



**DISEÑO DE UNA PÁGINA WEB PARA ARRIENDOS DE DEPARTAMENTOS EN EL SECTOR DE LA
“ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO” (ESPOCH) COMO
UNA ALTERNATIVA PARA EL EMPRENDIMIENTO**

**Design of a website of renting departments in “Escuela Superior Politécnica de
Chimborazo (ESPOCH)” sector as an alternative for the undertaking**

Eliana Soraya Sánchez - Moreano¹
eliana.ssm.16@gmail.com

Rodney Patricio Reinoso - Erazo²
rodney_reinoso@hotmail.es

Rosa Mercedes Zabala - Cuadrado
rosa.zabala@espoch.edu.ec

¹Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Facultad de Ciencias. Riobamba, Ecuador.

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Eliana Soraya Sánchez – Moreano, Rodney Patricio Reinoso - Erazo y Rosa Mercedes Zabala - Cuadrado (2018): “Diseño de una página web para arriendos de departamentos en el sector de la “Escuela Superior Politécnica de Chimborazo” (ESPOCH) como una alternativa para el emprendimiento”, Revista Caribeña de Ciencias Sociales (abril 2018). En línea: [//www.eumed.net/rev/caribe/2018/04/pagina-web-arriendos.html](http://www.eumed.net/rev/caribe/2018/04/pagina-web-arriendos.html)

¹ Estudiantes Facultad de Ciencias Ingeniería en Biotecnología Ambiental

² Docente Escuela superior Politécnica de Chimborazo. Magister en Formulación Evaluación y Gestión de Proyectos Sociales y Productivos. Consultora en proyectos Productivos y Sociales



RESUMEN

La ausencia de una fuente de información actualizada y organizada acerca de arriendos en sectores aledaños de la ESPOCH ha dado paso a la iniciativa de implementar una página web donde se publiquen habitaciones y departamentos disponibles; de manera que para los estudiantes suponga un ahorro de tiempo durante la búsqueda, y para los arrendadores sea un espacio donde no exista límites en cuanto a la permanencia y el número de publicaciones. Mediante el presente estudio se ha determinado las características a incluirse en el sitio web y se ha evaluado la viabilidad económica del proyecto. Dentro de los resultados obtenidos tenemos que el precio de venta para cada publicación es de 7.81 USD y que el VAN es de 3 734, 38 USD y la TIR de 15%, parámetros que proporcionan una estimación de rentabilidad y fiabilidad para la ejecución de este emprendimiento.

Palabras clave: Página web, arriendos, plan de negocios, emprendimiento

ABSTRACT

The absence of a source of updated and organized information about renting in areas surrounding to "ESPOCH", has given way to the initiative to implement a website, where available rooms and apartments would be published. For students it will supposed a saving of time during the search and for lessors it will be a space where there is no limit to the permanence and number of publications. Through the present study, the characteristics to be included in the website were determined and the economic viability of the project was evaluated. Within the obtained results it was found that the selling price for each publication is of 7.81 USD and that the total actual value is 38, 3734 USD and the internal return tax of 15%, parameters that provide an estimate of cost effectiveness, and reliability for the implementation of this undertaking.

Key words: Website, renting, business plan, undertaking.

1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad la difusión masiva de información se da por medio de canales de distribución como el internet, cuya capacidad es ilimitada y permite disponer de un mayor volumen de datos de diversa índole (Crovi, 2006), además su alcance es mayor al de medios convencionales como la televisión, el radio o la prensa (De la Guardia, Gutiérrez, & Islas, 2009). Es así que una página web constituye una herramienta clave para la incorporación de servicios y productos a nivel mundial (Ballina, 2008), no obstante se recomienda a los usuarios verificar la confiabilidad del sitio web antes de realizar cualquier transacción.

El servicio web se ha difundido ampliamente a causa de la accesibilidad, la comodidad y la facilidad en la búsqueda (Oyanedel, 2013), es así que su calidad se enmarca en 5 dimensiones clave: tangibilidad, capacidad de respuesta, seguridad, fiabilidad y empatía, siendo las dos últimas las más relevantes, en consecuencia es importante incluir entornos que dispongan de objetivos e intereses utilitarios y específicos en la búsqueda de manera que se tengan interacciones ágiles y adecuadas con los usuarios (Sánchez & Villarejo, 2004).

En Ecuador aproximadamente el 35% de sus habitantes realiza sus compras vía internet debido a la calidad en los productos y servicios ofertados, así como la rapidez y sencillez del mecanismo de compra (González, 2017). Cabe señalar que el área de servicios es la categoría de mayor consumo a nivel nacional conforme a investigaciones de la Universidad Espíritu Santo (González, 2017) y esto se debe principalmente a que en la web se logra establecer una conexión con el usuario por medio de contenidos detallados y persuasivos que integran tanto imágenes como videos (Sánchez & Villarejo, 2004).

En la ESPOCH, el 65% de los estudiantes pertenecen a otras provincias (Valor equivalente a 10 790 alumnos), y cada semestre se suman a su planta estudiantil nuevos jóvenes procedentes de diferentes lugares del Ecuador (El Comercio, 2014); los cuales requieren de departamentos o habitaciones para su estancia durante sus estudios, sin embargo los métodos actuales de búsqueda incluyen recorridos por los alrededores de la ESPOCH y publicaciones en redes sociales, no obstante la información obtenida por estos medios en ocasiones es desactualizada y no se encuentra ordenada bajo algún esquema. Bajo este contexto, el presente estudio busca analizar la factibilidad económica y financiera del desarrollo de una página web de arriendos en el sector de la ESPOCH e identificar las características claves del servicio a ofertarse a la comunidad estudiantil.

2. METODOLOGÍA

Se elaboró el plan de negocios para el proyecto concerniente al “Diseño de una página web de arriendo de departamentos en el sector de la ESPOCH”, mismo que incluye los siguientes capítulos:

2.1. Identificación del proyecto:

Se establecieron los objetivos y pautas principales del proyecto, así como la problemática que pretende resolver.

Paralelamente se identificó la ventaja competitiva del servicio que se va ofertar, la cual es publicitar habitaciones y departamentos disponibles sin que exista un límite en cuanto a la permanencia del anuncio en la página web y donde el nivel de detalle se amplíe de forma que se incluyan puntos de interés del entorno y/o sector.

2.2. Estudio de mercado:

Se elaboraron encuestas con preguntas clave que permitieron identificar la necesidad de implementar el proyecto, así como las características de la página web y los requerimientos de información por parte de los arrendatarios acerca de las habitaciones disponibles.

Se encuestó a un total de 371 estudiantes de la ESPOCH que proceden de otros lugares del país (encuestas en físico y en línea); finalmente la información obtenida fue procesada en hojas de cálculo de Excel.

2.3. Plan de Marketing:

Se elaboró un plan de comunicación para la difusión del emprendimiento, mismo que fue valorado económicamente en función de los precios actuales de publicidad en el mercado.

Además, se diseñó el isologotipo y el eslogan para el proyecto, los mismos que se presentan a continuación:



FUENTE: Elaboración propia.

Como se puede apreciar el isologotipo contempla los siguientes aspectos:

- Un gráfico que representa a dos edificios, que son infraestructuras que están constituidas por un conjunto o bloque de departamentos.
- La palabra “mi sitio” que hace referencia a un espacio propio tal como una habitación, un departamento, etc., y simultáneamente se vincula con una página o sitio web.

En cuanto al eslogan, este es: “*Departamentos y minidepartamentos en un click*”, el cual se relaciona directamente con el servicio a ofertarse, y cumple con las siguientes características: corto, evocador, emplea un lenguaje común y hace referencia a la realidad (ligado a las características del servicio) (Merca 2.0 Mesa Editorial, 2015).

2.4. Organización de producción:

Se elaboraron matrices de requerimiento de suministros y servicios, equipos, muebles y enseres para el área de operaciones.

Paralelamente se estableció una matriz de proveedores y de recursos humanos necesarios para esta área.

2.5. Análisis Financiero:

Se calculó el costo total de una publicación función del análisis del costo variable y del costo fijo de la unidad mínima de servicio que es un recorrido para levantamiento y actualización de información, mismo que conllevará a un mínimo de 5 publicaciones. A partir del costo total se estimó el precio del servicio al público, para lo cual se consideró una utilidad del 30%.

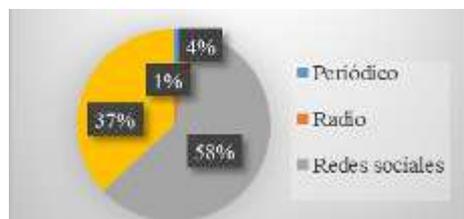
Adicionalmente se estimó el punto de equilibrio y se proyectó el presupuesto de ventas y gastos para un período de 5 años. Para concluir con el análisis se realizó el flujo de caja y se obtuvo el valor actual neto (VAN) y la tasa interna de retorno (TIR) para el emprendimiento.

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1. Estudio de mercado

Se ha identificado las siguientes preferencias por parte de los encuestados, con relación a las preguntas referentes al diseño que debe incluir el sitio web:

GRÁF.1. ¿Cuál es su principal fuente de información para la búsqueda de arriendos?



FUENTE: Elaboración propia.

Las personas arrendatarias frecuentan acudir a publicaciones en Redes Sociales, seguido de anuncios en domicilios para adquirir un alquiler de una habitación. Conforme a esta pregunta se identifica que uno de los canales de promoción y publicidad del sitio web constituye las redes sociales.

GRÁF.2. ¿Qué especificaciones referentes al departamento en arriendo le gustaría que incluya nuestra página web?



FUENTE: Elaboración propia.

Los arrendatarios consideran necesario detallar en la página web el precio del arriendo, seguido de la cercanía al lugar de estudio que posee el sitio de arriendo.

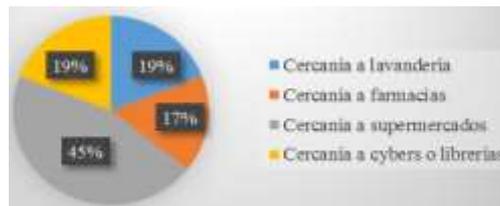
GRÁF. 3. ¿Qué filtros de búsqueda considera que son necesarios implementarlos en nuestra página web?



FUENTE: Elaboración propia.

Es necesario integrar un filtro de búsqueda para la página web, en función de la ubicación y los precios de las habitaciones.

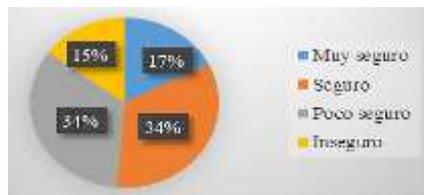
GRÁF. 4. ¿Qué información adicional respecto al entorno le gustaría que incluya nuestro servicio de arriendos?



FUENTE: Elaboración propia.

Se podría implementar información adicional respecto al entorno del sitio de arriendo como la cercanía a puntos de interés como supermercados, cybers o librerías y lavanderías.

GRÁF. 5. ¿Qué tan seguro considera Ud. contratar un servicio de arriendo por medio de una página web?



FUENTE: Elaboración propia.

Los arrendatarios consideran seguro a poco seguro el contratar un servicio de arriendo por medio de una página web, sin embargo, en la plataforma “Mi sitio”, únicamente se manejará un precontrato informativo para crear nexos arrendatario-arrendador y coordinar un posterior finiquito en el contrato definitivo. Además, se prevé anexar el sitio web a la plataforma institucional de la ESPOCH, con la finalidad de crear mayor confiabilidad.

Cabe señalar que Sánchez y Villarejo (2004) sugieren que en el diseño de servicios vía electrónica que únicamente contemplen llegar a la fase exploratoria o informativa, la seguridad no es un factor crucial para los usuarios.

Con relación a la mediana, se ha determinado que la mitad de los estudiantes encuestados consideran poco seguro a inseguro contratar un servicio de arriendo por una página web, mientras que el otro 50% considera seguro a muy seguro este tipo de servicio (Gráfico 6).

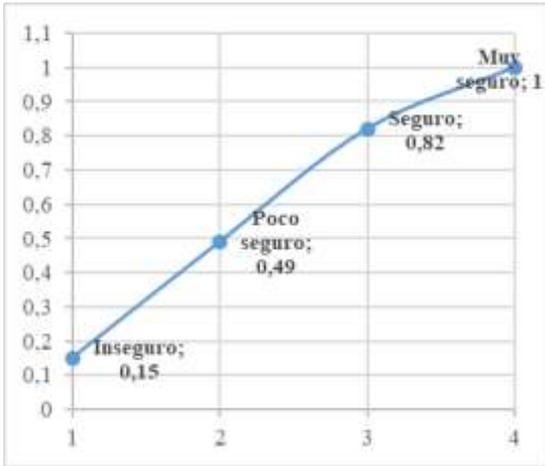
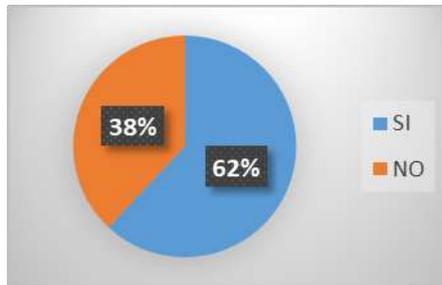


GRÁFICO 6: Frecuencia relativa acumulada vs seguridad del servicio.
FUENTE: Elaboración propia.

GRÁF. 7. ¿Se muda frecuentemente de departamento?



FUENTE: Elaboración propia.

La mayor parte de los estudiantes encuestados no se muda frecuentemente de departamento; por tanto se identifica que los usuarios potenciales son los estudiantes que van a ingresar recientemente a la institución.

3.2. Organización de la producción

TABLA 1. Requerimientos de Materia prima y servicios.

MATERIA PRIMA / SERVICIOS
Servicio de internet
Pago alojamiento- host de la página web (mensual)
Tiempo aire para contactar al cliente (Arrendatario) / Telefonía Movistar
Recorrido para levantar la información de la habitación y puntos de interés (1 visitador)
Recorrido para actualización de sitios de interés (Cada 15 días - 1 visitador)

FUENTE: Elaboración propia.

TABLA 2. Requerimiento de mano de obra.

MANO DE OBRA
4 Visitadores (Jornada parcial, 3h/día Lunes-

viernes)
 Técnico de redes y servidores (Jornada parcial:
 3h de lunes a viernes)

FUENTE: Elaboración propia.

TABLA 3. Requerimientos de maquinaria y equipos.

MAQUINARIA Y EQUIPOS	
Cantidad	Detalle
4	Tablet Samsung Galaxy Tab E 8 HD Wifi + 4G LTE 16Gb
Los equipos portátiles adquiridos se destinarán para el área de ventas y de producción.	

FUENTE: Elaboración propia.

3.3. Análisis financiero

TABLA 4. Activos fijos

ACTIVOS FIJOS	VALOR
Maquinaria y equipo	1200
Edificaciones	0
Terrenos	0
Herramientas	0
Mobiliarios	60
TOTAL	1260

FUENTE: Elaboración propia.

TABLA 5. Análisis de Flujo de caja

Con relación al análisis financiero, se estima una inversión de 1260 USD, empleados principalmente en la adquisición de equipos portátiles y enseres, ya que para este proyecto no es indispensable disponer de terreno y obras físicas.

El costo de cada publicación es 6,01 USD, y al aplicar una utilidad de 30%, el precio de venta es de 7,81 USD, valor que es aceptable conforme a tarifas establecidas por otros medios de publicación como la prensa y el radio.

RUBROS	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
VENTAS NETAS		15229,43	15467,01	15708,29	15953,34	16202,22
COSTO PRODUCCIÓN		10551,47	10574,68	10597,94	10621,26	10644,63
GASTOS ADMINISTRATIVOS		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
GASTOS DE VENTAS		1236,00	1238,72	1241,44	1244,18	1246,91
COSTOS FINANCIEROS		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
UTILID. ANTES DE REP. UTILI. E IMP.		3441,96	3653,61	3868,91	4087,91	4310,68
REPARTO UTILIDADES (15%)		516,29	548,04	580,34	613,19	646,60
UTILIDADES ANTES DE IMPUESTOS		2925,67	3105,57	3288,57	3474,72	3664,08

IMPUESTO A LA RENTA (25%)		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
UTILIDAD NETA		2925,67	3105,57	3288,57	3474,72	3664,08
INVERSIÓN EN MAQUINARIA Y EQUIPO	-1200					
MUEBLES Y ENSERES	-60					
INV. EN TERRENO Y OBRAS FÍSICAS	0					
INV. CAPITAL DE TRABAJO		-8164,12				
VEHÍCULO IMPREVISTOS	-331,27					
CAPITAL DE SOCIO						
FLUJO DE CAJA	-1591	-5238,45	3105,57	3288,57	3474,72	3664,08
TASA DE MERCADO		7,53 %				
VAN		3 734,38 USD				
TIR		15 %				

FUENTE: Elaboración propia.

En los resultados del flujo de caja, se tiene un Valor Actual Neto (VAN) de 3 734, 38 USD, y TIR de 15%. El valor positivo del VAN indica que el proyecto crea valor, ya que la inversión produciría ganancias por encima de la rentabilidad exigida. Mientras que la Tasa Interna de Retorno (TIR) obtenida nos indica la tasa de interés o rentabilidad que ofrece la inversión.

4. CONCLUSIONES

- La interfaz a manejar en la página web para sitios de arriendo, así como su contenido y la agilidad en las respuestas incrementan la aceptación de los usuarios, ya que brindan experiencias más óptimas en la búsqueda. En consecuencia, el presente proyecto se debe incluir información detallada de las habitaciones, fotografías con buena resolución, georreferenciación del sitio y filtros de búsqueda (precio y ubicación).
- Conforme al VAN y TIR se deduce que el proyecto es rentable desde el punto de vista económico, por lo tanto, se puede proceder a la ejecución del mismo. Cabe señalar que la TIR tiene una diferencia significativa respecto a la tasa de mercado actual, que es de 7,53 %.
- El precio vinculado a la publicación por este medio, es aceptable dadas las ventajas competitivas como: permanencia, actualización inmediata, nivel de detalle y el alcance, siendo la última fundamental, porque la mayoría de los arrendatarios pertenecen a la generación influenciada por medios electrónicos y digitales.
- El segmento de mercado más representativo para este emprendimiento lo constituyen los jóvenes de otras provincias que iniciarán sus estudios en la ESPOCH, ya que los alumnos de niveles superiores no tienen cambios de domicilio frecuentes.
- Otro factor crucial es la expansión de infraestructuras destinadas a arriendos en sectores aledaños a la ESPOCH, puesto a que, a mayor cantidad de departamentos construidos, se manejará mayor flujo de información en el sitio web.

5. BIBLIOGRAFÍA

-
- ATICA, (2010). *Manual Básico de creación de páginas web*. Universidad de Murcia.
- Aucancela T. (2009). *Plan Estratégico de Marketing para posicionar un hotel*. ESPE. Ingeniería Comercial.
- Ballina, G. (2008). *La Evolución del internet como un medio de comunicación masivo*. Universidad de San Carlos de Guatemala, Guatemala
- Briz, J. (s.f.). *Estudios del Mercado*. Funcionamiento del Mercado, Recomendaciones.
- Crovi, D. (2006). ¿Es Internet un medio de comunicación? *Revista Digital Universitaria*, 7.
- De la Guardia, C., Gutiérrez, F., & Islas. (2009). Internet: Inteligente medio de comunicación. *El Comercio*. (2014, abril 21). Dos universidades en Riobamba acogen alumnos de todo el país. *El Comercio*.
- Gayo, D. (2000). *Diseño gráfico de páginas Web*. Universidad de Oviedo.
- González, P. (2017, noviembre 11). 35 % de ecuatorianos compra en Internet. *El Comercio*
- ICEX (2005). *Estudios de Mercado*. El mercado de las Telecomunicaciones en Filipinas.
- Meza, J. (s.f.) Evaluación Financiera de Proyectos.
- Merca 2.0 Mesa Editorial. (2015). Características de un slogan exitoso.
- Ortega, D. & Garzón, J. (2012). *Plan de mercadeo para nuevas líneas de negocio en una empresa*. Programa de Administración de Empresas.
- Oyanedel, J. (2013, enero 20). Las ventajas y desventajas de la suscripción a servicios en Internet.
- Sánchez, M., & Villarejo, A. (2004). La calidad del servicio electrónico: un análisis de los efectos moderadores del comportamiento de uso en la web. *Cuadernos de Economía y Dirección de la empresa*, 21