

**Escuela Superior Politécnica del Litoral**

**Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas.**

Título del trabajo

Diseño de una propuesta metodológica para el desarrollo del evento “El Mes de la Vivienda” organizado por Asociación de Promotores Inmobiliarios de Vivienda del Ecuador.

**Proyecto Integrador**

Previo la obtención del Título de:

**Nombre de la titulación**

**Licenciado en Turismo.**

Presentado por:

Odalís Abigail de la Eze Rugele

Sandy Maricela Tayupanda Ashqui

Guayaquil - Ecuador

Año: 2024

## Dedicatoria

---

A mi familia, sobre todo mis padres y hermana que han sido un apoyo incondicional durante todo mi período académico, los cuales con sus palabras de motivación me han permitido culminar mi carrera, a mis amigas que han estado allí en las buenas y malas, y finalmente a mis gatitos que han estado acompañándome durante mis desvelos en el desarrollo de este proyecto.

### **Odalis de la Ese R.**

A mi amado padre, cuyo amor y apoyo han sido mi guía desde el inicio de mi carrera. A mamá, a mis queridos hermanos, sobrinos y a Serim, por su fuerza y apoyo constante. A mis queridas amigas, cuya amistad ilumina mi vida. Este logro es un tributo a mi familia, amistades y a la memoria de mi papá, que me guía y cuida desde el cielo. Gracias por ser mi inspiración y por compartir esta travesía junto a mí.

**Sandy Tayupanda A.**

## **Agradecimientos**

---

Gracias a Dios por haberme permitido terminar mi carrera universitaria. Gracias también a Sandy que ha sido una gran compañera y amiga durante todo este trayecto. A mis padres, que me han sido un pilar fundamental para culminar mis estudios ya que sin su apoyo y motivación. Y finalmente a mis amigas Ketty y Desiré que han estado desde el inicio apoyándome con su amistad y ocurrencias.

### **Odalys de la Ese R.**

Agradezco profundamente a Dios por darme la fuerza necesaria para terminar mi carrera y poder cumplir una meta más en mi vida. A mi padre desde el cielo y a mi madre que han sido mi razón para seguir adelante. A Odalys que ha sido una gran amiga y compañera de tesis. Y finalmente a Ketty y Desiré que me han brindado su amistad sincera y leal durante mi etapa universitaria.

### **Sandy Tayupanda A.**

## Declaración Expresa

---

Yo/Nosotros Odalis Abigail De la Ese Rugel y Sandy Maricela Tayupanda Ashqui acuerdo/acordamos y reconozco/reconocemos que:

La titularidad de los derechos patrimoniales de autor (derechos de autor) del proyecto de graduación corresponderá al autor o autores, sin perjuicio de lo cual la ESPOL recibe en este acto una licencia gratuita de plazo indefinido para el uso no comercial y comercial de la obra con facultad de sublicenciar, incluyendo la autorización para su divulgación, así como para la creación y uso de obras derivadas. En el caso de usos comerciales se respetará el porcentaje de participación en beneficios que corresponda a favor del autor o autores. La titularidad total y exclusiva sobre los derechos patrimoniales de patente de invención, modelo de utilidad, diseño industrial, secreto industrial, software o información no divulgada que corresponda o pueda corresponder respecto de cualquier investigación, desarrollo tecnológico o invención realizada por mí/nosotros durante el desarrollo del proyecto de graduación, pertenecerán de forma total, exclusiva e indivisible a la ESPOL, sin perjuicio del porcentaje que me/nos corresponda de los beneficios económicos que la ESPOL reciba por la explotación de mi/nuestra innovación, de ser el caso.

En los casos donde la Oficina de Transferencia de Resultados de Investigación (OTRI) de la ESPOL comunique al/los autor/es que existe una innovación potencialmente patentable sobre los resultados del proyecto de graduación, no se realizará publicación o divulgación alguna, sin la autorización expresa y previa de la ESPOL.

Guayaquil, 24 de Enero del 2024.



---

Odalis de la Ese Rugel



---

Sandy Tayupanda Ashqui

## **Evaluadores**

---

**Nombre del Profesor**

María Fernanda Salas

---

**Nombre del Profesor**

Raizza Maquizaca

## Resumen

El Mes de la Vivienda obtuvo resultados favorables en su primera edición; sin embargo, surgió la necesidad de documentar la planificación del evento para facilitar la organización de futuras ediciones. Por lo que surge el objetivo de diseñar un manual de planificación que ayude a que la organización del Mes de la Vivienda sea de manera más eficiente y a su vez agilizar el tiempo de ejecución. A raíz de esto, se utilizó la metodología del Design Thinking en el cual se usaron herramientas y técnicas de investigación, tales como entrevistas e investigación secundaria. Los resultados obtenidos incluyen el diseño y la estructura del manual, los cuales surgieron a partir de ideas generadas durante sesiones focalizadas en las necesidades del potencial cliente. Finalmente, el diseño del manual no solo se logra adaptar a la planificación del Mes de la Vivienda, sino que también se distingue por su capacidad única de ajustarse a distintos tipos de eventos.

**Palabras Clave:** Evento inmobiliario, manual de planificación, planificación de eventos, El Mes de la Vivienda

## **Abstract**

*El Mes de la Vivienda obtained favorable results in its first edition; however, the need arose to document the planning of the event to facilitate the organization of future editions. Therefore, the objective of designing a planning manual to help the organization of the Housing Month to be more efficient and at the same time speed up the execution time arose. As a result, the Design Thinking methodology was used in which research tools and techniques, such as interviews and secondary research, were used. The results obtained include the design and structure of the manual, which emerged from ideas generated during sessions focused on the needs of the potential client. Finally, the design of the manual is not only adapted to the planning of Housing Month, but also stands out for its unique ability to adjust to different types of events.*

*Keywords: Real estate event, planning manual, event planning, El Mes de la Vivienda.*

## Índice General

Resumen.....	I
Abstract.....	II
Índice de Figuras.....	V
Índice de Tablas.....	VII
Capítulo 1.....	I
1. Introducción.....	2
1.1 Descripción del problema.....	3
1.2 Justificación del problema.....	4
1.3 Objetivos.....	4
1.3.1 Objetivo General.....	4
1.3.2 Objetivos Específicos.....	5
1.4 Marco Teórico.....	5
Capítulo 2.....	12
2. Metodología.....	13
2.1 Marco Metodológico para el Objetivo Especifico 1.....	15
2.2 Marco Metodológico para el Objetivo Especifico 2.....	18
2.3 Marco Metodológico para el Objetivo Especifico 3.....	19
2.4 Técnicas de Data Análisis.....	20
2.5 Criterio de Rigor y Ética.....	22
Capítulo 3.....	24
3. Resultados.....	25
3.1 Resultados del Objetivo Especifico 1.....	25

3.2 Resultados del Objetivo Especifico 2. ....	31
3.3 Resultados del Objetivo Especifico 3. ....	38
4. Discusión de resultados.....	41
5. Análisis Financiero. ....	42
Capítulo 4.....	43
4. Conclusiones y Recomendaciones.....	44
4.1 Conclusiones.....	44
4.1.1 Conclusiones para el objetivo específico 1.....	44
4.1.2 Conclusiones para el objetivo específico 2.....	44
4.1.3 Conclusiones para el objetivo específico 3.....	46
4.2 Recomendaciones .....	46
Referencias.....	48
Apéndice .....	54

## Índice de Figuras.

<b>Ilustración 1</b> El Mes de la Vivienda. (Mes de la Vivienda, 2023).....	7
<b>Ilustración 2</b> Feria Inmobiliaria Hábitat (Hábitat, 2023).....	8
<b>Ilustración 3</b> Feria Clave! (Bienes raíces Claves, 2023) .....	9
<b>Ilustración 4</b> Técnicas de Data Colection.....	15
<b>Ilustración 5</b> Técnicas de Data Análisis. (Grupo Consultor, 2023).....	20
<b>Ilustración 6</b> Criterios de Rigor. ....	22
<b>Ilustración 7</b> Criterios de ética. (Grupo Consultor, 2023).....	23
<b>Ilustración 8</b> Mapa de Actores.....	26
<b>Ilustración 9</b> Proyectos Inmobiliarios Ingreso mínimo mensual.....	27
<b>Ilustración 10</b> Perfil de Usuario, Familia (Grupo Consultor, 2023).....	28
<b>Ilustración 11</b> Árbol de problemas (Grupo Consultor, 2023).....	29
<b>Ilustración 12</b> Mapa de Empatía (Grupo Consultor, 2023) .....	30
<b>Ilustración 13</b> HMW? .....	31
<b>Ilustración 14</b> Brainstorming Capítulos del Manual. ....	33
<b>Ilustración 15</b> Actividades Comunicación .....	34
<b>Ilustración 16</b> Actividades Operativo .....	35
<b>Ilustración 17</b> Actividades Comunicación .....	35
<b>Ilustración 18</b> Actividades Operativo.....	36
<b>Ilustración 19</b> Actividades Administrativo .....	36
<b>Ilustración 20</b> Actividades Financiero (Grupo Consultor, 2023) .....	37
<b>Ilustración 21</b> Moodboard para la elaboración del manual. ....	38

<b>Ilustración 22</b> Mapa de Empatía - Paulina Viteri .....	54
<b>Ilustración 23</b> Mapa de Empatía - Alexandra Salinas .....	55
<b>Ilustración 24</b> Mapa de Empatía - Raizza Maquizaca .....	55
<b>Ilustración 25</b> Mapa de Actores .....	55
<b>Ilustración 26</b> Árbol de Problemas .....	56
<b>Ilustración 27</b> Perfil del Cliente - Utilidades Pichincha .....	56
<b>Ilustración 28</b> Perfil del Cliente - Utilidades Guayas .....	57
<b>Ilustración 29</b> Braingstorming .....	57
<b>Ilustración 30</b> Braingstorming - Comunicación .....	58
<b>Ilustración 31</b> Braingstorming - Operativo .....	58
<b>Ilustración 32</b> Braingstorming - Administrativo .....	59
<b>Ilustración 33</b> Braingstoriming Financiero .....	59
<b>Ilustración 34</b> HMW? Solución .....	60
<b>Ilustración 35</b> Prototipe to Test – Alexandra Salinas, Área de Comunicación .....	60
<b>Ilustración 36</b> Prototipe to Test – Valeria Naveda, Área Financiera .....	61
<b>Ilustración 37</b> I like I wish I wonder .....	61
<b>Ilustración 38</b> Validación del prototipo final 1 .....	62
<b>Ilustración 39</b> Validación del prototipo final 2 .....	62
<b>Ilustración 40</b> Poster académico del proyecto integrador .....	64

## Índice de Tablas.

<b>Tabla 1</b> Presupuesto de comercialización del Manual (Grupo Consultor, 2023).....	42
<b>Tabla 2</b> Desglose gastos operacionales de salida de campo.....	63
<b>Tabla 3</b> Desglose gastos de diseño y elaboración del manual.....	63

## Capítulo 1

## **1. Introducción.**

Este proyecto de investigación está orientado a la elaboración de una propuesta metodológica para el desarrollo del evento "El Mes de la Vivienda" organizado por APIVE, el cual permitirá documentar la adecuada planificación del pre, durante y post del evento involucrando las actividades respectivas de cada área correspondiente a la organización del Mes de la Vivienda.

APIVE, la Asociación de Promotores Inmobiliarios de Vivienda del Ecuador, es una institución sin fines de lucro que reúne a promotores, instituciones financieras, proveedores de la construcción, gremios y autoridades del Ecuador, las cuales tienen su sede en las áreas metropolitanas de Quito, Guayaquil y Manta. Entre sus principales asociados se encuentran empresas como Proinmobiliaria S.A, Multiraices, Proyecta, Pronobis, Semaica, y otros. APIVE desempeña un papel fundamental como la entidad encargada de la organización del evento denominado "El Mes de la Vivienda". Este evento ofrece diversas actividades, tales como jornadas de open houses los fines de semanas durante todo el mes de abril, ferias de viviendas, la participación de bancos tanto públicos como privados, conferencias de prensa y más de 30 eventos relacionados con el sector inmobiliario y la vivienda.

El Mes de la Vivienda es un evento de gran importancia, el cual responde a la necesidad de proporcionar a todos los ciudadanos interesados en adquirir una vivienda, las herramientas necesarias para explorar, evaluar y comparar información relevante antes de tomar la decisión de adquirir un hogar. Este evento congrega a una gran variedad de actores claves en el ámbito inmobiliario.

El propósito principal de este evento es llevar a cabo una difusión masiva de proyectos, productos de financiamiento y promociones disponibles en el mercado nacional de viviendas. Es un esfuerzo conjunto para informar al público sobre más de 300 proyectos

habitacionales en 50 ciudades del país. Estos proyectos representan una amplia gama de opciones que buscan atender las necesidades y aspiraciones de las familias ecuatorianas en la búsqueda de un hogar propio.

El evento abarca una variedad de actividades que se despliegan a lo largo del mes de abril, que incluyen ferias de viviendas, capacitación para agentes comerciales y otros eventos inmobiliarios de relevancia. La exitosa realización de este evento de magnitud requiere una planificación y ejecución adecuadas, lo que ha llevado a la consecución del éxito que esta edición ha alcanzado, por lo que es necesario documentar las fases del evento (pre, durante y post) para simplificar la ejecución del mismo. En consecuencia, es esencial mantener esta información organizada y documentada para que sirva de ayuda para la planificación de futuras ediciones.

### **1.1 Descripción del problema.**

La primera edición de El Mes de la Vivienda fue exitosa en 2023, organizado por APIVE. A raíz de la logística involucrada en la organización de este evento, APIVE reconoció la necesidad de documentar de manera detallada el proceso del pre, durante y post del evento. Esto incluye la definición de plazos, la programación de actividades, la estandarización de formatos de comunicación y la gestión de bases de datos, entre otros aspectos. Estas prácticas documentadas se aplicarán en futuras ediciones de El Mes de la Vivienda para asegurar su éxito continuo.

Así, es necesario reconocer la importancia de desarrollar un manual, ya que su carencia puede generar problemas como organización deficiente y una gestión ineficiente del tiempo en la preparación del evento. Esto, a su vez, podría ocasionar demoras en su ejecución y afectar la planificación general del evento.

## **1.2 Justificación del problema.**

El diseño de un manual de eventos para "El Mes de la Vivienda" es fundamental, ya que conlleva una serie de impactos positivos significativos. Al proporcionar una estructura organizativa clara, este manual facilita una planificación más eficaz de las actividades relacionadas con el evento y promueve la estandarización de procesos. Además, es importante destacar que el manual no solo contribuye a la planificación y organización del evento, sino que, cuando se desarrolla de manera adecuada, conlleva beneficios adicionales, como la asignación eficiente de recursos, la coordinación efectiva entre equipos y la reducción de posibles errores en la ejecución.

También, la gestión adecuada de este manual garantiza que el evento se desarrolle de manera exitosa, atrayendo beneficios tanto a nivel social como económico. Por último, es relevante resaltar que, al facilitar la capacitación del personal y servir de base para mejorarlas en futuras ediciones, este manual es esencial para asegurar el éxito del evento "El Mes de la Vivienda" y la consecución de sus objetivos de promoción de la vivienda.

## **1.3 Objetivos.**

### **1.3.1 Objetivo General.**

Diseñar un manual orientado a la planificación del evento "El Mes de la Vivienda", de la Asociación de Promotores Inmobiliarios de Vivienda del Ecuador (APIVE), mediante el análisis integral de cada una de las fases del evento, optimizando su ejecución en las ediciones futuras.

### **1.3.2 Objetivos Específicos.**

1. Analizar la planificación del evento 'El Mes de la Vivienda' mediante la información primaria y secundaria para la obtención de resultados que faciliten la elaboración del manual que se llevará a cabo.
2. Diseñar un manual, incluyendo una metodología exhaustiva para la ejecución del evento "El Mes de la Vivienda", mediante el uso de herramientas que simplifiquen la comprensión del manual durante las diferentes fases del evento.
3. Evaluar el prototipo del manual con el cliente, garantizando su alineación con el objetivo del organizador, mediante herramientas de validación para el desarrollo de la planificación del evento.

### **1.4 Marco Teórico.**

#### ***Evento.***

La palabra "evento" abarca una amplia gama de significados y puede tener diversas definiciones en distintos contextos.

Según Getz (2008), indica que los eventos son vivencias que se desarrollan en momentos y lugares específicos, siendo únicos gracias a las interacciones entre las personas y su entorno. Además, resalta que la característica más atractiva de los eventos es su singularidad, ya que nunca se repiten y tienen un enfoque distintivo. Asimismo, enfatiza que, para disfrutar plenamente de la experiencia, es esencial que el invitado esté presente.

Por otro lado, Bowdin (2006), define un evento como un término utilizado para describir presentaciones, actuaciones, rituales o celebraciones conscientemente planificadas con el propósito de crear momentos únicos y especiales en el ámbito cultural y social.

Profundizando en el ámbito del turismo para Carter (2007), Un evento se define como una reunión de individuos con un propósito concreto. Los eventos pueden adoptar diversas formas y organizarse por distintas motivaciones. Por lo tanto, los organizadores de eventos necesitan planificar y prepararse a diferentes niveles, dependiendo del tipo de evento que estén considerando.

Por ello es fundamental considerar que los eventos se pueden clasificar según el tipo de actividades en:

- Eventos Sociales
- Eventos Culturales
- Eventos Deportivos
- Eventos Corporativos
- Eventos Políticos

A su vez, también se los puede clasificar de la siguiente manera:

- Eventos en persona

Este tipo de evento es aquel que reúne físicamente a las personas en un lugar en específico donde puedan participar. Estas pueden ser las conferencias, seminarios, ferias, reuniones corporativas, conciertos, bodas, entre otras.

- Eventos de transmisión

Estos eventos son aquellos que se difunden mediante diferentes canales de comunicación, como la televisión, la radio o plataformas en línea, con el propósito de permitir que una audiencia más amplia tenga la oportunidad de presenciar o escuchar el acontecimiento en tiempo real. Por ejemplo, se encuentran las transmisiones en vivo de deportes, conciertos en vivo en línea, entre otros.

- Eventos híbridos

Estos tipos de eventos es una combinación de los eventos virtuales y los eventos en persona, en el cual pueden asistir físicamente algunas personas y la otra mitad pueden participar de manera virtual en alguna u otra plataforma en línea.

- Eventos virtuales

Estos eventos son aquellos que se lleva a cabo completamente de manera virtual, a través de plataformas online sin la necesidad de contar con la presencia física de los participantes. Por ejemplo, pueden ser conferencias virtuales, seminarios web, conciertos online, reuniones virtuales, entre otros.

A raíz de esto, en Ecuador existe un evento de vivienda muy significativo que se lo realiza cada año durante todo el mes de abril, el cual se lo denomina como “El Mes de la Vivienda”, iniciativa conformada por APIVE.

*Ilustración 1 El Mes de la Vivienda. (Mes de la Vivienda, 2023)*



**Nota:** Logo del Mes de la Vivienda, edición 2023.

### ***Industrias Inmobiliarias.***

De acuerdo con Beck (2022), la industria inmobiliaria engloba una propiedad inmueble, lo que significa una posesión física vinculada a un terreno. Se puede utilizar con fines residenciales, comerciales o industriales. A su vez, dentro de esta industria, se incluye

actividades relacionada con la compra, venta y alquiler de propiedades. Incluyendo terrenos, edificios y recursos naturales. La compra de este tipo de inmuebles va desde financiamientos o por agentes de bienes raíces, pero existen eventos o ferias inmobiliarias donde se reúnen profesionales y actores claves de la industria.

En Ecuador, de acuerdo con la Superintendencia de Bancos (2022), el sector inmobiliario en relación con el PIB corriente del sector otros servicios registraron el nivel más bajo en mayo 2021 contando con un 15,27%, sin embargo, este porcentaje aumento en febrero 2022 con una tasa de 16,69%.

Con el fin de promocionar y dar a conocer los inmuebles que se encuentran a la venta, existen las ferias inmobiliarias que de acuerdo con, Abate (2018), una feria inmobiliaria a un evento comercial en el cual los promotores inmobiliarios instalas sus stands con el fin de exhibir y presentar sus más recientes proyectos en el ámbito inmobiliario.

En Ecuador existen diversas ferias que cumplen con este objetivo entre estás se encuentra:

Hábitat, es una feria inmobiliaria que se celebra en la ciudad de Guayaquil, como parte del cronograma “El Mes de la Vivienda”. En esta feria se presentan varios proyectos inmobiliarios, además asisten instituciones financieras que facilitan el proceso de compra.

**Ilustración 2** Feria Inmobiliaria Hábitat (Hábitat, 2023)



Hábitat 2023

**Nota:** Logo de Feria Hábitat, edición 2023.

¡Feria de Vivienda Mi Casa CLAVE!, está feria se da en la ciudad de Quito y forma parte del cronograma “El Mes de la Vivienda”. En esta feria se podrá encontrar 200 proyectos habitaciones, departamentos, terrenos, oficinas y viviendas de vacaciones.

*Ilustración 3 Feria Clave! (Bienes raíces Claves, 2023)*



**Nota:** Logo de Feria Clave, edición 2023.

### ***Planificación de Eventos.***

La planificación de eventos, de acuerdo con Carter (2007), se trata de un proceso que inicia con la conceptualización del evento y continúa con las fases de planificación, en las que las ideas se formalizan en planes de acción, a su vez este autor también menciona que este procedimiento se desarrolla a lo largo de todas las áreas y actividades que requieren planificación, gestión y ejecución, con el objetivo de asegurar su logro.

Así mismo Baker (2021), afirma que la planificación de eventos abarca diversos aspectos, como la gestión de la comida, la selección de música, la elección del lugar, la decoración y otras tareas relevantes. En el transcurso de este proceso, surge un término de gran importancia, conocido como el planificador de eventos. Este profesional debe poseer un profundo conocimiento de las expectativas del cliente, lo que le permite convertir la visión del evento en una realidad impecable. Además, el planificador de eventos ofrece ayuda a

organizaciones, grupos y clientes en todas las etapas de la planificación y ejecución del evento, incluyendo la fase previa, durante el evento y la etapa posterior al mismo.

La definición de este concepto es fundamental, ya que a través de la planificación de eventos se abarca las fases de un evento lo cual será relevante y de gran ayuda para la solución del problema propuesto.

### ***Estrategia de Marketing.***

Para establecer ¿Qué es la estrategia de marketing? es fundamental conocer ¿Qué es marketing? De acuerdo con Rivas y Esteban (2010), es el conjunto de actividades dirigidas a lograr metas a través de la promoción de intercambios, enfocándose en diversos conceptos y elementos como las necesidades de los consumidores, los productos manufacturados por las empresas, los objetivos tanto de consumidores como de empresas, la solución proporcionada mediante el intercambio, las actividades que estimulan dicho intercambio, la transacción y el logro de los objetivos.

La estrategia de marketing de acuerdo a O. C. Ferrell & Michael D. Hartline (2011) en su libro lo definen como el conjunto de actividades que realiza una organización para entregar un valor excepcional con el fin de satisfacer las necesidades y deseos del mercado objetivo.

### ***Segmentación del mercado***

#### **Segmentación**

De acuerdo a Charles W. L. Hill y Gareth Jones (2005) define a la segmentación de mercado como un proceso mediante el cual una empresa elige organizar a sus clientes, identificando diferencias significativas en sus necesidades o preferencias, con el fin de alcanzar una ventaja competitiva.

Para poder ayudar con la segmentación de mercado se ha decidido analizar un estudio acerca de la tenencia de la vivienda en el Ecuador. Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC) en el año 2010 se obtuvo un porcentaje del 52,4% de familias que cuentan con hogares propios, no obstante, en el año 2022 este porcentaje se redujo a un 48,9%.

### **Perfil del cliente**

De acuerdo a Kotler y Keller en su libro “Dirección de Marketing” (2012), explican que el perfilamiento de grupos de un segmento implica la subdivisión del mercado en grupos más pequeños y homogéneos con características y necesidades similares. El objetivo se basa en comprender mejor las diferencias entre grupos y adaptar las estrategias de marketing para satisfacer las expectativas específicas de cada grupo.

El perfil que apunta APIVE ante la iniciativa del Mes de la Vivienda, es al perfil familiar de un nivel socioeconómico medio.

## **Capítulo 2.**

## **2. Metodología**

### ***Método de investigación.***

El método cualitativo según la definición de Berríos (2000), se caracteriza por generar datos descriptivos e interpretativos a través de las propias palabras de las personas, ya sea mediante la expresión oral o escrita de su comportamiento observado.

Razón a lo mencionado, el método del presente proyecto es de tipo cualitativo, puesto a que conlleva un enfoque el cual se centra en la necesidad de explorar a profundidad el contexto general del evento “El Mes de la Vivienda”. Esto implica la necesidad de comprender aspectos como las percepciones, experiencias, opiniones y necesidades tanto de los clientes como de las partes involucradas en la organización del evento.

### ***Área de Estudio.***

El área de estudio se definió como la zona geográfica que facilita conocer la contextualización del problema. De acuerdo con esta conceptualización se ha definido como área de estudio la organización de eventos de “El Mes de la Vivienda”. Este enfoque proporciona un marco de referencia en el cual se podrá contextualizar la problemática relacionada con la planificación y ejecución del evento.

### ***Tipo de estudio.***

Los estudios exploratorios, tal como los describe Claire S. (1965), involucran la búsqueda de información con el fin de plantear problemas y generar hipótesis que servirán de base para investigaciones posteriores de carácter explicativo. Esto implica la realización de entrevistas, observaciones u otras actividades de investigación que accedan a adquirir un mayor conocimiento sobre el tema en cuestión.

El tipo de estudio aplicado es de enfoque exploratorio ya que aborda una comprensión inicial de la investigación en base a los desafíos y experiencias de la organización pasada del evento “El Mes de la Vivienda”

### ***Design Thinking.***

Antes de abordar el contenido del capítulo 2 del proyecto, es necesario definir lo que es el Design Thinking. De acuerdo con Brown en su libro “Change by Design” (2008), es una disciplina que se basa en el uso de la sensibilidad y la creatividad de un diseñador para lograr un equilibrio entre tres aspectos clave: las necesidades de las personas, lo que es posible desde una perspectiva tecnológica y lo que puede generar valor para el cliente y oportunidades de mercado desde una perspectiva empresarial.

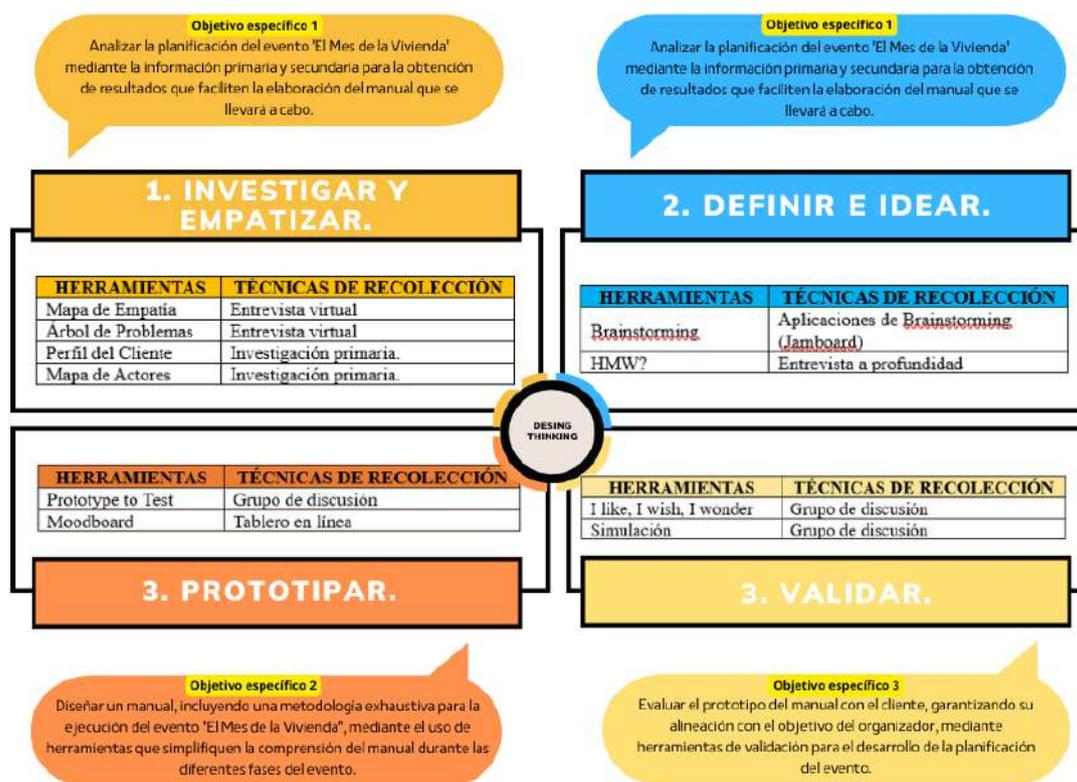
Las etapas del Design Thinking según Harrison (2018) constan de cinco fases, que son investigar, empatizar, definir, idear, prototipar y evaluar. No obstante, en el contexto de este proyecto, se han aplicado cuatro etapas específicas, que se han denominado como investigar y empatizar, definir e idear, prototipar y validar. Cada una de ellas se ajustan con sus respectivos objetivos específicos y sus herramientas claves para desarrollar la solución propuesta, centrada en crear el manual de eventos para el "Mes de la Vivienda" de APIVE.

Por lo tanto, a medida que se va desarrollando este proyecto utilizando la metodología del Design Thinking, surgen nuevas perspectivas e ideas que conducen a la creación de una solución altamente efectiva. La importancia de este enfoque radica en empatizar con el cliente, analizar las pautas claves para la creación del manual, ponerlo en práctica con el prototipo y finalmente realizar su respectiva evaluación crítica. Este proceso se traduce en la

garantía de que el manual no solo cumplirá su propósito de manera exitosa, sino que también se adaptará de manera óptima a las necesidades específicas del cliente.

**Nota:** Técnicas de Data Collection para el proyecto integrador.

*Ilustración 4 Técnicas de Data Collection.*



## 2.1 Marco Metodológico para el Objetivo Específico 1.

El objetivo específico 1, se encuentra dentro de las fases 1 y 2, las cuales son investigar y empatizar y definir e idear, ya que durante estas fases podremos obtener información esencial para el desarrollo de las siguientes fases, este objetivo se define como:

Analizar la planificación del evento 'El Mes de la Vivienda' mediante la información primaria y secundaria para la obtención de resultados que faciliten la elaboración del manual que se llevará a cabo.

### Mapa de Empatía.

El Mapa de Empatía es según García (2019), una herramienta que simplifica la comprensión de lo que el cliente desea y busca en un producto o servicio, analizando sus emociones y comportamientos dentro de la sociedad.

Esta herramienta facilita conocer como el cliente se siente y piensan del problema dado y a su vez permitiría visualizar las necesidades, deseos, pensamientos y sentimientos, para identificar oportunidades de mejora del manual a desarrollar.

### **Árbol de Problemas.**

El árbol de problemas es una herramienta cuyo objetivo, según Martínez & Fernández (2008), facilita la generación de ideas creativas para la identificación de problemas y la estructuración de la información recopilada, creando un modelo de relaciones causales descriptivas. Esta técnica simplifica tanto la identificación como la organización de las causas y efectos vinculados a un problema.

En el desarrollo de la solución, el árbol de problemas ayudará a identificar las causas y efectos del problema planteado, dando un panorama general de las consecuencias de no desarrollar un manual y causas del porque aún no se desarrolla.

### **Perfil del Cliente.**

El perfil del Cliente o perfil del consumidor según Rabit (1994), es el conjunto de características demográficas y sociales que distinguen la preferencia de una marca, los clientes de un establecimiento y los usuarios de un servicio, este instrumento facilita la evaluación de su capacidad para brindar un servicio o producto de calidad al cliente.

El uso de esta herramienta permitirá definir las características del cliente o participante que usará el manual, y las necesidades del cliente.

### **Mapa de Actores.**

El mapeo de actores de acuerdo con Fundación Presencia (s, f) es una técnica que simplifica la identificación de los participantes u organizaciones fundamentales para la planificación, diseño, implementación o evaluación de un proyecto.

Además del nivel de interés que tienen alrededor de la solución, es fácil identificar los actores involucrados en el problema.

### **2.1.1 Herramientas de la Fase Definir e Idear.**

#### **Brainstorming.**

Brainstorming o lluvia de ideas, es una técnica que según Al-Samarraie and Hurmuzan (2018), fomenta la creatividad grupal al proporcionar el intercambio de ideas y pensamientos entre los miembros, con el objetivo de encontrar soluciones a problemas prácticos.

Esta herramienta permite generar ideas colectivas sobre el contenido incluido en el manual, además ayudará a identificar temas y áreas claves que se deberán cubrir en el desarrollo del manual, y si hay problemas en esta fase, esta técnica podrá ayudar a encontrar soluciones creativas y eficaces.

#### **HMW?**

HMW (How Might We?), de acuerdo con Ferreira (2020) consiste en un medio de expresión de ideas a través de preguntas cortas iniciadas con “How Might We?” (¿Cómo podríamos?), el cual funciona como un disparador mental para que fluyan mejores ideas. Esta técnica permite visualizar otros ángulos enfocados en la problemática, y a su vez ayuda a cuestionarse el por qué se decide cambiar algo.

## **2.2 Marco Metodológico para el Objetivo Especifico 2.**

El objetivo específico 2, se encuentra definido dentro de la fase 3 del Design Thinking, debido que dentro de estas fases será fundamental desarrollar ideas alrededor de la solución además de ejecutar un prototipo que se adapte a las necesidades del cliente, este objetivo se define como:

Elaborar un manual, que incluya directrices claras y detalladas para la ejecución del evento "El Mes de la Vivienda", mediante herramientas y la segmentación de contenidos que simplifiquen la comprensión del manual durante las diferentes fases del evento.

### **Prototype to Test.**

Prototype to test o más conocido en español como prototipo para prueba, según Brown en su libro "Change by Design" (2008), esta herramienta implica la creación de prototipos como una forma de dar vida a las ideas y conceptos propuestos. Además, destaca que los prototipos son sometidos a pruebas con usuarios reales, lo que permite obtener retroalimentación y efectuar ajustes en la solución propuesta.

En lo que concierne al manual, esta herramienta sería de gran utilidad en las etapas de ideación y prototipado, ya que posibilita la adaptación del manual a las necesidades y expectativas reales del cliente. A través de la retroalimentación constante del cliente durante las pruebas, es posible efectuar ajustes y mejoras necesarios de manera oportuna.

### **Moodboard.**

Moodboard de acuerdo con Kelley (2004), la importancia del moodboard como una herramienta visual radica en el uso que esta posee para generar ideas creativas el diseño y priorizar la comunicación visual.

La implementación de esta herramienta visual promoverá a una mejora en la planificación del desarrollo del diseño del manual, incluyendo aspectos como:

- ✓ Tipografía
- ✓ Colores
- ✓ Estilo Gráfico

### **2.3 Marco Metodológico para el Objetivo Especifico 3.**

El objetivo específico 3, se encuentra dentro de la fase de validar, ya que durante esta fase podremos validar el prototipo propuesto y a su vez presentar los resultados generados mediante la validación, este objetivo se define como:

Evaluar el prototipo del manual con el cliente en términos de eficiencia y satisfacción de los participantes mediante herramientas de validación para el correcto desarrollo de la planificación del evento.

#### **I like, I wish, I wonder.**

El método "I like, I wish, I wonder" no suele ser ampliamente reconocido en el contexto del Design Thinking, sin embargo, según Gilmartin (2022), lo describe como un enfoque basado en el fortalecimiento. Esto implica la creación de un entorno seguro que facilita la expresión de opiniones y observaciones, tanto positivas como negativas, acerca de un prototipo.

Al aplicar este método en el manual a elaborar, resultaría novedoso y práctico ya que se lo puede aplicar de la siguiente manera:

**Like (Me Gusta):** En este apartado se recopilan los aspectos del prototipo del manual que el cliente encuentra positivo, a su vez ayuda a identificar las fortalezas del manual que se

deben mantener.

**I Wish (Desearía):** En esta etapa, se recopilan las sugerencias y deseos del cliente, permitiendo identificar las áreas que pueden ser mejoradas o ajustadas en el manual.

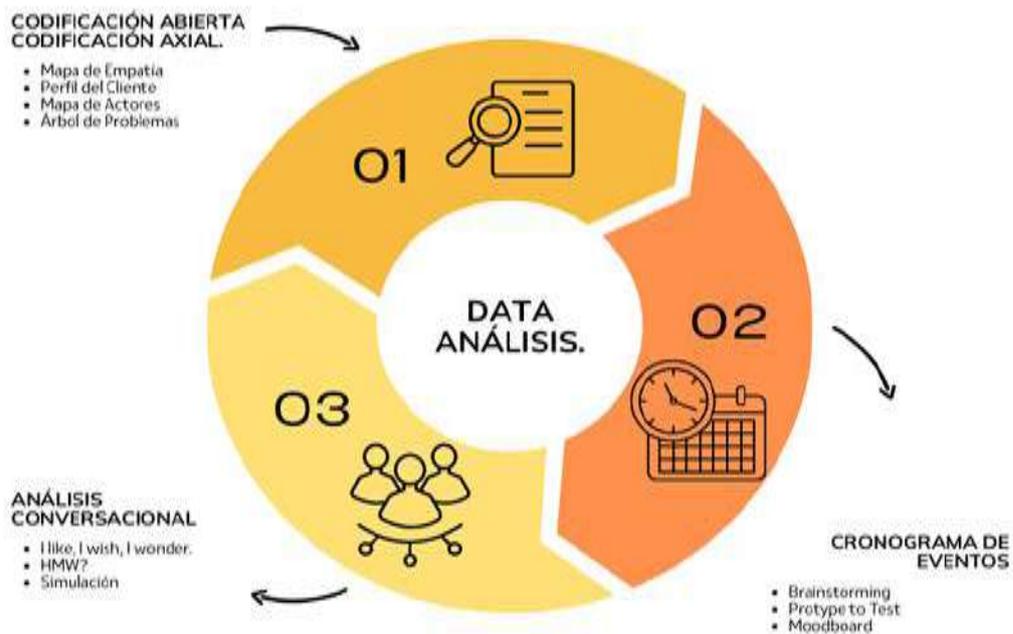
**I Wonder (Me Pregunto):** En esta fase, se exploran las preguntas y dudas que el cliente pueda tener con respecto al manual y su implementación.

### Simulación.

La simulación de prototipos se emplea para presentar las propuestas a los usuarios, buscando obtener una retroalimentación precisa. Esta metodología facilita la interacción con los usuarios, brindando información valiosa sobre cómo la solución propuesta responde a sus necesidades y expectativas.

## 2.4 Técnicas de Data Análisis.

*Ilustración 5 Técnicas de Data Análisis. (Grupo Consultor, 2023)*



**Nota:** Técnicas de Data Análisis usadas durante el desarrollo del proyecto.

Para el análisis de los datos obtenidos a través de las fases de Desing Thinking se eligieron las siguientes técnicas de data análisis,

### **Codificación Abierta y Codificación Axial.**

La codificación de datos, de acuerdo con Gil (2010), consiste en el proceso de fragmentar o segmentar los datos en función de su significado para con las preguntas y objetivos de investigación, implicando un trabajo inicial para la preparación de materia prima el cual deberá de ser abstraída e interpretada. Así mismo el autor menciona, que la codificación permite condensar datos analizables logrando revisar minuciosamente lo que quiere decir los datos. Por otro lado, la codificación axial va luego de la codificación abierta, este proceso consiste en relacionar los códigos identificados en la codificación abierta y como estos se interconectan, lo cual ayuda a comprender la estructura de los datos.

La técnica elegida permitirá clasificar los temas e ideas que comparten los participantes o el cliente, pudiendo analizar de manera eficaz la información compartida.

### **Análisis Conversacional.**

El análisis conversacional, de acuerdo con Gonzáles (2016) ayuda analizar detalladamente las interacciones verbales entre personas. Observa atentamente los encuentros conversacionales entre los sujetos hablantes. Describe, parafrasea, analiza, comenta, categoriza y propone una investigación sistemática con el fin de comprender lo que los humanos dicen.

Está técnica permitirá analizar las entrevistas de forma profunda, usando técnicas de transcripción y codificación, permitiendo agrupar las ideas y temas en común.

### **Cronograma de Eventos.**

El cronograma de eventos, según Suarez & Gonzales (2012), es aquella técnica que se utiliza para crear la programación de las tareas de un proyecto. En esta se detalla el calendario del proyecto, incluyendo fechas de inicio y finalización, días en que se realizará el evento, fases del evento, días laborables, horas de trabajo, festivos y períodos de descanso, entre otros.

Esta técnica será útil para organizar y representar la secuencia de actividades y acciones que ocurren en las fases pre, durante y post del evento.

Esto se logrará a través de la aplicación de las herramientas mencionadas anteriormente de la data collection.

## 2.5 Criterio de Rigor y Ética.

### 2.5.1 Criterios de Rigor.

**Ilustración 6** *Criterios de Rigor.*

## CRITERIOS DE RIGOR.



**Nota:** Criterios de Rigor, fundamental para el proyecto.

## 2.5.2 Criterios de Ética.

Ilustración 7 Criterios de ética. (Grupo Consultor, 2023)

# CRITERIOS DE ÉTICA.



**Nota:** Criterios de Ética, fundamental para el proyecto.

## **Capítulo 3.**

### 3. Resultados

#### 3.1 Resultados del Objetivo Especifico 1.

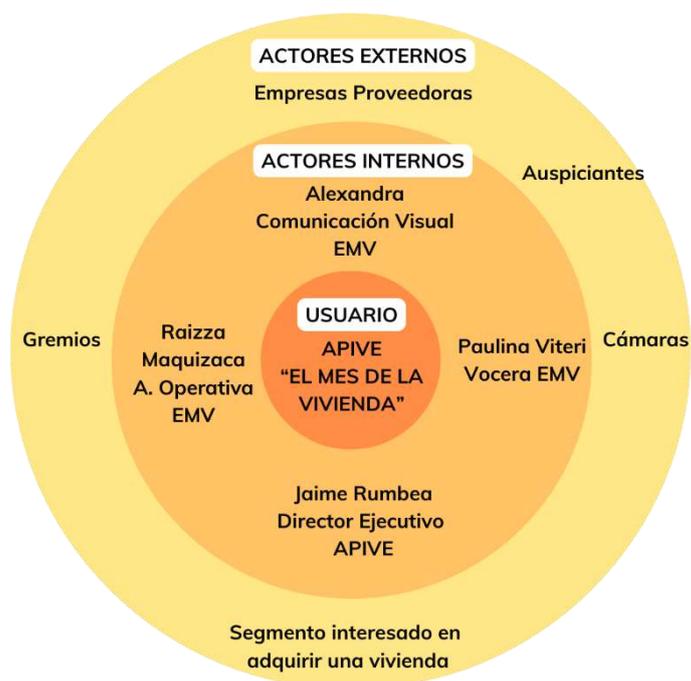
El objetivo específico 1, se relaciona con el análisis de la planificación del evento 'El Mes de la Vivienda' mediante la información primaria y secundaria para la obtención de resultados que faciliten la elaboración del manual que se llevará a cabo, en el cual se obtuvieron los siguientes resultados.

#### **Identificación de los actores internos y externos involucrados en el evento El Mes de la Vivienda.**

Basado en los actores que intervienen en el desarrollo del manual de planificación de eventos para el Mes de la Vivienda, se clasifico de acuerdo con:

- **Usuario:** Actor principal con el cual se relaciona a los actores que intervienen en la matriz.
- **Actores Internos:** Actores que interactúan de forma directa con el usuario.
- **Actores Externos:** Entidades, empresas entre otros actores que interactúan de forma indirecta con el usuario.

**Ilustración 8** Mapa de Actores.



**Nota:** Mapa de actores identificados durante la fase de investigación.

### **Reconocer el segmento de interés.**

Identificar el segmento de interés en adquirir una vivienda, facilita conocer a que nicho de mercado se quiere llegar con el propósito de desarrollar una estrategia de marketing que se enfoque en dicho segmento.

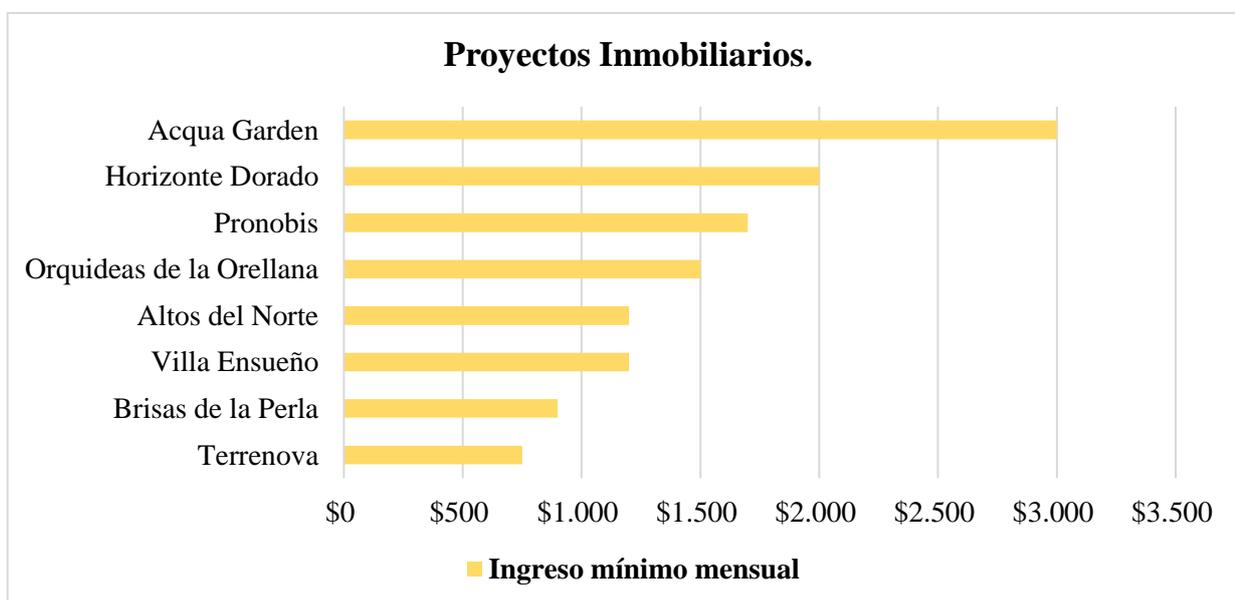
De acuerdo con Alexandra Salinas, encargada del área de comunicación del Mes de la Vivienda, manifestó que el segmento principal es el **público familiar** de un nivel medio/medio alto el cual tenga un poder adquisitivo suficiente para adquirir una vivienda. De acuerdo con lo expuesto por Alexandra, se procedió a desarrollar el perfil del cliente, centrándonos en la información primaria y secundaria.

### **Proyectos Inmobiliarios.**

Para conocer el nivel de ingreso mínimo mensual que solicita un proyecto inmobiliario se procedió a investigar varios proyectos con diversos rangos de precios siendo estos los siguientes:

- Altos del Norte.
- Orquídeas de la Orellana.
- Horizonte Dorado.
- Villa Ensueño.
- Terrenova.
- Brisas de la Perla.
- Acqua Garden.
- Pronobis.

**Ilustración 9** *Proyectos Inmobiliarios Ingreso mínimo mensual.*



**Nota:** Proyectos Inmobiliarios por rango de precio.

Con esta información obtenida se realizó un gráfico en el cual se podrá visualizar de mejor manera los resultados obtenidos.

De acuerdo con la información obtenida, por medio de la investigación secundaria se determinó el estatus social a partir de los ingresos mensuales que obtienen los ciudadanos en el país. Según el periódico, La Hora (2021), la clase media recibe un ingreso mensual entre \$803 y \$1605, la clase media alta gana entre \$1606 y \$4012 y para finalizar la clase alta percibe \$4013 o más. Para poder determinar la clase socioeconómica, se analizó los ingresos mínimos requeridos por los proyectos inmobiliarios como los ingresos que deberían de obtener una clase social determinada. Debido a la existencia de una mayor cantidad de proyectos inmobiliarios que abarcan un rango entre \$1200 a \$1500, se concluye que el perfil de cliente se debería enfocar en la **clase socioeconómica media**.

**Ilustración 10** Perfil de Usuario, Familia (Grupo Consultor, 2023)

PERFIL DE USUARIO: FAMILIA.



**DEMOGRÁFICO.**  
 Familia conformada generalmente por un padre y una madre con hijos.  
**Tamaño:** Mayor a 3 personas.  
**Sexo:** Mujer y hombre.  
**Edades:** >= 35 años  
 Hijos entre 3 -10 años.  
**Estado Civil:** Casados o Unión libre.  
**Ingresos:** > = \$1200 mensual por persona (padres)  
**Educación:** Título de cuarto nivel o superior

**GEOGRAFÍA.**  
 Familias que residen dentro del país (Ecuador).

**PSICOGRÁFICO.**  
**Estilo de Vida:**

- Desean tener un espacio seguro en el que puedan vivir.
- Buscan vivir en un lugar tranquilo y en zonas privadas (urbanizaciones)
- Desean adquirir viviendas con habitaciones amplias (incluyendo el área de cocina y patio)

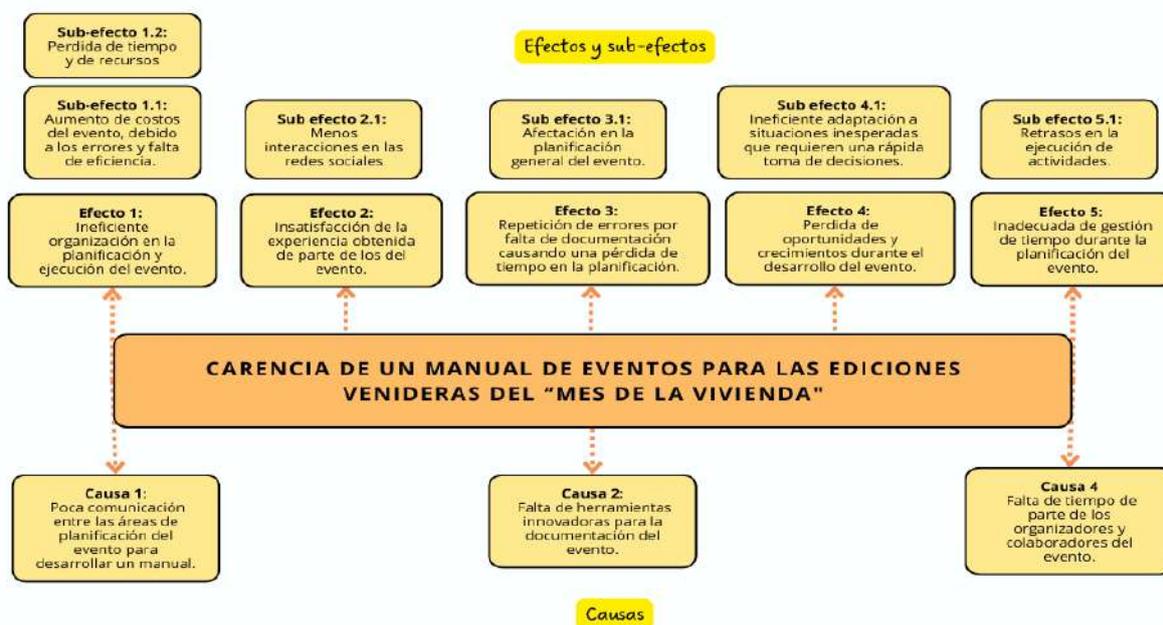
**Estatus social:** Clase Media y económicamente estables.

**Nota:** Perfil de Usuario, características de la familia.

## Definición del problema central del Mes de la Vivienda a través del Árbol de Problemas.

Se ha llevado a cabo la elaboración del Árbol de Problemas, una técnica que según Aguirre et al (2021), busca identificar una problemática central o una situación adversa, abordando la solución mediante el análisis de relaciones de causa - efecto. En el contexto de este proyecto, se ha definido el problema central como la "Carencia de un manual de eventos para las ediciones venideras del Mes de la Vivienda". Esta definición ha simplificado la creación de varias alternativas de solución en vez de restringirse a una única respuesta. Luego de identificar el problema central, se presenta tanto las causas como los efectos negativos resultantes, interrelacionando los tres componentes de manera gráfica.

*Ilustración 11* Árbol de problemas (Grupo Consultor, 2023)



**Nota:** Árbol de Causas y Efectos referentes al problema principal

**Comprender de manera más profunda y detallada las necesidades, deseos y desafíos de los autores internos del Mes de la Vivienda.**

**Ilustración 12** Mapa de Empatía (Grupo Consultor, 2023)



**Nota:** Mapa de empatía, con la información recolectada a través de las entrevistas.

Para esta sesión se ha realizado el uso de la herramienta Mapa de Empatía, para profundizar en la comprensión de los autores internos que participan en este proyecto, incluyendo a Paulina Viteri, Alexandra y Raizza Maquizaca. Se han recopilado los comentarios más frecuentes con el fin de elaborarlos de manera gráfica, como se detalla a continuación.

Este análisis resultó invaluable para reconocer a fondo sus necesidades, deseos y desafíos, así como para identificar sus intereses clave en relación con el prototipo, que en este caso sería el manual.

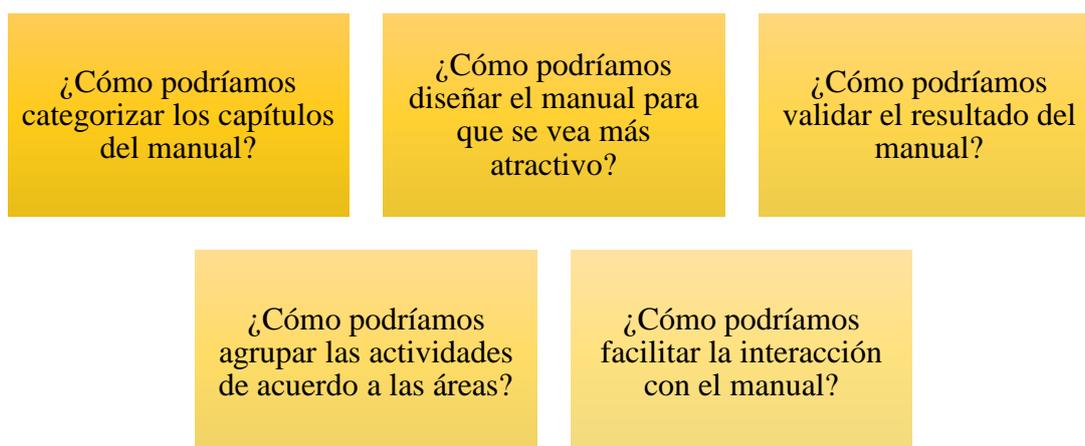
### 3.2 Resultados del Objetivo Especifico 2.

El objetivo específico 2 hace referencia, la elaboración de un manual, que incluya directrices claras y detalladas para la ejecución del "El Mes de la Vivienda", mediante herramientas y la segmentación de contenidos que simplifiquen la comprensión del manual durante las diferentes fases del evento, obteniendo los siguientes resultados.

#### ¿Cómo podríamos diseñar el manual para la planificación del evento El Mes de la Vivienda?

Para la generación de ideas fue necesario la herramienta HMW?, en la cual proporciono tanto ideas como soluciones para el diseño del manual de planificación de eventos para el Mes de la Vivienda, dando los siguientes resultados:

**Ilustración 13** HMW?



**Nota:** Se identifico las principales ideas, para proponer soluciones.

## **Braingstorming para identificar la estructura del manual**

La definición de los capítulos del manual se llevó a cabo mediante la aplicación de la técnica de Brainstorming, lo cual resultó altamente beneficioso al permitir la categorización de los capítulos como se detalla a continuación.

- **Introducción:** Portada, índice, información general del Mes de la Vivienda.
- **Stakeholders:** Identificar agentes, auspiciantes, proyectos inscritos, y aliados estratégicos, determinar figuras responsables, identificar áreas y responsables.
- **Fases, actividades y cronograma:** Pre, durante, post y cronograma en cada fase.
- **Finanza:** Evaluación de los ingresos.

Para su mejor visualización de manera gráfica se lo realizó de la siguiente manera.

**Ilustración 14** *Brainstorming Capítulos del Manual.*



Asimismo, al destacar las actividades de cada área vinculada al desarrollo del Mes de la Vivienda, tales y como.

- Diseño y Comunicación
- Operativa
- Administrativo
- Financiero

Se logró organizarlas según las fases de un evento, abarcando tanto el periodo previo, durante y posterior. Esta estructuración se presenta de forma gráfica y detallada como se puede apreciar a continuación.

**Ilustración 15** Actividades Comunicación

**COMUNICACIÓN**

ACTIVIDADES	PRE - EVENTO	DURANTE	POST - EVENTO
Actualizaciones de bases de auspicios de ediciones pasadas y futuras	X		
Propuesta logo	X		
Definición del logo	X		
Actualización del logo del EMV 2024	X		
Adaptación firma correo EMV 2024	X		
Diseño mailing anuncio EMV 2024	X		
Diseño mailing invitando a registrar EMV 2024	X		
Elaboración de forms para registro aliados/proyectos	X		
Diseño del Mailing de registro de aliados/proyectos	X		
Diseño mailing venta auspicios	X		
Diseño PDF web 2024 auspicios	X		
Campaña lanzamiento paquetes auspicios	X		
Paquete de auspicios en web	X		
Elaboración de forms para registro aliados/proyectos	X		
Registro proyectos	X		
Actualización base de datos proyectos, aliados estratégicos y evento	X		
Diseño de Marketing de Contenido (Web)	X		
Propuesta de Marketing de Contendio (Web)	X		
Rediseño web EMV 2024	X		
Propuesta rediseño web EMV 2024	X		
Diseño web anuncio EMV 2024	X		
Propuesta web anuncio EMV 2024	X		

**Nota:** Actividades realizadas por el área de comunicación, ordenadas de forma cronológica.

Ilustración 17 *Actividades Comunicación*

ACTIVIDADES	PRE - EVENTO	DURANTE	POST - EVENTO
Ajuste de imagen	X		
Ajuste diseño web	X		
Ajuste de visualización anunciando EMV 2024	X		
Habilitar botón de pago con tarjeta en web	X		
Autorización uso datos personales en web	X		
Actualización de nuevos proyectos en web	X		
Publicación web anunciando EMV 2024	X		
Arranque diseño, imágenes, proyectos e insumos	X		
Arranque desarrollo web	X		
Se carga la versión EMV 2024 de la web	X		
Publicación web anunciando EMV 2024	X		
Propuesta del Diseño de la Campaña de Relaciones Públicas	X		
Diseño de la Campaña de Relaciones Públicas	X		
Campaña de Relaciones Públicas		X	
Difusión de rueda prensa	X		
Diseño de Campaña de Redes Sociales	X		
Propuesta de Campaña de Redes Sociales	X		
Campaña de Redes Sociales		X	
Diseño campaña de lanzamiento EMV 2024	X		
Propuesta de campaña de lanzamiento EMV 2024	X		
Campaña de lanzamiento EMV 2024		X	
Cierre campaña PR + redes			X

**Nota:** Actividades realizadas por el área de comunicación, ordenadas de forma cronológica.

Ilustración 16 *Actividades Operativo*

OPERATIVO

ACTIVIDADES	PRE - EVENTO	DURANTE	POST - EVENTO
Formato carta auspicios	X		
Envío de carta auspicios	X		
Elaboración paquete de auspicios	X		
Envío de mailing venta auspicios	X		
Llamada de confirmación de los auspiciantes	X		
Concretar auspiciantes	X		
Arranca venta auspicios	X		
Busqueda de proveedores	X		
Selección proveedores	X		
Cotización proveedores	X		
Busqueda de proveedores PR	X		
Selección proveedores PR	X		
Cotización proveedores PR	X		
Llamada de confirmación de proveedores	X		

**Nota:** Actividades realizadas por el área operativa, ordenadas de forma cronológica.

**Ilustración 18** Actividades Operativo

ACTIVIDADES	PRE - EVENTO	DURANTE	POST - EVENTO
Concretar proveedores	X		
Búsqueda de aliados/proyectos	X		
Selección de aliados/proyectos	X		
Contacto aliados gremiales	X		
Contacto aliados APIVE	X		
Contacto aliados ferias	X		
Llamada de confirmación de aliados	X		
Concretar aliados	X		
Cita de seguimiento para aliados, proveedores y auspiciantes	X		
Actualización base de datos aliados	X		
Busqueda del lugar de lanzamiento	X		
Selección del lugar de lanzamiento	X		
Cotización del lugar de lanzamiento	X		
Definición productos / eventos EMV	X		

**Nota:** Actividades realizadas por el área operativa, ordenadas de forma cronológica.

**Ilustración 19** Actividades Administrativo

## ADMINISTRATIVO

ACTIVIDADES	PRE - EVENTO	DURANTE	POST - EVENTO
Selección proveedores	X		
Selección proveedores PR	X		
Selección de aliados/proyectos	X		
Selección del lugar de lanzamiento	X		
Contacto aliados gremiales	X		
Contacto aliados APIVE	X		
Contacto aliados ferias	X		
Elaboración paquete de auspicios	X		
Actualización base de datos aliados	X		
Definición productos / eventos EMV	X		
Revisión de las actividades propuestas por área	X		
Campaña de Relaciones Públicas		X	
Lanzamiento de la Rueda de Prensa		X	
Capacitación de productos hipotecarios		X	
Cierre campaña PR + redes			X

**Nota:** Actividades realizadas por el área administrativa, ordenadas de forma cronológica.

**Ilustración 20** *Actividades Financiero (Grupo Consultor, 2023)***FINANCIERO**

ACTIVIDADES	PRE - EVENTO	DURANTE	POST - EVENTO
Aprobación proveedores	X		
Aprobación lugar lanzamiento	X		
Elaboración del presupuesto proyectado	X		
Aprobación proveedores PR	X		
Elaboración de los Resultados Financieros			X

**Nota:** Actividades realizadas por el área financiera, ordenadas de forma cronológica.

**Diseño y elaboración del manual por medio del uso de moodboard.**

Para establecer el diseño y la estructura que tendrá el manual, se realizó un moodboard el cual según Garner y McDonagh (2001), se trata de un collage de imágenes u objetos que se utilizan para ayudar al análisis, creatividad y el desarrollo de ideas en la actividad de diseño.

En el desarrollo del moodboard se ilustra, los colores, tipografía e imágenes referenciales de lo que sería las áreas que se encargan de la planificación del Mes de la Vivienda, como se puede visualizar en la siguiente ilustración.

**Ilustración 21** Moodboard para la elaboración del manual.



**Nota:** Moodboard con las ideas principales que tendrá el manual.

### Prototipo to test

Esta herramienta se vuelve especialmente valiosa antes de la validación final del prototipo, ya que permite la adaptación del manual a las necesidades y expectativas reales del cliente. A través de la retroalimentación constante durante las pruebas, se pueden realizar ajustes y mejoras de manera oportuna.

Para entrar en contexto, se ha realizado pruebas del manual a las encargadas de cada área involucradas en el desarrollo del Mes de la Vivienda, mediante reuniones donde se realiza las debidas correcciones de sus actividades, y a sí mismo presentando un avance del prototipo final a cada cliente, de tal manera adaptar el manual a sus necesidades específicas.

### 3.3 Resultados del Objetivo Especifico 3.

El objetivo específico 3, hace referencia a evaluar el prototipo del manual con el cliente, garantizando su alineación con el objetivo del organizador, mediante herramientas de

validación para el desarrollo de la planificación del evento, obteniendo los siguientes resultados.

### **Simulación.**

Esta herramienta permitió conocer si los resultados finales eran los esperados por el cliente, mediante diversos casos destinados para cada área, los cuales fueron los siguientes:

- **Área Administrativo:** Imagine que desee información sobre la preparación del evento de lanzamiento, y necesite encontrar de manera urgente esa información.
- **Área Financiero:** Imagine que desee realizar el flujo proyectado para la siguiente edición del Mes de la Vivienda, y necesite encontrar de manera urgente la plantilla del flujo proyectado.
- **Área Operativo:** Imagine que su jefe le pida enviar un mailing en este momento de manera urgente y desea el formato de carta auspicio.
- **Área Diseño y Comunicación:** Imagine que su jefe le pida enviar un mailing en este momento de manera urgente para anunciar El Mes de la Vivienda.

El objetivo de esta simulación fue conocer si los tiempos de búsqueda de información dentro del manual son los adecuados, además de conocer si la estructura establecida sea de fácil entendimiento para encontrar la información deseada.

De acuerdo a la reunión de validación se destacaron varios puntos los cuales fueron:

- Los tiempos de búsqueda son adecuados y cumple con el objetivo.
- La información solicitada en los casos fue hallada correctamente, aunque en ciertos casos fue un poco confuso.
- Los organizadores de las demás áreas pudieron realizar la información de las demás áreas para probar la funcionalidad del manual.

**I like, I wish, I wonder.**

Esta herramienta resultó muy útil para obtener información detallada sobre las especificaciones de los actores clave del Mes de la Vivienda acerca del manual mediante el uso de Mentimeter, una plataforma en línea. Los resultados obtenidos fueron los siguientes:

- **I like:** El orden de las etapas, las actividades y poder navegar en ellas con los botones que van a los diferentes menús, la estructura del manual el cual facilita encontrar la información, cronograma de actividades por fases y la accesibilidad para actualizar los documentos.
- **I wish:** Desglosar las actividades en procesos más detallados, insertar imágenes exclusivas del Mes de la Vivienda, ajustes en los nombres de las etapas (pre, durante y post) y la creación de una lista desplegable de las áreas en el cronograma.
- **I wonder:** ¿Se podrá tener acceso a los documentos anclados en el manual?, ¿Los documentos pueden ser editables?, ¿Cómo el manual aborda la seguridad de la información de datos sensibles?

Esta información resultó invaluable, permitiendo realizar ajustes necesarios y avanzar hacia la entrega de un prototipo de mayor fidelidad.

#### **4. Discusión de resultados.**

En este proyecto, se realizó una investigación exhaustiva para el desarrollo de un manual de planificación para el Mes de la Vivienda, con el objetivo de proporcionar a los organizadores una herramienta eficaz que facilite la visualización del contenido.

Paulina Viteri y las encargadas de las áreas de comunicación, operación y financiero, expresaron una clara preferencia por una estructura que abordara cada área encargada de la planificación del Mes de la Vivienda, basándose en la necesidad de una referencia rápida y fácil navegación. Se identificaron temas claves como, los auspiciantes, aliados, proveedores, proyectos inmobiliarios y cronograma, que fueron considerados esenciales en la planificación del Mes de la Vivienda, además de la inclusión de plantillas que ayudarán a disminuir el tiempo de búsqueda de cada archivo.

Dentro del diseño se consideró el uso de elementos visuales y atractivos que faciliten la comprensión del usuario, la elección de colores y topografía están asociadas al diseño del Mes de la Vivienda para no perder la esencia.

## 5. Análisis Financiero.

Para el diseño y elaboración del manual, no se estableció un costo, sin embargo, es necesario tomar en cuenta el posible precio que tendría el manual en el caso de que desee comercializar el manual para la planificación de eventos similares.

**Tabla 1** *Presupuesto de comercialización del Manual (Grupo Consultor, 2023)*

<b>Actividades operacionales</b>	<b>Costo</b>
Servicio de transporte	\$34,30
Servicio de internet	\$6,00
<b>Subtotal de actividades operacionales</b>	<b>\$40,30</b>
Consultoría (Elaboración del Manual)	\$1193,70
<b>Total, presupuesto de Elaboración del manual</b>	<b>\$1234</b>
<b>Consultoría (elaboración del manual)</b>	

Para visualizar el desglose detallado del presupuesto véase **anexo 11**.

## **Capítulo 4.**

## **4. Conclusiones y Recomendaciones.**

### **4.1 Conclusiones.**

#### **4.1.1 Conclusiones para el objetivo específico 1.**

En el contexto del primer objetivo específico de este proyecto, el análisis derivado de la información primaria y secundaria sobre la planificación del Mes de la Vivienda ha resultado fundamental. Este análisis no solo ha permitido una comprensión más profunda, sino que también ha facilitado la formulación de una solución precisa para el problema planteado. A través de la aplicación de las herramientas del Design Thinking, se logró identificar tanto las fortalezas como las debilidades, así como a los actores clave vinculados al desarrollo del Mes de la Vivienda, además de conocer cómo se sienten los actores a raíz del problema identificado.

Tras obtener información relevante acerca de los actores centrales en el Mes de la Vivienda y basándonos en el análisis efectuado, se puede concluir que existe un punto de dolor relacionado con la organización de las actividades en cada área, así como la carencia de una herramienta que ayude a plasmar la documentación en un solo sitio, permitiendo que esté sea accesible fácilmente para la planificación del Mes de la Vivienda.

En otras palabras, la falta de una documentación detallada y la búsqueda de información acerca de las actividades a realizar podría ocasionar retrasos en la planificación e incluso generar inconvenientes con el personal encargado del desarrollo del Mes de la Vivienda.

#### **4.1.2 Conclusiones para el objetivo específico 2.**

La elaboración del diseño del manual se vio enriquecida por el análisis y los resultados obtenidos en el marco del primer objetivo específico, sirviendo como un sólido

punto de partida para la estructura y los capítulos del manual. La aplicación de herramientas de Design Thinking, junto con otras técnicas como entrevistas a profundidad y grupos focales, desempeñó un papel fundamental en ampliar nuestra comprensión sobre la estructura y diseño del manual.

A partir de las entrevistas efectuadas tanto al cliente como a los entes encargados de cada área se logró abordar de manera integral las actividades previas, durante y posteriores en las áreas clave vinculadas al desarrollo del Mes de la Vivienda, tales como el área de diseño y comunicación, administrativo, operativo y financiero. Además, se propuso un cronograma detallado que presenta las actividades de manera cronológica, proporcionando una guía clara que facilitará significativamente la planificación del Mes de la Vivienda. Adicionalmente, se agregaron otros elementos como una lista de aliados y auspiciantes el cual contiene el nombre del director general y su respectivo correo electrónico, facilitando la comunicación con cada una de estas empresas u organizaciones, componentes como proyectos inscritos, figuras responsables y áreas, también fueron nombrados como un factor fundamental para adicionar al manual.

En relación con la gestación del prototipo, se requirió la utilización de herramientas de diseño, lo cual permitió el acceso a aplicaciones propicias para el desarrollo del manual. Los atributos cromáticos, tipográficos e icónicos se sustentan en la identidad visual del Mes de la Vivienda, propiciando concordancia y armonía con el evento. En lo que concierne a sus características, este manual ha sido diseñado con la finalidad de permitir al usuario encontrar la información en poco tiempo, por lo que se han incorporado enlaces que facilitarán la búsqueda de documentos esenciales para planificación del Mes de la Vivienda.

En virtud de esto, se llega a la conclusión de la enorme importancia de acercarse al cliente y considerar sus necesidades y opiniones. Asimismo, se destaca el valioso papel

desempeñado por las herramientas del Design Thinking en la comprensión y formulación de soluciones, contribuyendo de manera significativa al desarrollo de un manual más efectivo y adaptado a las necesidades específicas del evento 'El Mes de la Vivienda'.

### **4.1.3 Conclusiones para el objetivo específico 3.**

Para el desarrollo del objetivo específico 3 del proyecto, se realizó la validación del prototipo mediante una entrevista al cliente (Paulina Viteri) y las personas representantes de las áreas encargadas del desarrollo del Mes de la Vivienda. Esta entrevista consto de dos partes que se desarrollaron de forma simultánea, la primera parte consistía en una simulación, en donde los usuarios puedan probar las funcionalidades del manual, además de la información principal que se encuentra dentro de este, se destacó la importancia que tiene los vínculos asociados a cada página ya que permiten una mejor navegación por el manual convirtiéndolo en una herramienta eficiente para la búsqueda de información, con lo que respecta a la estructura está puede ser de fácil entendimiento para los usuarios, sin embargo existían ciertas dudas de cómo estaba dividida por lo que se sugirió que para facilitar el entendimiento se puedan modificar ciertas fases y actividades para que se pueda tener un mayor entendimiento.

## **4.2 Recomendaciones**

Tras la finalización del presente proyecto, se sugiere que a futuro se tome en cuenta las siguientes recomendaciones:

- Se recomienda la actualización constante del manual para garantizar su relevancia y eficacia en la planificación de eventos, especialmente en el contexto de las ediciones del Mes de la Vivienda. Puesto que, mantener el manual actualizado implica

incorporar nueva información, lecciones aprendidas y mejores prácticas identificadas en cada edición pasada.

- Con el fin de facilitar una comprensión más completa y visual, se sugiere desglosar las actividades en procesos más detallados y especificar cada uno como pasos individuales. Este enfoque permitirá una utilización más eficiente del manual, ya que los usuarios podrán seguir cada paso de manera más clara, facilitando la ejecución de tareas y mejorando la efectividad en la realización de las actividades planificadas.
- Tras la culminación de cada edición, se recomienda llevar a cabo un proceso de retroalimentación metódico, donde se recopile datos clave, comentarios de participantes, observaciones del equipo de planificación y cualquier otra información relevante.
- Se propone emplear exclusivamente fotografías originales del Mes de la Vivienda para el manual, evitando así la inclusión de imágenes externas. Al hacerlo, se busca mantener un impacto más significativo al presentar contenido visual auténtico y específico del evento, lo cual añade autenticidad y relevancia a la información proporcionada. Esta práctica también contribuye a reforzar la identidad y el significado del Mes de la Vivienda en el manual, asegurando una conexión más directa y significativa con el usuario.
- Se recomienda llevar a cabo una modificación en el nombre de las etapas del evento (pre, durante, post), sustituyéndolas por términos más específicos, como preparación, lanzamiento y cierre. Esta sugerencia se basa debido a que al denominar las fases de esta manera proporciona una mayor claridad y comprensión para los usuarios que participan en el desarrollo del Mes de la Vivienda.
- Se sugiere implementar una evaluación exhaustiva después de cada edición del evento como un componente esencial de nuestro enfoque de mejora continua.

## Referencias.

Aguirre, Emilio, et al. «El árbol de problemas como herramienta para la evaluación de políticas». *Gub*, junio de 2021, <https://www.gub.uy/ministerio-ganaderia-agricultura-pesca/sites/ministerio-ganaderia-agricultura-pesca/files/documentos/publicaciones/El%20%C3%A1rbol%20de%20problemas%20como%20herramienta%20para%20la%20evaluaci%C3%B3n%20de%20pol%C3%ADticas.pdf>.

*¿A qué clase socioeconómica pertenece usted?* (s. f.).

<https://www.lahora.com.ec/pais/seis-clases-sociales-ecuador/>

«Así se convirtió abril en el mes oficial de la vivienda en Ecuador». *El Universo*, 19 de abril de 2023, <https://www.eluniverso.com/larevista/disen/asi-se-convirtio-abril-en-el-mes-oficial-de-la-vivienda-en-ecuador-nota/>.

«Hábitat 2023 te acerca a tus sueños». *www.expreso.ec*,

<https://www.expreso.ec/buena vida/habitat-2023-acerca-tus-suenos-157970.html> . Accedido 19 de enero de 2024.

«Nuestros Asociados». *Apive*, <https://apive.org/nuestros-asociados/>.

«Preguntas Frecuentes». *Apive*, <https://apive.org/preguntas-frecuentes/>.

250080756 - material - TIPOS DE INVESTIGACIÓN Nicomedes Teodoro Esteban Nieto 1 RESUMEN El propósito - Studocu. <https://www.studocu.com/es-mx/document/universidad-politecnica-metropolitana-de-hidalgo/mecanica-de-fluidos/250080756-material/35308709> . Accedido 19 de enero de 2024.

Abate, Paolo. «Property Expo: Mutual Benefits To Buyers And Sellers». *Medium*, 8 de agosto de 2017, <https://medium.com/@paoloabate/property-expo-mutual-benefits-to-buyers-and-sellers-f04099f55b61>.

Al-Samarraie, Hosam, y Shuhaila Hurmuzan. «A Review of Brainstorming Techniques in Higher Education». *Thinking Skills and Creativity*, vol. 27, marzo de 2018, pp. 78-91. DOI.org (Crossref), <https://doi.org/10.1016/j.tsc.2017.12.002>.

Backman, Kenneth F. «Event Management Research: The Focus Today and in the Future». *Tourism Management Perspectives*, vol. 25, enero de 2018, pp. 169-71. DOI.org (Crossref), <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.12.004>.

Bacuilima Yunga, Diego Fernando. *Diseño de identificador gráfico y manual de Identidad Visual como propuesta de imagen de marca para un PYME agrícola de Cuenca*. 2019. Universidad de Cuenca, <https://core.ac.uk/download/pdf/323466079.pdf>.

Barrientos Roldán. *Barrientos Roldán, Y. (2015). Aplicación de la metodología de mapa de actores en la dimensión política de los estudios ambientales en proyectos de transmisión de energía, caso Chinú-Montería 230kv (Doctoral dissertation)*. . 2015, <https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/56655>.

Beck, Rae Hartley. «What Is Real Estate». *Bankrate*, <https://www.bankrate.com/real-estate/what-is-real-estate/>.

Berridge, G. *Diseño y experiencia de eventos*. *Routledge*. . 2007, [https://www.researchgate.net/profile/Graham-Berridge/publication/43504346\\_Reflecting\\_on\\_the\\_Design\\_of\\_Event\\_Experiences/links/0912f50ed59d971d4b000000/Reflecting-on-the-Design-of-Event-Experiences.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Graham-Berridge/publication/43504346_Reflecting_on_the_Design_of_Event_Experiences/links/0912f50ed59d971d4b000000/Reflecting-on-the-Design-of-Event-Experiences.pdf).

Brown, T. *Design thinking*. *Harvard business review*, 86(6), 84. . 2008, [https://emprendedoresupa.files.wordpress.com/2010/08/p02\\_brown-design-thinking.pdf](https://emprendedoresupa.files.wordpress.com/2010/08/p02_brown-design-thinking.pdf).

Brown, T., & Katz, B. *Change by design*. *Journal of product innovation management*, 28(3), 381-383. . 2011, <https://voicebucketvoitto.s3.amazonaws.com/pdf/ingles/>

Cardozo Vale, S. V. *La comunicación en el Marketing. Visión gerencial*, 2, 196-206. . 2007. <https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24775w/465545876009.pdf>

Carter, Laurence. *Event Planning*. AuthorHouse, 2007.

Cordero, Mayra Chárriez. «Historias de vida: Una metodología de investigación cualitativa». *Revista Griot*, vol. 5, n.º 1, 2012, pp. 50-67. *revistas.upr.edu*, <https://revistas.upr.edu/index.php/griot/article/view/1775>.

De Jesús Vizcaíno, A., Ledesma, A. C. G., & Delgadillo, K. P. R. *Perfil de clientes como herramienta para la identificación de características y necesidades de los consumidores de servicios. Servicio al cliente e integración del marketing mix de servicios, 9. servicio al cliente e integracion del marketing mix de servicios-libre.pdf* ([d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net))

*El Mes de la Vivienda*. <https://elmesdelavivienda.com/>

Ferrell, O., y M. Hartline. *Estrategia de marketing (Quinta edición ed.)*. SA. 2012, <https://www.s2d8a19afa3ca3e76.jimcontent.com>.

Galindo, G.). *El Design Thinking: una técnica que conquista nuevos mercados*. . 2019, [http://dspace.uces.edu.ar:8180/xmlui/bitstream/handle/123456789/4817/Galindo\\_El\\_Design\\_Thinking.pdf?sequence=1](http://dspace.uces.edu.ar:8180/xmlui/bitstream/handle/123456789/4817/Galindo_El_Design_Thinking.pdf?sequence=1)

García, L. *Aplicación del mapa de empatía: una herramienta de valor en los modelos de negocio*. . 2019, <http://hdl.handle.net/10654/35868>.

Garner, Steve, y Deana McDonagh-Philp. «Problem Interpretation and Resolution via Visual Stimuli: The Use of ‘Mood Boards’ in Design Education». *Journal of Art & Design Education*, vol. 20, n.º 1, febrero de 2001, pp. 57-64. *DOI.org (Crossref)*, <https://doi.org/10.1111/1468-5949.00250>.

Getz, Donald, y Stephen J. Page. *Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events*. Routledge, 2016.

Getz, Donald. «Event Tourism: Definition, Evolution, and Research». *Tourism Management*, vol. 29, n.º 3, junio de 2008, pp. 403-28. DOI.org (Crossref), <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.07.017>.

Gonzales, E. A. S., Bobadilla, C. L. S., Uñapilco, J. C. A., & Quispe, D. H. (2022). Design Thinking para resolver problemas con la selección de métricas en la Calidad del Software. *Innovación y Software*, 3(1), 67-80. <https://www.redalyc.org/journal/6738/673870840006/673870840006.pdf>

González Gil, Teresa, y Alejandra Cano Arana. «Introducción al análisis de datos en investigación cualitativa: Tipos de análisis y proceso de codificación (II)». *NURE investigación: Revista Científica de enfermería*, n.º 45, 2010, p. 9. [dialnet.unirioja.es](https://dialnet.unirioja.es), <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7712262>.

Guerrero, Belen. «Feria de Vivienda Mi Casa CLAVE! - Revista CLAVE!» *Clave!*, 18 de octubre de 2018, <https://www.clave.com.ec/feria-de-vivienda-mi-casa-clave/>.

Hermann-Acosta, Andrés. «Storytelling y comunicación multidireccional: una estrategia formativa para la era digital». *Uru: Revista de Comunicación y Cultura*, n.º 3, junio de 2020, pp. 30-43. [revistas.uasb.edu.ec](https://revistas.uasb.edu.ec), <https://doi.org/10.32719/6312514.2020.3.3>.

Hernández Castro, F. (2014). Metodología de análisis y diseño de usabilidad. [https://usability\\_cookbook\\_nov\\_2015\\_md-libre.pdf](https://usability_cookbook_nov_2015_md-libre.pdf)

Lehtovuori, I. (2023). Building an event-planning start-up: business plan for a small event planning start-up company. [https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/808206/Lehtovuori\\_Iina.pdf?sequence=2](https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/808206/Lehtovuori_Iina.pdf?sequence=2)

Lewrick, M., Link, P., & Leifer, L. (2020). The design thinking toolbox: A guide to mastering the most popular and valuable innovation methods. John Wiley & Sons

Magaz-González, A.M. y Fanjul-Suárez, J.L. (2012). Organización de eventos deportivos y gestión de proyectos: factores, fases y áreas. *Revista Internacional de Medicina*

y Ciencias de la Actividad Física y el Deporte vol. 12 (45) pp. 138-169.

[Http://cdeporte.rediris.es/revista/revista45/artorganizacion209.htm](http://cdeporte.rediris.es/revista/revista45/artorganizacion209.htm)

Manavis, A., Nazlidou, I., Spahiu, T., & Kyratsis, P. (2020). Jewellery design and wearable applications: a design thinking approach. In 10th International Symposium on Graphic Engineering and Design 2020-Proceedings, GRID 2020, 12-14th November 2020, Novi Sad, Serbia (pp. 591-596). <https://www.grid.uns.ac.rs/symposium/download/2020/67.pdf>

Meinel, C., & Von Thienen, J. (2016). Design thinking. Informatik-Spektrum, 39, 310-314. [https://www.researchgate.net/profile/Julia-Von-Thienen/publication/303594901\\_Design\\_Thinking/links/5ae9e1750f7e9b837d3c1bc0/Design-Thinking.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Julia-Von-Thienen/publication/303594901_Design_Thinking/links/5ae9e1750f7e9b837d3c1bc0/Design-Thinking.pdf)

Ortega, Manuel Serrano, y Pilar Blázquez Ceballos. *Design thinking: Lidera el presente. Crea el futuro*. ESIC Editorial, 2015.

Pelta Resano, R. (2013). Design Thinking. Tendencias en la teoría y la metodología del diseño, septiembre 2013. [https://upi.edu.hn/wp-content/uploads/2021/03/03-Design-Thinking.-Tendencias-en-la-teoria-y-la-metodologia-del-diseno\\_Modulo-4.pdf](https://upi.edu.hn/wp-content/uploads/2021/03/03-Design-Thinking.-Tendencias-en-la-teoria-y-la-metodologia-del-diseno_Modulo-4.pdf)

Rivas, Javier Alonso, y Ildefonso Grande Esteban. *Comportamiento del consumidor. Decisiones y estrategia de marketing*. ESIC Editorial, 2010.

Rodrigo Martínez, Andrés Fernández (2008). *El Árbol de Problemas: Causas y Efectos*.

[https://serviciosonline.comfama.com/contenidos/servicios/gerenciasocial/html/cursos/cepal/memorias/cepal\\_arbol\\_problema.pdf](https://serviciosonline.comfama.com/contenidos/servicios/gerenciasocial/html/cursos/cepal/memorias/cepal_arbol_problema.pdf).

*Sistema de banca Privada y Pública informe del sector actividades inmobiliarias*. Super Intendencia de Bancos, 2022,

<https://www.superbancos.gob.ec/estadisticas/portalestudios/wp-content/uploads/sites/4/downloads/2022/05/estudio-sectorial-inmobiliarias-mar-22.pdf>.

Streitz, Norbert, y Shin'ichi Konomi. *Distributed, Ambient and Pervasive Interactions: 8th International Conference, DAPI 2020, Held as Part of the 22nd HCI International Conference, HCII 2020, Copenhagen, Denmark, July 19–24, 2020, Proceedings*. Springer Nature, 2020.

Thompson, Ivan. *La Segmentación del Mercado*. 2005, [https://www.accioneduca.org/admin/archivos/clases/material/segmentacion-y-mercado\\_1563828020.pdf](https://www.accioneduca.org/admin/archivos/clases/material/segmentacion-y-mercado_1563828020.pdf).

Uebornickel, Falk, et al. *Design Thinking: The Handbook*. World Scientific, 2020.

Villalobos, Aguirre, et al. *Metodología Design Thinking en la enseñanza universitaria para el desarrollo y logros de aprendizaje en arquitectura*. *Revista de Ciencias Sociales* . 2023, [https://oa.upm.es/64659/1/TFG\\_Jun20\\_Balda\\_Oddo\\_Carolina\\_Renee.pdf](https://oa.upm.es/64659/1/TFG_Jun20_Balda_Oddo_Carolina_Renee.pdf).

Villalobos, Aguirre, et al. *Metodología Design Thinking en la enseñanza universitaria para el desarrollo y logros de aprendizaje en arquitectura*. *Revista de Ciencias Sociales*. 2023, [https://oa.upm.es/64659/1/TFG\\_Jun20\\_Balda\\_Oddo\\_Carolina\\_Renee.pdf](https://oa.upm.es/64659/1/TFG_Jun20_Balda_Oddo_Carolina_Renee.pdf).

## Apéndice

### Anexo 1. Mapas de empatía

#### Mapa de empatía – Paulina Viteri

*Ilustración 22 Mapa de Empatía - Paulina Viteri*

### Mapa de Empatía

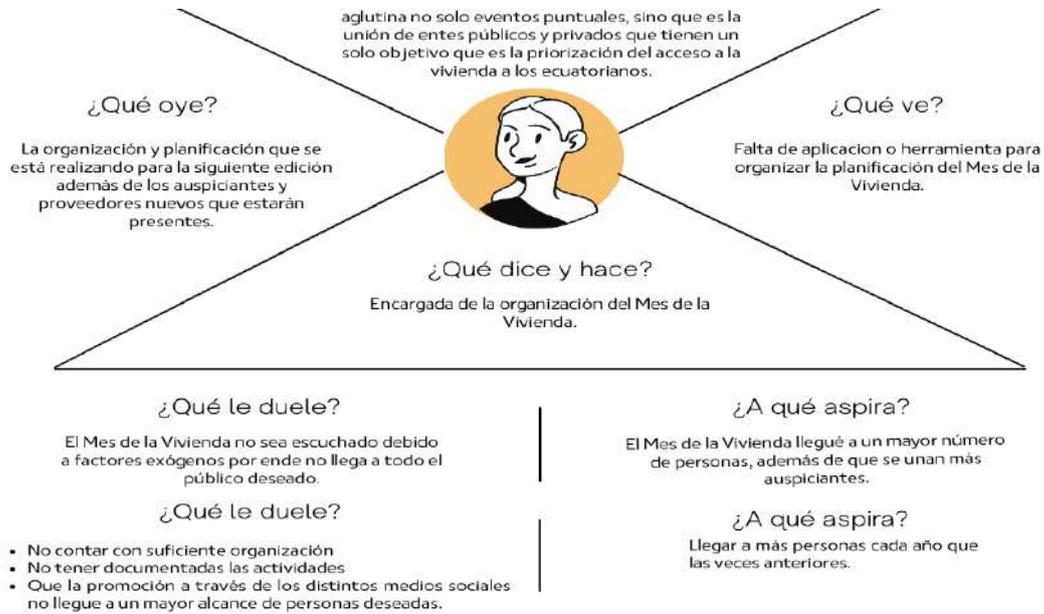


Mapa de empatía – Alexandra Salinas

Ilustración 23 Mapa de Empatía - Alexandra Salinas

## Mapa de Empatía

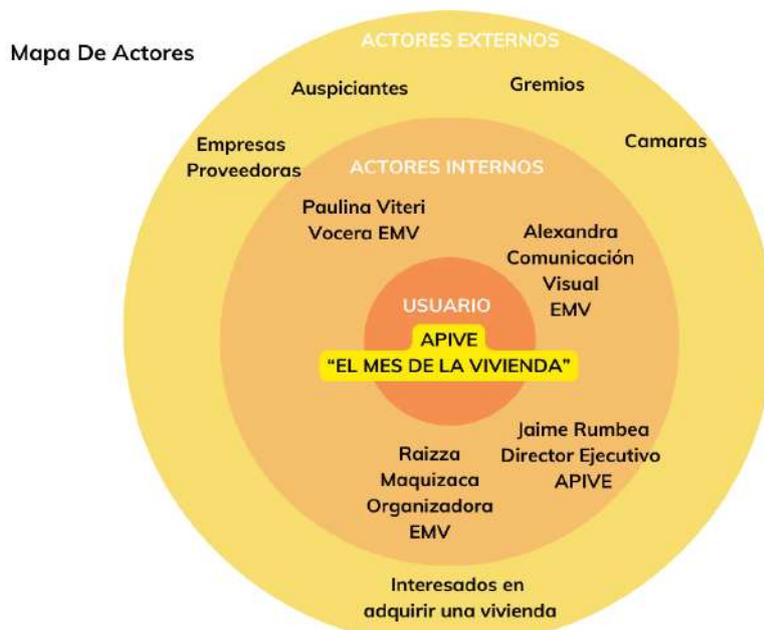
Ilustración 24 Mapa de Empatía - Raizza Maquizaca



Mapa de empatía – Raizza Maquizaca

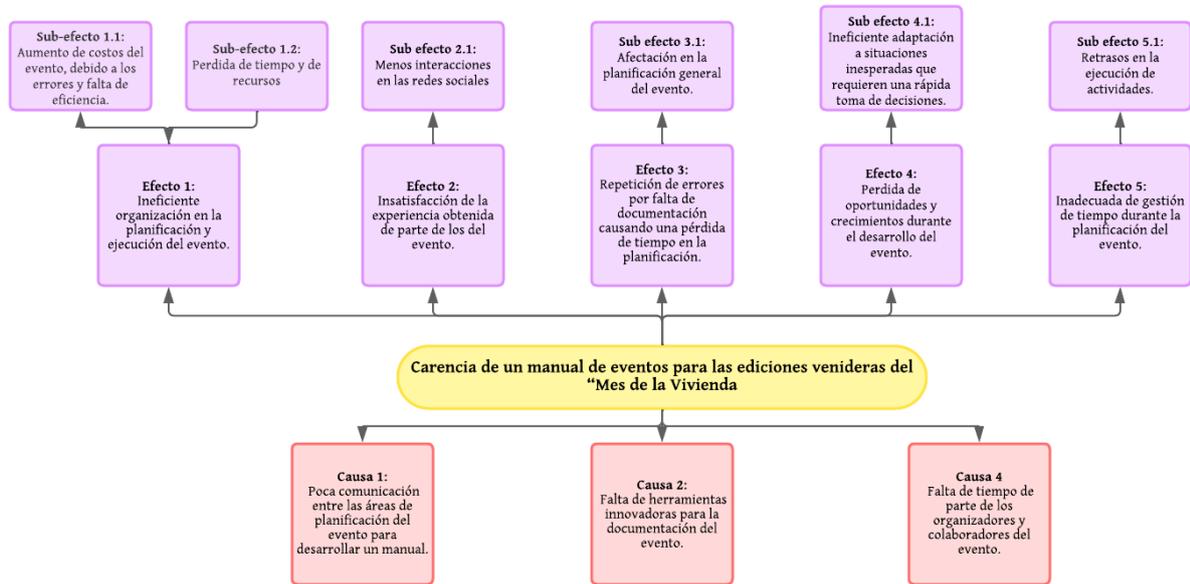
Anexo 2. Mapa de Actores

Ilustración 25 Mapa de Actores



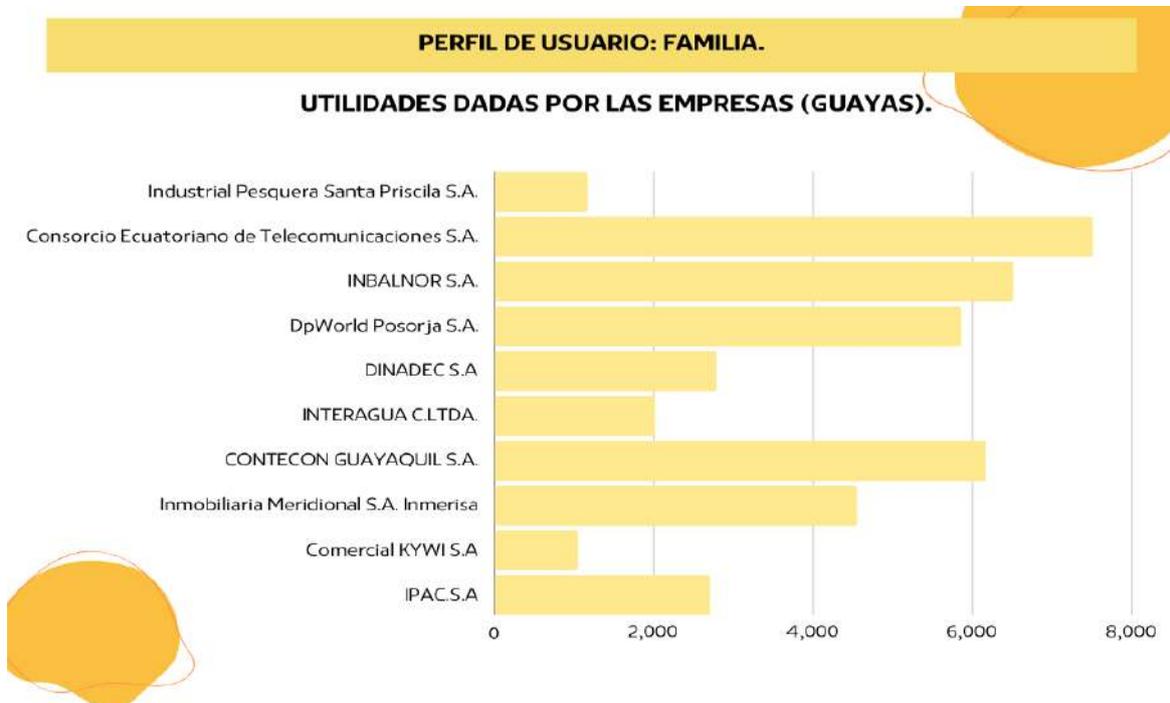
Anexo 3. Árbol de Problemas

Ilustración 26 Árbol de Problemas

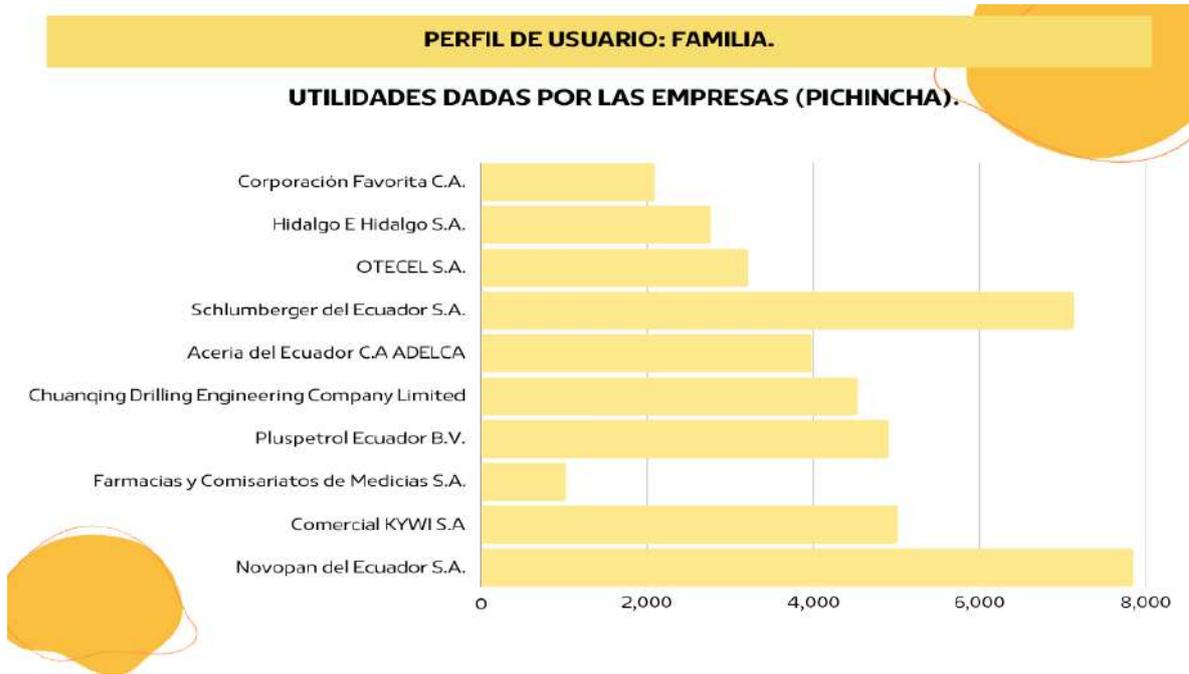


Anexo 4. Perfil del Cliente

Ilustración 27 Perfil del Cliente - Utilidades Pichincha



*Ilustración 28 Perfil del Cliente - Utilidades Guayas*



**Anexo 5. Braingstorming**

*Ilustración 29 Braingstorming*





Ilustración 32 Braingstorming - Administrativo

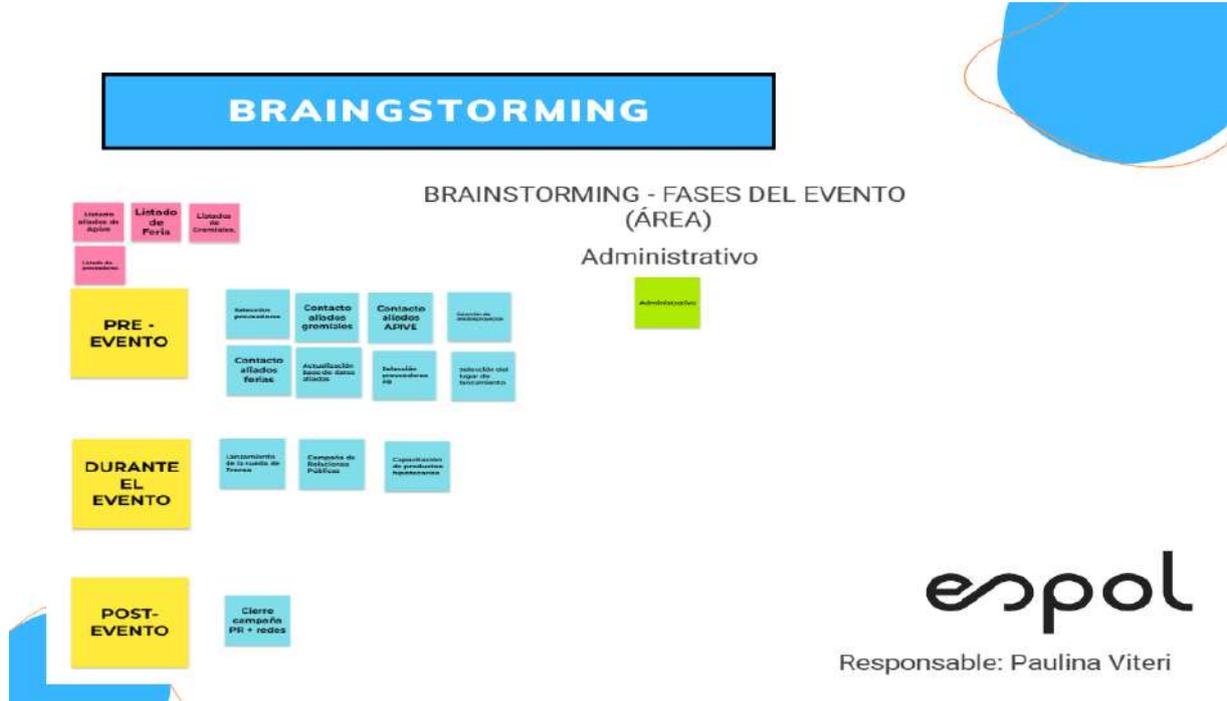
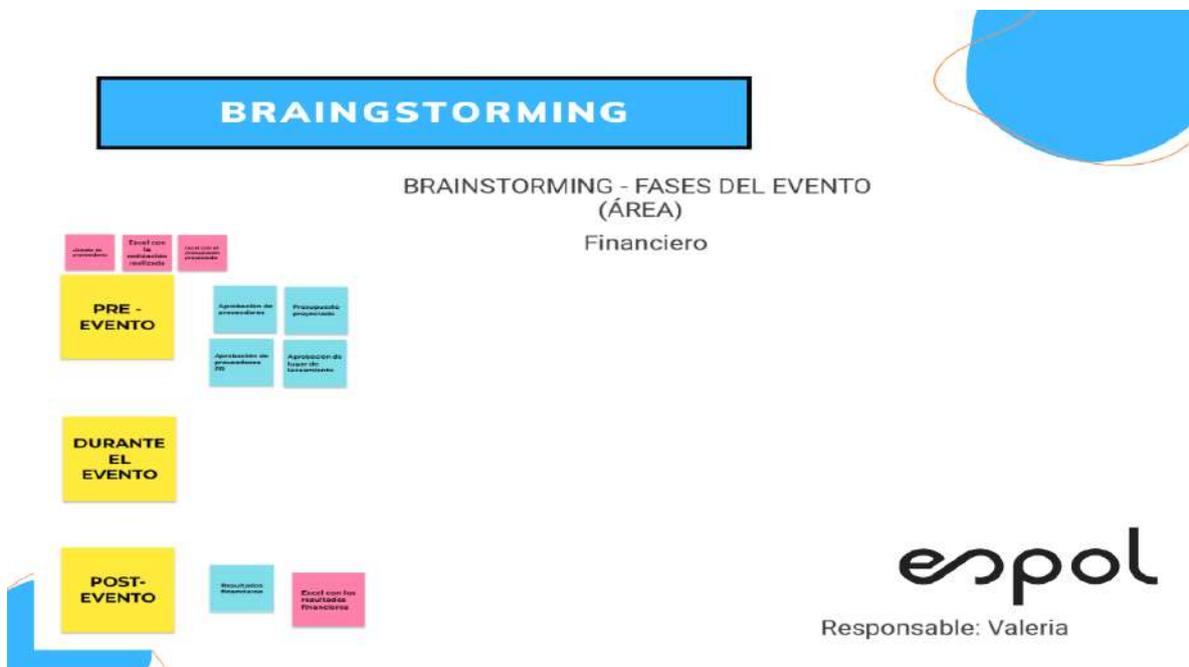


Ilustración 33 Braingstorming Financiero



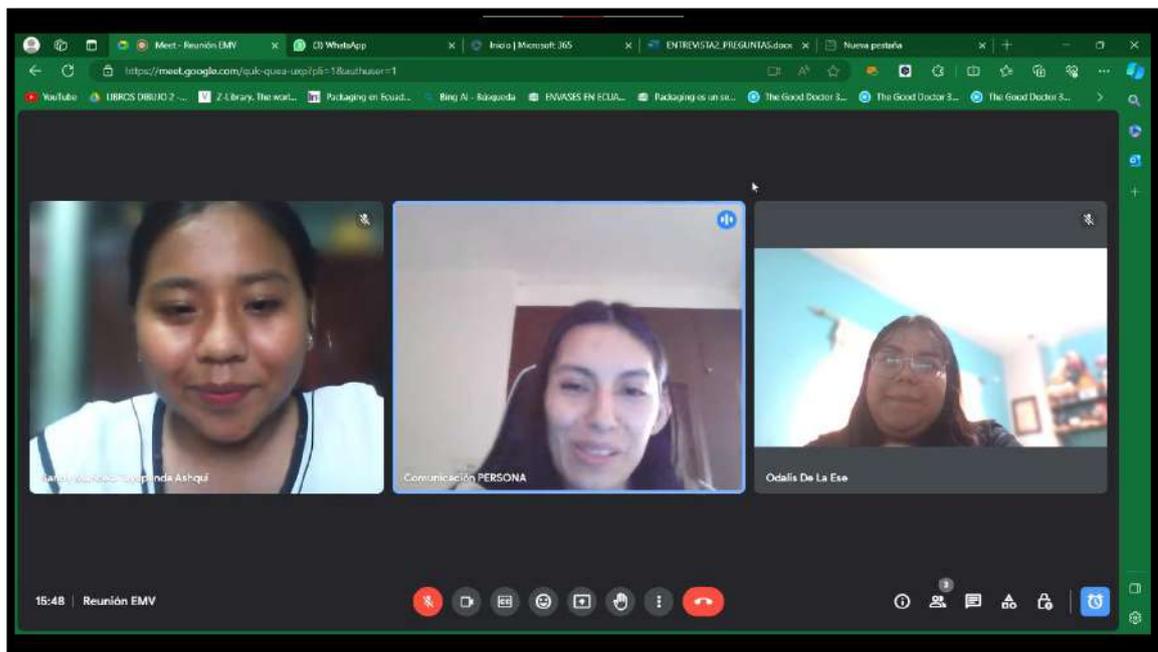
## Anexo 6. How Might We? Soluciones dadas a las preguntas realizadas.

*Ilustración 34 HMW? Solución*

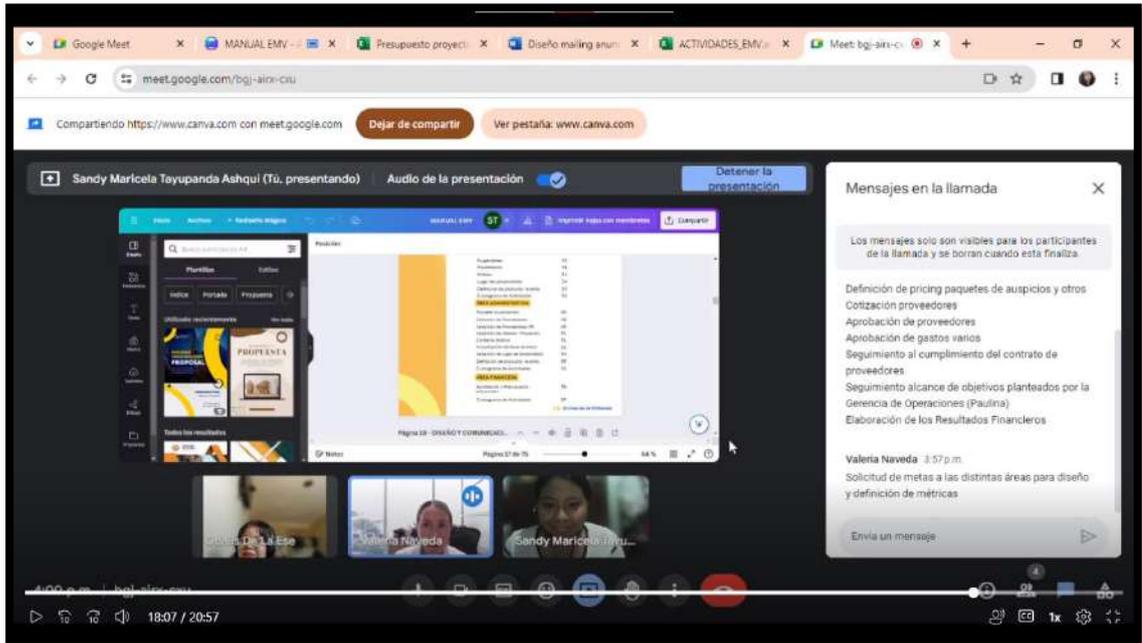


## Anexo 7. Prototipe to Test con Alexandra Salinas y Valeria Naveda.

*Ilustración 35 Prototipe to Test – Alexandra Salinas, Área de Comunicación*



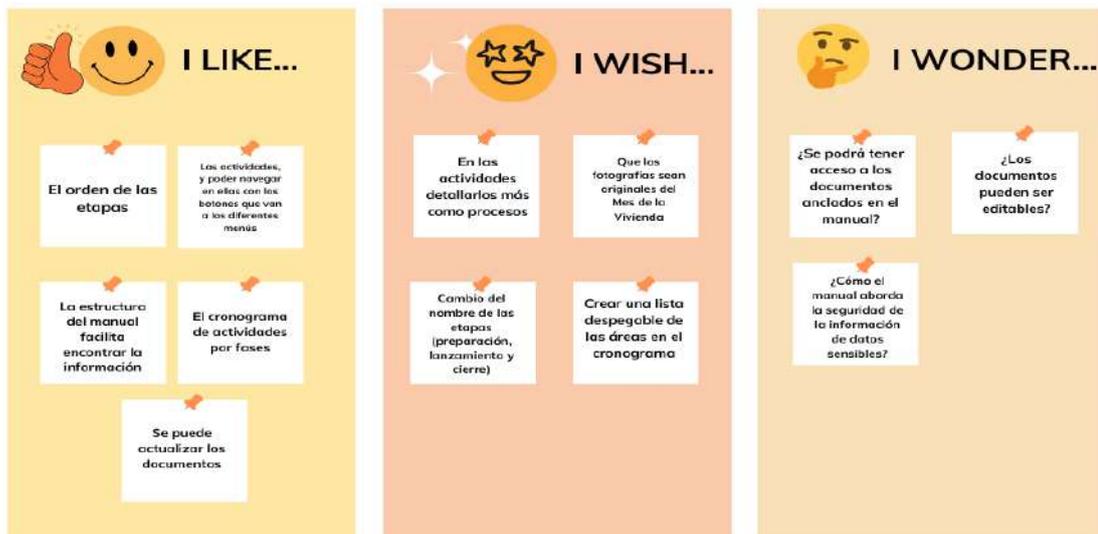
*Ilustración 36 Prototipe to Test – Valeria Naveda, Área Financiera*



**Anexo 8** I like I wish I wonder con los actores claves del Mes de la Vivienda

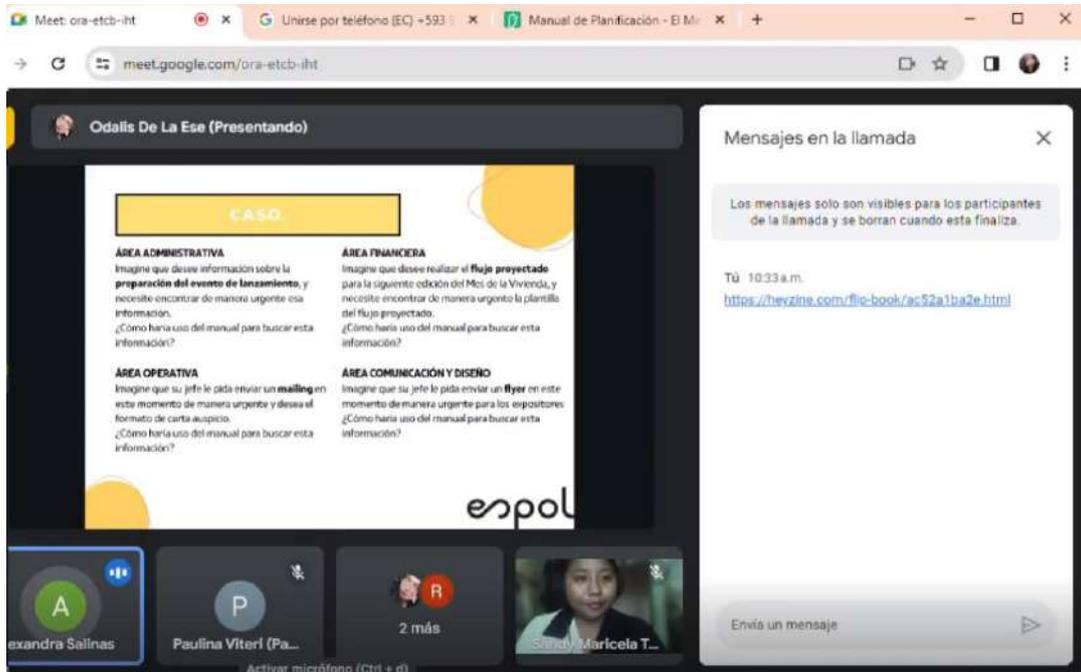
*Ilustración 37 I like I wish I wonder*

**I LIKE, I WISH, I WONDER**

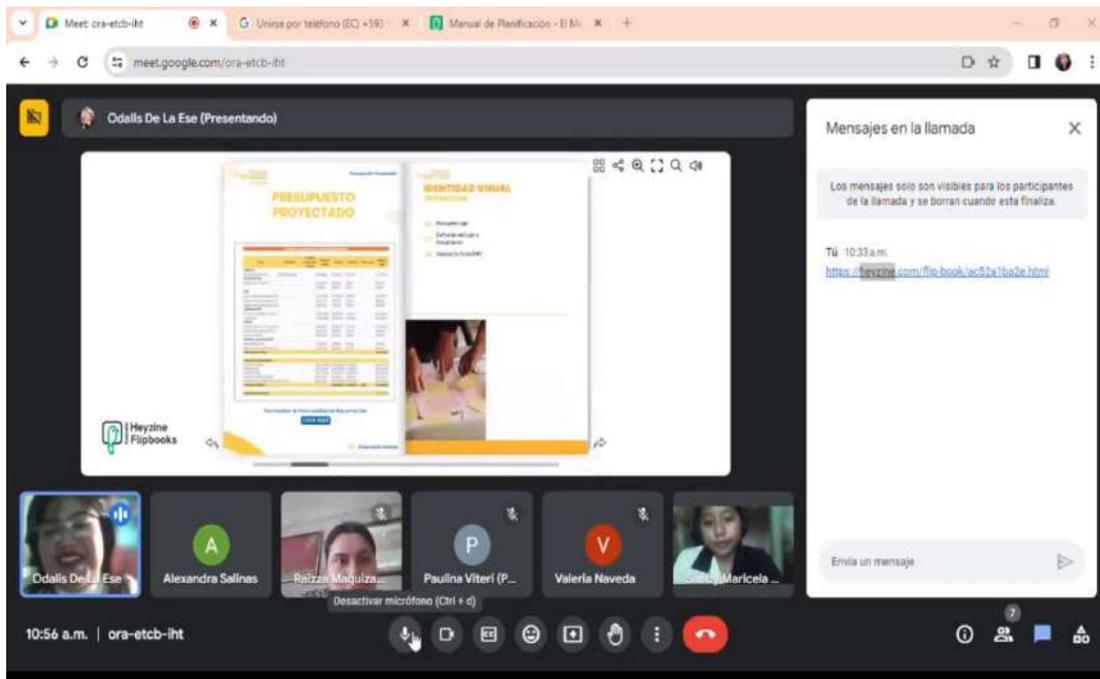


## Anexo 9 Validación final con los actores claves del Mes de la Vivienda

*Ilustración 38 Validación del prototipo final 1*



*Ilustración 39 Validación del prototipo final 2*



**Anexo 10** Desglose de gastos operacionales en salidas de campo para la investigación cualitativa.

**Tabla 2** Desglose gastos operacionales de salida de campo.

Fecha	Visita de Campo	Servicio de Transporte	Internet
25/11/2023	Altos del Norte (Orquideas, Guayaquil)	\$5,70	\$6,00
25/11/2023	Orquideas de la Orellana (Av. Francisco de Orellana, Guayaquil)	\$2,30	\$-
25/11/2023	Horizonte Dorado (Alborada, Guayaquil)	\$3,10	\$-
25/11/2023	Villa Ensueño (Pascuales)	\$2,30	\$-
26/11/2023	Terrenova (Daule)	\$4,90	\$-
26/11/2023	Brisa de la Perla (Pascuales)	\$5,50	\$-
26/11/2023	AcquaGarden (Daule)	\$6,20	\$-
26/11/2023	Pronobis (Av. Juan Tancamarengo, Guayaquil)	\$4,30	\$-
<b>Total</b>		<b>\$34,30</b>	<b>\$6,00</b>

**Anexo 11** Desglose de gastos del diseño y elaboración del manual.

**Tabla 3** Desglose gastos de diseño y elaboración del manual

Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo Total
<b>Diseño</b>			
1	Desarrollo visual del manual	\$390,00	\$390,00
1	Desarrollo de experiencia del interfaz	\$390,00	\$390,00
<b>Creación del prototipo</b>			
1	Creación del Manual (Plataforma Canva)	\$55,00	\$55,00
<b>Desarrollo y prueba</b>			
1	Plataforma Heyzine	\$203,00	\$203,00
<b>Subtotal</b>			<b>\$1038</b>
Utilidad			\$155,70
<b>TOTAL</b>			<b>\$1193,70</b>

## Anexo 12 Poster académico.

Ilustración 40 Poster académico del proyecto integrador

Escuela Superior  
Politécnica del Litoral

La ESPOL promueve los Objetivos de Desarrollo Sostenible

**OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE**

Odalis De la Espo  
odadl@espol.edu.ec

Sandy Tenjupenite  
steyupen@espol.edu.ec

### DISEÑO DE UNA PROPUESTA METODOLÓGICA PARA EL DESARROLLO DEL EVENTO “EL MES DE LA VIVIENDA” ORGANIZADO POR ASOCIACIÓN DE PROMOTORES INMOBILIARIOS DEL ECUADOR

**PROBLEMA**

La primera edición de El Mes de la Vivienda se llevó a cabo con éxito en el año 2023. A raíz de la logística involucrada en la planificación de este evento, APIVE reconoció la necesidad de documentar el proceso del pre, durante y post del evento. La ausencia de esta documentación podría generar un impacto significativo en la eficiencia operativa, retrasos en la planificación y desafíos en la comunicación interna.

**OBJETIVO GENERAL**

Diseñar un manual orientado a la planificación del evento “El Mes de la Vivienda”, de la Asociación de Promotores Inmobiliarios de Vivienda del Ecuador (APIVE), mediante el análisis integral de cada una de las fases del evento, optimizando su ejecución en las ediciones futuras.

**PROPUESTA**

Se diseñó un manual de planificación con el fin de facilitar la búsqueda de información durante la planificación del Mes de la Vivienda, el cual contribuya al éxito continuo del evento. El manual consta de 4 categorías detalladas a continuación:

MANUAL DE PLANIFICACIÓN 2024

Tabla de Contenido

**Introducción**  
El Mes de la Vivienda APIVE

**Participantes**  
Aliados  
Proveedores  
Auspiciantes

**Equipo**  
Cargos  
Responsables  
Áreas

**Etapas del Proyecto**  
Pre - Evento  
Durante  
Post - Evento

**RESULTADOS**

Se llevaron a cabo las siguientes acciones para el levantamiento de información:

**Investigación primaria**  
Entrevista virtual a los actores

**Investigación secundaria**  
Revisión bibliográfica

➔

Se obtuvo:

- 01 Optimización en el proceso de planificación de las actividades
- 02 Agilización en el tiempo de planificación
- 03 Transferencia de conocimiento
- 04 Reducción de riesgos

**CONCLUSIONES**

- El Manual contribuye a garantizar la coherencia y eficiencia durante todas las etapas del evento, desde la planificación, hasta la ejecución y evaluación.
- El Manual de Planificación posee una estructura clara y detallada, convirtiéndose en una guía práctica para los actores involucrados en la organización del Mes de la Vivienda.
- El diseño del manual no solo se adapta para la planificación del Mes de la Vivienda, sino que también se distingue por su capacidad única de ajustarse a distintos tipos de eventos.

ADMI-982  
Código Proyecto

Escuela Superior Politécnica del Litoral

17 INICIATIVA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS

## Anexo 13 Prototipo de alta resolución.



El mes de  
la vivienda

# 2024



# MANUAL DE PLANIFICACIÓN

*“Tú guía completa para la planificación de actividades en el Mes de la Vivienda.”*

Elaborado por:

**Odalis De La Ese &  
Sandy Tayupanda**

elmesdelavivienda.com 

elmesdelavivienda 

El Mes de la Vivienda 

# Tabla de Contenido



- 01** **Introducción**  
El Mes de la Vivienda  
APIVE
- 02** **Participantes**  
Proveedores  
Aliados  
Auspiciantes  
Proyectos Inmobiliarios
- 03** **Equipo**  
Cargos Responsables  
Áreas
- 04** **Planificación: Etapas del Proyecto**  
Etapa 1: Actividades Pre - Evento  
Etapa 2: Actividades Durante  
Etapa 3: Actividades Post - Evento

[Regresar](#)

[← Tabla de Contenido](#)



# INTRODUCCIÓN



**El mes de  
la vivienda** |

# EL MES DE LA VIVIENDA.

El Mes de la Vivienda representa una iniciativa de gran relevancia promovida por el sector inmobiliario. A partir del año 2023, durante todo el mes de abril, debido a que durante estas fechas se incrementa el porcentaje de inversiones por lo que lleva a muchos ciudadanos a tomar la decisión de adquirir una vivienda. Durante este periodo, se lleva a cabo una difusión masiva de proyectos, Showrooms Inmobiliarios, productos de crédito y promociones disponibles en el mercado nacional de vivienda.

El propósito fundamental de esta iniciativa es proporcionar a todos los ciudadanos interesados en adquirir una vivienda propia para sus familias las herramientas necesarias para explorar, reflexionar y comparar información crucial antes de tomar la decisión más trascendental de sus vidas.

El Mes de la Vivienda engloba diversas actividades que se desarrollan a lo largo de abril, entre las cuales se incluyen ferias de vivienda, capacitación para agentes comerciales y otros eventos inmobiliarios de relevancia. Este enfoque integral busca no solo informar, sino también empoderar a los potenciales compradores, brindándoles la oportunidad de acceder a recursos y conocimientos que faciliten la toma de decisiones informadas en el ámbito inmobiliario.

**El Mes de la Vivienda es una iniciativa de APIVE**





[← Regresar](#)  
Tabla de Contenido

# APIVE

Asociación de Promotores Inmobiliarios de Vivienda de Ecuador (APIVE), es una organización gremial sin fines de lucro, que se dedica a impulsar el desarrollo inmobiliario de vivienda, brindándole el acceso a un hogar adecuado mediante la promoción de políticas públicas y privadas, además de mecanismos que amplíen el acceso a créditos hipotecarios.



## SOCIOS APIVE



[← Regresar](#)  
[Tabla de Contenido](#)



# PARTICIPANTES



**El mes de  
la vivienda** |



# PARTICIPANTES

Se ha identificado y clasificado a diferentes grupos que desempeñan roles clave para su éxito. Cada participante aporta de manera única a la realización del Mes de la Vivienda.



## Proveedores

Los proveedores forman parte fundamental, proporcionando insumos o servicios importantes para el desarrollo del El Mes de la Vivienda.



## Auspiciantes

Los auspiciantes desempeñan un papel fundamental al brindar un apoyo significativo, proporcionar visibilidad y otorgar reconocimiento esencial al desarrollo del Mes de la Vivienda.



## Aliados

Los aliados son claves en el desarrollo del Mes de la Vivienda, su asociación y colaboración contribuyen al éxito de este.



## Proyectos Inmobiliarios

Los proyectos inmobiliarios forman parte de toda la oferta que se ofrece de forma gratuita en El Mes de la Vivienda.

[Más información de contactos participantes](#)

[CLICK AQUÍ](#)

[Más información de los Proyectos Web Inmobiliarios](#)

[CLICK AQUÍ](#)

[← Regresar](#)  
[Tabla de Contenido](#)



# EQUIPO



**El mes de  
la vivienda** |

# CARGOS RESPONSABLES

Las figuras responsables, a cargo de cada área que conforma el desarrollo del Mes de la Vivienda, son los pilares fundamentales para su éxito, desempeñando un papel crucial en su planificación y ejecución.



**M. Sc. Jaime  
Rumbea**

Directo Ejecutivo de APIVE



**M. Sc. Paulina Viteri**

Área Administrativa y  
Vocera de EMV

Correo:  
asesoria@apive.org



**M. Sc. Valeria  
Navera**

Área Financiera de EMV

Correo:  
vnaveda@persona.ec



**M. Sc. Raizza  
Maquizaca**

Área Operativa de EMV

Correo:  
maquizacaraizza@gmail.com



**Lcda. Alexandra  
Salinas**

Área de Diseño y  
Comunicación de EMV

Correo:  
comunicacion@persona.ec

# ÁREAS



## Área Administrativa

Fortalecer las interacciones con auspiciantes, proveedores y aliados, mediante estrategias efectivas para potenciar la visibilidad, colaboración y el impacto positivo en la industria inmobiliaria.



## Área Financiera

Garantizar el control financiero de manera correcta mediante el seguimiento de los ingresos y gastos, que se genere durante el desarrollo del Mes de la Vivienda, con el objetivo de lograr resultados financieros eficientes y positivos.



## Área Operativa

Asegurar las alianzas con auspiciantes, proveedores y aliados para el Mes de la Vivienda, mediante una gestión eficiente, garantizando colaboraciones beneficiosas que potencien la calidad y el alcance del mismo.



## Área de Diseño y Comunicación

Fortalecer la relación con los aliados estratégicos y el público objetivo, mediante la proporción de detalles e información claves sobre el Mes de la Vivienda en los diferentes medios de comunicación.

[← Regresar](#)  
[Tabla de Contenido](#)



# ETAPA 1: PREPARACIÓN DEL EVENTO



**El mes de  
la vivienda**

# PRE – EVENTO

## ACTIVIDADES

ACTIVIDADES	ÁREA RESPONSABLE
Proyección de Presupuesto General	Financiero
<i>Identidad Visual</i>	Diseño y Comunicación
<i>Diseño de Mailing y Registro</i>	Operativo – Comunicación
<i>Participantes</i>	Administrativo – Financiero – Operativo – Comunicación
<i>Diseño Web y Contenido</i>	Comunicación
<i>Fase 1: Desarrollo Web</i>	Comunicación
<i>Fase 2: Desarrollo Web</i>	Comunicación
<i>Preparación de Evento de Lanzamiento</i>	Administrativo – Comunicación
<i>Fase 1: Campaña de Comunicación</i>	Administrativo – Comunicación
<i>Showrooms</i>	Diseño y Comunicación
<i>Definición de producto/ evento</i>	Administrativo – Operativo
<i>Metas para diseño y definición de métrica.</i>	Financiero
<i>Bosquejo de proyecto</i>	Financiero
<i>Aprobación de gastos varios</i>	Financiero
<i>Seguimiento al cumplimiento del contrato de proveedores</i>	Financiero

### **CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES**

# PRESUPUESTO PROYECTADO PREPARACIÓN

## 14 Presupuesto Projectado



# PRESUPUESTO PROYECTADO

EL MES DE LA VIVIENDA 2024- PRESUPUESTO PROYECTADO							
Costos	Proveedor	Unidades proyectadas / Meses	Costo por unidad	Subtotal	Impuestos	Retenciones	Monto a pagar
<b>LOGÍSTICA</b>							
Coordinación proyecto	Ralza Maquiza	4	\$400,00	\$1.600,00	\$192,00		\$1.792,00
<b>IMAGEN DE MES</b>							
Soporte área de diseño		1	\$388,89	\$388,89	\$46,67		\$435,56
		1	\$80,00	\$80,00	\$9,60		\$89,60
<b>WEB</b>							
Ajuste estructura web según dis		1	\$2.530,00	\$2.530,00	\$303,60		\$2.833,60
Agregar nuevos proyectos en la		1	\$395,96	\$395,96	\$47,52		\$443,48
Soporte web durante EMV 2024		1	\$395,96	\$395,96	\$47,52		\$443,48
<b>COMUNICACIÓN</b>							
PR + CM + contenidos + video +		1	\$5.000,00	\$5.000,00	\$600,00		\$5.600,00
Pauta redes		1	\$1.000,00	\$1.000,00	\$120,00		\$1.120,00
<b>PASAJES</b>							
Pasajes viajes UID (3 personas p		4	\$400,00	\$1.600,00	\$192,00		\$1.792,00
Movilización Quito transporte		4	\$150,00	\$600,00	\$72,00		\$672,00
Alimentación UID		4	\$100,00	\$400,00	\$48,00		\$448,00
<b>MATERIAL COMUNICACIÓN</b>							
Backing EMV 2024		1	\$500,00	\$500,00	\$60,00		\$560,00
4 Roll ups EMV 2024 modelos v		1	\$200,00	\$200,00	\$24,00		\$224,00
<b>PRESUPUESTO TOTAL:</b>							<b>\$14.128,63</b>
<b>AUSPICIOS CONFIRMADOS</b>							
PAQUETE PLATINO		2	\$10.000,00	\$20.000,00	\$2.400,00		\$22.400,00
PAQUETE ORO		4	\$5.000,00	\$20.000,00	\$2.400,00		\$22.400,00
PAQUETE PLATA		6	\$2.500,00	\$15.000,00	\$1.800,00		\$16.800,00
REGISTRO EMPRESAS APIVE		12	\$150,00	\$1.800,00	\$216,00		\$2.016,00
REGISTRO OTRAS EMPRESAS / PROYECTOS		40	\$250,00	\$10.000,00	\$1.200,00		\$11.200,00
<b>AUSPICIOS TOTALES:</b>				<b>\$66.800,00</b>	<b>\$8.016,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$74.816,00</b>
<b>DESFASE PRESUPUESTO:</b>							<b>\$60.687,37</b>

Para visualizar de forma detallada del flujo proyectado

[CLICK AQUÍ](#)

# IDENTIDAD VISUAL PREPARACIÓN

- 16 Propuesta Logo
- 17 Definición del Logo y Actualización
- 18 Adaptación firma EMV



# PROPUESTA DE LOGO



## Versiones Complementarias



## Paleta de Colores



escala de  
grises



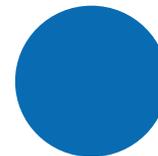
#fdcc40



#fcb133



#f7902f



#096cb2

## Tipografía

### Poppins

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

### Lato

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

## Isotipo



## Logotipo

El mes de  
la vivienda

## Imagotipo



El mes de  
la vivienda

Para visualizar la propuesta completa

[CLICK AQUÍ](#)

# DEFINICIÓN DE LOGO



**El mes de  
la vivienda**

**Abril  
2024**

# ACTUALIZACIÓN DEL LOGO



Versión Web



Versión Móbil

# FIRMA DE CORREO

## Adaptación de correo general



## Adaptación firma de correo por áreas

El siguiente banner representa como sería el diseño de firma correo de acuerdo al área:



# DISEÑO DE MAILING Y REGISTRO PREPARACIÓN

- |    |   |    |   |
|----|---|----|---|
| 20 | Diseño mailing anuncio EMV 2024                 | 26 | Formulario de registro para auspiciantes    |
| 21 | Diseño mailing para Show Room                   | 27 | Diseño de mailing de registro de aliados    |
| 22 | Formulario de registro para Show Room           | 28 | Formulario de registro para aliados         |
| 23 | Diseño mailing para Show Room (empresa)         | 29 | Diseño del Mailing de registro de proyectos |
| 24 | Formulario de registro para Show Room (empresa) | 30 | Formulario de registro de proyectos         |
| 25 | Formato carta auspicios                         | 31 | Diseño de mailing para partners             |



# DISEÑO MAILING ANUNCIO EL MES DE LA VIVENDA



Mensaje nuevo

El mes de la vivienda APIVE

Título

Nombre completo

Cargo

Empresa

Ciudad.-

De nuestras consideraciones:

Estimado [Nombre de la Empresa],

Queremos expresar nuestro más sincero agradecimiento por ser parte activa del Mes de la Vivienda. En este emocionante encuentro, nos complace anunciar que el Mes de la Vivienda edición 2024 está por comenzar, estamos preparando una experiencia única, donde destacaremos las últimas tendencias en ferias de viviendas, financiamiento de viviendas y capacitaciones, como lo hemos estado manejando.

Enviar

A 📎 🔗 😊 🏠 🖼️ 🔒 ✎ ⋮ 🗑️

Para visualizar la plantilla en word

[CLICK AQUÍ](#)

# DISEÑO MAILING PARA SHOW ROOM



Mensaje nuevo

El mes de la vivienda APIVE

Guayaquil, Día de MES del 2023

**Título**

**Nombre completo**

**Cargo**

**Empresa**

**Ciudad.-**

De nuestras consideraciones:

Estimado [Nombre de la Empresa],

¡Esperamos que estés teniendo un gran día! ¡Estimado/a [Nombre del destinatario] En el marco del Mes de la Vivienda 2024, te hacemos llegar una afectuosa invitación para formar parte de nuestro show room en la edición 2024. Este evento es una oportunidad única para exhibir tus proyectos más destacados y colaborar en la creación de un momento verdaderamente emocionante durante el mes de abril. Contribuyamos juntos al beneficio de la comunidad y al impulso del sector inmobiliario.

¡Esperamos contar con tu valiosa participación!

Enviar

A 📎 🔗 😊 🗑️ 🖼️ 🔒 ✍️ ⋮ 🗑️

Para visualizar la plantilla en word

[CLICK AQUÍ](#)

# FORMULARIO DE REGISTRO PARA SHOW ROOM



## FORMULARIO DE REGISTRO



El Mes de la Vivienda quiere llevar tu proyecto a los trabajadores ecuatorianos. Durante todo el mes reuniremos la mejor oferta inmobiliaria, asesoría financiera y promociones especiales con la que visitaremos a las empresas que reparten más utilidades a sus colaboradores.

### REGISTRO DE LA EMPRESA

Nombre de la empresa:  
Sitio web:

### CONTACTO PRINCIPAL

Nombre del contacto:  
Cargo:  
Número de teléfono:  
Correo electrónico:

### CONFIRMACIÓN DE PARTICIPACIÓN

Acepto los Términos y Condiciones de registro y uso de mis datos

Sí

No

SUBMIT

Para visualizar el formulario

CLICK AQUÍ

# DISEÑO DE MAILING PARA SHOW ROOM (EMPRESAS)



Mensaje nuevo

El mes de la vivienda APIVE

Guayaquil, DÍA de MES del 2023

**Título**

**Nombre completo**

**Cargo**

**Empresa**

Ciudad.-

De nuestras consideraciones:

Estimado [Nombre de la Empresa],

Espero que este mensaje le encuentre bien. Mi nombre es [Tu nombre] y soy [Tu cargo] en [Nombre de tu empresa]. Nos dirigimos a usted con el propósito de solicitar amablemente su autorización para realizar una visita a las instalaciones de [Nombre de la Empresa del destinatario].

Estamos interesados en aprender más sobre su empresa y sus operaciones para explorar posibles

Enviar

A 📎 🔗 😊 🗺️ 📷 🔒 ✎ ⋮ 🗑️

Para visualizar la plantilla en word

[CLICK AQUÍ](#)

# FORMULARIO DE REGISTRO PARA SHOW ROOM (EMPRESAS)



## FORMULARIO DE REGISTRO

El Mes de la Vivienda facilita el acceso a vivienda a los trabajadores ecuatorianos. Para que tus colaboradores logren comprar o mejorar su casa, es importante que conozcan todo lo que se encuentra disponible en el mercado para ellos. Esta campaña ofrece un espacio donde se reúne la mejor oferta inmobiliaria, asesoría financiera personalizada y promociones especiales dirigidas a los trabajadores de las empresas que participen como anfitrionas.

### REGISTRO DE LA EMPRESA

Razón social de la empresa:

RUC de la empresa:

Descripción de la empresa:

### CONTACTO PRINCIPAL

Dirección de la empresa:

Teléfono:

Banco con que la empresa maneja la nómina

Envío de logotipo de la empresa

### CONFIRMACIÓN DE PARTICIPACIÓN

Aceptar términos y condiciones de registro y uso de mis datos:

Sí

No

SUBMIT

Para visualizar el formulario

CLICK AQUÍ

# FORMATO CARTA AUSPICIOS



Mensaje nuevo

El mes de la vivienda

APIVE

Guayaquil, DÍA de MES del 2023

**Título**  
**Nombre completo**  
**Cargo**  
**Empresa**  
**Ciudad.-**

De nuestras consideraciones:

Estimado [Nombre de la Empresa],

Es un placer saludarle en nombre de la Asociación de Promotores Inmobiliarios de Vivienda del Ecuador (APIVE), la principal entidad que reúne a los líderes del sector de vivienda en nuestro país.

En este mes de abril de 2023, testigo de la primera edición de nuestra campaña "El Mes de la Vivienda", hemos logrado un hito trascendental. Nuestra misión era promover el acceso a la vivienda bajo un estandarte unificado que potenciará los esfuerzos comerciales de toda la industria inmobiliaria. Para ello, reunimos a los principales actores del sector, incluyendo promotores, instituciones financieras, ferias, gremios y proveedores de renombre en el mercado.

Enviar

A

📎

🔗

😊

🏠

🖼️

🔒

✍️

⋮

🗑️

Para visualizar la plantilla en word

[CLICK AQUÍ](#)

# FORMULARIO DE REGISTRO PARA AUSPICIANTE



## FORMULARIO DE REGISTRO

Gracias por tu interés en ser parte del Mes de la Vivienda 2024 como auspiciante. Por favor, completa el siguiente formulario para que podamos personalizar tu experiencia y asegurarnos de que obtengas el máximo beneficio de tu participación.

### INFORMACIÓN DE LA EMPRESA

Nombre de la empresa:

Sitio web:

### CONTACTO PRINCIPAL

Nombre del contacto:

Cargo:

Número de teléfono:

Correo electrónico:

### EXPECTATIVAS Y BENEFICIOS

Expectativas y beneficios

¿Cuáles son tus expectativas al participar como auspiciante?

¿Hay algún beneficio específico que te gustaría recibir como auspiciante?

### CONFIRMACIÓN DE PARTICIPACIÓN

Al enviar este formulario, confirmas tu interés en ser auspiciante en el Mes de la Vivienda. Nos pondremos en contacto contigo en breve para discutir los detalles y personalizar tu participación de acuerdo con tus objetivos.

Gracias por ser parte de este emocionante evento. ¡Esperamos colaborar contigo para hacer del Mes de la Vivienda 2024 un gran éxito!

SUBMIT

Para visualizar la plantilla en word

CLICK AQUÍ

# DISEÑO DE MAILING DE REGISTRO DE ALIADOS



Mensaje nuevo

El mes de la vivienda APIVE

Gueyaquil, DÍA de MES del 2023

Título

Nombre completo

Cargo

Empresa

Ciudad.-

De nuestras consideraciones:

Estimado (Nombre de la Empresa),

Es un placer dirigimos a ti en anticipación al Mes de la Vivienda 2024. Nos encantaría contar con la participación de tu empresa como nuestro aliado estratégico en esta iniciativa transformadora.

Al registrarte como nuestro aliado, tu empresa se suma a una red comprometida con la excelencia y

Enviar

A

📎

🔗

😊

📷

🔒

✍️

⋮

🗑️

Para visualizar la plantilla en word

[CLICK AQUÍ](#)

# FORMULARIO DE REGISTRO PARA ALIADOS



## FORMULARIO DE REGISTRO



ABRIL será testigo de una nueva edición de El Mes de la Vivienda. Con esta campaña incursionamos nuevas metas y esfuerzos que acerquen a los ciudadanos a comprar o remodelar su casa propia, mejorando su calidad de vida y la de sus familias. Reuniremos a los principales actores del sector: promotores, instituciones financieras, gremios, ferias y proveedores de renombre en el mercado.

APIVE te invita a sumarte en este nuevo esfuerzo de la industria inmobiliaria, una gran oportunidad para reforzar tu liderazgo y compromiso con los hogares y familias ecuatorianas. Juntos podemos dinamizar la construcción, la generación de empleo y el acceso a la vivienda en nuestro país.

¡Regístrate como aliado!

Tiempo estimado para responder la encuesta: 2 minutos.

### REGISTRO DE LA INSTITUCIÓN

Razón social de la institución  
Descripción de la institución  
Dirección de la institución

### REPRESENTANTE Y VOCERO DE LA INSTITUCIÓN:

Nombre del representante  
Teléfono del representante  
Correo electrónico del representante

SUBMIT

Para visualizar la plantilla en word

CLICK AQUÍ

# DISEÑO DEL MAILING DE REGISTRO DE PROYECTOS



Mensaje nuevo

El mes de la vivienda **APIVE**

Guayaquil, **DÍA** de **MES** del 2023

**Título**  
**Nombre completo**  
**Cargo**  
**Empresa**  
**Ciudad.-**

De nuestras consideraciones:

Estimado [Nombre de la Empresa],

¡Es un placer saludarte! Nos dirigimos a ti con entusiasmo y la esperanza de que tu proyecto sea parte integral del Mes de la Vivienda 2024, un evento que celebra la innovación y la excelencia en la industria de la vivienda.

Registra tu proyecto ahora para aprovechar al máximo esta oportunidad. Completa el formulario de registro aquí: [Enlace de registro]

Enviar

A 📎 🔗 😊 🏠 🖼️ 🔒 ✍️ ⋮ 🗑️

Para visualizar la plantilla en word

[CLICK AQUÍ](#)

# FORMULARIO DE REGISTRO DE PROYECTOS



ABRIL será testigo de una nueva edición de El Mes de la Vivienda. Con esta campaña incursionamos nuevas metas y esfuerzos que acerquen a los ciudadanos a comprar o remodelar su casa propia, mejorando su calidad de vida y la de sus familias. Reuniremos a los principales actores del sector: promotores, instituciones financieras, gremios, ferias y proveedores de renombre en el mercado. Queremos contar con tu participación en este nuevo esfuerzo de la industria inmobiliaria, una gran oportunidad para promocionar tu proyecto y dinamizar el acceso a vivienda para los hogares y familias de nuestro país.

¡Inscribe tu proyecto GRATIS y benefíciate de la campaña El Mes de la Vivienda!

## REGISTRO DE LA EMPRESA

Nombre de la empresa:

Sitio web:

## CONTACTO PRINCIPAL

Nombre del contacto:

Número de teléfono:

Correo electrónico:

## CONFIRMACIÓN DE PARTICIPACIÓN

Acepto los Términos y Condiciones de registro y uso de mis datos

Sí

No

SUBMIT

Para visualizar la plantilla en word

[CLICK AQUÍ](#)

# DISEÑO DE MAILING PARA PARTNERS



Mensaje nuevo

El mes de la vivienda A P I V E

Guayaquil, **DÍA** de **MES** del 2023

**Título**

**Nombre completo**

**Cargo**

**Empresa**

**Ciudad.-**

De nuestras consideraciones:

Estimado [Nombre de la Empresa],

Estimado/a [Nombre del destinatario],

Estamos entusiasmados por el próximo lanzamiento del Mes de la Vivienda 2024, y queremos invitarte a ser parte fundamental de este evento innovador. Como colaborador estratégico, tu participación no solo fortalecerá nuestra iniciativa, sino que también abrirá nuevas oportunidades para el crecimiento mutuo.

Enviar

A 📎 🔗 😊 🏠 🖼️ 🔒 ✎ ⋮ 🗑️

Para visualizar la plantilla en word

[CLICK AQUÍ](#)

# PARTICIPANTES

## PREPARACIÓN

- |           |  |           |                           |
|-----------|--|-----------|---------------------------|
| <b>33</b> | Búsqueda y Selección Aliados - Proyectos | <b>40</b> | Cotización de Proveedores |
| <b>34</b> | Contacto Aliados                         | <b>41</b> | Auspicios                 |
| <b>35</b> | Gestión de Aliados                       | <b>42</b> | Fase Web Auspicios        |
| <b>36</b> | Búsqueda y Selección Proveedores         | <b>43</b> | Pipeline Auspicios        |
| <b>37</b> | Búsqueda y Selección Proveedores PR      | <b>44</b> | Paquete Auspicios         |
| <b>38</b> | Aprobación de Proveedores                |           |                           |
| <b>39</b> | Confirmación de Proveedores              |           |                           |



# BÚSQUEDA Y SELECCIÓN ALIADOS – PROYECTOS



## Búsqueda de Aliados/Proyectos

Búsqueda de aliados y proyectos inmobiliarios que participarán en la ejecución del EMV.



## Selección de Aliados/Proyectos

Selección de aliados y proyectos inmobiliarios luego de la búsqueda de los mismo.

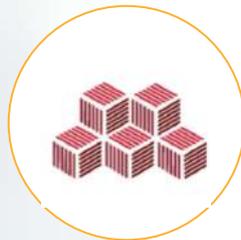


# CONTACTO ALIADOS



## Contacto de Aliados Gremiales

Búsqueda de aliados gremiales y cámaras de comercio que contribuyan con la planificación del EMV.



## Contacto Aliados APIVE

Búsqueda de aliados APIVE que faciliten la comunicación, colaboración y compartan recursos o información sobre el mercado inmobiliario.



## Contacto Aliados Ferias

Búsqueda de aliados ferias que contribuyan a la organización del showroom.

# GESTIÓN DE ALIADOS



## Llamadas de confirmación de aliados

Seguimiento de compromisos y garantizar que todas las partes cumplan con sus responsabilidades acordadas.



## Concretar aliados

Concretar alianzas y acuerdos colaborativos con nuevos socios o aliados, promoviendo relaciones mutuamente beneficiosas y contribuyendo al éxito conjunto .



## Cita de seguimiento

Se busca mantener una conexión activa, abordar posibles desafíos y explorar nuevas oportunidades de colaboración,



## Actualización base de datos

Implica la actualización de información relevante, como cambios en contactos, detalles de la empresa, y cualquier otro dato pertinente.

# BÚSQUEDA Y SELECCIÓN PROVEEDORES



## Búsqueda de Proveedores

Búsqueda de proveedores que proporcionaran recursos necesarios para la realización del EMV.



## Selección de Proveedores

Se seleccionará los proveedores con la ayuda del área administrativa, estos contribuirán con la ejecución del EMV.



## Cotización de proveedores

Negociación con los proveedores

# BÚSQUEDA Y SELECCIÓN PROVEEDORES PR



## Búsqueda de Proveedores PR

Búsqueda de proveedores PR que ayudará a llevar el anuncio del Mes de la Vivienda mediante diferentes canales de comunicación.



## Selección de Proveedores PR

Se seleccionará los proveedores PR con la ayuda del área administrativa, estos contribuirán a llevar el mensaje de la inauguración del EMV



## Cotización de proveedores PR

Se negocia con los proveedores PR.



# CONFIRMACIÓN DE PROVEEDORES.



## Llamada de Confirmación

Se realiza la confirmación de los proveedores que contribuirán con la difusión del EMV.



## Concretar Proveedores

Se realizará un listado de proveedores que confirmaron su participación.



# COTIZACIÓN PARA PROVEEDORES

## COTIZACIÓN

ITEM	DETALLES DEL SERVICIO	UNIDAD DE MEDIDA	CANT.	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
					TOTAL GENERAL

RAZON SOCIAL	
RUC	
VALEZ DE COTIZACIÓN	
PLAZO DE EJECUCIÓN (DÍAS CALENDARIO)	
FORMA DE PAGO	
PLAZO GARANTÍA	
NOMBRE DE LA PERSONA DE CONTACTO	
DIRECCIÓN	
N DE TELÉFONO DE CONTACTO	
CORREO ELECTRÓNICO DE CONTACTO	
N CÓDIGO DE CUENTA INTERBANCARIA	
PERFIL Y DOCUMENTACIÓN ADICIONAL	
REGISTRO NACIONAL DE PROVEEDORES	

Para visualizar de forma detallada la cotización para porveedores

[CLICK AQUÍ](#)

# AUSPICIOS



## Envío de Carta

Se envía de forma correspondiente una carta a los auspiciantes



## Envío de Mailing

Se oficializará con los auspiciantes que participarán en EMV,



## Llamada de Confirmación

Se procederá a llamar a cada uno de los participantes, para confirmar su participación en el EMV.



## Concretar Auspicios

Realizar una lista con los auspiciantes que han confirmado su participación en el EMV.



## Venta Auspicios

Oficialización de la venta de auspicios.

# FASE WEB AUSPICIOS



## Diseño mailing venta auspicios

Se realiza el mailing para la venta auspicios, el cual se lo enviará a todos los interesados.



## Diseño PDF web

Se realiza un diseño en PDF el cual puede incluir lo siguiente:

- Introducción
- Objetivos
- Detalles del auspicio
- Contacto



## Campaña lanzamiento

El lanzamiento de paquetes auspicios puede incluir lo siguiente: Planificación, creación del contenido, Desarrollo de landing page y Lanzamiento.



## Paquete de auspicios en web

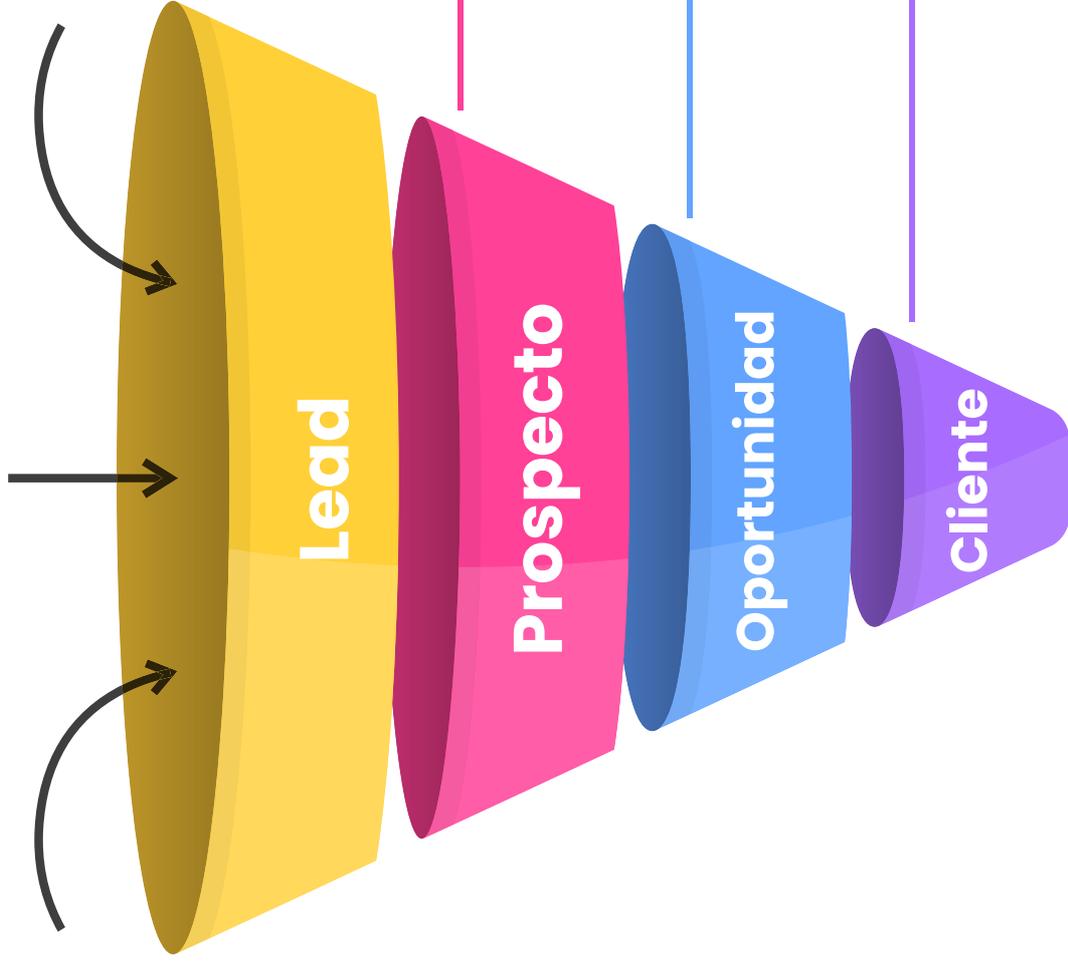
Una vez realizado los pasos previos se puede generar el paquete de auspicio en la página web y así podrá tener mayor visibilidad.

# PIPELINE AUSPICIOS

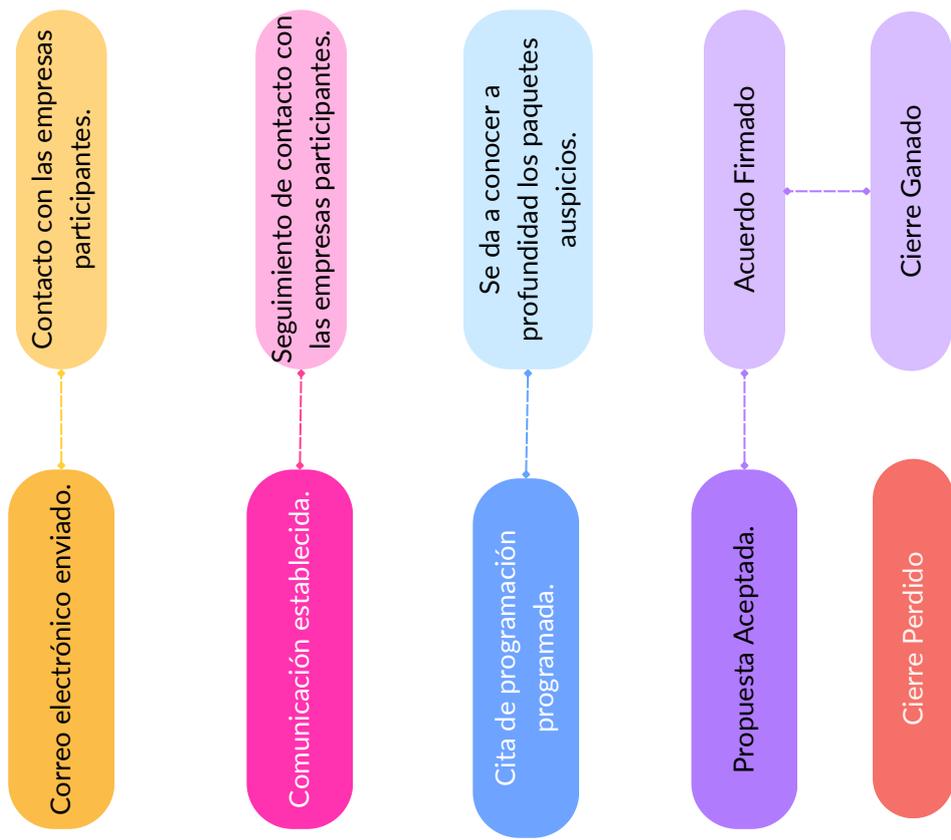
Participantes

[Regresar](#)  
Tabla Participantes

ESTADO DEL CLIENTE



ETAPA DEL NEGOCIO



Para visualizar el excel con la información del ciclo de negocio

[CLICK AQUI](#)

# PAQUETE AUSPICIOS

← Regresar  
Tabla Participantes

**¡Únete a El Mes de la Vivienda!**  
CONOCE NUESTROS PAQUETES DE AUSPICIO



El mes de la vivienda  
Abril 2024

	PLATINO \$10.000	ORO \$5.000	PLATA \$2.500
<p> <b>Exposición pública</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Logo en boletín de prensa informativo previo de El Mes de la Vivienda</li> <li>• Logo en boletín de prensa informativo al cierre de El Mes de la Vivienda</li> <li>• Logo en newsletters o info-boletines de elmesdelavivienda.com</li> <li>• Banner de axa en newsletters o info-boletines de elmesdelavivienda.com</li> <li>• Blog El Mes de la Vivienda: Entrevista y perfil empresarial difundido por redes sociales</li> <li>• Gira de medios: Entrevista en medios tradicionales y réplica en redes sociales.</li> </ul>	✓	✓	✓
<p> <b>Evento lanzamiento EMV2024</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Logo de auspiciantes en banner informativo EMV</li> <li>• Networking empresas del sector: 2 asistentes al evento de lanzamiento EMV 2024</li> </ul>	✓	✓	✓
<p> <b>Exposición de marca en Eventos en el marco de EMV</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Logo de auspiciantes en banner informativo EMV</li> </ul>	✓	✓	✓

Para visualizar de forma detallada el paquete auspicio

[CLICK AQUÍ](#)



# DISEÑO WEB Y CONTENIDO

## PREPARACIÓN

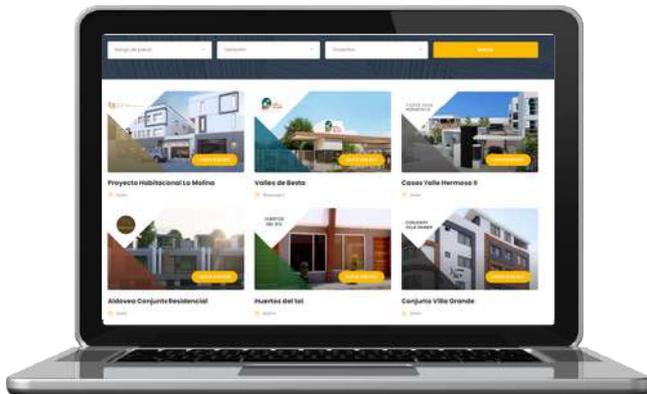
46 Fase: Web

47 Diseño de Marketing de  
Contenido (Web)

48 Estrategia de Marketing de  
Contenido (Web)



# FASE: WEB

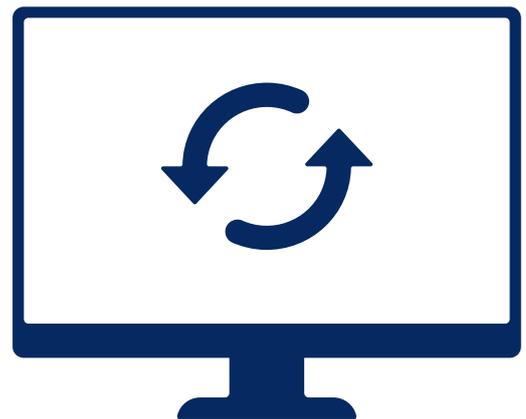


## Registro proyectos en sitio web ([elmesdelavivienda.com](http://elmesdelavivienda.com))

Se sube en la página web los proyectos inscritos de acuerdo a su rango de precio y ubicación.

## Actualización base de datos proyectos, aliados estratégicos y evento

Al contar con los proyectos y los aliados estratégicos asegurados, se realiza la actualización de base de datos.



# DISEÑO DE MARKETING DE CONTENIDO (WEB)



## Página de inicio

- Encabezado atractivo
- Mensaje de bienvenida
- Contenido (artículos, blogs, boletín informativo)

## Sección de proyectos inscritos

- Actualización de proyectos de acuerdo al rango de precio y ubicación
- Listado de todos los proyectos inscritos



## Calendario de actividades

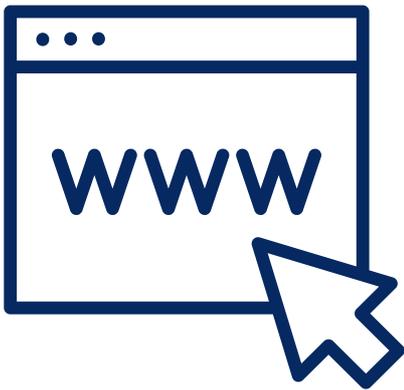
- Se actualiza el calendario de actividades presentadas para el mes de abril

## Revista EMV 2024

- Se actualiza la revista digital EMV 2024
- Para poder descargarla se debe poner el nombre y el correo



# DISEÑO DE MARKETING DE CONTENIDO (WEB)



## Contenido de Sitio Web ([elmesdelavivienda.com](http://elmesdelavivienda.com))

- Proyectos Inmobiliarios: Detallar los proyectos (imágenes, costo, requisitos).
- Boletines de Prensa: Publicaciones y anuncios referentes a los proyectos inmobiliarios.

## Blog

- Tendencias de Mercado: Artículos sobre las tendencias actuales de la industria inmobiliaria.
- Consejos e información útil, para las personas interesadas en adquirir una vivienda.



## Correo Electrónico

- Newsletters: Resumen de noticias, actualizaciones de proyectos y eventos próximos.

# FASE 1: DESARROLLO WEB

## PREPARACIÓN

**50** Parte 1: Diseño Web

**51** Parte 2: Diseño Web



# FASE 1: DESARROLLO WEB



## Actualización Web EMV

Luego del registro de proyectos, se procederá actualizar la página con los nuevos proyectos inmobiliarios inscritos.



## Banner Anunciando EMV

Publicación de banner anunciando la nueva edición del Mes de la Vivienda.



## Ocultar el Buscador

Al ocultar el buscador se procederá actualizar la lista de los proyectos inmobiliarios

# FASE 1: DESARROLLO WEB



## Habilitar el botón de pago

Luego del registro de proyectos, se procederá actualizar la página con los nuevos proyectos inmobiliarios inscritos.



## Autorización de datos personales

Debe de incluir el propósito de recopilación de los datos además de la protección que tendrán esta información.



## Paquete Auspiciante

Publicación de los paquetes auspiciantes disponibles

# FASE 2: CIERRE DEL DESARROLLO WEB PREPARACIÓN

**53** Parte 1: Desarrollo Web

**54** Parte 2: Desarrollo Web

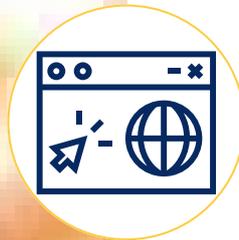


# FASE 2: DESARROLLO WEB



## Registro y actualización de base de datos

Luego del registro de proyectos, se procederá actualizar la página con los nuevos proyectos inmobiliarios inscritos.



## Inicio de diseño

Inicio de diseño, imágenes, proyectos e insumos destinados al diseño de la página web. (elmesdelavivienda.com)



## Inicio de desarrollo web

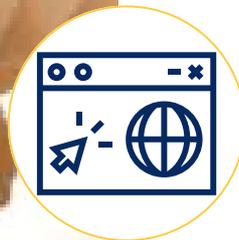
Desarrollo de la página web con los insumos y proyectos existente para la nueva edición.

# FASE 2: DESARROLLO WEB



## Actualización Calendario de eventos

Publicación del calendario de eventos en la página web (incluye hora y detalles del evento)



## Publicación de sitio web

Actualización de la página web.



## Autorización de datos

Recopilación de los datos además de la protección que tendrán esta información.

# EVENTO DE LANZAMIENTO PREPARACIÓN

56 Lugar de Lanzamiento

57 Preparación de evento de lanzamiento



# LUGAR DE LANZAMIENTO



## Búsqueda del lugar de lanzamiento

Implica considerar factores como accesibilidad, capacidad, infraestructura y la alineación con los objetivos estratégicos del lanzamiento.



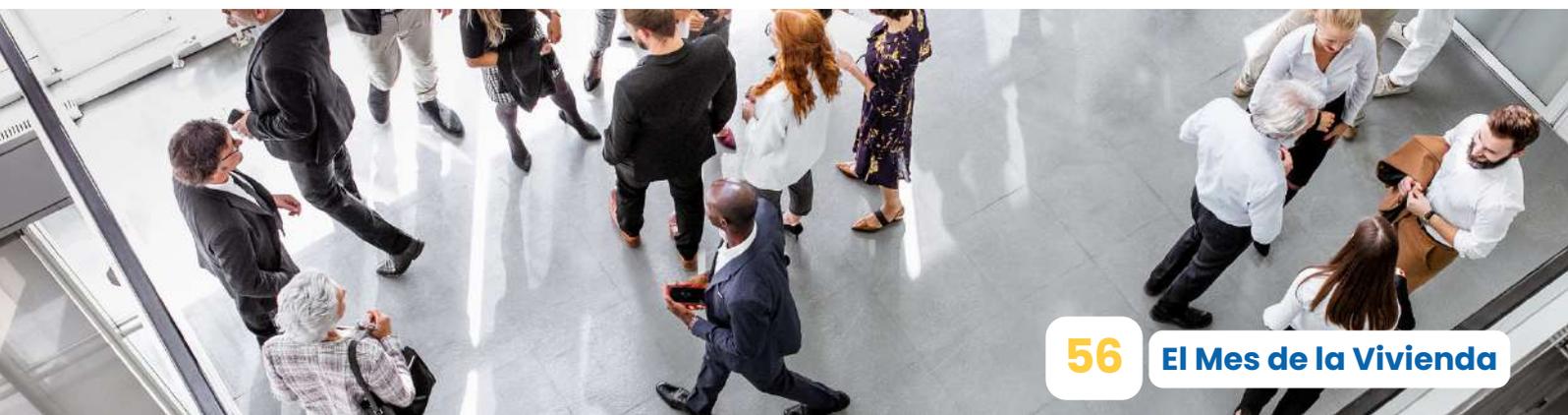
## Selección del lugar de lanzamiento

La selección del lugar de lanzamiento desempeña un papel crucial en la creación de una experiencia exitosa, asegurando que el entorno contribuya positivamente a los objetivos.



## Cotización del lugar de lanzamiento

Se lleva a cabo el proceso de obtener cotizaciones detalladas y transparentes relacionadas con el uso del lugar seleccionado para el lanzamiento. Implica la comunicación con los responsables del espacio para obtener información sobre los costos asociados, que pueden incluir alquiler del lugar, servicios adicionales, entre otros.



# PREPARACIÓN DE EVENTO DE LANZAMIENTO



## Servicio de Catering

El servicio de catering, contribuye significativamente a la atmósfera general del evento, mejorando la experiencia de los invitados.



## Confirmación de Asistencia

Confirmar la asistencia de los participantes ayudará a conocer con seguridad las personas que asistirán al evento.



## Cobertura Fotográfica

La cobertura fotográfica, es una inversión estratégica que contribuye a la promoción continua y la construcción de marca



## Participación de Vocero

La participación de un vocero puede potenciar la visibilidad y la credibilidad del evento de lanzamiento, así como fortalecer la conexión con la audiencia.



# CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN PREPARACIÓN

- 59 Estrategia de Campaña de Comunicación
- 60 Envío de mailing y rueda de prensa



# CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN.



## Identificación del público objetivo.

Diseñar un contenido de acuerdo al público objetivo identificado.



## Mensaje Clave

Diseñar un mensaje clave y persuasivo, el cual sea relevante y claro para el público al que se quiere llegar.



## Colaboración y alianzas.

Las alianzas y colaboraciones permitirán que el contenido sea más visible.



## Involucramiento al público

Fomentar la interacción con el público mediante concursos o encuestas.

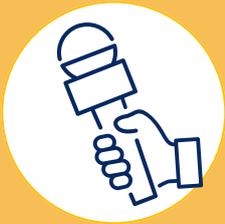


# CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN



## Envío de Mailing

Envío de mailing masivo anunciando El Mes de la Vivienda, a empresas, auspiciantes, gremios, cámaras entre otros grupos involucrados. Para visualizar la plantilla de word [CLICK AQUI](#)



## Rueda de Prensa

Concretar los proveedores que participarán en la rueda de prensa



# SHOWROOM

## PREPARACIÓN

- 62 Flyer para expositores
- 63 Formulario registro expositores
- 64 Acercamiento con los expositores
- 65 Flyer para anfitriones
- 66 Diseño de mailing registro anfitriones
- 67 Formulario de registro para anfitriones
- 68 Presentación anfitriones
- 69 Formulario de preguntas a empresas anfitrionas



# EXPOSITORES

## Flyer

**El mes de la vivienda**

Una iniciativa de APIVE

### ¡Participa en El Mes de la Vivienda!

El Mes de la Vivienda quiere llevar tu proyecto a los trabajadores ecuatorianos. Durante todo el mes reuniremos la mejor oferta inmobiliaria, asesoría financiera y promociones especiales con la que visitaremos a las empresas que reparten más utilidades a sus colaboradores.

Queremos contar con tu participación en este nuevo esfuerzo de la industria inmobiliaria, una gran oportunidad para promocionar tu proyecto y dinamizar el acceso a vivienda para los hogares y familias de nuestro país.

Tu proyecto se exhibirá en nuestro Catálogo Inmobiliario y formará parte de nuestro Showroom Inmobiliario dentro de las empresas.

**Inversión = USD 2.000**

\*Tenemos cupos limitados. Aplican condiciones.

### Tus beneficios

- ✓ Perfil de tu proyecto en nuestro Catálogo Inmobiliario que se difundirá por más de 30 plazas de trabajo.
- ✓ Participación presencial de tu proyecto en nuestro Showroom Inmobiliario que se realiza dentro de las empresas.
- ✓ Contamos con la participación de instituciones financieras para asesorar a los trabajadores mientras conocen tu proyecto.
- ✓ Presencia de logo en página general de proyectos de la Revista Digital EMV.
- ✓ Promoción de tu proyecto inmobiliario en nuestras Redes Sociales.
- ✓ Tu proyecto se exhibirá también en nuestro sitio web [elmesdelavivienda.com](http://elmesdelavivienda.com).

### Requisitos

- ✓ Tu proyecto inmobiliario debe estar registrado en [elmesdelavivienda.com](http://elmesdelavivienda.com).
- ✓ Tu proyecto debe incluir una promoción especial durante el mes de abril para los trabajadores. Encuentra las opciones en un listado que te compartimos.

### ¡Forma parte de El Mes de la Vivienda 2024!

[info@elmesdelavivienda.com](mailto:info@elmesdelavivienda.com)

[asesoria@apive.org](mailto:asesoria@apive.org)

[www.elmesdelavivienda.com](http://www.elmesdelavivienda.com)

Para visualizar el flyer completo

**CLICK AQUÍ**

# FORMULARIO REGISTRO EXPOSITORES



Mensaje nuevo



### Registro de Expositores

Abril de 2023 fue testigo de nuestra primera edición de "El Mes de la Vivienda", con la que logramos facilitar el acceso a vivienda de los ecuatorianos, unificando los esfuerzos comerciales de toda la industria y reuniendo a los principales actores del sector: promotores, instituciones financieras, gremios, ferias y proveedores de renombre en el mercado.

Resultados obtenidos en nuestra primera edición:

(imagen de cifras)

En abril 2024 incursionamos un nuevo proyecto para encausar el pago de utilidades de las empresas a sus colaboradores hacia vivienda nueva y remodelación, mejorando su calidad de vida y la de sus familias.

Queremos invitarte a participar en este nuevo esfuerzo de la industria inmobiliaria, es una gran oportunidad para promocionar tu proyecto y dinamizar el acceso a vivienda para los hogares y familias de nuestro país. Tu proyecto se exhibirá en nuestro Catálogo Inmobiliario y formará parte de nuestro Showroom Inmobiliario dentro de las empresas.

¡Juntos podemos dinamizar la construcción, la generación de empleo y el acceso a la vivienda en nuestro país!

Enviar



Para visualizar la plantilla en word

[CLICK AQUÍ](#)

# ACERCAMIENTO EXPOSITORES



## Mailing acercamiento con flyer a expositores

Mailing dirigido a los expositores, con información referente a los showrooms



## Formulario – Mailing registro de Instituciones Financieras

Formulario para registro de las instituciones financieras que participarán de los showrooms.



## Formulario – Mailing registro de Proveedores

Formulario para registro de los proveedores que participarán de los showrooms.



## Mailing registro a showrooms con botón a form

Mailing con acceso directo al formulario de registro



## Catálogo de Proyectos expositores

Catálogo de proyectos expositores

# ANFITRIONES

## Flyer

**El mes de la vivienda**

Una iniciativa de **APIVE**

**¿Quién es APIVE?**

La Asociación de Promotores Inmobiliarios de Vivienda del Ecuador APIVE es una institución sin fines de lucro, que reúne a los mayores promotores de vivienda del Ecuador, en número de viviendas provistas al mercado inmobiliario cada año.

Para dinamizar el acceso a vivienda y el consecuente bienestar de los hogares ecuatorianos, APIVE creó la iniciativa "El Mes de la Vivienda".

La primera edición de El Mes de la Vivienda llegó gracias al auspicio de:

En alianza con:

Con el apoyo de:

Contáctanos [info@elmesdelavivienda.com](mailto:info@elmesdelavivienda.com) [www.elmesdelavivienda.com](http://www.elmesdelavivienda.com)

Para visualizar el flyer completo

[CLICK AQUÍ](#)

# DISEÑO MAILING REGISTRO DE ANFITRIÓN



Mensaje nuevo

El mes de la vivienda A P I V E

### Registro de Anfitriones

Este abril fue testigo de nuestra primera edición de "El Mes de la Vivienda", con la que logramos facilitar el acceso a vivienda de los ecuatorianos, unificando los esfuerzos comerciales de toda la industria y reuniendo a los principales actores del sector: promotores, instituciones financieras, gremios, ferias y proveedores de renombre en el mercado.

Nuestra primera edición contamos con el apoyo de:

(logos de aliados)

En abril 2024 incursionamos un nuevo proyecto para encausar el pago de utilidades de las empresas a sus colaboradores hacia vivienda nueva y remodelación, mejorando su calidad de vida y la de sus familias. Queremos contar con tu participación y trabajo conjunto para impulsar este trabajo articulado de toda la industria inmobiliaria y de la construcción, así como mejorar la calidad de vida de tus trabajadores.

Te invitamos a registrarte como Anfitrión del Showroom inmobiliario que ofrece El Mes de la Vivienda 2024. Juntos podemos dinamizar la construcción, la generación de empleo y el acceso a la vivienda en nuestro país.

Enviar

A 📎 🔗 😊 ⚠️ 🖼️ 🔒 ✍️ ⋮ 🗑️

Para visualizar la plantilla en word

[CLICK AQUÍ](#)

# FORMULARIO DE REGISTRO PARA ANFITRIONES



## FORMULARIO DE REGISTRO



El Mes de la Vivienda facilita el acceso a vivienda a los trabajadores ecuatorianos. Para que tus colaboradores logren comprar o mejorar su casa, es importante que conozcan todo lo que se encuentra disponible en el mercado para ellos. Esta campaña ofrece un espacio donde se reúne la mejor oferta inmobiliaria, asesoría financiera personalizada y promociones especiales dirigidas a los trabajadores de las empresas que participen como anfitrionas.

Te invitamos a unirte en una gran oportunidad para reforzar tu liderazgo y compromiso en mejorar la calidad de vida de tus colaboradores, entregándoles todas las herramientas que necesitan en esta decisión.

¡Participa como anfitrión y beneficia a los trabajadores de tu empresa con este Showroom Inmobiliario que ofrece nuestra segunda edición!

### REGISTRO DE LA EMPRESA

Nombre de la empresa:  
Sitio web:

### CONTACTO PRINCIPAL

Nombre del contacto:  
Número de teléfono:  
Correo electrónico:

### CONFIRMACIÓN DE PARTICIPACIÓN

Acepto los Términos y Condiciones de registro y uso de mis datos  
Sí  
No

**SUBMIT**

Para visualizar la plantilla en word

**CLICK AQUÍ**

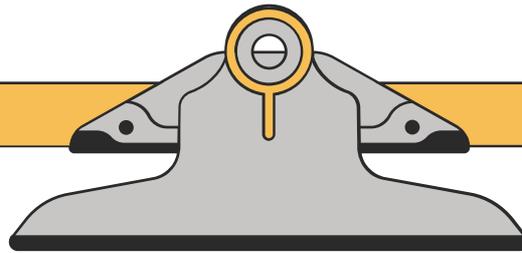
# PRESENTACIÓN ANFITRIONES



Para visualizar la presentación completa

[CLICK AQUÍ](#)

# FORMULARIO DE PREGUNTAS A EMPRESAS ANFITRIONAS



El Mes de la Vivienda reúne la mejor oferta inmobiliaria, asesoría financiera personalizada y promociones especiales dirigidas a mejorar el bienestar y calidad de vida de los colaboradores de su empresa.

Las siguientes preguntas tienen como objetivo conocer el interés y necesidades particulares de sus trabajadores sobre la inversión en una vivienda propia.

**¿Vive Usted en una vivienda propia?**

Si

No

**Si contestó SI:**

Está pagada.

La estoy pagando.

**¿Estaría Usted interesado/a en mejorar las condiciones de su casa?**

Si

No

Si contestó NO:

**¿Estaría Interesado/a Usted en adquirir una vivienda propia?**

Si

No

*Si contesta SI, continúa la encuesta con la siguiente ramificación.*

**¿Qué uso le daría a una vivienda o departamento nuevo?**

**Vivienda Habitual**

Departamento habitual

Inmueble para alquilar

Segunda residencia

Para visualizar las preguntas completas

[CLICK AQUÍ](#)

# DEFINICION DE PRODUCTO/ SERVICIO PREPARACIÓN

71 Definición de Producto/ Servicio



# DEFINICIÓN PRODUCTOS / EVENTOS EMV

Se realizará la definición concreta de los eventos fijos que estarán presentes durante el mes de abril en el Mes de la Vivienda.



## Feria virtual ECxPO 593 TOGO

593 TOGO es una empresa que crea puentes entre los Hispanos en Estados Unidos y los familiares en sus países de origen.



## Open houses

Se realiza el open houses con los proyectos participantes inscritos.



## Feria Habitat

En habitat se podrá encontrar también variedad de instituciones financieras que facilitarán el proceso de adquisición de propiedad.



## Feria Clave

En esta feria se reúnen varios proyectos de vivienda que sirven para conectarte con clientes, inversionistas y socios clave.

# SOLICITUD DE METAS PARA DISEÑO Y DEFINICIÓN DE MÉTRICAS

## PREPARACIÓN

**73** Solicitud de metas para  
diseño y definición de  
métricas



# SOLICITUD DE METAS PARA DISEÑO Y DEFINICION DE MÉTRICAS



Mensaje nuevo — ↗ ✕

**Asunto:** Solicitud de Metas y Definición de Métricas para [Nombre del Proyecto/Área]\*

Estimado equipo,

Espero que este mensaje les encuentre bien. Como parte de nuestro compromiso con la mejora continua y el logro de nuestros objetivos, estamos iniciando el proceso de definición de metas y métricas para [nombre del proyecto/área]. Este esfuerzo es crucial para evaluar nuestro rendimiento actual, identificar áreas de mejora y garantizar el éxito continuo de nuestros esfuerzos.

**Metas Generales:**

Antes de pasar a la fase de definición de métricas, es fundamental tener una comprensión clara de las metas que cada área tiene para el próximo periodo [trimestre/año]. Les insto a que revisen y actualicen las metas actuales, asegurándonos de que estén alineadas con la visión general de la empresa.

**Definición de Métricas:**

Una vez que tengamos claridad sobre las metas, necesitamos definir métricas específicas y cuantificables que nos permitan medir nuestro progreso hacia la consecución de dichas metas. Cada área es responsable de proponer las métricas clave que mejor reflejen su desempeño y contribución a los objetivos generales.

**Formato de Presentación:**

Les solicito que presenten las metas y métricas propuestas en un formato estructurado, indicando claramente la relación entre cada métrica y la meta correspondiente. Además, sería útil proporcionar información sobre cómo se recopilarán los datos, con qué frecuencia se realizarán las mediciones y quiénes serán los responsables de cada métrica.

**Fecha Límite:**

[Enviar](#) —

Para visualizar la plantilla en word

[CLICK AQUÍ](#)

# PARTICIPACIÓN EN EL BOSQUEJO DE PROYECTO

## PREPARACIÓN

75 Participación en el bosquejo de proyecto de proyecto



# PARTICIPACIÓN EN EL BOSQUEJO DEL PROYECTO

## Formulación del proyecto

Formulación del proyecto	
<b>Información del Proyecto</b>	
Nombre del Proyecto	
Fecha de Inicio del Bosquejo	
Responsable del Bosquejo	
<b>Objetivos Financieros del Bosquejo</b>	
Descripción de los Objetivos Financieros	
<b>Participantes del Área Financiera</b>	
Nombre y Cargo	
<b>Contribuciones y Comentarios Financieros</b>	
Resumen de Contribuciones Financieras	
Comentarios y Sugerencias Financieras	
<b>Resultados Financieros del Bosquejo</b>	
Estimación de Costos Iniciales	
Identificación de Recursos Financieros Necesarios	
Análisis de Viabilidad Financiera	
Gestión de Riesgos Financieros Preliminares	
<b>Próximos Pasos Financieros</b>	
Planificación Futura en el Área Financiera	
<b>Firmas del Área Financiera</b>	
Responsable Financiero del Proyecto	
Participantes del Área Financiera	

Para visualizar de forma detallada el bosquejo de proyecto

[CLICK AQUÍ](#)

# APROBACIÓN DE GASTOS VARIOS

## PREPARACIÓN

### 77 Aprobación de gastos varios





# SEGUIMIENTO AL CUMPLIMIENTO DEL CONTRATO DE PROVEEDORES

## PREPARACIÓN

### 79 Seguimiento al cumplimiento del contrato de Proveedores



# SEGUIMIENTO AL CUMPLIMIENTO DEL CONTRATO DE PROVEEDORES



## INFORMACIÓN DEL CONTRATO

Información general: Nombre, fecha de inicio del contrato, finalización, responsable del seguimiento.



## INDICADORES CLAVE DE DESEMPEÑO (KPIs) DEL CONTRATO



## ELEMENTOS A EVALUAR EN EL CUMPLIMIENTO

Detallar los aspectos a evaluar.



## EVALUACIÓN GENERAL DEL DESEMPEÑO

Proporcionar comentarios acerca de su desempeño.



## FIRMA DEL CONTRATO



# DURANTE EL EVENTO

## ACTIVIDADES

ACTIVIDADES	ÁREA RESPONSABLE
<i>Fase 2: Campaña de Comunicación</i>	Administrativo - Comunicación
<i>Elaboración de la Revista "EDIFICAR"</i>	Comunicación y Diseño
<i>Capacitación de P.H</i>	Administrativo
<i>Seguimiento alcance de objetivos planteados por la Gerencia de Operaciones</i>	Financiero

### **CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES**

# CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN LANZAMIENTO

## 83 Ejecución de la Campaña de Comunicación.





# EJECUCIÓN DE CAMPAÑA

Relaciones Públicas	Digital
	Televisión
	Prensa
	Radio
	RRSS
Redes Sociales	Facebook
	Instagram
	X

Resultados de la edición 2023 del EMV

[CLICK AQUÍ](#)

# ELABORACIÓN DE LA REVISTA “EDIFICAR”

## LANZAMIENTO

### 85 Elaboración de la Revista “EDIFICAR”



# ELABORACIÓN DE LA REVISTA "EDIFICAR"

Temas abordados en la revista del Mes de la Vivienda



## Iniciativa

Noticias relacionadas al Mes de la Vivienda



## Noticias

Noticias referentes al sector inmobiliario y de construcción.



## Financiamiento

Productos hipotecarios, prestamos u otras temas relacionadas con el mismo.



## Sostenibilidad

Iniciativas sostenibles referentes al sector inmobiliario y de construcción



## Cifras del Sector

Tendencias y perspectivas del sector inmobiliario.

[Regresar](#)

Tabla Durante

# CAPACITACIÓN DE PRODUCTOS HIPOTECARIOS

## LANZAMIENTO

**87** Capacitación de Productos Hipotecarios



# CAPACITACIÓN DE PRODUCTOS HIPOTECARIOS



## Capacitación - Guayaquil

Proceso educativo diseñado para proporcionar a profesionales, como agentes inmobiliarios, asesores financieros, y personal bancario, el conocimiento necesario sobre productos hipotecarios.

## Proceso de ejecución de capacitación



### Análisis de Necesidades

Identificar las áreas de conocimiento que necesitan fortalecimiento.



### Desarrollo del Contenido

Crear un programa de capacitación que aborde las áreas identificadas en el análisis de necesidades.



### Evaluación Continua

Proporcionar retroalimentación constructiva.

Resultados de la edición 2023 del EMV

[CLICK AQUÍ](#)

# SEGUIMIENTO ALCANCE DE OBJETIVOS PLANTEADOS

## LANZAMIENTO

**89** Seguimiento alcance de  
objetivos planteados



# SEGUIMIENTO ALCANCE DE OBJETIVOS PLANTEADOS



## Establecimiento de Indicadores de desempeño

Estos indicadores proporcionarán métricas que podrán ser monitoreadas.



## Frecuencia de Seguimiento

El seguimiento puede ser diario, semanal o mensual.



## Revisión y Evaluación periódica.

Ayudan ajustar estrategias si es necesario.



## Documentación

Llevar un registro detallado del progreso y cambios realizados durante el seguimiento.

# CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

DURANTE



## CRONOGRAMA DE LANZAMIENTO

ACTIVIDADES		Responsable	FECHA DE INICIO	FECHA DE FIN	DURACIÓN (DÍAS)	% DE TAREA COMPLETADO	Cronograma de Actividades																
ID	TÍTULO						Semana 1			Semana 2			Semana 3										
		L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	
1	DURANTE					#DIV/0!																	
1.1	Ejecución de Campaña																						
1.2	Elaboración de la Revista EMV																						
1.3	Capacitación de Productos Hipotecarios																						
1.4	Evento de Lanzamiento																						
1.5	Seguimiento del alcance de objetivos planteados																						
1.6	Aprobación de proveedores																						

Para visualizar de forma detallada el cronograma de actividades

[CLICK AQUÍ](#)

# POST – EVENTO

## ACTIVIDADES

ACTIVIDADES	ÁREA RESPONSABLE
<i>Cierre de Campaña de Comunicación</i>	Administrativo – Comunicación
<i>Cierre del EMV</i>	Comunicación y Diseño
<i>Estados de Resultados</i>	Financiero

### **CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES**

# CIERRE DE CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN

## CIERRE

**93** Cierre campaña de Relaciones Públicas + redes



# CIERRE DE CAMPAÑA RELACIONES PÚBLICAS Y REDES SOCIALES

## Mensaje de Agradecimiento

Agradecer via redes sociales el apoyo recibido de parte de los que formaron parte de la campaña incluyendo al público.

## Vista Previa de Resultados

Dar a conocer un resumen de los resultados dados, tales como la participación de las empresas y proyectos, además del impacto generado en las redes.



# FINALIZACIÓN DEL MES DE LA VIVIENDA CIERRE

**95** Cierre del Mes de la Vivienda

**96** Mailing de Agradecimiento



# CIERRE DEL MES DE LA VIVIENDA



## PUBLICACIÓN DE LA REVISTA

Publicación de la revista digital del Mes de la Vivienda que recopila información importante que aconteció ese período.



## MAILING DE AGRADECIMIENTO

Mailing de agradecimiento a las empresas y proyectos que participaron activamente durante El Mes de la Vivienda.



## INFORME DE CAMPAÑA

Informe de los resultados de la campaña de comunicación incluyendo, redes sociales, relaciones públicas y portal web.

# MAILING DE AGRADECIMIENTO



Mensaje nuevo — ↗ ✕

Asunto: Agradecimiento por contribución al éxito del Mes de la Vivienda.

Estimado/a [Nombre del destinatario],

Espero que este mensaje los encuentre bien. En nombre de todo nuestro equipo organizador, me dirijo a ustedes con profundo agradecimiento por su invaluable participación y apoyo en el Mes de la Vivienda.

El éxito alcanzado no habría sido posible sin la colaboración y dedicación de cada uno de ustedes. Sus contribuciones desinteresadas, compromiso y profesionalismo no solo enriquecieron la calidad del Mes de la Vivienda, sino que también fortalecieron los lazos en nuestra comunidad inmobiliaria.

Queremos expresar nuestro agradecimiento especial a nuestros Aliados, cuya colaboración estratégica y compromiso fueron fundamentales para el desarrollo y la ejecución impecable. Su apoyo continuo es esencial para el crecimiento y la prosperidad de nuestra industria.

A nuestros Proveedores, agradecemos sinceramente la alta calidad de los productos y servicios proporcionados. Su excelencia y eficiencia contribuyeron significativamente al nivel de profesionalismo que lo caracteriza.

A los Auspiciantes, les extendemos nuestro agradecimiento por su generoso respaldo financiero. Su contribución no solo facilitó la realización del Mes de la Vivienda, sino que también respaldó iniciativas importantes dentro de nuestra comunidad inmobiliaria.

A los Proyectos Inmobiliarios participantes, les agradecemos por compartir sus innovadores proyectos y contribuir a la diversidad y riqueza de nuestra exhibición. Su participación hizo que el Mes de la Vivienda fuera más enriquecedor para todos los asistentes.

Valoramos profundamente su compromiso y dedicación, y esperamos seguir construyendo relaciones sólidas y exitosas en el futuro. Estamos emocionados por las oportunidades que se presentarán gracias a nuestra colaboración continua.

**Enviar** ▾ 

Para visualizar la plantilla en word

[CLICK AQUÍ](#)

# ESTADO DE RESULTADO CIERRE

## 98 Estado de Resultado



# ESTADO DE RESULTADOS

Estado de Resultados

**Estado de resultados**  
Ingrese los datos de negocio de su empresa

ESTADO DE RESULTADOS

Nombre de la Empresa: \_\_\_\_\_  
Ejercicio: Diciembre 2022

INGRESOS:

Ventas brutas	\$0,0	
Menos: Devoluciones y provisiones	\$0,0	
<b>Ventas netas</b>		<b>\$0,0</b>

COSTO DE VENTAS:

Inventario inicial	\$0,0	
<b>Más:</b> Compras	\$0,0	
Costo de los bienes entrantes	\$0,0	
Menos de obra directa	\$0,0	
Gastos indirectos	\$0,0	
<b>Menos:</b> Inventario final	\$0,0	
<b>Costo de las ventas</b>		<b>\$0,0</b>
<b>Ganancia (pérdida) bruta</b>		<b>\$0,0</b>

GASTOS:

Publicidad	\$0,0
Amortización	\$0,0
Incoobrables	\$0,0
Gastos bancarios	\$0,0
Donaciones de beneficencia	\$0,0
Comisiones	\$0,0
Menos de obra contratada	\$0,0
Gastos de tarjetas de crédito	\$0,0

Para visualizar el estado de resultado

[CLICK AQUÍ](#)

# CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

POST - EVENTO



## CRONOGRAMA DE CIERRE

ACTIVIDADES		Cronograma de Actividades																				
TITULO		Responsable	FECHA DE INICIO	FECHA DE FIN	DURACIÓN (DÍAS)	% DE TAREA COMPLETADO	Semana 1			Semana 2			Semana 3									
ID							L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D		
<b>1</b>	<b>CIERRE DE CAMPAÑA</b>					# DIV/0																
1.1	Mensaje de agradecimiento																					
1.2	Vista Previa de los Resultados																					
<b>2</b>	<b>FINALIZACIÓN DE EMV</b>					# DIV/0																
2.1	Publicación de la revista digital EMV																					
2.2	Mailing de agradecimiento																					
2.3	Informe de Campaña de Comunicación (Cierre del área de comunicación)																					
<b>3</b>	<b>FINANZAS</b>					# DIV/0																
3.1	Estado de Resultados																					

Para visualizar de forma detallada el cronograma de actividades

[CLICK AQUÍ](#)