor	\$ 400,00	1	\$ 400
Regulador de voltage	\$ 80,00	2	\$ 160
Computadoras de escritorio	\$ 700,00	5	\$ 3.500
Computadora especial para diseños	\$ 1.500,00	2	\$ 3.000
Servidor	\$ 0,00	1	\$ -
Impresora	\$ 85,00	3	\$ 255
Laptos	\$ 750,00	4	\$ 3.000
Scanner	\$ 90,00	1	\$ 90
Equipo para incendio	\$ 380,00	1	\$ 380
Teléfono fijos	\$ 25,00	3	\$ 75
<b>TOTAL DE ACTIVOS DEPRECIABLES</b>	<b>\$ 4.863</b>		<b>\$ 14.847</b>

**Elaborado por:** Autora de tesis

### 18.1.1.1 Inversión página web y aplicación móvil.

Debido a que la página web y aplicación de RENT-360 requiere completas y complejas funcionalidades las cuales deberán ser realizadas por profesionales expertos en desarrollo de plataformas y aplicaciones web, se decidió hacer outsourcing de este desarrollo. El costo se cotizó en un valor de \$12,000.00 con la empresa Bonsai incluyendo un año de mantenimiento.

Inversión en desarrollo de plataforma	
Detalle	Valor
Desarrollo de aplicación y Página web	\$12.000
<b>Incluye un año de mantenimiento</b>	

Tabla 17- Inversión en desarrollo de plataforma

**Elaborado por:** Autora de tesis

### 18.1.1.2 Capital de trabajo.

Con relación al capital de trabajo, para estimar este monto se han dividido los gastos en:

- 1) Servicios básicos administrativos para pagos de agua, luz y teléfono, internet, hosting
- 2) Gastos administrativos que incluyen sueldos, pagos a contadora, papelería de oficina y renta; y,
- 3) Gastos de Mercadeo para posicionamiento de marca, promoción y venta que incluye un valor mensual para publicidad en redes, pago a influencers en las redes sociales , creación de juego, e impresión de volantes

Se calculó un total de \$141.138,00 para el primer año.

Se realizó un cálculo de 12 meses de capital de trabajo ya que el desarrollo de la plataforma, pruebas con usuarios y difusión y socialización de la plataforma se planifica para este periodo.

*Tabla 18-Tabla capital de trabajo del 1ero al 6to mes*

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>						
<b>AÑO 2021</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>\$8.004</b>	<b>\$8.004</b>	<b>\$8.004</b>	<b>\$8.004</b>	<b>\$8.004</b>	<b>\$8.004</b>
Arriendo	\$200	\$200	\$200	\$200	\$200	\$200
Sueldos Administrativos	\$7.804	\$7.804	\$7.804	\$7.804	\$7.804	\$7.804
Suministros de Oficina						
<b>GASTOS OPERATIVOS</b>	<b>\$142</b>	<b>\$155</b>	<b>\$155</b>	<b>\$155</b>	<b>\$155</b>	<b>\$155</b>
Energía y Alumbrado Eléctrico (KW – HR)	\$90	\$90	\$90	\$90	\$90	\$90
Servicio de Agua Potable (cm3)		\$13	\$13	\$13	\$13	\$13
Servicio de Teléfono Fijo Claro	\$12	\$12	\$12	\$12	\$12	\$12
Servicio de internet CLARO	\$40	\$40	\$40	\$40	\$40	\$40
Servicio Facturación Electronica Eikon						
Servidor						
Servicio de Hosting CLARO						
Depreciación						
Amortización						
<b>GASTOS DE VENTA Y PUBLICIDAD</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	<b>\$3.620</b>	<b>\$3.620</b>	<b>\$3.620</b>	<b>\$3.620</b>
Promoción y Publicidad			\$3.620	\$3.620	\$3.620	\$3.620
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO MENSUAL</b>	<b>\$8.146</b>	<b>\$8.159</b>	<b>\$11.779</b>	<b>\$11.779</b>	<b>\$11.779</b>	<b>\$11.779</b>

Tabla 19-Capital de Trabajo del 7no al 12avo mes

CAPITAL DE TRABAJO						
AÑO 2021	7	8	9	10	11	12
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>\$8.004</b>	<b>\$8.058</b>	<b>\$8.654</b>	<b>\$8.656</b>	<b>\$8.658</b>	<b>\$8.661</b>
Arriendo	\$200	\$200	\$200	\$200	\$200	\$200
Sueldos Administrativos	\$7.804	\$7.804	\$7.804	\$7.804	\$7.804	\$7.804
Suministros de Oficina		\$54	\$650	\$652	\$654	\$657
<b>GASTOS OPERATIVOS</b>	<b>\$258</b>	<b>\$674</b>	<b>\$1.070</b>	<b>\$1.071</b>	<b>\$1.130</b>	<b>\$1.131</b>
Energía y Alumbrado Eléctrico (KW – HR)	\$90	\$90	\$90	\$90	\$90	\$90
Servicio de Agua Potable (cm3)	\$13	\$13	\$13	\$13	\$13	\$13
Servicio de Teléfono Fijo Claro	\$12	\$12	\$12	\$12	\$12	\$12
Servicio de internet CLARO	\$40	\$40	\$40	\$40	\$40	\$40
Servicio Facturación Electronica Eikon			\$120	\$120	\$120	\$120
Servidor	\$103	\$103	\$103	\$103	\$103	\$103
Servicio de Hosting CLARO		\$100	\$101	\$102	\$103	\$104
Depreciación		\$0	\$320	\$320	\$378	\$378
Amortización		\$317	\$271	\$271	\$272	\$272
<b>GASTOS DE VENTA Y PUBLICIDAD</b>	<b>\$3.620</b>	<b>\$3.620</b>	<b>\$3.620</b>	<b>\$3.620</b>	<b>\$3.620</b>	<b>\$3.620</b>
Promoción y Publicidad	\$3.620	\$3.620	\$3.620	\$3.620	\$3.620	\$3.620
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO MENSUAL</b>	<b>\$11.882</b>	<b>\$12.352</b>	<b>\$13.344</b>	<b>\$13.347</b>	<b>\$13.408</b>	<b>\$13.412</b>
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO REQUERIDO</b>						<b>\$141.164</b>

*Elaborado: Autora de Tesis*

El total de inversión inicial que abarca equipos de oficina y tecnología, desarrollo de plataforma y los gastos operativos del 1er año suman un total de \$187.935,00 que se financiarán 70% mediante un préstamo bancario.

Tabla 20- Detalle de Inversión Inicial

VALOR A FINANCIAR	VALOR
Total Activos Fijos	\$ 35.397
Total Capital de Trabajo	\$ 141.164
Creación de Plataforma	\$ 12.000
<b>Valor Total a Financiar</b>	<b>\$ 188.561</b>

**Elaborado por:** Autora de Tesis

## 18.2 Ingresos.

Se realizó una proyección de ventas a 8 años considerando la expansión para las ciudades de Quito, Cuenca y Machala para el 4to año, por tanto, se proyectan ingresos totales que van de 0.7M el primer año a 2.M para el 4to año y, con el ingreso de las nuevas ciudades, se espera pasar de 3.5M en el 5to año a 24k en el 8vo año.

*Tabla 21-Ingresos por servicios de arrendamiento y arreglo de propiedades del 1ero al 4to año*

<b>Servicio</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>
Publicación de propiedad	\$22.033	\$34.385	\$4.384	\$98.379
Confirmación de identidad	\$2.528	\$2.063	\$3.157	\$984
Transacciones mensuales	\$13.049	\$26.619	\$40.727	\$6.347
Buró	\$9.401	\$3.196	\$4.891	\$4.573
<b>Ingreso por venta de publicidad y soporte gestión de renta</b>	<b>\$47.012</b>	<b>\$66.264</b>	<b>\$53.158</b>	<b>\$110.283</b>
Arreglos eléctricos	\$24.105	\$36.522	\$61.485	\$74.718
Albañilería	\$638.032	\$966.715	\$1.627.464	\$1.977.709
Gasfitería	\$39.282	\$59.518	\$100.198	\$121.762
<b>Ingresos por servicios de arreglo de propiedades</b>	<b>\$701.419</b>	<b>\$1.062.755</b>	<b>\$1.789.148</b>	<b>\$2.174.189</b>
<b>Ingresos Totales</b>	<b>\$748.431</b>	<b>\$1.129.019</b>	<b>\$1.842.306</b>	<b>\$2.284.471</b>

**Elaborado por:** Autora de Tesis

*Tabla 22-Ingresos por servicios de arrendamiento y arreglo de propiedades -  
Proyección del 5to año al 8vo año*

<b>Servicio</b>	<b>Año 5</b>	<b>Año 6</b>	<b>Año 7</b>	<b>Año 8</b>	<b>Total</b>
Publicación de propiedad	\$145.959	\$158.183	\$161.347	\$174.255	\$798.927
Confirmación de identidad	\$8.758	\$9.491	\$9.681	\$10.455	\$47.116
Transacciones mensuales	\$18.832	\$20.409	\$20.818	\$22.483	\$169.284
Buró	\$81.410	\$88.228	\$89.993	\$97.192	\$378.885
<b>Ingreso por venta de publicidad y soporte gestión de renta</b>	<b>\$254.959</b>	<b>\$276.312</b>	<b>\$281.838</b>	<b>\$304.386</b>	<b>\$1.394.212</b>
Arreglos eléctricos	\$113.304	\$146.229	\$167.006	\$175.257	\$798.627
Albañilería	\$2.999.065	\$3.870.559	\$4.420.507	\$4.638.904	\$21.138.954
Gasfitería	\$184.644	\$238.299	\$272.158	\$285.604	\$1.301.465
<b>Ingresos por servicios de arreglo de propiedades</b>	<b>\$3.297.013</b>	<b>\$4.255.087</b>	<b>\$4.859.671</b>	<b>\$5.099.765</b>	<b>\$23.239.046</b>
<b>Ingresos Totales</b>	<b>\$3.551.973</b>	<b>\$4.531.399</b>	<b>\$5.141.509</b>	<b>\$5.404.150</b>	<b>\$24.633.258</b>

**Elaborado por:** Autora de Tesis

### **18.3 Costos Fijos y Variables.**

En la proyección de costos fijos y variables se identifica fácilmente el peso en los costos variables de servicios del arreglo de propiedades ya que al proveedor se le deberá pagar un 80% de lo cobrado por este servicio.



Tabla 23-Costos proyectado Fijos y Variables del 1ero al 4to año

<b>Costos Fijos</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>
Gastos Administrativos	\$98.747	\$111.470	\$109.859	\$119.673
Renta de oficina		\$5.418	\$5.436	\$9.820
Sueldos Administrativos	\$93.647	\$100.274	\$98.624	\$104.033
Servicios Contables	\$2.400	\$2.408	\$2.416	\$2.425
Servicios de Marketing	\$2.400	\$2.408	\$2.416	\$2.425
Limpieza y mantenimiento preventivo	\$0	\$662	\$664	\$667
Papelería y Suministros de Oficina	\$300	\$301	\$302	\$303
Gastos Operativos	\$1.155	\$4.486	\$4.513	\$5.166
Energía y Alumbrado Eléctrico (KW – HR)	\$9	\$789	\$792	\$795
Servicio de Agua Potable (cm3)	\$8	\$154	\$154	\$278
Servicio de Teléfono Fijo Claro	\$144	\$144	\$144	\$260
Servicio de internet CLARO	\$0	\$482	\$482	\$867
Servicio Facturación Electronica Eikon	\$480	\$480	\$480	\$480
Servidor	\$515	\$1.236	\$1.261	\$1.286
Servicio de Hosting CLARO		\$1.200	\$1.200	\$1.200
Gastos de Ventas	\$9.000	\$9.029	\$9.060	\$9.093
Curso y capacitaciones	\$9.000	\$9.029	\$9.060	\$9.093
Gastos de Publicidad	\$36.200	\$36.337	\$37.199	\$37.333
<b>Publicidad en redes</b>	<b>\$12.000</b>	<b>\$12.000</b>	<b>\$12.241</b>	<b>\$12.285</b>
<b>Elaboración de Videos</b>				
<b>Influencers</b>	<b>\$20.000</b>	<b>\$20.065</b>	<b>\$21.134</b>	<b>\$21.210</b>
<b>Acciones Activación arrendadores</b>	<b>\$ 3.600</b>	<b>\$3.612</b>	<b>\$3.824</b>	<b>\$3.838</b>
<b>Impresión de volantes</b>	<b>\$600</b>	<b>\$660</b>	<b>\$726</b>	<b>\$799</b>
<b>Total Costos Fijos</b>	<b>\$145.103</b>	<b>\$161.323</b>	<b>\$160.632</b>	<b>\$171.265</b>
<b>Pago de Comisiones</b>	<b>\$647.202</b>	<b>\$986.876</b>	<b>\$1.652.535</b>	<b>\$1.984.889</b>
Total Costos Variables	\$647.202	\$986.876	\$1.652.535	\$1.984.889
<b>Total Costos</b>	<b>\$792.305</b>	<b>\$1.148.199</b>	<b>\$1.813.167</b>	<b>\$2.156.154</b>

**Elaborado por:** Autora de Tesis

Tabla 24- Costos proyectados Fijos y Variables del 5to al 8vo año

<b>Costos Fijos</b>	<b>Año 5</b>	<b>Año 6</b>	<b>Año 7</b>	<b>Año 8</b>	<b>Total</b>
Gastos Administrativos	\$121.518	\$123.390	\$125.269	\$127.156	\$937.084
Renta de oficina	\$9.858	\$9.895	\$9.932	\$9.970	\$60.329
Sueldos Administrativos	\$105.819	\$107.632	\$109.451	\$111.278	\$830.759
Servicios Contables	\$2.434	\$2.443	\$2.452	\$2.462	\$19.440
Servicios de Marketing	\$2.434	\$2.443	\$2.452	\$2.462	\$19.440
Limpieza y mantenimiento preventivo	\$669	\$672	\$674	\$677	\$4.686
Papelería y Suministros de Oficina	\$304	\$305	\$307	\$308	\$2.430
Gastos Operativos	\$6.283	\$6.284	\$6.285	\$6.286	\$40.456
Energía y Alumbrado Eléctrico (KW – HR)	\$798	\$798	\$798	\$798	\$5.577
Servicio de Agua Potable (cm3)	\$278	\$278	\$278	\$278	\$1.705
Servicio de Teléfono Fijo Claro	\$260	\$260	\$260	\$260	\$1.733
Servicio de internet CLARO	\$867	\$867	\$867	\$867	\$5.297
Servicio Facturación Electronica Eikon	\$480	\$480	\$480	\$480	\$3.840
Servidor	\$2.400	\$2.401	\$2.402	\$2.403	\$13.904
Servicio de Hosting CLARO	\$1.200	\$1.200	\$1.200	\$1.200	\$8.400
Gastos de Ventas	\$9.127	\$9.162	\$9.197	\$9.231	\$72.900
					\$0
Curso y capacitaciones	\$9.127	\$9.162	\$9.197	\$9.231	\$72.900
Gastos de Publicidad	\$37.475	\$37.616	\$37.759	\$37.901	\$297.821
<b>Publicidad en redes</b>	<b>\$12.332</b>	<b>\$12.378</b>	<b>\$12.425</b>	<b>\$12.472</b>	<b>\$98.134</b>
<b>Elaboración de Videos</b>					<b>\$0</b>
<b>Influencers</b>	<b>\$21.290</b>	<b>\$21.371</b>	<b>\$21.452</b>	<b>\$21.533</b>	<b>\$168.056</b>
<b>Acciones Activación arrendadores</b>	<b>\$3.852</b>	<b>\$3.867</b>	<b>\$3.882</b>	<b>\$3.896</b>	<b>\$30.371</b>
<b>Impresión de volantes</b>	<b>\$878</b>	<b>\$966</b>	<b>\$1.063</b>	<b>\$1.169</b>	<b>\$6.862</b>
<b>Total Costos Fijos</b>	<b>\$174.403</b>	<b>\$176.452</b>	<b>\$178.509</b>	<b>\$180.574</b>	<b>\$1.348.261</b>
<b>Pago de Comisiones</b>	<b>\$3.021.246</b>	<b>\$3.891.903</b>	<b>\$4.440.235</b>	<b>\$4.660.801</b>	<b>\$21.285.687</b>
Total Costos Variables	\$3.021.246	\$3.891.903	\$4.440.235	\$4.660.801	\$21.285.687
<b>Total Costos</b>	<b>\$3.195.649</b>	<b>\$4.068.355</b>	<b>\$4.618.745</b>	<b>\$4.841.375</b>	<b>\$22.633.948</b>

Elaborado por: Autora de Tesis

## 18.4 Financiamiento del proyecto.

### 18.4.1 Financiamiento del Proyecto

El proyecto se financiará en un 15% por cada uno de los socios del proyectos y el restante 70% por medio de un préstamo bancario a 5 años plazo con una tasa del 9.5% en el Banco del Pacifico .

Tabla 25- Valores a financiar

VALOR A FINANCIAR	VALOR
Total Activos Fijos	\$ 35.397
Total Capital de Trabajo	\$ 141.164
Creación de plataforma	\$ 12.000
<b>Valor Total a Financiar</b>	<b>\$ 188.561</b>
% Aporte Socio Fundador 1	15%
% Aporte Socio Fundador 2	15%
Valor Financiamiento Propio	\$ 56.568
Valor Restante por Financiar	\$ 131.993
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 188.561</b>

Elaborado por: Autora de Tesis

### 18.4.2 Amortización de Financiamiento.

El valor total del financiamiento es \$131.993 que representa el 70% del valor de la inversión a un plazo de 5 años deberá pagar un total de \$188.561.

Tabla 26- Tabla de Amortización del financiamiento

TABLA DE AMORTIZACIÓN					
<b>MONTO</b>		\$131.993			
<b>TASA</b>		<b>9,50%</b>			
<b>PLAZO</b>		5 años			
<b>GRACIA</b>		0 años			
<b>FECHA DE INICIO</b>		1/1/2020			
<b>VALOR CUOTA FIJA</b>		\$ 2.772			
<b>FRECUENCIA</b>		30 días			
<b>NÚMERO DE PERIODOS</b>		60 para amortizar capital			
<b>No.</b>	<b>VENCIMIENTO</b>	<b>SALDO</b>	<b>INTERES</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>DIVIDENDO</b>
0		\$ 131.993			
<b>Año 2021-2022</b>			<b>\$ 11.613</b>	<b>\$ 21.653</b>	<b>\$ 33.265</b>
<b>Año 2022-2023</b>			<b>\$ 9.464</b>	<b>\$ 23.801</b>	<b>\$ 33.265</b>
<b>Año 2023-2024</b>			<b>\$ 7.101</b>	<b>\$ 26.164</b>	<b>\$ 33.265</b>
<b>Año 2024-2025</b>			<b>\$ 4.505</b>	<b>\$ 28.760</b>	<b>\$ 33.265</b>
<b>Año 2025-2026</b>			<b>\$ 1.650</b>	<b>\$ 31.615</b>	<b>\$ 33.265</b>
			<b>\$ 34.333</b>	<b>\$ 131.993</b>	<b>\$ 166.326</b>

Elaborado por: Autora de Tesis

## 18.5 Cálculo de la tasa de descuento (o costo de capital)

### 18.5.1 Cálculo del Beta.

Con un financiamiento de 70% de la deuda, se muestra un resultado de 1.05 de Beta del sector desapalancado y un D/E (apalancamiento) del 2.33, lo que permite tener un Beta apalancado de 2.67, por tanto, en caso de que la empresa decida poner acciones en venta es probable que exista mayor rentabilidad en la acción.

*Tabla 27-Tabla de Cálculo de Beta*

<b>CALCULO DEL BETA</b>	
Deuda Financiada	70,00%
Capital Propio	30,00%
Impuestos	33,70%
Beta del Sector Desapalancado	1,05
D/E (Apalancamiento)	2,33
<b>BETA APALANCADO P4SB</b>	<b>2,67</b>

**Elaborado por:** Autora de Tesis

### 18.5.2 Valoración de Activos Financieros.

El análisis con un 30% de capital propio muestra un 2,51% de Rf (Tasa de libre riesgo) Bono del Tesoro a 5 años de 2.51% llegando a ser positivo, el RM (Retorno esperado del mercado) Dow Jones estaría en 10.21%, el Riesgo país de 7.92% y un CAPM (ke) del 34.57%.

*Tabla 28-Valoración de Activos Financieros*

<b>VALORACIÓN DE ACTIVOS FINANCIEROS</b>	
% de la Deuda Capital Propio (E)	30,00%
Rf (Tasa de libre riesgo) Bono del Tesoro a 5 años	2,51%
Rm (Retorno Esperado del Mercado) Dow Jones	10,21%
Prima de Riesgo (Rm - Rf)	9,03%
BETA (Indice de la Industria)	2,67
Riesgo País	7,92%
<b>CAPM (Ke)</b>	<b>34,57%</b>

**Elaborado por:** Autora de Tesis

### 18.5.3 Costo Promedio Capital.

Para el cálculo del WACC primero se realizó el cálculo de  $K_e (E/V) = \text{CAPM} (k_e) * (\% \text{ de la deuda de capital propio} / (\% \text{ de la deuda de capital propio} + \% \text{ de la Deuda Financiada})) = 10.37\%$ , luego se cálculo  $K_d (1-t)(D/V) = \text{Costo de deuda} * (1 - \text{Impuesto total}) * (\% \text{ de la deuda financiada} / (\% \text{ de la deuda de capital propio} + \% \text{ de la deuda financiada})) = 4,41\%$  y ya con estos resultados se suma  $K_e (E/V) + K_d (1-t) (D/V)$  que da un WACC de  $14.78\%$ .

*Tabla 29-Costo Promedio de Capital*

<b>COSTO PROMEDIO PONDERADO DEL CAPITAL</b>	
Ke (E/V)	10,37%
Kd (1-t) (D/V)	4,41%
<b>WACC</b>	<b>14,78%</b>

**Elaborado por:** Autora de Tesis

### 18.6 Calculo de Valor Residual:

Entre los activos fijos de RENT-360 se encuentra equipamiento como computadoras y otros equipo electrónicos con una vida útil de 5 años, y muebles de oficina con una vida útil de 10 años.

Para el calculo del valor residual se realizó lo siguiente:

- Definir la cantidad de años en que se depreciaría el activo, así como el % de depreciación
- Ubicar el valor que corresponde por depreciación en cada año
- Sumar los valores de depreciación de acuerdo a la cantidad de años del activo
- Tomar el valor del activo y restar la suma de los valores de depreciación:

*Tabla 30-Cálculo de Valor Residual*

Detalle	Total Valores	Años	% Depreciación	Valor de Depreciación	Suma Valores depreciación	Depreciación acumulada
Equipo de computo	\$ 13.550	5	25%	\$ 2.710	\$ 10.840	\$ 2.710
Muebles de Oficina	\$ 1.297	10	10%	\$ 130	\$ 908	\$ 389
	\$ 14.847				\$ 11.748	\$ 3.099

Elaborado por: Autora de tesis

## 18.7 Flujo de caja con financiamiento.

El flujo de caja con financiamiento a 8 años muestra un flujo de caja neto positivo al 2do año de \$13.168, un flujo de caja acumulado al 3er año de \$ 3.607, un valor residual \$ 3.099. Utilizando la tasa de descuento de 34.57% el VAN da como resultado \$416.695 y el TIR del 98%. Periodo de recuperación es de 2.94 años.

*Tabla 31-Flujo de caja con financiamiento del 1er al 4to año*

<b>FLUJO DE CAJA CON FINANCIAMIENTO</b>					
<b>AÑO</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
UAII	\$ -	\$ (47.674)	\$ (25.270)	\$ 23.050	\$ 122.217
Gastos financieros	\$ -	\$ 11.292	\$ 9.203	\$ 6.906	\$ 4.381
<b>UAI</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ (36.382)</b>	<b>\$ (16.067)</b>	<b>\$ 29.955</b>	<b>\$ 126.598</b>
15% trabajadores	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2.422	\$ 17.676
Utilidad despues de Rep Util Trabajadores	\$ -	\$ (36.382)	\$ (16.067)	\$ 32.377	\$ 144.273
(-) Impuestos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3.019	\$ 22.035
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ (36.382)</b>	<b>\$ (16.067)</b>	<b>\$ 25.442</b>	<b>\$ 166.309</b>
Amortización deuda Act Fijo		\$ 21.055	\$ 23.145	\$ 25.442	\$ 27.967
(+) Depreciaciones		\$ -	\$ 2.840	\$ 2.840	\$ 2.840
(+) Amortizaciones		\$ 3.800	\$ 3.250	\$ 3.250	\$ 3.260
Flujo de caja	\$ -	\$ (11.526)	\$ 13.168	\$ 56.974	\$ 200.376
Valor residual					
Flujo de caja neto	\$ (55.009)	\$ (11.526)	\$ 13.168	\$ 56.974	\$ 200.376
Flujo acumulado		\$ (66.535)	\$ (53.367)	\$ 3.607	\$ 203.983
<b>VAN</b>	<b>\$ 416.695</b>				
<b>TIR</b>	<b>98%</b>				
<b>Periodo de Recuperación</b>			<b>2,94</b>		

**Elaborado por:** Autora de Tesis

Tabla 32-Fujo de caja con financiamiento del 5to al 8vo año

<b>FLUJO DE CAJA ACCIONISTAS</b>				
<b>AÑO</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>
UAII	\$ 350.222	\$ 459.652	\$ 519.371	\$ 565.666
Gastos financieros	\$ 1.605	\$ 30.743	\$ 32.348	\$ -
<b>UAI</b>	<b>\$ 351.827</b>	<b>\$ 490.395</b>	<b>\$ 551.719</b>	<b>\$ 565.666</b>
15% trabajadores	\$ 52.293	\$ 64.336	\$ 73.053	\$ 84.850
Utilidad despues de Rep Util Trabajadores	<b>\$ 404.119</b>	<b>\$ 554.731</b>	<b>\$ 624.773</b>	<b>\$ 650.516</b>
(-) Impuestos	\$ 65.191	\$ 80.206	\$ 91.073	\$ 105.780
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 469.311</b>	<b>\$ 634.937</b>	<b>\$ 715.846</b>	<b>\$ 756.296</b>
Amortización deuda Act Fijo	\$ 30.743	\$ 32.348	\$ -	\$ -
(+) Depreciaciones	\$ 2.840	\$ 130	\$ 130	\$ 130
(+) Amortizaciones	\$ 3.262	\$ 3.263	\$ 3.264	\$ 3.265
Flujo de caja	\$ 506.156	\$ 670.678	\$ 719.240	\$ 759.690
Valor residual				\$ 3.099
Flujo de caja neto	\$ 506.156	\$ 670.678	\$ 719.240	\$ 762.789
Flujo acumulado	\$ 710.138	\$ 1.380.816	\$ 2.100.056	\$ 966.772
<b>VAN</b>				
<b>TIR</b>				
<b>Periodo de Recuperación</b>				

**Elaborado por:** Autora de Tesis

### 18.8 Flujo de caja sin financiamiento.

Para este caso se muestra un flujo de caja neto positivo al 2do año con \$19.180 ,un flujo de caja acumulado positivo de \$104.128 para el 5to año. El Valor residual sería de \$3099. Utilizando la tasa de descuento de 34.57% el VAN dio como resultado \$ 615.674 , el TIR es del 34% y el tiempo de retorno de inversión es de 4.56 años.

Tabla 33- Flujo de caja sin financiamiento del 1er al 4to año

FLUJO DE CAJA SIN FINANCIAMIENTO					
AÑO	\$0	\$1	\$2	\$3	\$4
UAll	\$0	-\$47.674	-\$25.270	\$23.050	\$122.217
15% trabajadores	\$0	\$0	\$0	\$2.422	\$17.676
<b>(=) Utilidad después de Part.trabajadores</b>	<b>\$0</b>	<b>-\$47.674</b>	<b>-\$25.270</b>	<b>\$20.628</b>	<b>\$104.542</b>
(-) Impuestos	\$0	\$0	\$0	\$3.019	\$22.035
<b>(=) Utilidad neta</b>	<b>\$0</b>	<b>-\$47.674</b>	<b>-\$25.270</b>	<b>\$17.609</b>	<b>\$82.506</b>
(+) Depreciaciones		\$0	\$2.840	\$2.840	\$2.840
(+) Amortizaciones		\$3.800	\$3.250	\$3.250	\$3.260
Inversion inicial	-\$183.362				
Flujo de caja	-\$183.362	-\$43.874	-\$19.180	\$23.699	\$88.606
Valor residual					
Flujo de caja neto	-\$183.362	-\$43.874	-\$19.180	\$23.699	\$88.606
Flujo acumulado		-\$227.236	-\$246.416	-\$222.717	-\$134.111
<b>VAN</b>	<b>\$615.674</b>				
<b>TIR</b>	<b>34%</b>				
<b>Periodo de Recuperación</b>					<b>\$4,56</b>

Elaborado por: Autora de Tesis

Tabla 34-Flujo de caja con financiamiento del 5to al 8vo año

FLUJO DE CAJA SIN FINANCIAMIENTO					
AÑO	\$5	\$6	\$7	\$8	
UAll	\$350.222	\$459.652	\$519.371	\$565.666	
15% trabajadores	\$52.293	\$64.336	\$73.053	\$84.850	
<b>(=) Utilidad después de Part.trabajadores</b>	<b>\$297.929</b>	<b>\$395.315</b>	<b>\$446.318</b>	<b>\$480.816</b>	
(-) Impuestos	\$65.191	\$80.206	\$91.073	\$105.780	
<b>(=) Utilidad neta</b>	<b>\$232.738</b>	<b>\$315.110</b>	<b>\$355.244</b>	<b>\$375.037</b>	
(+) Depreciaciones	\$2.840	\$130	\$130	\$130	
(+) Amortizaciones	\$3.262	\$3.263	\$3.264	\$3.265	
Inversion inicial					
Flujo de caja	\$238.840	\$318.502	\$358.638	\$378.431	
Valor residual					<b>\$3.099</b>
Flujo de caja neto	\$238.840	\$318.502	\$358.638	\$381.530	
Flujo acumulado	\$104.728	\$423.231	\$781.869	\$247.419	
<b>VAN</b>					
<b>TIR</b>					
<b>Periodo de Recuperación</b>					

Elaborado por: Autora de Tesis



## 18.8 Estados Financieros: Estado de Resultados y decisión financiera.

Con una inversión inicial de \$188.362, compuesta de : -\$30.647 de activos fijos + \$140.715 de Capital de Trabajo y -\$12.000 de creación de la plataforma, el análisis demuestra una utilidad operación que se convierte en positiva en el 3er año con \$29.139, en el mismo año un Ebit positivo de \$23.050 , una utilidad neta de \$10.703 y una utilidad/pérdida del ejercicio de \$9.633 que al 8avo año llega a \$333.563. El % de rentabilidad es positivo al 3er año con 1% y llega al 8avo año con 7% por tanto consideramos que RENT-360 es un proyecto rentable con un gran futuro.

Tabla 35- Estados de Resultados del 1er al 4to año

<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>					
<b>CUENTAS</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
Total Activos Fijos	-\$30.647				
Total Capital de Trabajo	-				
Creación de plataforma	\$140.715				
	-\$12.000				
<b>INVERSIÓN INICIAL</b>	<b>-</b>				
	<b>\$183.362</b>				
(+) Ventas		\$748.431	\$1.129.019	\$1.842.306	\$2.284.471
(-) Gastos Administrativos		\$98.747	\$111.470	\$109.859	\$119.673
(-) Gastos Operativos		\$1.155	\$4.486	\$4.513	\$5.166
(-) Gastos de Venta		\$9.000	\$9.029	\$9.060	\$9.093
(-) Gastos de Publicidad		\$36.200	\$36.337	\$37.199	\$37.333
(-) Costos Variables		\$647.202	\$986.876	\$1.652.535	\$1.984.889
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$0</b>	<b>-\$43.874</b>	<b>-\$19.180</b>	<b>\$29.139</b>	<b>\$128.317</b>
(-) Gastos de Depreciación		\$0	\$2.840	\$2.840	\$2.840
(-) Gastos de Amortización		\$3.800	\$3.250	\$3.250	\$3.260
<b>EBIT</b>		<b>-\$47.674</b>	<b>-\$25.270</b>	<b>\$23.050</b>	<b>\$122.217</b>
(-) Gastos Financieros		\$11.292	\$9.203	\$6.906	\$4.381
<b>UTILIDAD ANTES DE IMP.</b>		<b>-\$58.967</b>	<b>-\$34.473</b>	<b>\$16.144</b>	<b>\$117.837</b>
(-) 15% trabajadores		\$0	\$0	\$2.422	\$17.676
<b>UTILIDAD GRAVABLE</b>		<b>-\$58.967</b>	<b>-\$34.473</b>	<b>\$13.722</b>	<b>\$100.161</b>
(-) Impuestos 22%		\$0	\$0	\$3.019	\$22.035
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>-\$58.967</b>	<b>-\$34.473</b>	<b>\$10.703</b>	<b>\$78.126</b>
Reserva Legal		\$0	\$0	\$1.070	\$7.813
<b>UTILIDAD/PERDIDA DEL EJERCICIO</b>	<b>-</b>	<b>-\$58.967</b>	<b>-\$34.473</b>	<b>\$9.633</b>	<b>\$70.313</b>
	<b>\$183.362</b>				
% de Rentabilidad Neta				1%	3%

Tabla 36 Estado de Resultados del 5to al 8vo año

<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>				
<b>CUENTAS</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>
Total Activos Fijos				
Total Capital de Trabajo				
Creación de plataforma				
<b>INVERSIÓN INICIAL</b>				
(+) Ventas	\$3.551.973	\$4.531.399	\$5.141.509	\$5.404.150
(-) Gastos Administrativos	\$121.518	\$123.390	\$125.269	\$127.156
(-) Gastos Operativos	\$6.283	\$6.284	\$6.285	\$6.286
(-) Gastos de Venta	\$9.127	\$9.162	\$9.197	\$9.231
(-) Gastos de Publicidad	\$37.475	\$37.616	\$37.759	\$37.901
(-) Costos Variables	\$3.021.246	\$3.891.903	\$4.440.235	\$4.660.801
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$356.324</b>	<b>\$463.045</b>	<b>\$522.765</b>	<b>\$562.775</b>
(-) Gastos de Depreciación	\$2.840	\$130	\$130	\$130
(-) Gastos de Amortización	\$3.262	\$3.263	\$3.264	\$3.265
<b>EBIT</b>	<b>\$350.222</b>	<b>\$459.652</b>	<b>\$519.371</b>	<b>\$559.381</b>
(-) Gastos Financieros	\$1.605	\$30.743	\$32.348	\$0
<b>UTILIDAD ANTES DE IMP.</b>	<b>\$348.617</b>	<b>\$428.909</b>	<b>\$487.023</b>	<b>\$559.381</b>
(-) 15% trabajadores	\$52.293	\$64.336	\$73.053	\$83.907
<b>UTILIDAD GRAVABLE</b>	<b>\$296.325</b>	<b>\$364.572</b>	<b>\$413.970</b>	<b>\$475.473</b>
(-) Impuestos 22%	\$65.191	\$80.206	\$91.073	\$104.604
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$231.133</b>	<b>\$284.367</b>	<b>\$322.896</b>	<b>\$370.869</b>
Reserva Legal	\$23.113	\$28.437	\$32.290	\$37.087
<b>UTILIDAD/PERDIDA DEL EJERCICIO</b>	<b>\$208.020</b>	<b>\$255.930</b>	<b>\$290.607</b>	<b>\$333.782</b>
% de Rentabilidad Neta	7%	6%	6%	7%

Elaborado por: Autora de Tesis

## **19. ANÁLISIS DE SOSTENIBILIDAD DEL NEGOCIO**

### **19.1 Aspectos De Responsabilidad Social Empresarial.**

RENT-360 está enfocado en resolver los problemas actuales que viven cada uno de los usuarios de la plataforma: arrendadores, arrendatarios y proveedores de servicios, especialmente en este último segmento donde RENT-360 tiene una labor que aporta en la solución del grave problema del desempleo que vive el país y, por ende, delincuencia.

En Ecuador la tasa del subempleo subió en el 2019 (INEC, [ecuadorencifras.gob.ec](http://ecuadorencifras.gob.ec), 2019,página6) al 17.8%, y el desempleo al 3.8%. Ante esto RENT-360 logra convocar a proveedores de servicios que mediante el aprendizaje de un oficio pueden ofrecer una solución a quienes tienen una propiedad, formalizando su trabajo y aumentando por medio de las publicaciones las posibilidades de contrataciones y, por ende, sus ingresos. RENT-360 está comprometida con el propósito de generar el espacio donde estas personas puedan recibir solicitudes de trabajos relacionados a sus oficios, y con un pago justo. Por otro lado, una parte de la población, aproximadamente el 17% vive o se ayudan en cierta medida con las rentas, por lo que facilitar los procesos que conllevan la gestión de esta actividad contribuye a que puedan generar mayores ingresos y aseguren una calidad de vida deseable.

El desempleo es una realidad compleja para el país y es un reto conseguir un empleo para cualquier persona, sobre todo si supera los 40 años ya que, en la mayoría de las industrias, para posiciones de obreros o profesionales la edad promedio en un reclutamiento está entre los 25 a 35 años. Es decir, las personas mayores, sobre todo aquellos que superan la barrera de los 40 años (Universo, [eluniverso.com](http://eluniverso.com), 2020), se encuentran prácticamente discriminadas del mundo laboral. Esta es una situación preocupante ya que después de los 40 años la mayoría de las personas tienen responsabilidades económicas y una familia que mantener, y ante la situación optan por actividades informales no reguladas sin ni siquiera tener una manera de promocionarse. En este punto, RENT-360 se convierte en un aliado de desempleados que están ingresando a un mercado laboral en él pueden obtener guía, capacitación y formalidad para mejores resultados.

## **19.2 Seguridad.**

La plataforma RENT-360 entiende la necesidad de seguridad en dos ámbitos que se unen dentro de los procesos de gestión de arrendamiento: 1) Seguridad ciudadana y 2) Seguridad en las transacciones de pago en línea , ante lo cual decide lo siguiente:

Seguridad Ciudadana: La seguridad es una preocupación grande a nivel nacional y sobre todo en <sup>vi</sup>Guayaquil porque, a pesar de no ser la capital del país, es la ciudad con el índice de delincuencia más elevado (casi 30% del total). En este sentido, existe una mayor desconfianza en las personas que requieren algún servicio en sus hogares y el ingreso de proveedores constituye un riesgo. De esta forma, RENT-360 brinda tranquilidad a las personas que contratan servicios a través de la plataforma, ya que los proveedores pasan por un proceso de identificación y selección. Esta tranquilidad aumentará las probabilidades de contratación y beneficiará a las dos partes.

Seguridad en transacciones en Línea: las compras en líneas van en aumento y con estas también las estafas por esta vía, lo cual es motivo para que algunos potenciales compradores se detengan de realizar una transacción o bien sólo la realicen cuando se trate de páginas muy conocidas como Amazon es por esto que RENT-360 utilizará los servicios de Paymentes<sup>1</sup> que es un proveedor que proporciona una solución completa para pagos en línea recomendado incluso por los bancos, lo cual brindará mayor confianza al consumidor.

## **19.3 Valores internos.**

RENT-360 se manejará con políticas que fomenten la participación y el respeto entre todos sus colaboradores, no se permitirá insultos, amenazas o discriminación por clase social, raza, nacionalidad, sexo o de cualquier otra índole. No se permitirá perjudicar ni favorecer a nadie. En este mismo punto se prohíben los comportamientos agresivos ya que, sin importar el cargo, todos los colaboradores deben tener unos con otros un trato de respeto y cordialidad.

RENT-360 impulsará la capacitación de cada uno de los colaboradores, por tanto, considera importante la flexibilización de permisos para casos de estudios, en los que se constate su necesidad. Para estas situaciones, el empleado podrá contar con trabajo remoto en el que se midan sus resultados en el día y no el cumplimiento de un horario.

---

<sup>1</sup> <https://www.paymentez.com.ec/inicio>

#### **19.4 Impactos Ambientales.**

La plataforma RENT-360 al manejar sus operaciones de forma digital y al no tratarse de una empresa que procese o fabrique productos físicos, no genera desechos de procesos de materias primas o semi producidas. Esto no implica que no esté socialmente comprometida con el cuidado del medio ambiente, ya que cumplirá con acciones de uso efectivo de equipos de oficina tales como:

- Uso limitado de papeles: Sólo se permitirá la impresión de documentos que requieran firmas, o manejos legales. Los demás documentos se manejarán en formatos digitales.
- Energía: La luces y equipos electrónicos en las oficinas de RENT-360 deberán tener un uso eficiente, es decir no se permitirá dejar luces o computadoras prendidas en horarios en que no se esté laborando.
- Reducción de uso de producto de 1 sólo uso y reciclaje: Las oficinas no contarán con vasos o platos de un sólo uso, por tanto, los empleados deberán contar con su propia taza y la oficina pondrá a disposición pequeños platos o recipientes de loza o vidrio, por otro lado, se realizará reciclaje de los demás como papeles de oficina, o servilletas .

## **20. ANÁLISIS DE RIESGOS.**

### **20.1 Consideraciones ambientales.**

En concordancia con el capítulo anterior, RENT-360 no se dedica a la producción ni elaboración de productos o bienes, por tanto, no aplican reglas de contaminación de desechos en el agua o en aire. Con relación al ruido visual, RENT-360 no realizará publicaciones en la vía pública por tanto no existirá este tipo de afectación.

A nivel de basura tecnológica y utilización de equipos electrónicos como computadores, copiadoras, y cualquier otro de esta índole, RENT-360 aplicará una acción de reciclaje ya que los donará a instituciones como orfanatos o escuelas o colegios para niños y jóvenes de escasos recursos que pueda utilizar estos equipos y sean de aporte en su educación.

### **20.2 Matriz de riesgos.**

Un proyecto tiene algunas variables de riesgos que de no ser anticipados y manejados mediante una estrategia eficiente pueden llegar a hacer caer un proyecto antes de que se convierta en empresa, o bien hacer que la empresa salga del mercado. A continuación, se detallan los posibles riesgos que podrían afectar el proyecto RENT-360.

### **20.3 Riesgos del entorno.**

Se identifica como un alto riesgo del entorno al posible plagio del proyecto o fuga de información (Metro, 2019). Es decir, existe una baja protección de la propiedad intelectual del proyecto ya que las medidas de control en el país en el sector de desarrollo de tecnologías son bajas. Ante esto, se identifica como una de las medidas de control el realizar contratos de confidencialidad con cada uno de los participantes en la incubación y desarrollo del proyecto en el que se detallan acciones legales tales como multas en los casos en que se compruebe que ha existido escape de información por medio de un colaborador del proyecto. El contrato de confidencialidad detallará los controles que se deben tener para evitar el escape voluntario o involuntario de información confidencial, por tanto, se deberán identificar los controles que minimizarán las probabilidades de ocurrencia.

### **20.4 Riesgos financieros.**

El riesgo financiero se refiere a la probabilidad de que un evento adverso o de alguna fluctuación financiera pueda reportar consecuencias negativas en una empresa o en este caso un proyecto. Como todo proyecto, RENT-360 requiere de la inyección de capital para poder hacerse realidad y mantenerse a flote hasta llegar a punto de equilibrio y poder generar los ingresos con el flujo de efectivo necesario para cubrir sus costos mensuales sean estos fijos o variables. Ante

esto, el primer riesgo financiero se daría en el caso de que RENT-360 no obtenga la inversión requerida para su creación con todos los requerimientos legales, de equipamiento, licencias y personal. Ante ello, RENT-360 deberá buscar opciones de préstamo en diferentes bancos ofreciendo como garantía una de las propiedades de sus principales accionistas, o en su defecto, recurrir a inversionistas externos.

El segundo riesgo financiero se podría dar en caso de que luego de que RENT-360 esté constituida, tenga problemas para conseguir un préstamo para la inversión del crecimiento de la plataforma, y a pesar de que se considera menos probable ya que nos referimos a una empresa constituida con ingresos mensuales se requieren un plan de contingencia que podría ser la búsqueda de un accionista que inyecte de capital y se le otorgue una parte de la empresa que podría ser del 10% al 20%.

### **20.5 Riesgos por demora de ejecución.**

El tiempo se considera un recurso preciado sobre todo cuando nos referimos a la tecnología ya que lo que hoy es una innovación, en muy corto tiempo podría dejar de serlo, sin importar la industria. Ante esto existe un riesgo con relación a 1) una posible demora o extensión en los tiempos planificados para el desarrollo del proyecto con todas sus fases incluidas las pruebas con el usuario y, 2) Demoras en las mejoras de innovación del proyecto.

La salida de un competidor con un servicio similar con una campaña masiva pondría en riesgo el éxito del proyecto porque RENT-360 dejaría de ser novedoso. De la misma forma podría ocurrir luego de que el proyecto esté en marcha y requiera mejoras, si un competidor las ofrece en tiempos inferiores a RENT-360, los usuarios simplemente buscarán al proveedor o plataforma que les ofrezca un servicio más conveniente.

### **20.7 Riesgos de entorno político.**

Los riesgos políticos se relacionan a reglamentaciones o leyes que podrían limitar o prohibir los servicios que RENT-360 desea comercializar. Nuevas leyes con relación a protección de datos, techos en precios de rentas, impuestos elevados para servicios provistos por estas plataformas, son riesgos ante los que RENT-360 debe mantenerse siempre al día, ante este abanico de posibilidades es importante que RENT-360 ofrezca un conjunto amplio de servicios relacionados y apalancados en la innovación, desarrollando nuevos modelos de negocios que pueden servir de apoyo en que caso de que otro sea perjudicado por impuestos o prohibiciones que puedan venir de un entorno político.

## 20.6 Riesgo tecnológico.

La tecnología evoluciona de forma constante, por tanto, se identifica el riesgo y necesidad en tener actualizados los sistemas que en la mayoría de los casos requieren del manejo de nuevos lenguajes de programación y, por ende, de una inversión y capacidad de un aprendizaje rápido. Para esto, será preciso tener personal capacitado con las nuevas tendencias tecnológicas con la habilidad de adaptarse, reduciendo tiempo y mejorando las oportunidades para que RENT-360 esté a la vanguardia en tecnología que le permita brindar servicios de alta satisfacción.

## 20.7 Riesgos de mercado.

A pesar de no contar con un competidor que actualmente ofrezca un servicio integral similar al de RENT-360, se tiene claro que existen competidores que ofrecen estos servicios por separad. El riesgo en este sentido es que uno de los competidores brinde un conjunto de estos servicios en su plataforma y ofreciéndola al mismo público objetivo. Ante este riesgo, RENT-360 debe tener como prioridad el contacto y monitoreo de los niveles de satisfacción y necesidades no satisfechas de los clientes, esto correspondería al input para mejorar las experiencias del cliente aportando a su fidelidad.

*Tabla 37-Matriz de Riesgos*

Tipo	Estrategia para reducción de riesgo
Riesgo de Entorno	Patentes y actualizaciones con el IEPI para protección de propiedad intelectual.
	Contratos de confidencialidad para mitigar la fuga de información voluntaria e involuntaria.
Riesgos Financieros	Uso de propiedad para garantía.
	Solicitud de inversionista con venta de un % de la empresa.
	Estar pendiente de las posibles facilidades que genere el estado para innovar el emprendimiento.
Riesgos Legales	Mantenerse atento a las posibles regulaciones del estado.
	Crear un amplio portafolio de servicios que generen ingresos.
Riesgos de Mercado	Estudio constante de competidores en las diferentes categorías de servicio que ofrece RENT-360
	Análisis de resultados de satisfacción y atención a comentarios de usuarios
	Procesos que generen la innovación continua en servicios.
Riesgos de Ejecución	Pruebas de habilidades para el personal que trabajará en el desarrollo del proyecto.
	Esquema Balance Score Card para control de tiempos por fase.
Riesgo Tecnológico	Políticas de mejora continua en la capacitación del personal de sistemas.
	Mantenerse actualizado con relación a las tendencias tecnológicas, cambios y requerimientos de adaptación en los sistemas de RENT-360.

Elaborado por : Autora de tesis



## 21. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.

En el análisis de RENT-360 se basó en un escenario que se considera realista, pero tomando en cuenta la posibilidad de que la proyección sea menor o mucho mejor a lo proyectado se presenta a continuación un resumen de lo que podría acontecer.

### 21.1 Escenario Optimista.

Este escenario implica mejoras en el financiamiento que pase de un 70% a un 100% y por otro lado una mayor penetración en el mercado que llegará hasta un 14% lo que daría resultados que permitirán tener una utilidad operacional positiva en el 2do año de \$14.230 y un EBIT de \$7.134, con esto se tendría una rentabilidad neta del 4% para el 4to año.

Tabla 38- Estado de Resultados Escenario Optimista del 1er al 4to año

CUENTAS	ESTADO DE RESULTADOS				
	0	1	2	3	4
Total Activos Fijos	-\$35.397				
Total Capital de Trabajo	-\$141.164				
Creación de plataforma	-\$12.000				
<b>INVERSIÓN INICIAL</b>	<b>-\$188.561</b>				
(+) Ventas		\$748.431	\$1.483.270	\$1.842.306	\$2.645.915
(-) Gastos					
Administrativos		\$98.747	\$111.470	\$109.859	\$119.673
(-) Gastos Operativos		\$1.155	\$4.486	\$4.513	\$5.166
(-) Gastos de Venta		\$9.000	\$9.029	\$9.060	\$9.093
(-) Gastos de Publicidad		\$36.200	\$36.337	\$37.199	\$37.333
(-) Costos Variables		\$647.202	\$1.307.717	\$1.652.535	\$2.312.244
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$0</b>	<b>-\$43.874</b>	<b>\$14.230</b>	<b>\$29.139</b>	<b>\$162.406</b>
(-) Gastos de Depreciación		\$0	\$3.846	\$3.846	\$4.531
(-) Gastos de Amortización		\$3.800	\$3.250	\$3.250	\$3.260
<b>EBIT</b>		<b>-\$47.674</b>	<b>\$7.134</b>	<b>\$22.044</b>	<b>\$154.614</b>
(-) Gastos Financieros		\$16.590	\$13.520	\$10.145	\$6.435
<b>UTILIDAD ANTES DE IMP.</b>		<b>-\$64.264</b>	<b>-\$6.385</b>	<b>\$11.899</b>	<b>\$148.179</b>
(-) 15% trabajadores		\$0	\$0	\$1.785	\$22.227
<b>UTILIDAD GRAVABLE</b>		<b>-\$64.264</b>	<b>-\$6.385</b>	<b>\$10.114</b>	<b>\$125.952</b>
(-) Impuestos 22%		\$0	\$0	\$2.225	\$27.709
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>-\$64.264</b>	<b>-\$6.385</b>	<b>\$7.889</b>	<b>\$98.243</b>
Reserva Legal		\$0	\$0	\$789	\$9.824
<b>UTILIDAD/PERDIDA DEL EJERCICIO</b>	<b>-\$188.561</b>	<b>-\$64.264</b>	<b>-\$6.385</b>	<b>\$7.100</b>	<b>\$88.418</b>
% de Rentabilidad Neta				0%	4%

Tabla 39-Estado de Resultados Escenario optimista del 5to al 8avo año

<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>				
<b>CUENTAS</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>
Total Activos Fijos				
Total Capital de Trabajo				
Creación de plataforma				
<b>INVERSIÓN INICIAL</b>				
(+) Ventas	\$3.938.585	\$5.158.045	\$6.013.966	\$6.870.758
(-) Gastos				
Administrativos	\$121.518	\$123.390	\$125.269	\$127.156
(-) Gastos Operativos	\$6.283	\$6.284	\$6.285	\$6.286
(-) Gastos de Venta	\$9.127	\$9.162	\$9.197	\$9.231
(-) Gastos de Publicidad	\$37.475	\$37.616	\$37.759	\$37.901
(-) Costos Variables	\$3.359.151	\$4.409.491	\$5.141.234	\$5.885.137
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$405.031</b>	<b>\$572.102</b>	<b>\$694.222</b>	<b>\$805.046</b>
(-) Gastos de Depreciación	\$4.531	\$130	\$3.846	\$3.846
(-) Gastos de Amortización	\$3.262	\$3.263	\$3.264	\$3.265
<b>EBIT</b>	<b>\$397.237</b>	<b>\$568.710</b>	<b>\$687.113</b>	<b>\$797.935</b>
(-) Gastos Financieros	\$2.358	\$45.164	\$47.522	\$0
<b>UTILIDAD ANTES DE IMP.</b>	<b>\$394.879</b>	<b>\$523.546</b>	<b>\$639.591</b>	<b>\$797.935</b>
(-) 15% trabajadores	\$59.232	\$78.532	\$95.939	\$119.690
<b>UTILIDAD GRAVABLE</b>	<b>\$335.648</b>	<b>\$445.014</b>	<b>\$543.652</b>	<b>\$678.245</b>
(-) Impuestos 22%	\$73.842	\$97.903	\$119.603	\$149.214
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$261.805</b>	<b>\$347.111</b>	<b>\$424.049</b>	<b>\$529.031</b>
Reserva Legal	\$26.181	\$34.711	\$42.405	\$52.903
<b>UTILIDAD/PERDIDA DEL EJERCICIO</b>	<b>\$235.625</b>	<b>\$312.400</b>	<b>\$381.644</b>	<b>\$476.128</b>
% de Rentabilidad Neta	7%	7%	7%	8%

Elaborado por: Autora de Tesis

### 21.2 Escenario Realista.

Corresponde al escenario trabajado con los resultados detallado en todo el capítulo 18.

### 21.3 Escenario Pesimista.

Por último, el escenario pesimista implicaría problemas en el financiamiento lo que obligaría a reducir el capital que según el análisis podrá ser a \$ 139.232 otro tema atado serían ventas inferiores a las proyectadas en el escenario realista , con una penetración del mercado que apenas llegaría al 3% y 4%, se requeriría reducción en costos como publicidad y con esto se esperaría llegar a tener un EBIT positivo

al 4to año de \$49.794, una Utilidad antes de impuestos de \$ 47.893 , 15% de utilidades para trabajadores de \$7.184 para el 4to año , Utilidad Neta de \$31.753 y utilidad pérdida de ejercicio de \$28.578 dando una rentabilidad neta desde el 4to año del 2% hasta el 5% en el 8vo año.

*Tabla 40- Estado de Resultados escenario pesimista del 1er al 4to año*

<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>					
<b>CUENTAS</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
Total Activos Fijos	-\$35.397				
Total Capital de Trabajo	-\$91.835				
Creación de plataforma	-\$12.000				
<b>INVERSIÓN INICIAL</b>	<b>-</b>				
	<b>\$139.232</b>				
(+) Ventas		\$549.570	\$733.352	\$910.521	\$1.481.379
(-) Gastos Administrativos		\$61.036	\$68.334	\$67.678	\$73.020
(-) Gastos Operativos		\$890	\$3.850	\$3.864	\$4.504
(-) Gastos de Venta		\$0	\$0	\$0	\$0
(-) Gastos de Publicidad		\$26.360	\$26.497	\$27.326	\$27.424
(-) Costos Variables		\$482.435	\$650.908	\$819.954	\$1.318.846
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$0</b>	<b>-\$21.152</b>	<b>-\$16.237</b>	<b>-\$8.301</b>	<b>\$57.585</b>
(-) Gastos de Depreciación		\$0	\$3.846	\$3.846	\$4.531
(-) Gastos de Amortización		\$3.800	\$3.250	\$3.250	\$3.260
<b>EBIT</b>		<b>-\$24.952</b>	<b>-\$23.333</b>	<b>-\$15.397</b>	<b>\$49.794</b>
(-) Gastos Financieros		\$4.900	\$3.993	\$2.996	\$1.901
<b>UTILIDAD ANTES DE IMP.</b>		<b>-\$29.852</b>	<b>-\$27.326</b>	<b>-\$18.393</b>	<b>\$47.893</b>
(-) 15% trabajadores		\$0	\$0	\$0	\$7.184
<b>UTILIDAD GRAVABLE</b>		<b>-\$29.852</b>	<b>-\$27.326</b>	<b>-\$18.393</b>	<b>\$40.709</b>
(-) Impuestos 22%		\$0	\$0	\$0	\$8.956
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>-\$29.852</b>	<b>-\$27.326</b>	<b>-\$18.393</b>	<b>\$31.753</b>
Reserva Legal		\$0	\$0	\$0	\$3.175
<b>UTILIDAD/PERDIDA DEL EJERCICIO</b>	<b>-</b>	<b>-\$29.852</b>	<b>-\$27.326</b>	<b>-\$18.393</b>	<b>\$28.578</b>
	<b>\$139.232</b>				
% de Rentabilidad Neta					2%

Tabla 41-Estado de Resultados escenario pesimista del 5to al 8vo año

<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>				
<b>CUENTAS</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>
Total Activos Fijos				
Total Capital de Trabajo				
Creación de plataforma				
<b>INVERSIÓN INICIAL</b>				
(+) Ventas	\$1.892.805	\$2.223.354	\$2.376.573	\$2.570.048
(-) Gastos Administrativos	\$74.493	\$75.984	\$77.481	\$78.984
(-) Gastos Operativos	\$6.283	\$6.284	\$6.285	\$6.286
(-) Gastos de Venta	\$0	\$0	\$0	\$0
(-) Gastos de Publicidad	\$27.528	\$27.632	\$27.736	\$27.841
(-) Costos Variables	\$1.669.165	\$1.957.651	\$2.082.567	\$2.243.419
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$115.336</b>	<b>\$155.802</b>	<b>\$182.504</b>	<b>\$213.517</b>
(-) Gastos de Depreciación	\$4.531	\$130	\$3.846	\$3.846
(-) Gastos de Amortización	\$3.262	\$3.263	\$3.264	\$3.265
<b>EBIT</b>	<b>\$107.543</b>	<b>\$152.410</b>	<b>\$175.394</b>	<b>\$206.406</b>
(-) Gastos Financieros	\$696	\$13.340	\$14.036	\$0
<b>UTILIDAD ANTES DE IMP.</b>	<b>\$106.846</b>	<b>\$139.070</b>	<b>\$161.358</b>	<b>\$206.406</b>
(-) 15% trabajadores	\$16.027	\$20.861	\$24.204	\$30.961
<b>UTILIDAD GRAVABLE</b>	<b>\$90.819</b>	<b>\$118.210</b>	<b>\$137.154</b>	<b>\$175.445</b>
(-) Impuestos 22%	\$19.980	\$26.006	\$30.174	\$38.598
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$70.839</b>	<b>\$92.204</b>	<b>\$106.980</b>	<b>\$136.847</b>
Reserva Legal	\$7.084	\$9.220	\$10.698	\$13.685
<b>UTILIDAD/PERDIDA DEL EJERCICIO</b>	<b>\$63.755</b>	<b>\$82.983</b>	<b>\$96.282</b>	<b>\$123.163</b>
% de Rentabilidad Neta	4%	4%	5%	5%

Elaborado por : Autora de la tesis

## **22. CONCLUSIONES y RECOMENDACIONES**

### **22.1 Conclusiones.**

Se concluye que el proyecto de RENT-360 es rentable a mediano plazo y que pese a los riesgos identificados se considera que debe llevarse a cabo por medio del apoyo de la inversión privada, además debe tomarse en cuenta que el evento de la pandemia del Covid, esta moviendo a que muchas personas aunque sea de forma obligatoria prefieran realizar transacciones electrónicas para evitar el contacto físico y el contagio, lo cuál es de gran empuje para que un proyecto como RENT-360 tome ventaja.

### **22.2 Recomendaciones.**

Se recomiendan los siguientes planes de contingencia enfocados a posibles negocios que se podrían integrar dentro de la plataforma y ser un soporte a la gestión de rentas para maximizar la rentabilidad del proyecto:

- **Publicidad de servicios Varios:** El que RENT-360 logre el tráfico desde 1000 usuarios le brinda a esta plataforma grandes oportunidades de permitidas que otras empresas publiquen sus productos y servicios .
- **Data Análisis:** La venta de información de comportamiento de consumidores es una posibilidad que debe ser bien estudiada para respetar siempre la información privada.

## 23 Bibliografía

- Alomaestro. (01 de 09 de 2020). *alomaestro.com*. Obtenido de *alomaestro.com*:  
<https://www.alomaestro.com/>
- CECE. (01 de 09 de 2018). *cece.ec*. Obtenido de *cece.ec*:  
<http://www.cece.ec/wp-content/uploads/dae-uploads/Ecommerce-2018-Presentacio%CC%81n-2.pdf>
- Comercio, E. (17 de 04 de 2017). *El Comercio*. Obtenido de *El Comercio.com.ec*: <https://www.elcomercio.com/actualidad/registro-menor-ecuador-economia.html>
- Comercio, E. (17 de 04 de 2017). *Elcomercio.com*. Obtenido de *Elcomercio.com*: <https://www.elcomercio.com/actualidad/registro-menor-ecuador-economia.html>
- Comercio, E. (01 de 04 de 2019). *elcomercio.com*. Obtenido de *elcomercio.com*:  
<https://www.elcomercio.com/actualidad/comercio-electronico-ventas-ecuador-estudio.html>
- Defensoria. (01 de 09 de 2019). *defensoria.gob.ec*. Obtenido de *defensoria.gob.ec*: [https://www.defensoria.gob.ec/?page\\_id=183](https://www.defensoria.gob.ec/?page_id=183)
- ESAN. (03 de 06 de 2015). *esan.edu.pe*. Obtenido de *esan.edu.pe*:  
<https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2015/06/03/que-ventajas-ofrece-big-data-para-empresas/>
- Gestion, R. (22 de 03 de 2020). *revistagestion.ec*. Obtenido de *revistagestion.ec*: <https://www.revistagestion.ec/economia-y-finanzas-analisis/el-subempleo-explica-por-que-al-guayaquileo-le-cuesta-mas-la>
- Gestiopolis. (01 de 06 de 2019). *gestiopolis.com*. Obtenido de *gestiopolis.com*:  
<https://www.gestiopolis.com/como-fomentar-la-innovacion>
- Gobierno. (01 de 09 de 2019). *derechosintelectuales.gob.ec*. Obtenido de *derechosintelectuales.gob.ec*:  
<https://www.derechosintelectuales.gob.ec/como-registro-una-marca/>
- Gobierno. (01 de 03 de 2020). *ambiente.gob.ec*. Obtenido de *ambiente.gob.ec*:  
<https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/09/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador.pdf>
- Gobierno, I. (01 de 09 de 2020). *iess.gob.ec*. Obtenido de *iess.gob.ec*:  
<https://www.iess.gob.ec/es/web/empleador/avisos-de-entrada-y-salida>
- <https://www.olx.com.ec/>. (01 de 11 de 2020). *olx.com.ec*. Obtenido de *olx.com.ec*: <https://www.olx.com.ec/>
- IEES, R. D. (01 de 03 de 2020). *iess.gob.ec*. Obtenido de *iess.gob.ec*:  
<https://www.iess.gob.ec/iess/tramites/registro-dependientes-parte-empleador>
- IEPI. (01 de 09 de 2020). *iepi.gob.ec*. Obtenido de *iepi.gob.ec*: [www.iepi.gob.ec](http://www.iepi.gob.ec)
- IESS. (01 de 09 de 2020). *iess.gob.ec*. Obtenido de *iess.gob.ec*:  
<https://www.iess.gob.ec/es/web/empleador/registro-de-empleador>
- INEC. (01 de 11 de 2010). *ecuadorencifras.gob.ec*. Obtenido de *ecuadorencifras.gob.ec*: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/guayas.pdf>
- INEC. (30 de 09 de 2013). *ecuadorencifras.gob.ec*. Obtenido de *ecuadorencifras.gob.ec*:  
[https://www.ecuadorencifras.gob.ec//documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/ENALQUI-2013/Presentacion\\_Principales\\_Resultados\\_ENALQUI%202013.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec//documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/ENALQUI-2013/Presentacion_Principales_Resultados_ENALQUI%202013.pdf)

- INEC. (01 de 09 de 2013). *ecuadorencifras.gob.ec*. Obtenido de *ecuadorencifras.gob.ec*:  
[https://www.ecuadorencifras.gob.ec//documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/ENALQUI013/Presentacion\\_Principales\\_Resultados\\_ENALQUI%202013.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec//documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/ENALQUI013/Presentacion_Principales_Resultados_ENALQUI%202013.pdf)
- INEC. (16 de 05 de 2014). *ecuadorencifras.gob.ec*. Obtenido de *ecuadorencifras.gob.ec*: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/12-millones-de-ecuatorianos-tienen-un-telefono-inteligente-smartphone/>
- INEC. (01 de 06 de 2015). *ecuadorencifras.gob*. Obtenido de *ecuadorencifras.gob*:  
[https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2015/Junio-2015/Metogologia\\_Informalidad/notatecnica.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2015/Junio-2015/Metogologia_Informalidad/notatecnica.pdf)
- INEC. (01 de 09 de 2017). *ecuadorencifras.gob.ec*. Obtenido de *ecuadorencifras.gob.ec*:  
[https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/TIC/2017/Tics%202017\\_270718.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2017/Tics%202017_270718.pdf)
- INEC. (19 de 03 de 2019). *ecuadorencifras.gob.ec*. Obtenido de *ecuadorencifras.gob.ec*:  
[https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2019/Marzo/Boletin\\_mar2019.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2019/Marzo/Boletin_mar2019.pdf)
- InformacionEcuador. (01 de 09 de 2019). *informacionecuador.com*. Obtenido de *informacionecuador.com*: <https://informacionecuador.com/pasos-para-registrar-una-marca-en-ecuador-senadi/>
- interware. (14 de 12 de 2018). *interware.com.mx/*. Obtenido de *interware.com.mx/*: [Interware-https://www.interware.com.mx/blog/como-creo-una-proto-persona-para-definir-a-mi-usuario-](https://www.interware.com.mx/blog/como-creo-una-proto-persona-para-definir-a-mi-usuario-)
- Leannovators. (25 de 09 de 2018). *leannovators.tech*. Obtenido de *leannovators.tech*: <https://leannovators.tech/blog/caracteristicas-de-un-producto-minimo-viable/#:~:text=Es%20fundamental%20que%20un%20MVP,y%20eso%20ha%20de%20ser>
- Libre, M. (01 de 11 de 2020). *mercadolibre.com.ec/*. Obtenido de *mercadolibre.com.ec/*: <https://www.mercadolibre.com.ec/>
- Magentaig. (01 de 11 de 2019). *magentaig.com*. Obtenido de *magentaig.com*:  
<https://magentaig.com/analisis-foda-conoces-realmente-sus-beneficios-para-tu-empresa-o-marcas/>
- Metro. (27 de 05 de 2019). *metroecuador.com.ec*. Obtenido de *metroecuador.com.ec*:  
<https://www.metroecuador.com.ec/ec/tecnologia/2019/05/27/ecuador-esta-20-anos-detras-entorno-innovacion-cientifica>.
- Ministeriodegobierno. (01 de 06 de 2015). *ministeriodegobierno.gob.ec*. Obtenido de *ministeriodegobierno.gob.ec*:  
<https://www.ministeriodegobierno.gob.ec/movimiento-migratorio-en-ecuador-se-incremento-en-un-20/>
- Primicias. (31 de 07 de 2020). *primicias.ec*. Obtenido de *primicias.ec*:  
<https://www.primicias.ec/noticias/sociedad/ecuador-cifras-mas-altas-violencia-cinco-anos/>
- Remax. (01 de 11 de 2020). *Remax.com*. Obtenido de *Remax.com*:  
<https://www.remax.com.ec/>

Service, S. o. (01 de 09 de 2020). *starofservice.ec*. Obtenido de starofservice.ec:  
<https://www.starofservice.ec/dir/guayas/guayaquil/guayaquil/agente-inmobiliario>

Telegrafo, E. (28 de 09 de 2020). *eltelegrafo.com.ec*. Obtenido de eltelegrafo.com.ec: <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/cronica/1/una-agencia-de-empleos-que-funciona-al-aire-libre>

theshoppers. (08 de 10 de 2018). *theshoppers.com*. Obtenido de theshoppers.com: <https://theshoppers.com/es/fun/los-millennials-prefieren-viajar-que-comprar-una-casa/>

Universo, E. (07 de 07 de 2019). *eluniverso.com*. Obtenido de eluniverso.com: <https://www.eluniverso.com/noticias/2019/07/07/nota/7412709/mas-40-edad-que-vuelve-complicada-busqueda-empleo>

Universo, E. (19 de 09 de 2020). *eluniverso.com*. Obtenido de eluniverso.com: <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/09/19/nota/7983094/alquiler-viviendas-guayaquil-pandemia>

Universo, E. (07 de 07 de 2020). *eluniverso.com*. Obtenido de eluniverso.com: <https://www.eluniverso.com/noticias/2019/07/07/nota/7412709/mas-40-edad-que-vuelve-complicada-busqueda-empleo>



## 24 Referencias, tablas y gráficas de apoyo

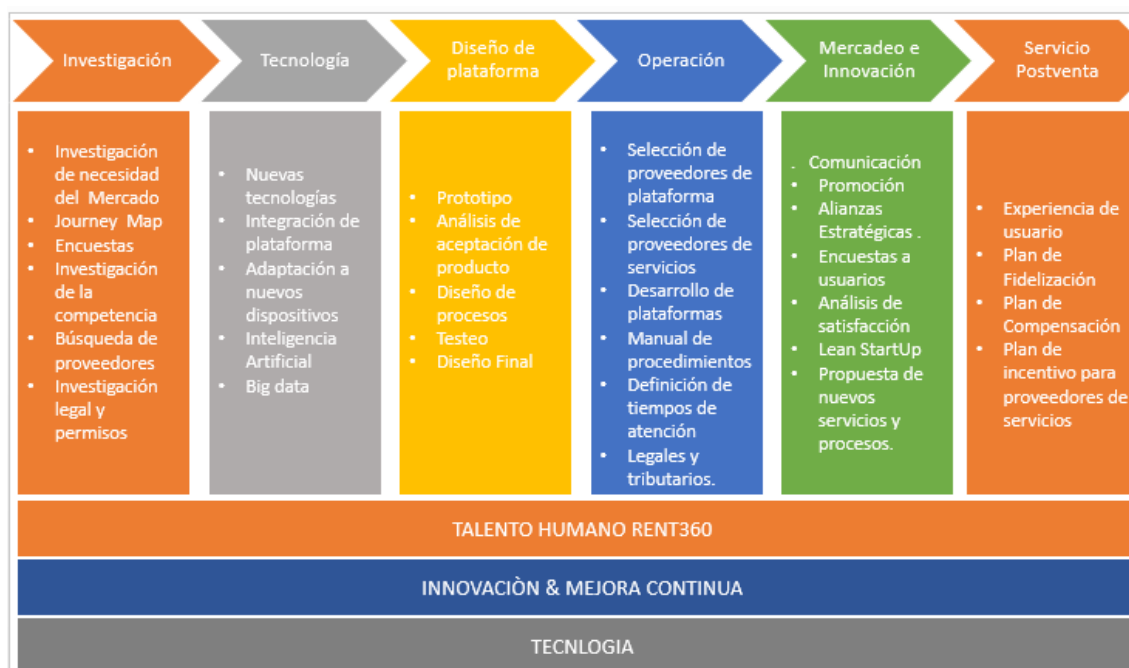


Figura de apoyo 1--Cadena de Valor RENT-360

Elaborado por: Autora de tesis

Figura de apoyo 2

Rank	Site	Daily Time on Site (%)	Daily Pages/vis per Visitor (%)	% of Traffic from Search (%)	Total Sites Linking to (%)
1	Google.com	12.00	14.04	0.50%	2,197,333
2	Youtube.com	11.85	6.97	54.40%	1,696,175
3	Elcomercio.net	4.54	2.11	32.20%	7259
4	Eluniverso.net	4.02	3.22	49.20%	6086
5	Google.com.ec	3.88	5.95	4.50%	2,159
6	Uta.com	3.52	4.88	13.80%	36,717
7	Diarios.com	3.47	2.00	38.30%	1,785
8	Facebook.com	18.14	7.91	4.20%	4,074,349
9	Wikipedia.org	3.35	2.85	71.70%	1,201,153
10	Perseusweb.com	2.91	1.30	75.30%	642
11	Reflexo.com	4.35	6.42	7.80%	402,860

Figura de apoyo 2-- Páginas con mayor tráfico en Ecuador

(Alexa, 2020)

Es una opción que ofrece la plataforma a fin de que el arrendatario elija una terna y compare temas relacionados a trabajo, salario, cantidad de personas que vivirán en la propiedad

Nombre	Carlos Andrade	Guillermo Landazury	Sofia Castro
Foto			
Edad			
Lugar de trabajo	Holcim	Independiente Abogado	Independiente Ingeniera Comercial
Ingresos mensuales	no proporciona	2500	1200
Calificación de Buro	A	B	B+
Casado/Soltero/Unido	Soltero	Casado	Casado
Conviviente trabaja	no	si	si
Hijos	no	3	2
Antecedentes Penales	no	no	no
Confirmación identidad	si	si	si
Calificación anteriores arrendadores	5 estrellas	nuevo	2 estrellas

Figura de apoyo 3-Comparativo de posibles arrendatarios

**Elaborado por:** Autora de tesis

## TABULADOS ENALQUI 2013

Tabla de apoyo 1-Viviendas particulares arrendadas en las ciudades de investigación, de tipo casa, departamento y cuarto en casa de inquilinato - ENALQUI 2013

Tipo de vivienda	Número	Porcentaje válido
Casa o villa	5656	21,1
Departamento	16224	60,5
Cuarto en casa de inquilinato	3992	14,9
Otros*	964	3,6
Total	26836	100,0
*Incluye: Suite, mediagua, rancho, choza, covacha y otra		

(INEC E. N., 2012)

Tabla de apoyo 2- Viviendas particulares arrendadas, de tipo casa, departamento, cuarto en casa de inquilinato, y otros, según ciudad investigada – ENALQUI 2013

Ciudad	Tipo de vivienda				
	Casa	Departamento	Cuarto	Otros*	Total
	% de la fila	% de la fila	% de la fila	% de la fila	% de la fila
Cuenca	26,45%	53,87%	17,30%	2,38%	100,00%
Machala	31,39%	53,80%	11,89%	2,91%	100,00%
Esmeraldas	31,32%	41,13%	14,54%	13,00%	100,00%
<b>Guayaquil</b>	<b>28,96%</b>	<b>63,46%</b>	<b>5,85%</b>	<b>1,73%</b>	100,00%
Loja	18,51%	49,25%	29,59%	2,64%	100,00%
Manta	35,91%	56,82%	1,84%	5,42%	0,00%
Quito	11,28%	68,86%	16,92%	2,95%	100,00%
Ambato	16,82%	57,04%	21,85%	4,29%	100,00%
Santo Domingo	31,16%	38,88%	20,42%	9,53%	100,00%
*Incluye: Suite, mediagua, rancho, choza, covacha y otra					

(INEC E. N., 2012)

*Tabla de apoyo 3-Viviendas particulares arrendadas en las ciudades investigadas, de tipo casa, departamento, cuarto en casa de inquilinato y otros, según grupo de personas que las ocupan*

Tipo de vivienda		Grupo de personas					Total
		De 1 a 3 Person as	De 4 a 6 Person as	De 7 a 9 Person as	De 10 a 12 Person as	De 13 a 15 Person as	
Casa	Número	2017	3172	419	45	3	5656
	Porcentaje	35,66%	56,08%	7,41%	0,80%	0,05%	100,00%
Departamento	Número	8289	7402	495	36	2	16224
	Porcentaje	51,09%	45,62%	3,05%	0,22%	0,01%	100,00%
Cuarto	Número	2744	1158	84	6	0	3992
	Porcentaje	68,74%	29,01%	2,10%	0,15%	0,00%	100,00%
Otros*	Número	435	465	55	6	2	963
	Porcentaje	45,17%	48,29%	5,71%	0,62%	0,21%	100,00%
Total	Número	13485	12197	1053	93	7	26835
	Porcentaje	50,25%	45,45%	3,92%	0,35%	0,03%	100,00%

(INEC E. N., 2012)

*Tabla de apoyo 4-Viviendas arrendadas, de tipo casa, departamento y cuarto, según años de ocupación*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Menos de 1 año	30,96%	31,0	31,0	31,0
De 1 a 5 años	53,06%	53,1	53,1	84,0
De 6 a 10 años	11,06%	11,1	11,1	95,1
De 11 a 15 años	2,64%	2,6	2,6	97,7
De 16 a 20 años	1,32%	1,3	1,3	99,0
De 21 a 25 años	0,48%	,5	,5	99,5
De 26 a 30 años	0,28%	,3	,3	99,8
Más de 30 años	0,21%	,2	,2	100,0
No informa	0,00%	,0	,0	100,0
Total	100,00%	100,0	100,0	

(INEC E. N., 2012)

*Tabla de apoyo 5- Viviendas arrendadas, de tipo casa, departamento y cuarto, según años de ocupación.*

Ciudades	La vivienda con cuartos exclusivos para negocio		
	Si	No	Total
Cuenca	3,15%	96,85%	100,00%
Machala	2,67%	97,33%	100,00%
Esmeraldas	7,21%	92,79%	100,00%
Guayaquil	2,96%	97,04%	100,00%
Loja	3,07%	96,93%	100,00%
Manta	3,19%	96,81%	100,00%
Quito	2,30%	97,70%	100,00%
Ambato	2,82%	97,18%	100,00%
Santo Domingo	5,19%	94,81%	100,00%
Total	32,56%	867,44%	

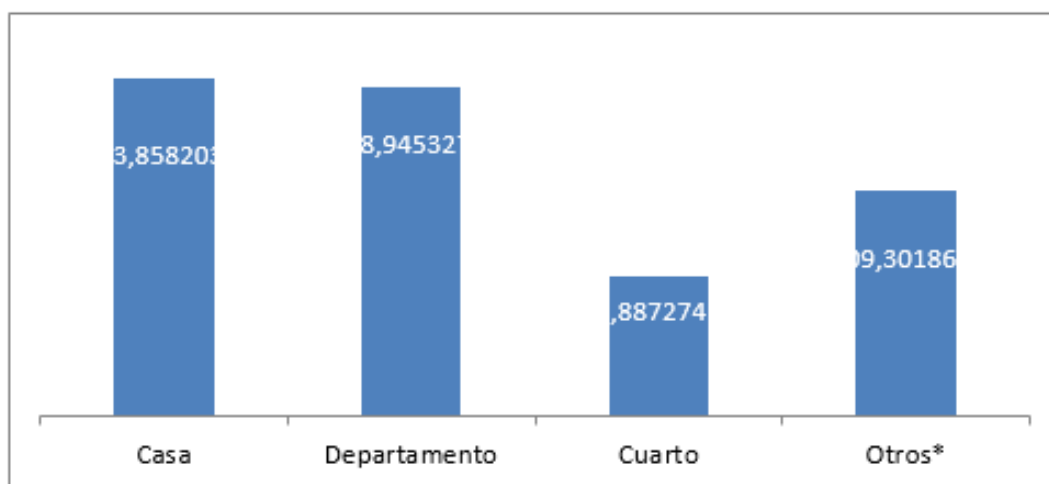
(INEC E. N., 2012)

*Tabla de apoyo 6-Costo promedio de arriendo de las viviendas particulares de tipo casa, departamento cuarto y otros en las ciudades investigadas*

		ALQ25. Pago mensual por arriendo de la vivienda
Casa	Media	\$ 164
Departamento	Media	\$ 159
Cuarto	Media	\$ 68
Otros*	Media	\$ 109

(INEC E. N., 2012)

Figura de apoyo 4-



*Figura de apoyo 4-Tipo de vivienda*

(INEC E. N., 2012)

Tabla de apoyo 7-Viviendas particulares arrendares, por disponibilidad de servicio higiénico, según ciudad.

		ALQ22. La vivienda tiene servicio higiénico			
		Si, de uso exclusivo	Si, de uso común	No tiene	Total
Cuenca	Recuento	2024	325	3	2352
	% de la fila	86,05%	13,82%	0,13%	100,00%
Machala	Recuento	1091	144	1	1236
	% de la fila	88,27%	11,65%	0,08%	100,00%
Esmeraldas	Recuento	753	82	11	846
	% de la fila	89,01%	9,69%	1,30%	100,00%
Guayaquil	Recuento	5548	218	11	5777
	% de la fila	96,04%	3,77%	0,19%	100,00%
Loja	Recuento	1046	349	4	1399
	% de la fila	74,77%	24,95%	0,29%	100,00%
<b>Manta</b>	<b>Recuento</b>	<b>1009</b>	<b>23</b>	<b>1</b>	<b>1033</b>
	<b>% de la fila</b>	<b>97,68%</b>	<b>2,23%</b>	<b>0,10%</b>	<b>100,00%</b>
Quito	Recuento	9312	1402	4	10718
	% de la fila	86,88%	13,08%	0,04%	100,00%
Ambato	Recuento	1188	304	0	1492
	% de la fila	79,62%	20,38%	0,00%	100,00%
Santo Domingo	Recuento	1695	287	1	1983
	% de la fila	85,48%	14,47%	0,05%	100,00%

(INEC E. N., 2012)

Tabla de apoyo 8-- Viviendas particulares arrendadas según años de construcción

	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 5 años	1613	6,0
De 5 a 10 años	5622	20,9
De 11 a 20 años	9562	35,6
De 21 a 30 años	5762	21,5
Más de 30 años	4277	15,9
Total	26836	100,0

(INEC E. N., 2012)

### VIVIENDAS POR TIPO

Cantones	Hombres	%	Mujeres	%	Total	Viviendas*	Viviendas**	Viviendas***	Razón niños mujeres****	Analfabetismo	Edad promedio
Alfredo Baquerizo Moreno	13.013	0,7%	12.166	0,7%	25.179	7.585	7.584	6.755	431,7	10,0%	28
Balao	10.998	0,6%	9.525	0,5%	20.523	6.452	6.434	5.238	495,9	8,6%	26
Balzar	28.001	1,5%	25.936	1,4%	53.937	16.172	16.166	13.331	498,9	15,6%	27
Colimes	12.423	0,7%	11.000	0,6%	23.423	7.491	7.489	6.352	533,3	16,6%	28
Coronel Marcelino Maridueña	6.265	0,3%	5.768	0,3%	12.033	3.931	3.925	3.173	381,0	5,6%	30
Daule	60.195	3,3%	60.131	3,3%	120.326	39.177	39.162	31.473	391,0	9,8%	29
El Empalme	38.024	2,1%	36.427	2,0%	74.451	21.934	21.919	18.349	469,3	12,1%	27
El Triunfo	22.824	1,3%	21.954	1,2%	44.778	13.807	13.797	11.254	463,4	8,8%	26
Eloy Alfaro (Durán)	116.401	6,4%	119.368	6,5%	235.769	72.571	72.547	62.720	354,5	3,3%	28
General Antonio Elizalde	5.369	0,3%	5.273	0,3%	10.642	3.814	3.812	2.863	463,7	7,3%	28
Guayaquil	1.158.221	63,8%	1.192.694	65,2%	2.350.915	671.408	670.990	600.815	344,0	3,1%	29
Isidro Ayora	5.585	0,3%	5.285	0,3%	10.870	3.624	3.623	2.959	506,0	16,2%	26
Lomas de Sargentillo	9.466	0,5%	8.947	0,5%	18.413	5.466	5.461	4.813	455,0	14,9%	28
Milagro	83.241	4,6%	83.393	4,6%	166.634	52.729	52.702	44.752	383,5	4,8%	29
Naranjal	36.625	2,0%	32.387	1,8%	69.012	21.789	21.718	17.579	479,4	8,8%	26
Naranjito	19.063	1,0%	18.123	1,0%	37.186	12.268	12.265	9.980	375,2	8,1%	28
Nobol	9.856	0,5%	9.744	0,5%	19.600	5.908	5.907	5.048	452,6	10,7%	27
Palestina	8.354	0,5%	7.711	0,4%	16.065	5.059	5.059	4.379	435,8	14,7%	28
Pedro Carbo	22.608	1,2%	20.828	1,1%	43.436	14.130	14.128	12.156	514,9	16,5%	28
Playas	21.242	1,2%	20.693	1,1%	41.935	15.718	15.695	10.508	480,6	5,9%	27
Samborondón	33.502	1,8%	34.088	1,9%	67.590	20.940	20.929	17.509	345,4	5,8%	30

Figura de apoyo 5-Viviendas por tipo

Fuente: (INEC, [ecuadorencifras.gob.ec](http://ecuadorencifras.gob.ec), 2013)



Tablas de Preguntas de Investigación de Mercado realizada por autor de la tesis para confirmar necesidad del mercado

*Tabla de apoyo 9--Segmento Arrendador*

Problema	Pregunta	Solución
Pagos Impuntuales de renta	¿Sus inquilinos usualmente pagan tarde el alquiler?	Automatización de débitos con cobro de comisión  Establecer los acuerdos de pago con el inquilino, esto se registra en la plataforma para generar los recordatorios correspondientes.
Comunicación con el inquilino	¿Le molesta tener que hablar con el inquilino para recordarle el pago del canon o por los arreglos del bien?	App para recordatorio y notificaciones de eventos como arreglos. Histórico de los eventos
Problemas para publicación efectiva de un bien	Considera que, ¿es un problema hacer una publicación efectiva de un bien? ¿Sabe cómo tomar fotos o qué tipo de redacción poner en una publicación?	Asesoría de parte de arrendadores y página. Estaría dispuesto a compartir sugerencias para que otros puedan arrendar de una mejor forma el bien
Pagar por publicaciones	¿Ha tenido que pagar por publicaciones de su bien, aun si después del tiempo de la publicación este no se ha alquilado?	Registro y publicación gratuita, solo pagar cuando este se alquila
Desconocimiento total de interesados	¿Considera necesario saber cuántas personas que ven la publicación de su bien están interesados, aun si no le llaman?	Notificación de personas interesadas y poder contactarlas
Necesidad de información, crediticia, record policial de interesado. comentarios de ex arrendadores	¿Considera como una necesidad el conocer de una persona interesada en arrendar su bien información de cédula, record policial validación crediticia y salario?	Análisis de data de CI, validación crediticia, comentarios de otros arrendadores

Búsqueda de profesionales para arreglo del bien	<p>Considera que es un problema encontrar profesionales para arreglos de su bien.</p> <p>¿Qué tipo de profesionales encuentra con facilidad y cuál no?</p>	Base de profesionales disponibles en App a elección
Mala calidad de los trabajos de los profesionales que arreglan el bien	¿Ha tenido que contratar a profesionales para arreglos de su bien que finalmente hicieron un mal trabajo y cobraron más de lo que correspondía?	Comentarios de referencias de su trabajo. Fotos de sus trabajos. y posibilidad de poner sus comentarios y fotos del trabajo que el profesional le entregue.
Elaboración de contrato	¿Se le complica elaborar un contrato con los términos y condiciones que usted considera necesarios para el contrato?	Formato de contrato que permita ingresar términos y condiciones a elección. Guía de proceso de notarización
No tiene predisposición para atender los problemas en el bien reportados por el inquilino. No haya feedback para informar los avances de los arreglos. (falta de empatía, voluntad)	<p>¿Cuanto tiempo le toma a usted, atender y resolver los requerimientos de su inquilino?</p> <p>¿usted informa de los avances del caso al inquilino? (tipo tracking)</p>	Desde la App, su inquilino podrá generar una solicitud o requerimiento que estará categorizado según la urgencia. En la aplicación usted podrá informar el avance a su inquilino.
Cuando se encuentra en la fase de alquilar. Alto esfuerzo por hacer la presentación del bien a los interesados para alquilar el bien.	¿Le cansa, aburre o pierde tiempo para mostrar el bien a los interesados que no se deciden por alquilar?	<p>Parte externa: Georreferenciación del bien con sitios de relevancia para el interesado, como parque/tienda/universidad/mall/etc.</p> <p>Parte interna: realidad virtual o video.</p>
	¿Considera que pierde el tiempo cuando se encuentra con el interesado para mostrar la casa y este no cumple con sus expectativas de persona?	Conocer el perfil del interesado o establecer criterios para que solo apliquen los que cumplan, lo considera necesario para evitar gastar el tiempo. Es decir, aplicar los filtros en la búsqueda del inquilino.

Los inquilinos incumplen el tiempo del contrato u otras condiciones especificadas en el mismo.	¿Sus inquilinos no cumplen con las condiciones especificadas en el contrato establecido?	La aplicación permite reportar los incumplimientos del inquilino en una bitácora. ¿Es penalizado o no?
Falta de información de la persona interesada en alquilar el bien antes de encontrarse para mostrársela.	¿Siente temor por el perfil de persona que se va a topar al momento de mostrar la vivienda? (Esto porque no se investiga previamente). ¿Usted investiga previamente a la persona antes de hacer la demostración del bien?	Conocer los datos personales del interesado antes de mostrar el bien, así se evita perder el tiempo. A través de las redes sociales como Facebook, Instagram, twitter, para esto debe estar registrado el id de estas cuentas.
No alquila rápido el bien una vez publicado el anuncio de alquiler.	¿Es baja la cantidad de llamadas una vez realizada la publicación?	Complementar el anuncio con sitios de interés en la cercanía del bien, le resultaría más atractivo para los interesados. Instructivo para la publicación de un bien correctamente.
	¿El interesado nota desinterés o hace expresiones de desagrado al momento de presentarle el bien?	Le gustaría tener retroalimentación de los interesados registrados en la plataforma para que usted considere realizar los cambios necesarios para generar interés en alquilar.
	¿En los bienes amoblados (ej.: refrigeradora, aire acondicionado, closet, etc.) el cliente nota un desinterés por alquilar el bien?	Le gustaría tener retroalimentación de los interesados registrados en la plataforma para que usted conozca que activo es el que desagrada.
no entiendo	Una vez que el inquilino, después de haber alquilado, llegue a tener su vivienda propia. ¿Le interesaría disponer de las funcionalidades de RENT-360 para los arreglos del hogar?	Permitir el registro no solo para arrendadores y arrendatarios, sino para el público en general.
	¿El bien es amoblado o no, es departamento cuarto o completo?	Conocer el perfil del interesado para saber los gustos y preferencias para que empate

		con los anuncios del arrendador y se contacten rápidamente.
Daños en el bien una vez finalizado el contrato con el inquilino.	¿Una vez finalizado el contrato con el inquilino los activos de la casa sufrieron algún desperfecto?	A través de la aplicación, se podrá rankear al inquilino por haber generado daños y promoverá el cambio de comportamiento. Incluir evidencias.  Implementar un sistema de incentivos para evitar que el inquilino dañe los bienes.  Guías de cuidados para mantener en buen estado la propiedad.
	¿El depósito por garantía (para casos típicos) cubre todos los arreglos que realiza en el bien o debe desembolsar usted dinero extra para completar los trabajos?	Incentivar en el inquilino por el cuidado del bien, para recibir beneficios en la plataforma.
Costo de oportunidad de alquilar el bien.	¿Cuánto tiempo le toma arreglar el bien desde que el inquilino desaloja el inmueble? Considera que es rápido (una semana después) o se toma su tiempo (varias semanas) por falta de disponibilidad de su proveedor de servicio.	* Incentivar en el inquilino por el cuidado del bien, para recibir beneficios en la plataforma.  Contratar los profesionales a través de la plataforma lo que reducirá el tiempo de decisión y ejecución.
Falta de experiencia para atender a tiempo los incidentes en el bien reportado por el inquilino. (demora para solucionar los arreglos)	¿Cuentas con los contactos necesarios para solucionar los daños en el bien? ¿Te cuesta tomar una decisión para seleccionar las propuestas?	Proponer una cláusula en el contrato donde se puedan establecer tiempos de respuesta en función de su disponibilidad y concientización a través de mensajes en la plataforma del cumplimiento del mismo.
	¿El inquilino le reclama por no atender a la brevedad ante los incidentes reportados en el bien?	Recordatorios para que se gestione la atención.

<p>El inquilino exige cambios en el bien. Gasto no considerado dentro del presupuesto del Arrendador. Ej., techo para el aire acondicionado. Mesón en lavandería, etc.</p>	<p>¿Cuándo alquila un bien o en lo posterior, el inquilino le solicita cambios en la estructura del bien?</p>	<p>Le gustaría tener retroalimentación de los interesados a través de la plataforma para que usted considere realizar los cambios necesarios y generar atracción.</p>
	<p>¿Usted acepta la petición de cambio solicitadas por el inquilino?; es decir, quiere mantenerlo contento para que genere permanencia del inquilino por largo tiempo.</p>	<p>Base de profesionales con quien contar para realizar los trabajos y que se ajusten a sus intereses en cuanto a precio, calidad y tiempo.</p>
<p>Desconoce la capacidad de pago del interesado cuando se analiza elegirlo como inquilino.</p>	<p>¿Usted solicita información de rola de pagos o certificados laborales o certificados bancarios del interesado?  ¿Usted mantiene una deuda que pudiera comprometer la cancelación del canon de arrendamiento?</p>	<p>Integrarnos con el buró de crédito para determinar capacidad de pago de la persona.  Otra opción sería que el interesado obtenga su nivel de crédito, en el banco donde mantiene su cuenta.</p>
<p>No vivir cerca del inquilino y limita la coordinación de tiempos para atender al profesional que realizará los arreglos.</p>	<p>¿Por sus actividades personales y las del inquilino, se dificulta acordar una fecha para arreglar el bien?</p>	<p>Disponibilidad en una aplicación horarios para atención de requerimiento, dependiendo del grado de urgencia. La aplicación tendrá un instructivo de que proceso seguir</p>

Tabla de apoyo 10-Cuestionario de Arrendatario

Problema	Pregunta	Solución
Dificultad para ubicar el bien en alquiler para la demostración, aunque tenga su dirección.	¿Cuándo ha solicitado visitar el bien para alquilarlo, le ha tomado mucho tiempo en ubicarlo?	Georreferenciación de búsqueda, que te vaya guiando hasta llegar a la ubicación del bien. Más o menos como el Google Maps para llegar de un sitio a otro.
Comunicación con el dueño del bien.	¿Le molesta tener que hablar con el arrendador para pagar la renta o informar daños en el bien?	Comunicación por APP a través de solicitudes de requerimientos, notificaciones de recordatorios de pagos o mensajería instantánea. Tipo AUTOGESTION del inquilino. HISTÓRICO DE EVENTOS
Desconocimiento del arrendador. No sabe quién es y el nivel de servicio que ofrece a sus inquilinos. (cuando no se alinea expectativas)	¿Al realizar la visita para ver el bien, usted investiga quién y su pasado como arrendador?  ¿Le preocupa no tener referencias de arrendatario? Saber si cumple con todos los servicios básicos, si no entra al departamento etc.	Mostrar el perfil del arrendatario e histórico de alquileres realizadas. Tener referencias de los usuarios que le hayan arrendado al propietario del bien, información base a quien consultar.
Retrasos en los arreglos del bien reportados al Arrendador.	Debe esperar mucho tiempo para que se arregle algún desperfecto en el bien. Tubería, techos, pisos etc.	Notificar (generar recordatorios) al arrendador del estado del requerimiento y dejar histórico en la aplicación. Generar alerta para informar estado crítico de la atención, por tipo de solicitud o tiempo.
No tiene claridad para identificar y comparar propiedades. Ej., como Amazon que te permite comparar con otros productos. ej.: mt2, ubicación, precio, sitios importantes al alrededor, puntuación, etc.	¿Usted compara las propiedades a alquilar?  Es un problema comparar departamentos, propiedades y elegir la que mejor se adapte a mis necesidades	Comparativo automatizado de propiedades favoritas

<p>Le toma mucho tiempo encontrar un bien. No encontrar rápidamente un bien para alquilar de acuerdo a su perfil de preferencia.</p>	<p>¿Le toma mucho tiempo encontrar un bien que se ajuste a sus necesidades?</p> <p>Le es difícil buscar en la página web un lugar que este ubicado cerca de establecimientos o lugares importantes como parques, colegios, centros comerciales, restaurantes etc.?</p>	<p>APP debe considerar los intereses y preferencias del arrendatario, para que cuando un arrendador publique un bien se analice si cumple con el criterio para notificárselo. De esta forma la búsqueda de un bien para alquilar es más proactiva, que reactiva.</p>
<p>Se le dificulta pagar a tiempo o se pierde tiempo en pagar el canon de arrendamiento.</p>	<p>¿Tiene dificultad con la forma de pago establecido actualmente con su arrendador? Es decir, se pierde tiempo, no hay constancia de los pagos realizados, etc.</p>	<p>Que la plataforma realice la notificación de pago de canon de arrendamiento mensualmente días antes del término del mes alquilado.</p> <p>Que realice el débito automático al inquilino.</p>
	<p>¿Está actualmente comprándose una casa o tiene otras obligaciones que le compromete su liquidez para pagar el canon de arrendamiento?</p>	<p>Analizar record crediticio del cliente con el buró de crédito.</p> <p>Registrar las preferencias del arrendatario para conocer su visión o seis pasos.</p>
<p>Al ciudadano extranjero se dificulta alquilar un bien porque el Arrendador desconoce su pasado policial o buro de crédito.</p>	<p>¿Ha sido rechazada/discriminada su solicitud de alquiler por algún arrendatario por ser extranjero?</p>	<p>Garantizar la entrega de documentación certificada y provista por el consulado.</p> <p>Similar como cuando en el servicio de UBER los conductores se registran en la plataforma, entregan la licencia y matricula.</p>
<p>Dueño del bien le pide que desaloje el inmueble cumpliendo con las condiciones establecidas en el contrato.</p>	<p>¿Le han solicitado desalojar el bien teniendo un contrato vigente?</p> <p>¿Usted está de acuerdo que se respete las cláusulas de rescisión del contrato?</p>	<p>La APP permitirá al arrendador solicitar el desalojo del bien, solo cuando se cumplan las condiciones del contrato.</p> <p>La plataforma debe conocer la temporalidad del alquiler del bien por parte del arrendador, para hacer seguimiento y alerta de ser necesario.</p>
<p>No encuentra bien en alquiler en un lugar deseado para el interesado.</p>	<p>¿Tarda demasiado tiempo en buscar un bien en alquiler en las plataformas que utiliza</p>	<p>El arrendatario debe poder ver en cuanto tiempo estaría disponible el bien.</p>

	<p>actualmente?</p> <p>¿Descarta muchas ofertas de alquiler por no considerar sus preferencias?</p>	<p>La aplicación dejará un MARCADOR en el mapa para que cuando exista algún bien en alquiler cercano, le pueda avisar y solicitar información.</p>
<p>los sitios de anuncios no proveen búsqueda de bienes en función de datos adicionales. ej.: perfil de preferencia, características externas (parque, escuela, etc.). Y retorna muchos registros, muchas veces con información en su mayoría que no cumple con su criterio de búsqueda.</p>	<p>¿Tarda demasiado tiempo en buscar un bien en alquiler en la plataforma que utiliza actualmente?</p>	<p>la APP va a permitir que se busque por lugares cercanos de interés, etc.</p>
<p>El dueño del bien no tiene enfoque de servicio.</p>	<p>¿Se ha decepcionado del arrendador por ser incumplido e irresponsable con la atención reportada?</p>	<p>Se implementará un sistema de calificación para el arrendatario como el inquilino, así se podrá identificar quien es el que mejor ofrece el servicio.</p>
<p>El arrendador no avisa para pagar el arriendo o cuando no se tendrá algún servicio básico, ej.: cuando Interagua programa la falta de agua por mantenimientos.</p>	<p>¿El arrendador lo contacta telefónicamente para recordarle que debe realizar pago de su canon de arrendamiento?</p>	<p>Le gustaría utilizar notificaciones de recordatorio de pago.</p>
<p>Desconoce las mejores prácticas de otros inquilinos.</p>	<p>¿Tiene sugerencias para ser un buen inquilino y lograr a su favor cualquier petición al arrendador?</p>	<p>Le gustaría tener capacitación en línea de sugerencias que compartan los otros compañeros inquilinos.</p>

**Elaborado por :** Autora de tesis



Tabla de apoyo 11-Cuestionario de Proveedor de servicios

Problema	Pregunta	Solución
El personal no cuenta con título o certificado de su profesión.	<p>¿Cuándo desean contratarlo le solicitan su currículum o prueba de experiencia de su profesión?</p> <p>¿Estaría dispuesto a tomar un curso, si este le ayuda a tener más trabajos?</p> <p>Considera que es importante tener un título que respalde sus conocimientos</p>	<p>La empresa brindará, para las personas que no cuentan con documento, un curso de preparación de profesión con emisión de título.</p> <p>En la APP se cargará el título.</p>
Comunicación o falta de promoción de sus servicios.	<p>¿Ha tenido que pagar para publicar sus servicios?</p> <p>¿La plataforma o el medio por el cual publicita sus servicios es efectiva?</p> <p>Estaría dispuesto a estar en una plataforma en la que solo pague cuando se concrete un negocio?</p>	<p>La APP tendrá su contacto para que cuando un arrendador o arrendatario solicite los servicios de un profesional, sea considerado para postular.</p>
Falta de trabajos	<p>Usted pasa largos periodos sin conseguir trabajos/contrataciones</p> <p>No lo refieren para realizar un trabajo?</p>	<p>Le gustaría ser parte de una comunidad donde pueda ofrecer sus servicios y en la que pague una pequeña comisión por cada negocio que se obtenga por medio de esta plataforma.</p> <p>Asignar los trabajos de clientes a todos los profesionales.</p>
¿Problemas de negociación para un arreglo?	<p>Le es un problema negociar un trabajo con un cliente</p>	<p>Plataforma con precios referenciados</p> <p>generación de proforma para arreglo del bien.</p>
Tengo que trasladarme al bien para conocer lo que hay que hacer gasto que tengo que hacer.	<p>¿Usted cobra por realizar la inspección del trabajo o no?</p> <p>¿Le molesta tener que viajar al domicilio del cliente para ver las fallas que hay que solucionar?</p>	<p>Publicar las fotos de la necesidad o problema en la plataforma para cotizar. O permitir la carga de un video.</p>
No tengo forma de demostrar que si cuento con las competencias para realizar el trabajo con calidad.	<p>Esta dispuesto a realizar la demostración cuantas veces sea necesario, para mostrar su conocimiento, capacidad, etc.</p>	<p>Dispuesto a ganar puntos extras para ser notoria su participación en las solicitudes de servicio.</p> <p>Puede ser a través de culminación de cursos.</p>

<p>Hay extranjeros que regalan el trabajo. ej.: venezolanos con mano de obra barata.</p>	<p>¿Se siente amenazado por ciudadanos extranjeros para ofrecer sus servicios a un costo inferior al suyo?</p>	<p>Generar un plan de incentivos para los arrendadores y arrendatarios al contratar los servicios de profesionales de RENT-360.</p> <p>Garantizar la calidad de los trabajos a través de capacitación o normar los procesos.</p>
<p>El conocimiento adquirido ha sido empírico. No me encuentro actualizado, por fatal de inversión en cursos.</p>	<p>¿Siente que no tiene tiempo ni dinero para actualizarse en nuevas técnicas de trabajo?</p>	<p>Ofrecer cursos gratuitos a los profesionales de servicios a través de la plataforma RENT-360.</p>
<p>Yo enseñé el trabajo a otras personas y se me llevan el trabajo o me quitan a los clientes.</p>	<p>¿Usted ha preparado a colaboradores que posteriormente se lleva a sus clientes?</p>	<p>implementar sistema de puntos para fidelizar a los clientes</p>
<p>No tengo forma de que la gente me reconozca por las referencias de clientes a quien he realizado trabajos y han quedado satisfechos.</p>	<p>¿Sus clientes lo han recomendado a amigos y familiares? ¿El cliente les ha proporcionado retroalimentación del trabajo realizado?</p>	<p>¿Le gustaría que la plataforma permitiera realizar comentarios o retroalimentación del servicio entregado?</p>

**Elaborado por:** Autora de Tesis

## ¿CUÁL ES LA TENENCIA DE LA VIVIENDA EN GUAYAS?

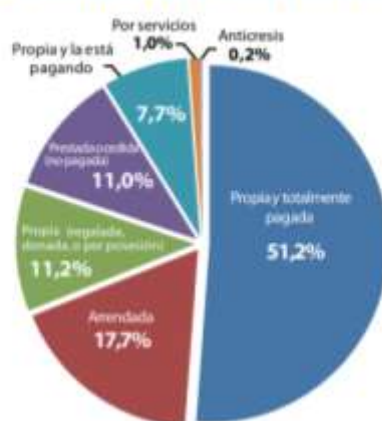


Figura de apoyo 6-Tendencia de Vivienda en Guayas

(INEC, [ecuadorencifras.gob.ec](http://ecuadorencifras.gob.ec), 2013)

Fuente:

### ANALISIS DATA INEC PEA (Población Económicamente Activa) y PEI (Población Económicamente Inactiva)

Tomando la data del INEC de 2001 se procedió a realizar un caculo con una tasa de crecimiento anual de 2.5% para estimar la población al año 2020. El enfoque depende del segmento al que se dirige el negocio. En los casos de arrendadores y arrendatarios aplica tanto la población económicamente activa como inactiva pues se cuenta con arrendadores con un empleo y una propiedad para alquilar, como arrendadores que viven únicamente de las rentas que corresponde a las personas más adultas, en el caso del arrendatario la población inactiva aplica a los jóvenes que están en sus primeros años de universidad y viven de la mesada de sus padres, y luego de esto tenemos a los adultos activos que bien pueden estar en relación de dependencia como contar con un negocio mientras rentan un bien. Finalmente, en el caso de los proveedores de servicios, estos corresponden netamente a la población económicamente activa por considerarse a los subempleados.

Tablas con las cifras que muestran el PEA y PEI por rangos de edad y sexo:

(INEC, [ecuadorencifras.gob.ec](http://ecuadorencifras.gob.ec), 2013)

Tabla de apoyo 12-Población PEA y PEI

POBLACION PEA	<b><u>829873</u></b>				
POBLACION PEI	<b><u>694570</u></b>				
	<b>Arrendador</b>	<b>Arrendatario</b>	<b>Proveedor de servicios</b>	<b>Mercado PEA y PEI</b>	<b>Total Mercado</b>
PEA	5%	7%	12%		
PEI	13%	3%			
Mercado PEA	<b><u>42142</u></b>	<b><u>55109</u></b>	<b><u>100492</u></b>	197743	303557
Mercado PEI	<b><u>86821</u></b>	<b><u>18992</u></b>		105813	

**Elaborado por:** Autora de Tesis

Tablas comparativas de servicios de Gestión de Rentas

Tabla de apoyo 13- Comparativo segmento arrendador

	OLX	El Universo	Mercado Libre	RENT-360	
Publicación de un bien	Precio	30	19	18	0,15
	Periodo	30 días	10.31	30	ilimitado
	Mapa	SI	SI	SI	SI
	Modificación	SI	SI	SI	SI
	Fotos	15	15	14	20
	Destaque en Home	SI	SI	SI	SI
	Enlace de YouTube	NO	NO	SI	SI
	Georreferenciación lugares de interés	SI	SI	SI	SI
	Sugerencias para destacar	SI	SI	SI	SI
	Pago único luego de que se rentó la propiedad	NO	NO	NO	SI
Post Arrendamiento	Valida Buro crediticio de interesado en arrendar	NO	NO	NO	SI
	Revisa antecedentes penales	NO	NO	NO	SI
	Validar garantías de pago del canon de arrendamiento.	NO	NO	NO	SI
	Propuesta de contrato de arriendo.	NO	NO	NO	SI
	Impresión del contrato de arriendo.	NO	NO	NO	SI
	Notarización de contrato.	NO	NO	NO	SI

Seguimiento al cumplimiento de contrato.	NO	NO	NO	SI
Servicio de débito bancario para arrendador	NO	NO	NO	SI
Recordatorio de pago al arrendatario.	NO	NO	NO	SI
Visualización de pagos.	NO	NO	NO	SI
Ejecución de multas por incumplimiento.	NO	NO	NO	SI
Calificación de comportamiento de inquilino	NO	NO	NO	SI

	OLX	Mercado Libre	Alo Maestro	RENT-360
Previa Cotización	NO	NO	SI	SI
Supervisión de servicio	NO	NO	SI	SI
Facilidad de pago con TC	NO	NO	SI	SI
Garantía de servicio	NO	NO	SI	NO
Amplia disponibilidad de proveedores en todas las áreas	SI	SI	SI	SI
Visualización de trabajos realizados.	NO	NO	NO	SI
Calificación del trabajo realizado por el proveedor que sea visualizado en la página por otros miembros de la comunidad	NO	NO	NO	SI

**Elaborado por:** Autora de Tesis

*Tabla de apoyo 14-Comparativo Segmento Arrendatario*

		OLX	El Universo	Mercado Libre	RENT-360
Búsqueda de un bien	Búsqueda por rango de precio	NO	NO	NO	SI
	Búsqueda por zonas	NO	NO	NO	SI
	Búsquedas por sitios de interés	NO	NO	NO	SI
	Búsqueda por características de vivienda	NO	NO	NO	SI
	Modificación	NO	NO	NO	SI
	Ver comentarios de anteriores inquilinos	NO	NO	NO	20
Post - Arrendamiento	Notarización de contrato.	NO	NO	NO	SI
	Seguimiento al cumplimiento de contrato.	NO	NO	NO	SI
	Servicio de débito bancario	NO	NO	NO	SI
	Recordatorio de pago al arrendatario.	NO	NO	NO	SI
	Notificación e histórico de eventos de requerimientos	NO	NO	NO	SI
	Comentarios de la calidad del arrendatario	NO	NO	NO	SI

		OL X	EI Univers o	Mercad o Libre	Alo Maestr o	RENT -360
Arreglo/ mantenimient o del bien	Previa Cotización	NO	NO	NO	SI	SI
	Supervisión de servicio	NO	NO	NO	SI	SI
	Facilidad de pago con TC	NO	NO	NO	SI	SI
	Garantía de servicio	NO	NO	NO	SI	NO
	Amplia disponibilidad de proveedores en todas las áreas	SI	NO	SI	SI	SI
	Visualización de trabajos realizados.	NO	NO	NO	NO	SI
	Calificación del trabajo realiza do por el proveedor que sea visualizado en la página por otros miembros de la comunidad	NO	NO	NO	NO	SI

**Elaborado por:** Autora de Tesis



Tabla de apoyo 15-Comparativo -Proveedores de Servicios

		Instagram	Alo Maestro	RENT-360
Publicación	Costo de Publicación	0	5%	5%
	Publicación de servicio	SI	NO	SI
	Publicación de fotos de trabajos realizados	SI	NO	SI
	Oportunidad de comentarios de ex clientes	SI	NO	SI
Base	Disponibilidad de base de personas interesadas	NO	SI	SI
Soporte	Facilidad de pago con TC	NO	SI	SI
	Servicios de capacitación de habilidades	NO	SI	SI
	Capacitación protocolo de conducta	NO	SI	SI
	Guía de precios	NO	SI	SI

**Elaborado por:** Autora de Tesis

## Tablas comparativo Productos Sustitutos

*Tabla de apoyo 16-Comparativo producto sustituto Segmento Arrendador*

		Face Book	Insta gram	Letreros	Agenci as de Bienes raíces	RENT -360
Publicación de un bien	Precio	0	0	0	1 mes de renta	15%
	Periodo	Indefini do	Indefini do	Indefini do	Indefini do	ilimita do
	Mapa	SI	SI	SI	SI	SI
	Modificación	NO	NO	SI	SI	SI
	Fotos	NO	NO	SI	SI	20
	Destaque en Home	NO	NO	SI	SI	SI
	Enlace de YouTube	NO	NO	SI	SI	SI
	Georreferenciación lugares de interés	NO	NO	SI	SI	SI
	Sugerencias para destacar	NO	NO	SI	SI	SI
	Pago único luego de que se rentó la propiedad	NO	NO	SI	SI	SI
Post Arrendamiento	Valida Buro crediticio de interesado en arrendar.	NO	NO	SI	SI	SI
	Revisa antecedentes penales.	NO	NO	SI	SI	SI

Validar garantías de pago del canon de arrendamiento.	NO	NO	SI	SI	SI
Propuesta de contrato de arriendo.	NO	NO	SI	SI	SI
Impresión del contrato de arriendo.	NO	NO	SI	SI	SI
Notarización de contrato.	NO	NO	SI	SI	SI
Seguimiento al cumplimiento de contrato.	NO	NO	SI	SI	SI
Servicio de débito bancario para arrendador	NO	NO	SI	SI	SI
Recordatorio de pago al arrendatario.	NO	NO	SI	SI	SI
Visualización de pagos.	NO	NO	SI	SI	SI
Ejecución de multas por incumplimiento.	NO	NO	SI	SI	SI
Calificación de comportamiento de inquilino	NO	NO	SI	SI	SI

**Elaborado por:** Autora de Tesis

		Referidos	Agencias de Bienes raíces	RENT-360
Arreglo/ mantenimiento del bien	Previa Cotización	SI	NO	SI
	Supervisión de servicio	SI	SI	SI
	Facilidad de pago con TC	SI	NO	SI
	Garantía de servicio	SI	SI	SI
	Amplia disponibilidad de proveedores en todas las áreas.	NO	SI	SI
	Visualización de trabajos realizados.	NO	NO	SI
	Calificación del trabajo realizado por el proveedor.	NO	NO	SI

**Elaborado por:** Autora de Tesis

Tabla de apoyo 17- Comparativo producto sustituto Segmento Arrendatario

		Letreros	Agencias de Bienes raíces	RENT-360
Búsqueda de un bien	Búsqueda por rango de precio	NO	SI	SI
	Búsqueda por zonas	NO	SI	SI
	Búsquedas por sitios de interés	NO	SI	SI
	Búsqueda por características de vivienda	NO	SI	SI
	Modificación	NO	NO	SI
	Ver comentarios de anteriores inquilinos	NO	NO	20
Post - Arrendamiento	Notarización de contrato.	NO	SI	SI
	Seguimiento al cumplimiento de contrato.	NO	NO	SI
	Servicio de débito bancario	NO	NO	SI
	Recordatorio de pago al arrendatario.	NO	NO	SI
	Notificación y histórico de eventos de requerimientos. Comentarios de la calidad del arrendatario.	NO	NO	SI
Arreglo/ de equipos de hogar	Amplia disponibilidad de proveedores en todas las áreas.	NO	NO	SI
	Visualización de trabajos realizados.	NO	NO	SI
	Calificación del trabajo realizado por el proveedor.	NO	NO	SI
	Se paga al hacerse efectiva la contratación del servicio.	NO	NO	SI

**Elaborado por:** Autora de Tesis

		Referidos	RENT-360
Arreglo/ mantenimiento del bien	Previa Cotización	SI	SI
	Supervisión de servicio	SI	SI
	Facilidad de pago con TC	SI	SI
	Garantía de servicio	SI	SI
	Amplia disponibilidad de proveedores en todas las áreas.	NO	SI
	Visualización de trabajos realizados.	NO	SI
	Calificación del trabajo realizado por el proveedor.	NO	SI

**Elaborado por:** Autora de Tesis

Tabla de apoyo 18- Comparativo producto sustituto Proveedores de Servicio

		Radio Cristal	Referidos	RENT-360
Publicación	Costo de Publicación	NO	NA	5%
	Publicación de servicio	NO	SI	SI
	Publicación de fotos de trabajos realizados	NO	NO	SI
	Oportunidad de comentarios de ex clientes	NO	NO	SI
Base	Disponibilidad de base de personas interesadas	NO	NO	SI
Soporte	Facilidad de pago con TC	NO	NO	SI
	Servicios de capacitación de habilidades	NO	NO	SI
	Capacitación protocolo de conducta	NO	NO	SI
	Guía de precios	NO	NO	SI

Elaborado por: Autora de Tesis

Tablas de análisis de mercados

Tabla de apoyo 19-Total de personas contactadas para la encuesta

	Arrendador	Arrendatario	Proveedor de servicios	Total
<u>No</u>	<u>70</u>	<u>80</u>	<u>106</u>	256
<b>%</b>	<b>27%</b>	<b>32%</b>	<b>41%</b>	100%

Elaborado por: Autora de Tesis

*Tabla de apoyo 20-Distribución de segmentos por rango de edad*

		% Arrendadores	% Arrendatario	% Proveedores de servicios
Total	20 a 24 años	0%	9%	2%
	25 a 49 años	5%	15%	9%
	50 a 64 años	15%	2%	17%
	Más de 65 años	23%	0%	4%
	Total	43%	26%	32%

**Elaborado por:** Autora de Tesis



## Cotización de servidores virtuales

### Cotizador de Servidores Virtuales

Establece la configuración deseada:

1. Selecciona el Sistema Operativo que necesites:

A grid of six buttons representing different operating systems. The buttons are: Windows Server 2008 R2 Enterprise, Windows Server 2012, CentOS, Linux RedHat (with a green checkmark), Ubuntu 14.04 LTS, and Debian 7.

A summary box on the right side of the interface. It features a cloud icon with a server rack inside. Below the icon, it says "Valor de la configuración" followed by "\$103.04 (IVA incluido)". At the bottom, there is a red button labeled "Suscripción" with a right-pointing arrow.

[Realizar otra configuración](#)

2. Selecciona el Tipo de Servidor que necesites:

A grid of two buttons representing server types. The buttons are: "Servidor Virtual Linux Red Hat" (with a green checkmark) and "Servidor Virtual Linux Red Hat con MySQL".

3. Selecciona la Configuración Adicional que se ajuste a tus necesidades:

Procesador CPU(v):

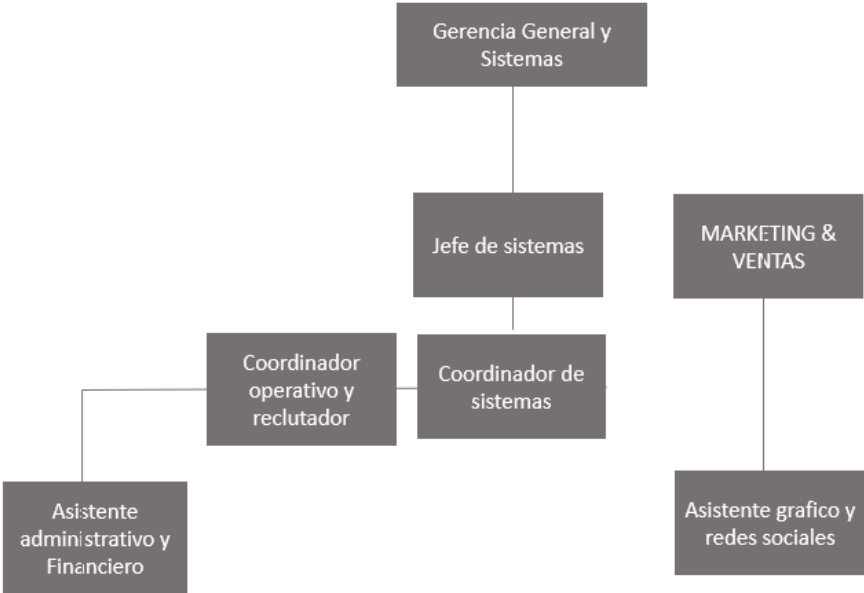


Memoria RAM (GB):



Tabla de apoyo 21- Cotización de mensualidad de servidores

Organigrama RENT-360



*Tabla de apoyo 22-Estructura Organizacional*

**Elaborado por:** Autora de Tesis

---