

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
LICENCIADO/A EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**PLAN DE MARKETING PARA LOS PROYECTOS HABITACIONALES DE LA  
EMPRESA ASPEC EN LA CIUDAD DE QUITO, ENFOCADO EN DISEÑO DE  
INTERIORES CON TECNOLOGÍA SOSTENIBLE Y ESTÁNDARES  
INTERNACIONALES**

**NOMBRE: NAYELI LISBETH LEÓN CRUZ**

**DIRECTOR: MBA. JUAN CARLOS LATORRE**

**LINEA DE INVESTIGACIÓN: ESTRUCTURAS DE MERCADOS, DE  
PRODUCTOS, DE FIJACIÓN DE PRECIOS, DE DISTRIBUCIÓN, DE  
COMUNICACIÓN E IMAGEN, POSICIONAMIENTO DE MARCAS**

**QUITO, DICIEMBRE – 2023**

**DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN**

MBA. Juan Carlos Latorre

**LECTOR**

MBA. Francisco Moscoso

## **DEDICATORIA**

Este trabajo de integración curricular va dedicado a mí mismo, con amor y gratitud, por los desafíos superados, las metas alcanzadas y sobre todo por la perseverancia demostrada en los momentos difíciles. Cada línea escrita refleja una prueba de que puedo lograr todo lo que me propongo, deseo que mi dedicación, esfuerzo continúe inspirándome a seguir creciendo profesionalmente.

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar, agradezco a mi familia merece un reconocimiento especial por el incansable esfuerzo que han realizado para apoyarme económicamente durante este período, haciendo posible mi educación universitaria.

Asimismo, no puedo pasar por alto el impacto significativo de los consejos de María Enríquez, quien ha sido un faro de orientación y apoyo, especialmente en los momentos más desafiantes. Sus sabios consejos han sido como un bálsamo en las dificultades, y su presencia ha sido una fuente constante de inspiración. De igual manera quiero expresar mi profundo agradecimiento Michael Merino persona que han sido fundamental en mi trayecto universitario por su paciencia y apoyo en los días que he estado cansada y a punto de rendirme.

A todos ustedes, mi más sincero agradecimiento. Su respaldo ha sido un pilar fundamental en mi camino académico y personal, y este logro no habría sido posible sin su generosidad, apoyo y guía.

## ÍNDICE

<b>RESUMEN EJECUTIVO.....</b>	<b>VIII</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
ANTECEDENTES.....	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	2
OBJETIVOS.....	2
RELEVANCIA DEL ESTUDIO .....	3
DISEÑO METODOLÓGICO .....	3
<b>1. MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>6</b>
1.1 PLAN DE MARKETING.....	6
1.2 MODELO DE PESTEL .....	9
1.3 FUERZAS DE PORTER.....	10
1.4 MATRIZ FODA .....	11
1.5 INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	13
1.6 APORTE DEL MARKETING A LA SOSTENIBILIDAD.....	15
1.7 DISEÑO DE INTERIORES SOSTENIBLE.....	17
1.8 ESTÁNDARES INTERNACIONALES DE SOSTENIBILIDAD .....	19
1.9 COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR Y LA SOSTENIBILIDAD.....	20
1.10 ESTRATEGIAS DE MARKETING.....	21
1.11 MARKETING MIX.....	22
1.12 PRESUPUESTO.....	22
1.13 BENEFICIO .....	23
<b>2. LA EMPRESA Y SU SECTOR .....</b>	<b>24</b>
2.1 ANÁLISIS INTERNO DE ASPEC.....	24
2.1.1 Misión .....	24
2.1.2 Visión.....	24
2.1.3 Valores de la empresa.....	24
2.1.4 Organigrama.....	25
2.1.5 Mapa de procesos.....	26
2.2 ANÁLISIS DEL SECTOR .....	29
2.2.1 Análisis PESTEL .....	29
2.2.2 Análisis fuerzas de PORTER.....	48
2.2.3 Matriz FODA .....	60
<b>3. ESTUDIO DE MERCADO .....</b>	<b>66</b>
3.1 ENTREVISTAS.....	66
3.2 OBSERVACIÓN.....	77
3.2.1 Observación a la constructora ASPEC.....	77
3.2.2 Observación a competidores .....	81
3.3 ENCUESTAS.....	88
3.4 CARACTERIZACIÓN DE LA OFERTA Y LA DEMANDA .....	98
3.4.1 Oferta .....	98
<b>4. ESTRATEGIAS DE MARKETING .....</b>	<b>102</b>
4.1 SEGMENTACIÓN .....	102
4.1.1 Mercado Meta .....	102
4.1.2 Perfil del mercado meta .....	102
4.2 POSICIONAMIENTO .....	104
4.3 DIFERENCIACIÓN .....	105
4.4 CRECIMIENTO .....	105
4.5 MARKETING MIX .....	106
4.5.1 Producto.....	106

4.5.2 Precio .....	109
4.5.3 Plaza .....	109
4.5.4 Promoción .....	111
4.7 BENEFICIOS .....	125
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>126</b>
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>126</b>
<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>127</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>129</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>132</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1. MATRIZ FODA .....	12
TABLA 2. CRUCES FODA .....	65
TABLA 3. CARACTERÍSTICAS DE LA COMPETENCIA .....	100
TABLA 4. DESARROLLO Y MANTENIMIENTO DE PÁGINA WEB .....	117
TABLA 5. PROMOCIÓN EN REDES SOCIALES.....	117
TABLA 6. MARKETING TRADICIONAL .....	118
TABLA 7. PARTICIPACIÓN EN FERIAS Y EVENTOS DEL SECTOR .....	118
TABLA 8. HERRAMIENTAS Y REPORTES.....	119

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>FIGURA 1. PLAN DE MARKETING.....</b>	<b>6</b>
<b>FIGURA 2. ANÁLISIS SITUACIONAL .....</b>	<b>7</b>
<b>FIGURA 3. ANÁLISIS PESTEL.....</b>	<b>9</b>
<b>FIGURA 4. MODELO CINCO DE FUERZAS DE PORTER.....</b>	<b>11</b>
<b>FIGURA 5. MODELO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS .....</b>	<b>13</b>
<b>FIGURA 6. OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE.....</b>	<b>16</b>
<b>FIGURA 7. INTERIORISMO SOSTENIBLE: LO QUE PUEDES HACER Y POR QUÉ ES IMPORTANTE ...</b>	<b>17</b>
<b>FIGURA 8. MODELO PARA DEFINIR AL CONSUMIDOR ECOLÓGICO EN MÉXICO .....</b>	<b>20</b>
<b>FIGURA 9. ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA. ....</b>	<b>25</b>
<b>FIGURA 10. MAPA DE PROCESOS DE ASPEC.....</b>	<b>26</b>
<b>FIGURA 11. ANÁLISIS PESTEL EMPRESA ASPEC.....</b>	<b>29</b>
<b>FIGURA 12. FIGURA 12. FORMA DE OCUPACIÓN AISLADA .....</b>	<b>30</b>
<b>FIGURA 13. FORMA APAREADA .....</b>	<b>30</b>
<b>FIGURA 14. CONTINUO RETIRO FRONTAL .....</b>	<b>30</b>
<b>FIGURA 15. LÍNEA DE FÁBRICA.....</b>	<b>31</b>
<b>FIGURA 16. TASA DE INTERÉS PARA DEPÓSITOS A PLAZO .....</b>	<b>33</b>
<b>FIGURA 17. EVOLUCIÓN HISTÓRICA DEL ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR .....</b>	<b>34</b>
<b>FIGURA 18. EVOLUCIÓN DE LA TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL .....</b>	<b>35</b>
<b>FIGURA 19. CENSO ECUADOR 2022 .....</b>	<b>35</b>
<b>FIGURA 20. EVOLUCIÓN DE LAS CONDICIONES DE VIVIENDA EN ECUADOR.....</b>	<b>37</b>
<b>FIGURA 21. EVOLUCIÓN DEL TAMAÑO PROMEDIO DE HOGARES EN ECUADOR .....</b>	<b>38</b>
<b>FIGURA 22. ÍNDICE DE DESARROLLO HUMANO .....</b>	<b>39</b>
<b>FIGURA 23. RESUMEN DE LA LÍNEA DE POBREZA DE ECUADOR .....</b>	<b>40</b>
<b>FIGURA 24. EDIFICACIÓN CON MATERIAL CABKOMA .....</b>	<b>42</b>
<b>FIGURA 25. PANEL PARA SISTEMAS DE AISLAMIENTO .....</b>	<b>42</b>
<b>FIGURA 26. MODELOS DE PORTER .....</b>	<b>48</b>
<b>FIGURA 27. VALOR PROMEDIO DE INMUEBLES EN QUITO.....</b>	<b>54</b>

<b>FIGURA 28.</b> FACTORES DE DECISIÓN PARA ESTRATO SOCIOECONÓMICO MEDIO ALTO .....	55
<b>FIGURA 29.</b> FACTORES DE DECISIÓN PARA ESTRATO SOCIOECONÓMICO MEDIO BAJO .....	56
<b>FIGURA 30.</b> FODA ASPEC CONSTRUCTORA .....	60
<b>FIGURA 31:</b> OBRA GRIS DE CASA 1 .....	78
<b>FIGURA 32.</b> OBRA GRIS DE CASA 2 .....	79
<b>FIGURA 33.</b> OBRA GRIS DE DEPARTAMENTOS .....	79
<b>FIGURA 34.</b> DISEÑO 3D SALA Y COMEDOR .....	80
<b>FIGURA 35.</b> DISEÑO 3D COCINA.....	80
<b>FIGURA 36.</b> DISEÑO 3D DORMITORIO MÁSTER.....	81
<b>FIGURA 37.</b> PROYECTOS CONSTRUCTIVOS DE ALPHA BUILDERS .....	82
<b>FIGURA 38.</b> PROYECTO THOMAS EDISON.....	82
<b>FIGURA 39.</b> PROYECTOS CONSTRUCTIVOS URIBE SCHWARZKOPF .....	83
<b>FIGURA 40.</b> PROYECTO BOTÁNICO .....	84
<b>FIGURA 41.</b> YOO GUAYAQUIL .....	84
<b>FIGURA 42.</b> VENTAS DE INMUEBLES .....	107
<b>FIGURA 42.</b> UBICACIÓN DE LAS OFICINAS DE ASPEC.....	109
<b>FIGURA 43.</b> UBICACIÓN DEL PROYECTO PORTHÓ VANÚ. ....	110
<b>FIGURA 44.</b> UBICACIÓN DEL TERRENO DEL PROYECTO PORTHÓ VANÚ.....	110
<b>FIGURA 45.</b> PÁGINA WEB DE LA EMPRESA ASPEC .....	113
<b>FIGURA 46.</b> BUSQUEDA DE LA CONSTRUCTORA ASPEC EN INTERNET.....	114
<b>FIGURA 47.</b> INSTAGRAM DE LA EMPRESA ASPEC .....	115
<b>FIGURA 48.</b> CUENTA DE TIKTOK DE LA EMPRESA ASPEC.....	116
<b>FIGURA 49.</b> CASA 1 .....	120
<b>FIGURA 50.</b> CASA 3 .....	121
<b>FIGURA 51.</b> CASA 6.....	121
<b>FIGURA 53.</b> DEPARTAMENTO 5 .....	122
<b>FIGURA 54.</b> DEPARTAMENTO 4.....	123
<b>FIGURA 55.</b> DEPARTAMENTO 2 .....	123
<b>FIGURA 56.</b> DEPARTAMENTO 3 .....	124

## **RESUMEN EJECUTIVO**

Se creó el siguiente Plan de Marketing para la entidad ASPEC, especializada en proporcionar productos y servicios centrados en la construcción inmobiliaria. Se llevó a cabo una evaluación de la situación actual de la empresa y del entorno sectorial, considerando factores internos y externos. En relación con la empresa, se examinaron elementos como su misión, visión, valores y estructura organizacional, además de la creación de mapas de procesos.

En cuanto al sector, se efectuó un análisis PESTEL que abarcó los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales que inciden en la industria. También se implementó un análisis de las 5 fuerzas de Porter, que comprenden la rivalidad entre competidores actuales, el poder negociador de los compradores y proveedores, la amenaza de productos sustitutos y la amenaza de nuevos competidores.

Se elaboró un análisis FODA identificando las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Con base en este análisis, se desarrollaron estrategias empresariales. Posteriormente, se llevó a cabo una investigación de mercados mediante entrevistas a actores internos y externos, se observó a los competidores del mercado y se realizaron encuestas a los clientes potenciales determinando la caracterización de la oferta y demanda. Con estos datos, se diseñaron estrategias de segmentación, posicionamiento, diferenciación y se desarrolló el Marketing Mix.

# INTRODUCCIÓN

## **Antecedentes**

La industria de la construcción y el mercado inmobiliario en la ciudad de Quito presentan un desafío crítico: la ausencia de un enfoque estratégico y efectivo de marketing es notoria en la variedad de proyectos habitacionales, más aún, en el uso de tecnología sostenible. No obstante, el creciente avance científico tiende a descubrir nuevos modelos que aporten significativamente a la conservación ambiental. Las empresas vinculadas al área de la construcción, como ASPEC, enfrentan dificultades al momento de desarrollar mejoras en sus procesos.

Actualmente, ASPEC no cuenta con un enfoque estratégico eficaz que denote los beneficios y las ventajas competitivas de la tecnología sostenible internacional en los diseños de interiores de los proyectos habitacionales. El público objetivo, que incluye a posibles compradores y partes interesadas en la comunidad de Quito, puede no estar completamente informado sobre las posibilidades y los beneficios que ofrecen estos diseños avanzados. En virtud de ello, tal desinformación resulta en una percepción equívoca de costos, beneficios y, en consecuencia, el valor a largo plazo de invertir en propiedades que incorporen tecnología sostenible.

Asimismo, la problemática expuesta se agudiza por la necesidad de educar y persuadir a los posibles compradores acerca de los beneficios tangibles y el valor añadido que estos diseños con tecnología sostenible pueden aportar a sus inversiones o negocios. La comprensión limitada parece enigmática en cuanto a la tecnología sostenible, reducción de costos operativos y contribución al medio ambiente, creando una barrera para la adopción de innovadoras soluciones.

La competencia en el mercado inmobiliario y de construcción advierte la necesidad de sumarse al problema en conjunto con el aumento de la conciencia ambiental y la demanda de tecnologías sostenibles. Es probable que otras empresas estén explorando y

promoviendo características similares en sus propios proyectos. ASPEC, también está interesada en aceptar este desafío.

Se deduce la necesidad de un plan de marketing para los proyectos habitacionales de la empresa ASPEC en la ciudad de Quito, basado en la tecnología internacional sostenible según estándares internacionales.

### **Planteamiento del problema**

¿Cuál es el plan de marketing para los proyectos habitacionales de la empresa ASPEC en la ciudad de Quito, enfocado en diseño de interiores con tecnología sostenible y estándares internacionales?

### **Objetivos**

#### **Objetivo General**

Elaborar plan de marketing para los proyectos habitacionales de la empresa ASPEC en la ciudad de Quito, enfocado en diseño de interiores con tecnología sostenible y estándares internacionales

#### **Objetivos Específicos**

- Recopilar modelos teóricos que sean aplicables al plan de marketing
- Realizar un análisis situacional de la empresa ASPEC y del sector
- Realizar una investigación de mercado para caracterizar la oferta y demanda
- Diseñar estrategias de marketing para los proyectos habitacionales de ASPEC, enfocadas en diseño de interiores con tecnología sostenible y estándares internacionales, que incluyan el presupuesto y beneficio esperado

## Relevancia del estudio

La investigación es pertinente debido a la intersección crítica entre la metodología ambiental en la construcción inmobiliaria y el creciente deterioro ecológico ocasionado por las actividades de construcción actuales. El hecho de que estas actividades contribuyan significativamente a los problemas ambientales a nivel mundial destaca la necesidad urgente de abordar esta problemática, teniendo en cuenta la conceptualización de "construcción sostenible", misma que se popularizó desde los noventa, marcando desde aquella época un punto de inflexión y subraya la importancia de adoptar enfoques más equilibrados y responsables en la construcción. Se hace necesaria la interconexión entre los pilares del desarrollo sostenible y cómo influyen en las prácticas de construcción, dado el creciente interés y conciencia de la sociedad hacia la sostenibilidad ambiental y la preservación del planeta.

Para la elaboración del plan de marketing se utilizarán modelos teóricos y metodológicos reconocidos y aplicables a la empresa y sector de estudio, que son parte de la formación académica de la carrera Negocios Internacionales. Adicionalmente se contará con información de la empresa ASPEC y se espera que a futuro el plan sea implementado por la organización

## Diseño metodológico

El presente proyecto de integración curricular se direcciona en virtud de métodos y técnicas, mismas que permiten tener en claro el funcionamiento del plan de marketing; por lo que, a continuación, se expone la propuesta del diseño metodológico.

**Tabla1:** *Propuesta de diseño metodológico*

<b>Factor</b>	<b>Tipos</b>
Tipo de estudio	Exploratorio, Descriptivo
Tipo de diseño	Muestral, Transversal
	Cuantitativo, Cualitativo
	No experimental

**Fuente:** FCAC (2021)

Con el propósito de enfatizar en la problemática y sus aspectos significativos, se empleará el método exploratorio, método que coadyuva a determinar de manera eficiente la utilización de los procedimientos y técnicas que más se ajusten a lo que se pretende desarrollar, identificar oportunidades y tener en claro las adversidades, dentro del plan de marketing y del problema.

A toda investigación le merece observar su problemática a fondo; diagnosticar su objeto de estudio a través de un método que efectivice la razón vital de haber empleado tal estudio es sin duda un enfoque mediante la metodología descriptiva.

En lo tocante al empleo de la metodología transversal, es fundamental entender que los datos a ser analizados resultaran en información predefinida y categorizada, que será recopilada en forma seccional de la muestra una sola vez durante el periodo de investigación.

**Tabla 2.** *Esquema de recolección de datos*

<b>Tipo de fuente</b>	<b>Fuente</b>	<b>Técnica de recolección</b>	<b>Instrumento</b>	<b>Procesamiento o datos</b>
Primaria	Dirigentes de la empresa, Especialistas en sostenibilidad	Entrevista	Guía de entrevista	Resumen narrativo
Primaria	Clientes potenciales y actuales	Observación	Guía de observación	Resumen descriptivo
Primaria	Clientes	Encuesta	Cuestionario	Estadísticas descriptivas, tablas, figuras
Secundaria	Documentación de la empresa	Investigación documental	Listas de verificaciones	Resúmenes
Secundaria	Textos académicos,	Investigación documental	Fuentes bibliográficas	Resúmenes

	fuentes de internet, publicaciones del sector			
--	---	--	--	--

**Fuente:** FCAC (2021)

Con la finalidad de comprender los componentes del plan de marketing en razón de su sistema empresarial, se pretende realizar una entrevista a los directivos de ASPEC y de forma particular, al funcionario especialista en el área de sostenibilidad.

A la recolección de datos le atañe planificar una guía de observación respecto de las reacciones que expresen los clientes, esto como resultado de haber explorado la maqueta propuesta de diseño de interiores con tecnología sostenible por estándares internacionales.

La utilización de encuestas va en dirección a los clientes de la empresa, dicho esquema da cuenta de la necesidad de recopilar información directa a través de un cuestionario apropiado.

Con la finalidad de fortalecer la presente investigación, serán tomados en cuenta las referencias de fuentes de internet, textos académicos, publicaciones del sector, documentos de la empresa, entre otros.

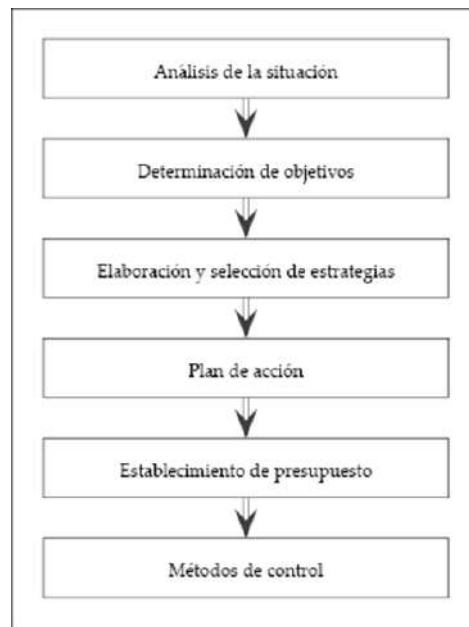
# 1. MARCO TEÓRICO

## 1.1 Plan de Marketing

Un Plan de Marketing es un instrumento enfocado en proporcionar dirección y enfoque a cualquier empresa que busca tener éxito en el mercado. Sus objetivos de marketing permiten tomar decisiones informadas, eficaces y estratégicas para aprovechar oportunidades, abordar desafíos de manera efectiva y centrarse en esfuerzos clave. Además, ayuda a adaptarse al mercado en constante cambio y a medir el éxito a lo largo del tiempo, todo con el objetivo fundamental de atender las demandas de los consumidores y lograr un crecimiento sostenible.

Según **Kloter y Keller** (2006) “Un plan de marketing es un documento escrito que resume lo que se conoce sobre el mercado e indica cómo es que la empresa pretende alcanzar sus objetivos de marketing, Se trata de uno de los elementos más importantes del proceso de mercadeo” (Kotler & Keller, 2006, pág. 60).

Según CEF Marketing XXI, menciona que existen seis distintas etapas para la elaboración de un plan de marketing, las cuales serán especificadas



**Figura 1.** Plan de Marketing

**Fuente:** (Muñiz, 2014)

- Análisis de la situación:

Es Un enfoque que guía la elección del proceso más apropiado para examinar lo que ocurre cuando una organización afronta diversos desafíos, como dificultades, problemas, oportunidades, amenazas o riesgos que requieren acción. Este método facilita la identificación de por dónde comenzar a abordar los problemas que pueden estar entrelazados y confusos, establece prioridades y define la secuencia de actividades necesarias para abordar las inquietudes de la organización.



**Figura 2.** Análisis Situacional  
**Fuente:** (Hanel del Valle, 2004, pág. 14)

- Determinación de objetos

Los objetivos desempeñan un papel fundamental en la creación del plan de marketing. Todo lo que ocurre antes de ellos contribuye a su definición, y todo lo que sucede después está encaminado a alcanzarlos. En esencia, los objetivos establecen de manera cuantitativa nuestra meta y cómo planeamos alcanzarla. Estos objetivos deben estar en línea con la estrategia general del plan y, a su vez, representan la solución que buscamos para resolver un problema en el mercado o aprovechar una oportunidad.

- Elaboración y selección de estrategias

Las estrategias representan los enfoques que la empresa puede adoptar para lograr sus objetivos planificados. En la elaboración de un plan de marketing, resulta fundamental presentar de manera precisa estas estrategias, con el propósito de garantizar una posición competitiva sólida del mercado en comparación con los competidores, y así optimizar la eficacia de los recursos medios comerciales asignados por la empresa.

Además, es fundamental reconocer que cualquier estrategia debe basarse en un análisis exhaustivo de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que se encuentran en el mercado, así como los factores tanto del interior como del sector que impactan en la empresa, siempre en consonancia con las directrices corporativas de la compañía.

- Plan de acción:

Para ser coherente con las estrategias elegidas, es esencial crear un plan de acción que permita lograr los objetivos establecidos dentro del plazo definido. Cada objetivo puede alcanzarse mediante diversas estrategias potenciales, y cada una de estas estrategias requiere la implementación de tácticas específicas. Estas tácticas son las acciones concretas que deben ejecutarse para obtener los resultados deseados a través de la estrategia. Esto implica la necesidad de contar con los recursos humanos, técnicos y financieros adecuados para llevar a cabo con éxito el plan de marketing.

- Establecimiento de presupuesto:

La creación de un presupuesto, que determina cómo se distribuirán los gastos de acuerdo con los programas de trabajo y el cronograma establecido. Para obtener la aprobación de la dirección general para el plan de marketing, es crucial cuantificar el esfuerzo en términos monetarios, ya que el dinero es un factor común que abarca varios recursos, y también se debe mostrar cómo contribuirá a generar beneficios. La dirección general podrá evaluar la viabilidad del plan a partir de los resultados estimados en el estado de resultados provisional, lo que determinará si se llevará a cabo o no. Una vez aprobado, el presupuesto autoriza el uso de los recursos económicos, aunque es importante recordar que el programa es el verdadero medio para alcanzar el objetivo, no el presupuesto en sí.

- Métodos de control:

La gestión y supervisión son elementos finales esenciales en un plan de marketing, ya que mediante la supervisión y el uso de indicadores se puede evaluar el progreso hacia la consecución de objetivos a medida que se implementan las estrategias y tácticas establecidas. A través de este proceso de supervisión, se busca identificar cualquier error o desviación a medida que surgen, evaluando sus posibles repercusiones para poder tomar medidas correctivas de manera inmediata.

## 1.2 Modelo de PESTEL

El análisis PESTEL es una herramienta valiosa para entender la expansión y/o contracción de un mercado, por lo tanto, la situación, perspectiva y orientación de una empresa. También representa una técnica de evaluación empresarial, las siglas PESTEL refiere los aspectos Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos, Ecológico y Legal; empleados para analizar el entorno en el que trabaja una empresa.



**Figura 3.** Análisis PESTEL

**Fuente:** (Licari, 2022)

**Político:** Se estudian los elementos relacionados con la clase política y gobierno nacional e internacional, también se toma en cuenta los tratados comerciales que tienen un impacto en las perspectivas futuras de la empresa.

**Económicos:** Se evalúan tanto los asuntos económicos actuales como los futuros, tanto a nivel nacional como en otros países que puedan ser de interés, así como los factores macroeconómicos específicos de cada país que pueden tener un impacto en la implementación de estrategias para la empresa.

**Social:** Se analizan los aspectos socioculturales que posibilitan la identificación de las tendencias en la sociedad actual, así como los cambios en los niveles de ingresos económicos y en las formas de relación social y comunicación.

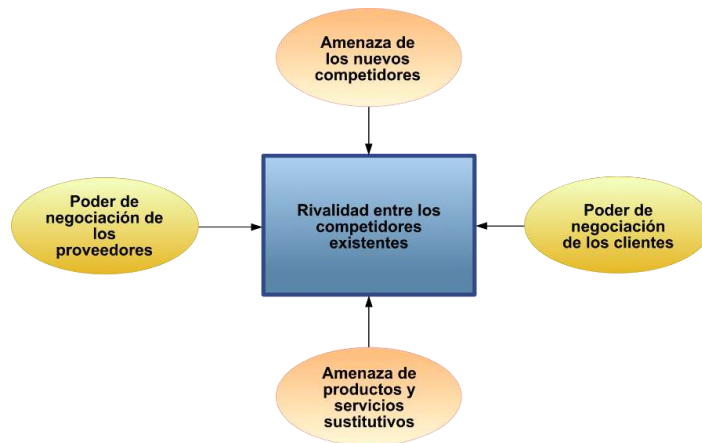
**Tecnológicos:** Se investiga la repercusión de las tecnologías emergentes y el posible cambio que podría manifestarse en el porvenir, es esencial conocer la innovación de las TIC

**Ecológico:** Se investigan las posibles modificaciones relacionadas con las leyes de protección medioambiental con el objetivo de comprender y concienciar sobre el impacto ecológico presente y futuro en la sociedad.

**Legal:** Se realiza una revisión total de las normas legales y/o licencias que puedan afectar de buena o mala manera a nuestro objetivo

### **1.3 Fuerzas de PORTER**

Las fuerzas de Porter forman parte de un modelo de evaluación de la competencia que influye en el entorno empresarial y, por ende, en la rentabilidad. La lucha por las ganancias no se limita únicamente a las empresas ya establecidas en una industria, sino que abarca a otras cuatro fuerzas competitivas: los consumidores, los proveedores, los nuevos competidores potenciales y los productos sustitutos.



**Figura 4.** Modelo cinco de fuerzas de Porter  
**Fuente:** (Wikipedia, 2023)

Dada la teoría es importante tener claro los siguientes términos:

**Competidores directos:** Son las empresas, que operan con productos o servicios similares.

**Proveedores:** Grupo de organizaciones que suministra a las empresas manufactureras de la industria todo lo necesario para fabricar o prestar servicios.

**Clientes:** Personas que adquieren un productos o servicios a cambio de un pago

**Productos sustitos:** Son productos o servicios similares que cubren las mismas necesidades que productos actuales del mercado

**Competidores potenciales:** Son organizaciones que representan una amenaza para las empresas existentes en el mercado.

#### 1.4 Matriz FODA

El análisis FODA implica llevar a cabo una Un análisis de las ventajas y desventajas que, en conjunto, ofrecen una imagen de una organización, así como la evaluación de su entorno externo, es decir, las posibilidades y desafíos. También se considera una herramienta relativamente simple que proporciona una perspectiva amplia sobre la situación estratégica de una organización específica, según Thompson y Strikland (Thompson & Strikland, 1998).

Además, a esto, el análisis FODA evalúa cómo una estrategia puede ganar un equilibrio o la coincidencia entre la aptitud interna de la organización y su contexto externo, que engloba las posibilidades y los riesgos Thompson (2008: 21).

Para tener una idea más clara, se expondrá un ejemplo de **Matriz FODA**

**Tabla 3.** Matriz FODA

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<p>Habilidades esenciales en áreas clave. Suficiente respaldo financiero. Favorable percepción por parte de los consumidores. Reconocimiento como líder en el mercado. Estrategias bien planificadas en las áreas operativas. Beneficios en términos de costos. Campañas de publicidad más efectivas. Competencia en la innovación de productos. Mayor capacidad de producción.</p>	<p>Falta de una dirección estratégica clara. Infraestructura obsoleta. Rentabilidad por debajo de la media. Escasez de oportunidades y talento en la gestión. Falta de seguimiento efectivo en la ejecución de la estrategia. Abundancia de problemas internos en la operación. Retraso en actividades de investigación y desarrollo. Costos unitarios generales más elevados en comparación con competidores importantes.</p>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<p>Atender a otros conjuntos de clientes. Adentrarse en mercados o segmentos nuevos. Ampliar la variedad de productos para abordar una mayor variedad de demandas de los clientes. Diversificar hacia productos relacionados. Suprimir las restricciones comerciales en mercados extranjeros atractivos.</p>	<p>Llegada de competidores extranjeros con gastos más bajos. Aumento en las ventas y productos alternativos. Ralentización del crecimiento en el mercado. Cumplimiento de regulaciones costosas. Mayor capacidad de negociación por parte de clientes o proveedores.</p>

<p>Detectar un nivel de satisfacción alto entre competidores.</p> <p>Lograr un crecimiento más acelerado en el mercado.</p>	<p>Modificaciones en las demandas y preferencias de los consumidores.</p>
---	---

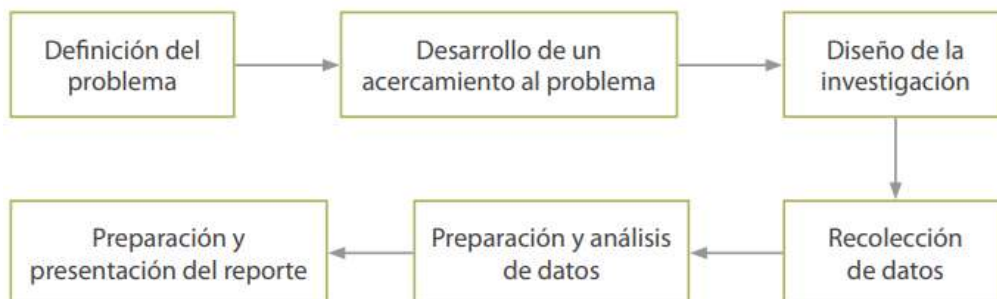
**Fuente:** Torres (2006).

### 1.5 Investigación de Mercado

La investigación de mercado es uno de los principales procesos para cualquier negocio o empresa, debido a que abarca recopilación, análisis y propagación de información con la intención de mejorar las decisiones estratégicas del marketing

Según Philip Kotler (1996), la investigación de mercados se describe como el procedimiento de planificar, recopilar y analizar información relevante para orientar las decisiones estratégicas de marketing en las organizaciones (Kotler P. , 1996). De esta manera, esta investigación conecta al vendedor con el consumidor, los clientes y el público a través de datos que se emplean para identificar y comprender las oportunidades y debilidades de las estrategias de marketing de la empresa. En otras palabras, su propósito es crear, afinar y evaluar las actividades de marketing con el fin de supervisar el comportamiento del mercado, incluyendo las ventas y el servicio postventa de productos o servicios.

Ejemplo de Modelo de Investigación de Mercados, planteado por Malhotra (1999).



**Figura 5.** Modelo de investigación de mercados  
**Fuente:** Propia, figura basada en (Malhotra, 1999).

- Definición del problema:

En este paso, es esencial examinar la información disponible, que incluye datos internos de la empresa y fuentes secundarias, con el propósito de confirmar la utilidad de los resultados para identificar los problemas de la organización.

- Desarrollo de un acercamiento al problema:

En esta etapa, Se realiza el proceso de crear y perfeccionar una estrategia o enfoque específico para abordar y resolver un problema o desafío particular. Esto implica la identificación de pasos, acciones o métodos que se utilizarán para entender, analizar y encontrar soluciones al problema en cuestión.

- Diseño de la investigación

A continuación, es importante para garantizar la validez y la efectividad de cualquier estudio, encuesta o investigación que una empresa realice para comprender mejor su mercado, clientes, competidores, o cualquier otro aspecto relevante para su funcionamiento.

- Recolección de datos

Es una etapa esencial en el proceso de toma de decisiones basadas en evidencia en el ámbito empresarial.

- Preparación y análisis de datos

Este proceso hace referencia a limpiar, organizar y examinar minuciosamente los datos recopilados de diversas fuentes para obtener información valiosa y significativa. Esto implica realizar tareas como la eliminación de datos erróneos o duplicados, la estandarización de formatos, la creación de variables relevantes y la aplicación de técnicas de análisis estadístico o de otro tipo para identificar patrones, tendencias que ayuden a la empresa a comprender mejor su entorno, tomar decisiones estratégicas,

resolver problemas o mejorar su rendimiento en diversos aspectos, como marketing, operaciones o gestión.

- Preparación y presentación del reporte

La preparación y presentación de informes efectivos es fundamental para garantizar que la información sea clara, precisa y accesible para respaldar la gestión y el desarrollo empresarial.

## **1.6 Aporte del marketing a la sostenibilidad**

Como consecuencia del progreso hacia la sostenibilidad y el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), la humanidad ha estado buscando formas de revertir el impacto ambiental causado durante muchos años por grandes industrias y empresas. El enfoque del marketing en la preservación y cuidado de un entorno saludable y libre de daños para las futuras generaciones se ha revelado como una solución a largo plazo. La sostenibilidad en el ámbito del marketing debe mantenerse en el tiempo, ya que proporciona respuestas a las necesidades tanto presentes como futuras (Belz, Peattie, & Galí, 2013).

Por lo tanto, se puede describir el marketing sostenible como un proceso estratégico que abarca la planificación, ejecución y supervisión del establecimiento de precios, la promoción y la distribución de productos. Esto se hace de manera que se alcance la satisfacción de las necesidades de los clientes, se cumplan los objetivos de la organización y se garantice que el proceso sea coherente con los ecosistemas (Fuller, 1999).

La Cumbre de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible que tuvo lugar en Nueva York en 2015 presentó 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), los cuales fueron adoptados por los 193 Estados miembros de las Naciones Unidas que se comprometieron a lograr estos objetivos en los próximos 15 años. El propósito de estos objetivos es eliminar la desigualdad, ciudades y comunidades sostenibles, erradicar la pobreza y luchar contra el cambio climático, entre otras metas (Organización de las Naciones Unidas, 2017). Desde la perspectiva del marketing social centrado en la sostenibilidad, particularmente en lo que respecta a la dimensión ambiental, se debe

encontrar estrategias para impulsar la educación ambiental y el beneficio de proteger los espacios enfocados al mejoramiento ecológico.



**Figura 6.** Objetivos de Desarrollo Sostenible

**Fuente:** ONU, 2015

No obstante, se han expresado críticas hacia el marketing sostenible debido a preocupaciones sobre posibles impactos negativos en los consumidores, la sociedad y otras empresas, que pueden surgir cuando las prácticas de marketing no son adecuadamente sostenibles o cuando se comunican atributos que el producto o servicio no posee realmente. Dado que la adopción del marketing sostenible es una elección voluntaria tanto para consumidores como empresas, muchas personas han mostrado cierta resistencia a aprovechar los beneficios que este enfoque puede ofrecer. Las dudas acerca de la autenticidad de los productos "ecológicos" han suscitado interrogantes sobre la sostenibilidad a largo plazo del marketing en términos del bienestar tanto de las empresas como de los consumidores.

Entre las críticas más relevantes que recibe el marketing sostenible, según (Armstrong & Kotler, 2013) son:

- Precios elevados
- Altos costos de logísticas
- Productos de mala calidad, perjudiciales y peligrosos
- Exceso de materialismo

Es verdad que algunas compañías dan la impresión de ser "ecológicas y comprometidas", pero en realidad están engañando a los consumidores al ofrecer productos o servicios que no son completamente sostenibles. Este tipo de práctica puede generar desconfianza entre aquellos que adquieren productos que se promocionan como "verdes" (Arias, 2018).

El marketing sostenible no se limita a ser una tendencia "verde", sino que se convertirá en un estilo de vida. Por lo tanto, las empresas deberán ajustar sus operaciones hacia una auténtica sostenibilidad a través de estrategias a largo plazo. Belz, Peattie y Galí (2013) argumentan que el marketing sostenible ofrece una visión más realista de los mercados, y tanto las empresas como los consumidores deben asumir la responsabilidad por los impactos sociales y ambientales de la producción y el consumo. Esta interacción entre las preocupaciones ecológicas y sociales y las preferencias de los consumidores crea oportunidades de mercado para empresas innovadoras (Belz, Peattie, & Galí, 2013).

### 1.7 Diseño de Interiores Sostenible

Nada es más sostenible que seguir utilizando de forma constante los objetos que ya tienes en tu posesión. Brindar una segunda oportunidad a los artículos usados no solo representa una opción sostenible, sino que también está en gran demanda en la actualidad. “Nunca demoler, eliminar o sustituir, siempre añadir, transformar y reutilizar” (Lacaton & Vassal, 2021), de esta manera explicaban su visión de sostenibilidad Anne Lacaton y Jean-Philippe Vassal al recibir el prestigioso premio Pritzker en el 2021.



**Figura 7.** Interiorismo sostenible: lo que puedes hacer y por qué es importante  
**Fuente:** (Vignolo, 2022)

Para Sian Moxon (2012) en la industria de la construcción, es esencial adoptar el enfoque del diseño sostenible, que incorpora este principio en todas las elecciones de diseño. A pesar de que la sostenibilidad abarca aspectos sociales, económicos y ambientales, en este contexto nos centraremos exclusivamente en los aspectos ambientales.

Dado el considerable impacto que la industria de la construcción tiene en el entorno natural, los profesionales de este sector tienen una oportunidad significativa para generar un impacto positivo en cuestiones ambientales a través de las decisiones que toman en relación con el diseño. Es innegable que tienen la responsabilidad de hacerlo.

Los diseñadores de interiores, en particular, pueden desempeñar un papel importante, ya que con frecuencia participan en proyectos de renovación y diseño de viviendas. Son responsables de elegir los materiales, acabados, iluminación y electrodomésticos. Sin embargo, la mayoría de los diseñadores de interiores no siguen los principios del diseño sostenible, por lo que aquellos que están más conscientes de este enfoque deben tomar medidas para ponerse al día con otros profesionales en la industria de la construcción (Moxon, 2012, pág. 14).

La construcción de nuevos edificios brinda una oportunidad excepcional para crear estructuras sostenibles sin muchas restricciones. Es reconfortante saber que la construcción sostenible puede reducir las emisiones en un rango del 30 al 50% sin aumentar significativamente los costos.

Los diseñadores de interiores a menudo están involucrados en proyectos residenciales, incluyendo hoteles, y tienen la capacidad de influir en nuestra forma de vida. Decisiones de diseño simples, como la incorporación de contenedores de reciclaje o espacios para secar la ropa y guardar bicicletas, promueven un estilo de vida sostenible.

Los interioristas tienen la flexibilidad de tomarse el tiempo necesario para seleccionar cuidadosamente los materiales y acabados de cada elemento en un espacio interior. Pueden utilizar este tiempo para evaluar el impacto ambiental de estos materiales, como optar por aquellos fabricados con componentes reciclados, evitar maderas tropicales en peligro de extinción y minimizar la presencia de compuestos orgánicos volátiles (COV) que afectan la salud.

Por último, al elegir la iluminación y los electrodomésticos, tienen la capacidad de influir en el rendimiento energético y el consumo de agua de los edificios al seleccionar productos que son energéticamente eficientes y que conservan el agua (Moxon, 2012, pág. 16).

### **1.8 Estándares Internacionales de Sostenibilidad**

Los procedimientos de evaluación y certificación brindan la posibilidad de formalizar un enfoque de diseño sostenible. Estos estándares son elaborados y gestionados por organizaciones y entidades de carácter internacional y se emplean con el propósito de establecer un marco unificado y ampliamente reconocido. Todo el proceso de diseño se somete a cálculos y mediciones con el propósito de emitir una evaluación imparcial y basada en evidencia del posible impacto ambiental. Esto es valioso para que los diseñadores puedan asegurarse de que sus intenciones éticas se traduzcan en un diseño sostenible y para ofrecer una validación de ello a sus clientes.

Obtener la certificación para un proyecto puede representar una poderosa herramienta de marketing para el diseñador de interiores y una ventaja significativa para el cliente (Moxon, 2012, pág. 54).

Según Moxon (2012) algunos de los estándares son:

**LEED** (Leadership in Energy and Environmental Design): Este sistema se utiliza para evaluar y certificar la sostenibilidad de edificios y proyectos de construcción. Se centra en aspectos como la eficiencia energética, la calidad del aire interior y la gestión de recursos (Moxon, 2012, pág. 56).

**BREEAM** (Building Research Establishment Environmental Assessment Method): Esta evaluación se utiliza en todo el mundo, especialmente en Europa y el Golfo Pérsico. Se emplea para evaluar y medir la sostenibilidad de edificios en términos de su impacto en el medio ambiente, la eficiencia energética, el uso responsable de recursos, la calidad del ambiente interior y otros aspectos relacionados con la sostenibilidad (Moxon, 2012, pág. 56).

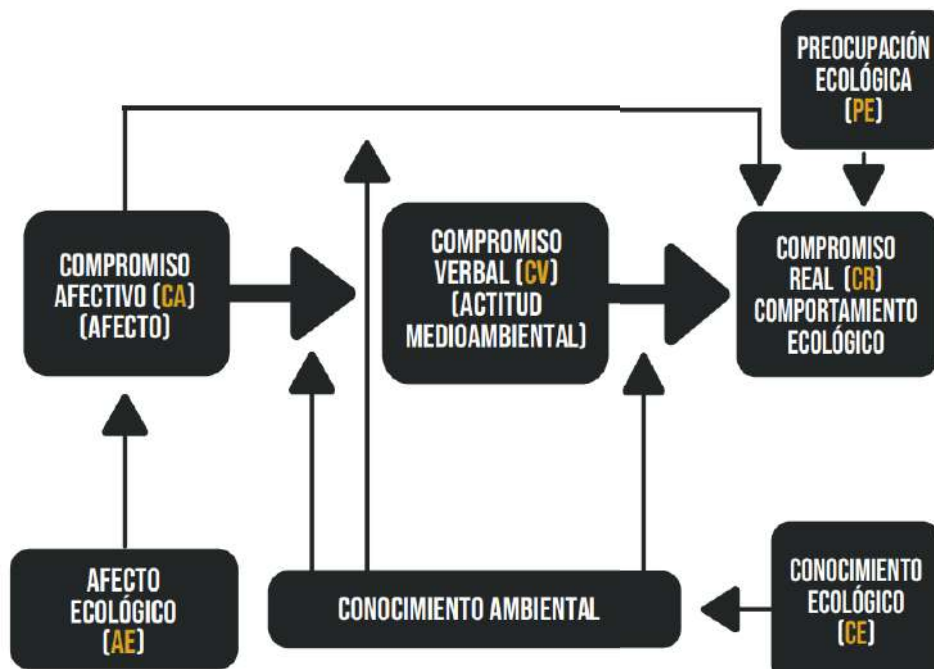
**SKA RATING:** Se ha creado para proyectos de interiorismo. Esta valoración considera todos los aspectos de diseño, hasta los colgadores y los adhesivos, las evaluaciones se

realizan durante la fase de diseño, cuando se entrega al cliente y un año después de que se utilice (Moxon, 2012, pág. 57).

### 1.9 Comportamiento del Consumidor y la Sostenibilidad

El papel del consumidor es crucial para impulsar la sostenibilidad, ya que su elección de productos y servicios eco-amigables influye en la demanda y motiva a las empresas y gobiernos a adoptar prácticas más responsables con el medio ambiente. La transición hacia un comportamiento del consumidor más sostenible es esencial para abordar los retos ambientales que nuestro planeta enfrenta.

El marketing comercial y el marketing social tienen similitudes en términos de su enfoque en satisfacer las necesidades del consumidor. La distinción clave entre ambos radica en que el marketing social busca impactar en el comportamiento del consumidor para que participe voluntariamente en asuntos de relevancia social (Fischer & Espejo, 2011).



**Figura 8.** Modelo para definir al consumidor ecológico en México  
**Fuente:** (Larios-Gómez, Hernández, & Hernández, 2016).

Esto sugiere que, a pesar de tratarse de un enfoque centrado en la sostenibilidad, el marketing puede desempeñar un papel en sus diversas facetas, ya sea desde una perspectiva social o sostenible. La conducta tanto social como empresarial resulta fundamental para que se pueda lograr el objetivo del marketing sostenible. La

comunicación y la información transmitida al consumidor, en este caso, el consumidor mexicano, son elementos esenciales para establecer una conexión final entre el marketing sostenible, empresas comprometidas y consumidores interesados en el medio ambiente.

### **1.10 Estrategias de Marketing**

“La estrategia de marketing que la unidad de negocios planea utilizar para lograr sus metas de marketing, incluyendo enfoques concretos para segmentos de mercado, posicionamiento, combinación de marketing y presupuestos de marketing” (Armstrong & Kotler, 2013).

**Segmentación:** La segmentación se basa en la idea de que los consumidores no son todos iguales y que tienen diferentes características, comportamientos y preferencias.

**Posicionamiento:** se refiere a la manera en que una marca, producto o servicio es percibido por los consumidores en relación con la competencia en un mercado específico.

**Diferenciación:** Es la estrategia de destacar y resaltar las características únicas o distintivas de un producto, servicio o marca en comparación con la competencia.

**Crecimiento:** se refiere al aumento en la demanda de productos o servicios de una empresa, así como al aumento en los ingresos y la cuota de mercado de esa empresa.

**Estrategia competitiva:** Es un conjunto de acciones y planes deliberados que una empresa implementa para ganar una ventaja competitiva y sobresalir en su industria o mercado.

**Diferenciación:** Se centra en destacar y resaltar las características únicas y distintivas de un producto, servicio o marca en comparación con la competencia.

**Liderazgo en costos:** Producir a los costos más reducidos para ponerlo a disposición en el mercado.

**Enfoque:** Una alta segmentación del mercado, diferenciación y liderazgo (ESPAÑA, 2022).

## 1.11 Marketing Mix

Se emplea esta descripción para referirse al conjunto de herramientas y elementos disponibles para la persona encargada de la gestión de marketing en una empresa, con la intención de lograr los objetivos de la organización (Ariaga, Avalos, & De la Torre, 2013, pág. 7).

**Producto:** Se trata de un elemento, tanto tangible como intangible, que satisface una necesidad o deseo específico del mercado objetivo o los clientes, con el propósito de abordar de manera eficaz una escasez particular y establecer una prioridad en favor del cliente o consumidor (Ariaga, Avalos, & De la Torre, 2013).

**Precio:** Según Ariaga, Avalos, y De la Torre (2013), el precio es el gasto económico que los consumidores estarían dispuestos a pagar para obtener o usar un producto o servicio específico, contribuyendo a alcanzar una alineación de costos de acuerdo con los objetivos establecidos de antemano.

**Plaza:** Conforme a Ariaga, Avalos y De la Torre (2013), la plaza se refiere a "toda la estructura interna y externa que facilita el establecimiento de la conexión entre la organización y sus clientes para simplificar la adquisición del producto." (Ariaga, Avalos, & De la Torre, 2013).

**Promoción:** La promoción, de acuerdo con Ariaga, Avalos y De la Torre (2013), engloba las acciones llevadas a cabo por las empresas a través de la difusión de mensajes destinados a dar a conocer sus productos, servicios y ventajas competitivas, con el propósito de estimular la inclinación a comprar entre los consumidores.

## 1.12 Presupuesto

El presupuesto desempeña un papel crucial en la gestión financiera de una empresa, ya que cumple varias funciones esenciales. Sirve como una herramienta fundamental para calcular con precisión la cantidad de recursos requerida para llevar a cabo todas las diversas operaciones y actividades de la organización (Muñiz L. , 2009) . Es fundamental para determinar el costo total del proyecto y para establecer el precio de oferta en licitaciones o cotizaciones a clientes. También se utiliza para el seguimiento financiero durante la ejecución del proyecto y para evaluar la rentabilidad de este.

### **1.13 Beneficio**

**Rentabilidad:** Hace referencia a los beneficios que se han obtenido o se pueden obtener a partir de una inversión (Sevilla Arias, 2022). Es la diferencia entre los ingresos generados por los proyectos y los costos asociados con la ejecución de esos proyectos.

**Ambiental:** Un diseño de interiores sostenible no solo crea espacios atractivos y funcionales, sino que también tiene el potencial de generar importantes beneficios ambientales al reducir el consumo de recursos, la contaminación y la huella de carbono. Esto contribuye a la conservación del medio ambiente y a la promoción de prácticas más responsables desde el punto de vista ambiental.

**Social:** Mejora la calidad de vida, la salud, la comunidad y la economía local. Estos beneficios sociales contribuyen al bienestar de las personas y a la construcción de entornos más sostenibles y habitables.

## **2. LA EMPRESA Y SU SECTOR**

La empresa ASPEC, fue constituida en el año 2016, desde ese momento se ha dedicado a realizar varias actividades como a la venta de inmuebles, diseño y construcción, peritaje y avalúos.

### **2.1 Análisis interno de ASPEC**

#### **2.1.1 Misión**

Edificar proyectos inmobiliarios enfocándose en espacios que reflejen la calidad, seguridad y la satisfacción del cliente.

#### **2.1.2 Visión**

En los próximos siete años, aspira consolidarse como una empresa reconocida en el ámbito de la construcción.

#### **2.1.3 Valores de la empresa**

- Puntualidad

Para ASPEC la puntualidad es la capacidad de la organización para cumplir con los plazos y horarios establecidos en sus proyectos de manera consistente y sin retrasos significativos.

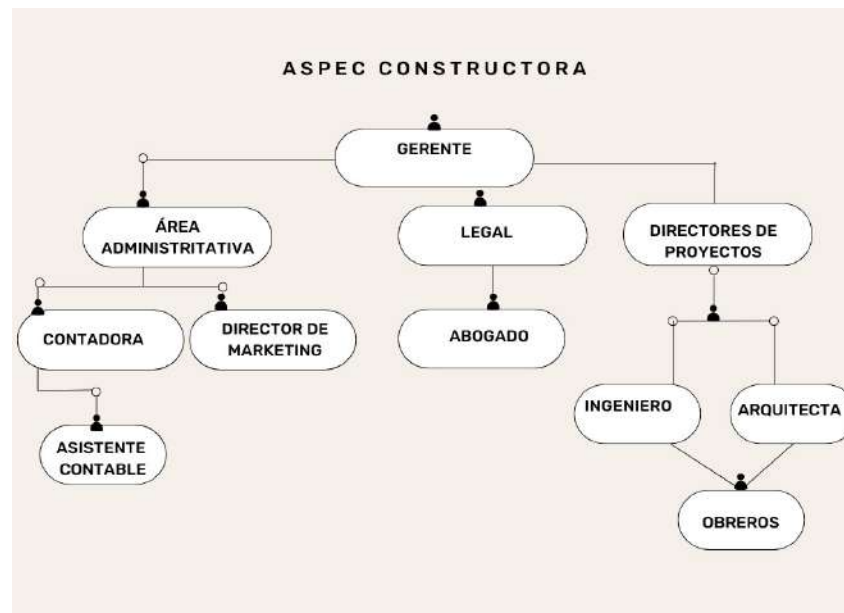
- Responsabilidad

Para ASPEC es esencial para construir una reputación sólida en la industria, asegurar la satisfacción del cliente, cumplir con las obligaciones legales y éticas, y contribuir al éxito a largo plazo de la organización.

- Honestidad

Para ASPEC es importante contribuir la confianza de los clientes y socios, para que sigan prefiriendo trabajar con integridad

## 2.1.4 Organigrama



**Figura 9.** Organigrama de la empresa.

En el organigrama se evidencia la estructura de la empresa para que los empleados y otros interesados puedan comprender quién tiene, qué responsabilidades y cómo se distribuye la autoridad dentro de la organización. También se refleja una estructura reducida, que facilita la toma de decisiones, la asignación de tareas y la comunicación eficiente.

- Área Administrativa

En esta área se encuentran los departamentos de contaduría y marketing; la primera se encarga de gestionar y supervisar las actividades y recursos relacionados con la administración y el funcionamiento general de la empresa. Por otro lado, el departamento de marketing cumple funciones de planificar, desarrollar y ejecutar estrategias y tácticas destinadas a promover los productos o servicios de la empresa, así como a atraer y retener a los clientes.

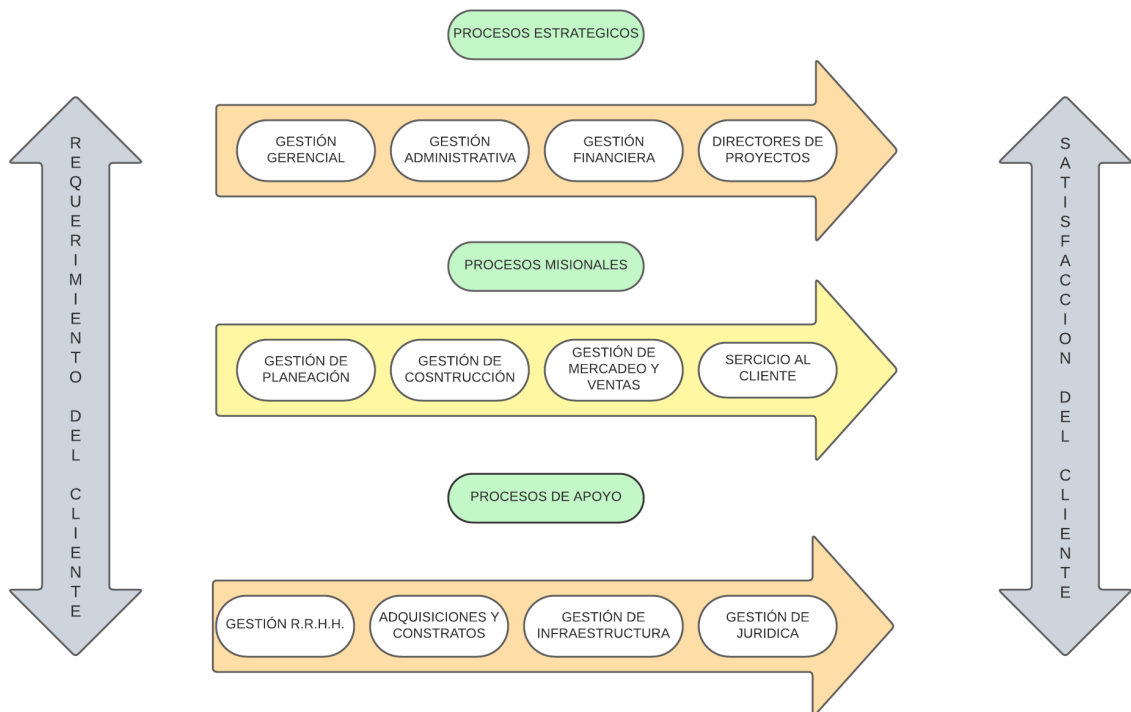
- Área Lega

La función del área legal en la empresa es esencial para garantizar la legalidad y la integridad en todas las operaciones, así como para evitar problemas lícitos que puedan afectar negativamente a la empresa y sus proyectos.

- Directores de proyectos

Su labor se centra en la ejecución eficiente y rentable de proyectos de construcción, lo cual implica la planificación, coordinación y supervisión integral desde el inicio hasta la finalización. Esta tarea se lleva a cabo con un enfoque constante en mantener los más altos estándares de calidad y seguridad necesarios para el éxito de cada proyecto.

### 2.1.5 Mapa de procesos



**Figura 10.** Mapa de procesos de ASPEC

El mapa de procesos de ASPEC está constituido por procesos estratégicos, procesos misionales y finalmente procesos de apoyo.

- Procesos estratégicos

**Gestión gerencial:** Se enfoca en coordinar eficientemente recursos, tiempo y personal. Esto incluye la planificación de proyectos, control de costos, gestión de riesgos y aseguramiento de la calidad en la construcción

Gestión administrativa: Es la encargada de la planificación de recursos humanos, adquisiciones y comunicaciones de marketing. Es esencial mantener registros precisos, supervisar presupuestos, gestionar contratos y garantizar el cumplimiento de normativas.

Gestión financiera: Se encarga del manejo de los recursos monetarios para garantizar la viabilidad y rentabilidad de los proyectos. Esto incluye la elaboración de presupuestos, control de costos, gestión de ingresos, seguimiento de flujos de efectivo y negociación con proveedores.

Directores de proyectos: Este punto es clave para el éxito de las operaciones. Implica la supervisión de la planificación, ejecución y cierre de proyectos. Los directores lideran equipos, gestionan recursos, garantizan el cumplimiento de plazos y mantener la calidad

- Procesos misionales

Gestión de planificación: Durante esta etapa, la empresa divide su planificación en diversas fases. No obstante, todo el proceso comienza con la búsqueda de terrenos que no tengan impedimentos legales y culmina con la entrega del proyecto, seguido por el seguimiento del estado del inmueble.

Gestión de construcción: Se encarga de analizar los porcentajes de áreas que existen en los predios seleccionados.

Gestión de mercadeo y ventas: El lanzamiento del proyecto se realiza en 5 fases, el primer lanzamiento se da en planos, mientras que el segundo es en proceso de cimentaciones, el tercer lanzamiento se da en estructura de los inmuebles, el cuarto lanzamiento ya oficializa la casa modelos y finalmente el quinto lanzamiento se da en el cierre de la obra.

Servicio al cliente: Las personas reservan una cita con la atención al servicio al cliente para poder conocer la casa modelo.

- Procesos de apoyo

Gestión de recursos humanos: Garantizan que el equipo esté capacitado, motivado y esté trabajando de manera eficiente para lograr los objetivos del proyecto. Además, contribuye al desarrollo y la retención del talento en la empresa.

Adquisiciones y contratos: Para la empresa, la planificación de adquisiciones representa un desafío significativo, ya que depende completamente de las necesidades de los bienes y servicios requeridos para los proyectos habitacionales. El siguiente paso crítico es la ejecución del proceso de adquisición. En esta etapa, se lleva a cabo una cuidadosa selección de proveedores, seguida de negociaciones intensivas para establecer los términos y condiciones de los contratos. Este proceso es crucial para garantizar que los recursos necesarios se adquieran eficientemente y que se establezcan acuerdos sólidos que rijan la ejecución de los proyectos.

Gestión de infraestructura: En la planificación de la infraestructura para proyectos inmobiliarios, el proceso comienza con un pre-diseño que explora y plantea ideas para los inmuebles. Este pre-diseño sirve como una fase inicial donde se conceptualizan y discuten las posibles opciones y enfoques para la infraestructura del proyecto. Posteriormente, se procede a la etapa de diseño final, en la cual se refinan y concretan los detalles estéticos y funcionales de la infraestructura. En esta fase, se toman decisiones definitivas sobre la estética y otros aspectos clave, proporcionando una visión más precisa y detallada de cómo se materializará la infraestructura en el proyecto inmobiliario. Este proceso secuencial, desde el pre-diseño hasta el diseño final, asegura una evolución ordenada y bien definida en la planificación y desarrollo de la infraestructura

Gestión jurídica: La función de la gestión jurídica en nuestra empresa es multifacética. No solo se ocupa de asegurar la conformidad con las leyes, sino que también desempeña un papel fundamental en la protección de los intereses de la empresa. Además, contribuye significativamente al fomento de relaciones éticas en todas nuestras operaciones y transacciones.

## 2.2 Análisis del sector

### 2.2.1 Análisis PESTEL

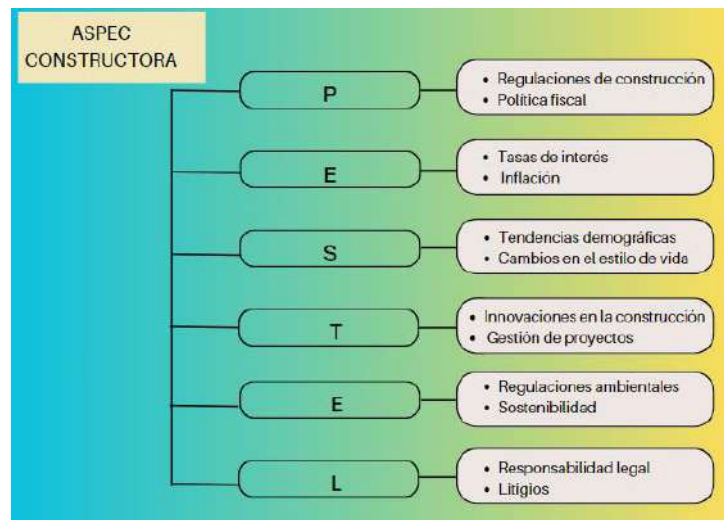


Figura 11. Análisis PESTEL Empresa ASPEC

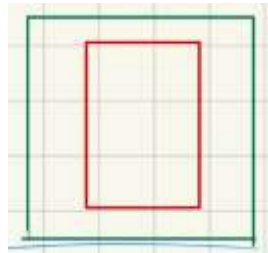
- **Factores Políticas**

**Regulaciones de construcción:** Evaluar las normativas de Quito y Ecuador relacionadas con la construcción, los permisos de construcción y los códigos de construcción. Esto puede afectar la forma en que la empresa opera y se expande.

Según la Ordenanza 3457 de Normas De Arquitectura Y Urbanismo Quito menciona los siguientes puntos:

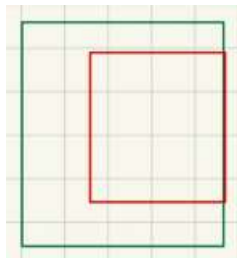
En primer lugar, para identificar el retiro de la construcción hay que tomar en cuenta la edificabilidad o la zonificación del predio, ya que en el informe de regulación metropolitana exige la forma de ocupación:

A. Forma de ocupación aislada: Los retiros están a los cuatro lados de la construcción



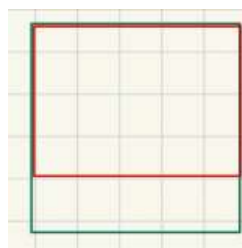
**Figura 12.** Forma de ocupación aislada

B. Apareada: Un lado de la construcción está adosada al predio de adyacente



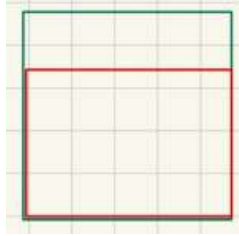
**Figura 13.** Forma apareada

C. Continuo retiro frontal: Existe únicamente retiro frontal y los tres lados podrían estar adosados a los predios



**Figura 14.** Continuo retiro frontal

D. Línea de fábrica: El retiro de la edificación únicamente es posterior



**Figura 15.** Línea de fábrica

#### Art. 60 CRITERIOS DE MANEJO TECNICO AMBIENTALES

Al optar por un tipo específico de árbol para su plantación en entornos urbanos, resulta fundamental tener en cuenta las relaciones recíprocas que se establecen entre la planta y su entorno, según indican las Normas de Arquitectura y Urbanismo de Quito (Consejo Metropolitano de Quito, 2003, pág. 76).

Es imperativo seleccionar árboles con una altura mínima de 1.50 metros y, previo al trasplante, llevar a cabo una poda en el árbol. Asimismo, se aconseja formar un pan de tierra alrededor de las raíces, asegurándose de mantener el suelo constantemente húmedo, según las directrices establecidas en las Normas de Arquitectura y Urbanismo de Quito (Consejo Metropolitano de Quito, 2003, pág. 76).

#### Art. 62 CRITERIOS DE ALTERNATIVAS APROPIADAS DE VEGETACIÓN URBANA

Recomendamos integrar vegetación en las superficies exteriores de los edificios, incluyendo paredes, fachadas y techos. Este efecto se puede lograr mediante la utilización de plantas trepadoras, como varias variedades de hiedras, buganvillas y otras especies que produzcan flores fragantes. Asimismo, en el caso de terrazas, si se establecen condiciones climáticas apropiadas, se pueden utilizar enredaderas que den frutos comestibles, tales como el taxo o el maracuyá, según lo indican las Normas de Arquitectura y Urbanismo de Quito (Consejo Metropolitano de Quito, 2003, pág. 76).

**Política fiscal:** Examinar las políticas fiscales de Quito y Ecuador que pueden influir en los costos de operación y en los incentivos para proyectos de construcción.

- **Factores Económicos**

**Ciclo económico:** Evaluar si la economía está en crecimiento, recesión o estabilidad, ya que esto puede influir en la demanda de proyectos de construcción.

La Cámara de Industrias y Producción informa que en el primer trimestre de 2023, el Producto Interno Bruto (PIB) de Ecuador experimentó un crecimiento del 0,7% en comparación con el mismo periodo del año anterior. Sin embargo, al contrastarlo con el cuarto trimestre de 2022, se observa una disminución del 3,4% (Cámara de Industrias y Producción, 2023). El PIB ajustado por inflación en este periodo se encuentra por debajo de los niveles pre-pandémicos de los primeros trimestres de 2018, 2019 y 2020 (Cámara de Industrias y Producción, 2023).

Durante el primer trimestre de 2023, en comparación con el mismo periodo en 2022, ciertas industrias experimentaron un crecimiento notable. La refinación de petróleo lideró con un aumento del 16,6%, seguida de la acuicultura y pesca de camarón con un 6,4%, así como el sector de correo y comunicaciones con un 6,2%. No obstante, algunos sectores sufrieron contracciones, como la pesca (-12,7%), la construcción (-6,5%), y la industria del petróleo y las minas (-4,1%), entre otros (Cámara de Industrias y Producción, 2023).

En el contexto actual, las proyecciones para el resto del año están condicionadas por varios factores, incluida la desaceleración de las exportaciones de petróleo. El Banco Central del Ecuador (BCE) estima un crecimiento del 2,6% para la economía ecuatoriana en este año. No obstante, organismos internacionales como el Fondo Monetario Internacional (FMI), la Comisión Económica para América Latina (CEPAL) y el Banco Mundial tienen proyecciones que oscilan entre el 2% y el 2,9%.

En cuanto al cierre del año 2023, el BCE también prevé un aumento del 3,1% en las importaciones, un crecimiento del 3,2% en el consumo de los hogares y un incremento del 3,4% en la inversión o formación bruta de capital fijo en comparación con los valores registrados en 2022 (Cámara de Industrias y Producción, 2023).

**Tasas de interés:** Las tasas de interés pueden afectar los costos de financiamiento para proyectos y la capacidad de los clientes para invertir en construcción.

De acuerdo con la información de Primicias, se indica que en julio de 2023, la tasa de interés de referencia para los depósitos a plazo es del 7,13% anual, según datos proporcionados por el Banco Central de Ecuador (BCE). Este valor representa un incremento de 1,46 puntos porcentuales en comparación con la tasa de interés que las entidades ofrecían en julio de 2022, que era del 5,6% anual. (Tapia, 2023).

El BCE señala que, para los ahorros colocados en plazos fijos de uno a dos meses, la tasa promedio que recibirán en julio de 2023 será del 5,8% anual. En contraste, para los ahorros con plazos de más de un año, la tasa anual promedio que las entidades pagan en julio de 2023 es del 8,89%. Este porcentaje constituye la tasa más elevada registrada desde abril de 2020 para ahorros con plazos superiores a un año. En dicho mes de 2020, la tasa fue del 7,9% anual para ahorros con plazos de más de un año. (Tapia, 2023).

Tasas Referenciales	% anual
Plazo 30-60	5,83
Plazo 61-90	6,49
Plazo 91-120	6,73
Plazo 121-180	7,28
Plazo 181-360	7,30
Plazo 361 y más	8,89

**Figura 16.** Tasa de interés para depósitos a plazo  
**Fuente:** Banco Central del Ecuador (2023)

En el año 2023, el aumento en las tasas de interés para los depósitos, tanto en Ecuador como a nivel mundial, se debe a la implementación de una estrategia agresiva por parte de la Reserva Federal de Estados Unidos (FED), que funciona como el banco central de esa nación. La FED ha optado por elevar considerablemente las tasas de interés como una medida destinada a controlar la inflación.

Esta alza en las tasas de interés en Estados Unidos y Europa genera un encarecimiento para las instituciones financieras ecuatorianas al buscar recursos en el extranjero para ser utilizados en la concesión de créditos a nivel local. Como respuesta a esta situación, los bancos y cooperativas en Ecuador han decidido incrementar las tasas de interés ofrecidas a los ahorradores. Esto se plantea como un incentivo para fomentar el aumento de depósitos y facilitar la colocación de créditos en el país, evitando así una disminución en estas operaciones (Tapia, 2023).

**Inflación:** El aumento de los precios de los materiales y la inflación pueden afectar los costos de construcción y los márgenes de ganancia.



**Figura 17.** Evolución histórica del Índice de Precios al Consumidor  
**Fuente:** (Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos, 2023)

En agosto de 2023, la tasa de variación anual del Índice de Precios al Consumo (IPC) en Ecuador se registró en un 2,6%, lo que representa un aumento de 5 décimas en comparación con el mes anterior. La variación mensual del IPC fue del 0,5%, resultando en una inflación acumulada del 1,9% para el año 2023.

Es significativo resaltar el incremento del 1,6% en los precios de Alimentos y bebidas no alcohólicas, llevando su tasa interanual al 8,2%. Este aumento contrasta con la disminución del -0,4% en los precios de Otros bienes y servicios, que presentan una variación interanual del 1,6% (Macrodatos.com, 2023).

- **Factores Sociales**

**Tendencias demográficas:** Considerar la población local y su crecimiento, ya que esto puede influir en la demanda de viviendas, comercios u otros proyectos.

Según datos del censo 2022, menciona que en la actualidad la conformación de las familias es de pocos miembros.



**Figura 18.** Evolución de la tasa de crecimiento poblacional  
**Fuente:** (Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos, 2023)

El censo señala que la población de Ecuador se cifra en 16,938,986 personas, predominando el género femenino. Se observa una mayor concentración en las áreas urbanas, donde reside el 63,1% de la población, mientras que el 36,9% restante se distribuye en las zonas rurales (El Universo, 2023).



**Figura 19.** CENSO Ecuador 2022  
**Fuente:** (Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos, 2023)

Según las tradiciones y la cultura del país, la mayor parte de la población se autodenomina como mestiza, representando el 77,4%. Le siguen en proporción la población indígena y montubia, que constituye el 7,7%, y la comunidad afro-ecuatoriana, que representa el 4,9% (El Universo, 2023)

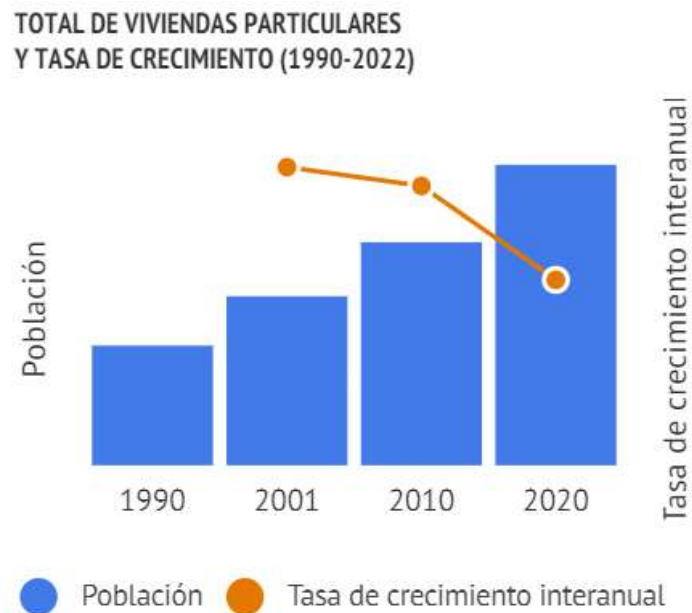
El Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) destaca que, al analizar el número promedio de miembros en los hogares ecuatorianos, se observa una tendencia hacia hogares más reducidos, con un promedio de 3,2 miembros. Esto contrasta con las cifras de 4,2 en 2001 y 3,8 en 2010. Sin embargo, algunas provincias como Napo (3,7) y Santa Elena (3,6) muestran tamaños de hogar más grandes, mientras que Galápagos y Pichincha son las provincias con los hogares de menor tamaño, con 2,9 y 3,1 miembros respectivamente. (El Universo, 2023).

La tipología de los hogares se clasifica de la siguiente manera:

- Los hogares unipersonales han crecido 4,6 puntos de 12,1 % en 2010 a 16,7 % en 2022
- Los hogares de dos personas crecieron 4,3 puntos de 15,9 % en 2010 a 20,2 % en 2022
- Los hogares más grandes de cinco o más personas caen 10,1 puntos entre 2010 y 2022.

Las condiciones de vivienda

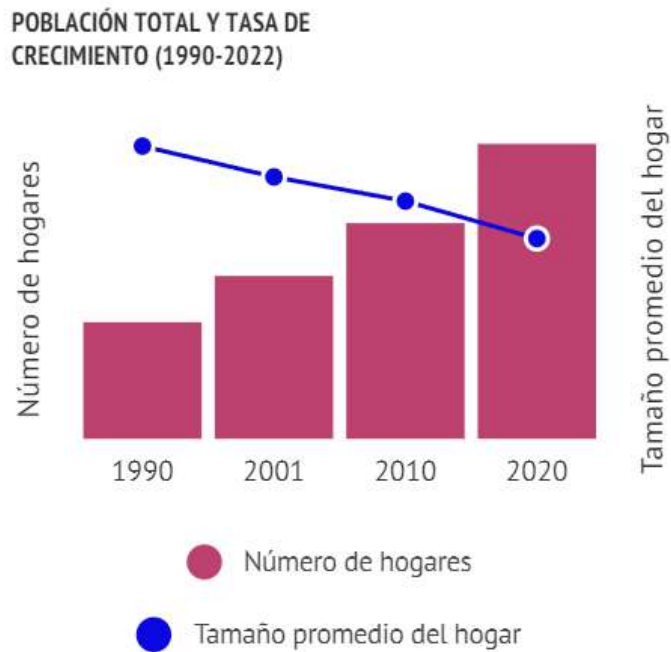
- El Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) resalta que el 64% de los hogares ecuatorianos poseen viviendas propias, ya sea que estén completamente pagadas o en proceso de pago a través de créditos, mientras que el 36% restante corresponde a viviendas alquiladas, prestadas o bajo régimen de servicios.
- La mayoría de los ecuatorianos sigue residiendo en casas, representando el 84,1% de los hogares. No obstante, el INEC ha observado un aumento en el número de departamentos, que ha pasado del 11,9% en 2010 al 21,1% en 2022.



**Figura 20.** Evolución de las condiciones de vivienda en Ecuador  
**Fuente:** (Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos, 2023)

### Hogares en Ecuador

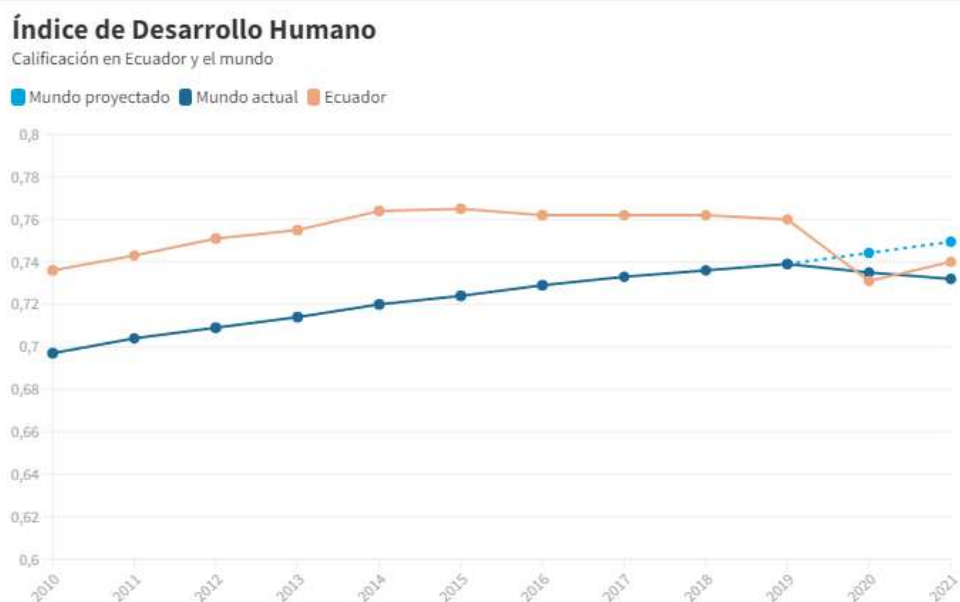
- En el transcurso de estos doce años, la elección de espacios más reducidos ha marcado un cambio significativo en la demografía del Ecuador. (Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos, 2023).
- El análisis del número medio de integrantes en los hogares ecuatorianos indica que estos han experimentado una reducción en su tamaño, con un promedio de 3,2 miembros. Esto contrasta con las cifras de 4,2 en 2001 y 3,8 en 2010. No obstante, es importante señalar que provincias como Napo, con 3,7 miembros, y Santa Elena, con 3,6, presentan dimensiones más amplias, mientras que Galápagos y Pichincha son las provincias con el menor tamaño de hogar, registrando 2,9 y 3,1 miembros respectivamente. (Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos, 2023).



**Figura 21.** Evolución del tamaño promedio de hogares en Ecuador  
**Fuente:** (Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos, 2023)

Cambios en el estilo de vida: Las preferencias cambiantes de los consumidores pueden influir en el tipo de proyectos demandados, como viviendas ecológicas o proyectos de infraestructura sostenible.

Ecuador experimentó un retroceso de diez años en su desarrollo humano, según la evaluación de la calidad de vida de sus habitantes, medida a través del ingreso per cápita, así como el acceso a la educación y la salud. Este análisis proviene de la Organización de Naciones Unidas (ONU), basado en su informe acerca del Índice de Desarrollo Humano. En el Índice de Desarrollo Humano de 2021, Ecuador alcanzó una puntuación de 0,74 en una escala que va de 0 a 1, una calificación comparable a la obtenida en 2011 (Coba, 2022).



**Figura 22.** Índice de desarrollo humano  
**Fuente:** ONU (Coba, 2022).

El deterioro en el índice de desarrollo humano en Ecuador es resultado de diversos impactos, que incluyen tanto la pandemia de Covid-19 como la invasión rusa a Ucrania. Entre las consecuencias de estos eventos se destaca el aumento de los precios, especialmente en energía, fertilizantes, alimentos y materias primas.

La elevada inflación se atribuye a la crisis logística global y a la restricción en la oferta de productos como resultado de la invasión rusa a Ucrania. En agosto de 2022, la inflación en Ecuador alcanzó el 3,77%, impulsada principalmente por los incrementos en los precios de alimentos y transporte, según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). “El país experimenta la canasta básica más costosa de su historia, valuada en USD 754,17, lo que disminuye el poder adquisitivo de los hogares” (Coba, 2022).

El encarecimiento de la vida, junto con la falta de crecimiento en empleos adecuados, ha generado cambios en la composición social, resultando en un aumento de la pobreza y la desigualdad. “Aproximadamente 4,5 millones de personas, equivalente a un cuarto de la población ecuatoriana, viven con menos de USD 87,57 al mes, lo que representa el 21% del salario básico, según datos del INEC” (Coba, 2022).

La falta de ingresos impide a esas personas satisfacer sus necesidades básicas, como salud y educación, lo que deteriora su calidad de vida. “Para buscar mejores oportunidades, hay ecuatorianos que se han visto obligados a inmigrar de forma irregular, exponiéndose a extorsiones, violencia y hasta la muerte” (Coba, 2022).

### Línea de pobreza en Ecuador

Según las investigaciones realizadas por el INEC, se concluye que, en el mes de junio de 2023, la tasa de pobreza a nivel nacional fue del 27,0%, mientras que la pobreza extrema se situó en el 10,8%. En entornos urbanos, la incidencia de la pobreza fue del 18,0%, con un 5,2% correspondiente a la pobreza extrema. Por último, en áreas rurales, se registró un índice de pobreza del 46,4%, siendo la pobreza extrema del 22,6%.



**Figura 23.** Resumen de la línea de pobreza de Ecuador  
**Fuente:** (Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos, 2023)

- Factores Tecnológicas

**Innovaciones en la construcción:** Evaluar las nuevas tecnologías y métodos de construcción que pueden aumentar la eficiencia y reducir costos.

En el presente, la industria de la construcción ya emplea más de doce tecnologías que experimentan una gran demanda en el sector. Cada año, se incorporan nuevas metodologías que materializan las ideas más innovadoras en el ámbito de la construcción. (PlanRadar, 2023).

La industria de la construcción suele recibir críticas por su aparente conservadurismo, estandarización y la burocracia asociada a su documentación. No obstante, la implementación de las tecnologías más recientes en la construcción no siempre resulta sencilla. Es necesario que cada tecnología cumpla con requisitos fundamentales, como la conformidad con la normativa, rentabilidad independiente, un costo final de desarrollo adecuado y una eficiencia significativa en la reducción de costos a largo plazo. Además, cualquier tecnología demanda un diseño apropiado y una variedad de esfuerzos por parte del equipo del proyecto, incluyendo control de calidad y capacitación del personal. A pesar de estos desafíos, una vez implementadas, estas tecnologías ofrecen mejoras significativas en el proceso de trabajo (PlanRadar, 2023).

La incorporación de tecnologías informáticas se convierte en un factor determinante para la competitividad, ya que las innovaciones en el ámbito de la construcción no solo mejoran la calidad de las obras y aumentan los beneficios, sino que también facilitan ganar licitaciones de proyectos, brindando una ventaja competitiva significativa a las empresas que optan por integrarlas en sus operaciones cotidianas (PlanRadar, 2023).

Materiales innovadores para la Construcción 2022

- **GRAFENO**

Un material nanoestructurado de última generación, derivado del carbono, destaca por ser más resistente que el acero y más duro que el diamante. Además de su firmeza, posee propiedades flexibles y elásticas, permitiéndole soportar cargas significativas y absorber energía antes de experimentar rupturas.

- **CABKOMA**

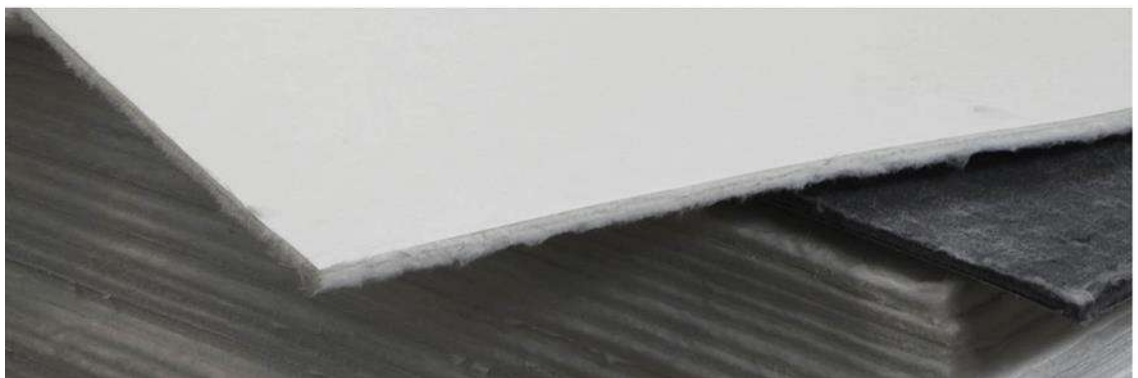
Un innovador componente que actúa como refuerzo en el sistema estructural consiste en hilos que desempeñan la función de varillas para fortalecer la estructura. Estos hilos están fabricados con fibra de carbono termoplástico (CFRTP), un material que puede ser moldeado mediante calor después de haberse endurecido.



**Figura 24.** Edificación con material CABKOMA  
**Fuente:** Arcus Global (2022)

- **Paneles compuestos por Aerogel pensado para los sistemas de aislamiento térmico**

Es un panel utilizado como aislante térmico en construcciones que demandan un elevado nivel de aislamiento. Este panel se compone de Aerogel, que opera con nanotecnología y está impregnado en una membrana porosa de polipropileno reforzada con fibra de vidrio. Con un espesor mínimo de 10 mm, contribuye a reducir la dispersión térmica, siendo flexible, resistente a la compresión, repelente al agua y de instalación sencilla.



**Figura 25.** Panel para sistemas de aislamiento  
**Fuente:** Aislamiento térmico (2022)

**Gestión de proyectos:** Implementar sistemas de gestión de proyectos y software de planificación puede mejorar la eficiencia y la comunicación

Dentro de las innovadoras tecnologías para el ámbito de la arquitectura y la construcción, la realidad virtual (VR) se destaca de manera significativa. Esta tecnología crea un entorno "real" en un espacio digital mediante el uso de fotografías, renders y videos en 360°. Las capacidades avanzadas de la realidad virtual permiten la exploración de un entorno digital realista, donde también se puede interactuar con objetos en tiempo real. Por otro lado, la realidad aumentada fusiona elementos digitales, que están separados y superpuestos, con el entorno real, complementando así el modelo futuro.

La realidad virtual amplía aún más la visión de un edificio virtual, fusionando información digital que "cobra vida" al integrarse con la información física. La escala más amplia de la realidad virtual mejora los modelos multidimensionales creados, ofreciendo una experiencia única en primera persona que incorpora soluciones profesionales y juicio experto. Este enfoque transforma significativamente la forma en que se construyen las infraestructuras en general.

Estos son algunos de los beneficios que tiene la Realidad Virtual

- Posibilidad de evaluar diseños innovadores
- Perfeccionamiento en el monitoreo de las labores
- Detección temprana de problemas en las fases iniciales de la construcción
- Facilita la exploración de estructuras complicadas
- Consideraciones medioambientales

Revit (Rvit):

- Uso: Software de modelado de información de construcción (BIM) utilizado en arquitectura, ingeniería y construcción.
- Función: Permite crear modelos 3D precisos de edificios, integrando datos de diseño, construcción y operación en un solo entorno.

SAP2000 (Sap 200):

- Uso: Programa de análisis estructural utilizado en ingeniería civil y estructural.

- **Función:** Realiza análisis estáticos y dinámicos de estructuras, calculando deformaciones y esfuerzos para evaluar la seguridad y estabilidad de edificios y puentes.

SAFE:

- **Uso:** Software de diseño y análisis de cimentaciones y losas.
- **Función:** Ayuda a ingenieros civiles a diseñar y analizar cimientos y losas de concreto, asegurando la seguridad y estabilidad de las estructuras.

SketchUp:

- **Uso:** Aplicación de modelado 3D utilizada en diseño arquitectónico y diseño de interiores.
- **Función:** Permite a los usuarios crear modelos 3D de edificios y espacios interiores de manera intuitiva, facilitando la visualización y presentación de proyectos.

Estos programas desempeñan funciones críticas en sus respectivas disciplinas y son esenciales para el diseño, análisis y planificación de los proyectos de construcción y arquitectura de la empresa.

- **Factores Ecológicos**

**Regulaciones ambientales:** Evaluar las regulaciones locales y nacionales relacionadas con la construcción sostenible y la protección del medio ambiente.

En estas normativas legales del Ministerio del Ambiente se detallan los siguientes tres tipos de permisos ambientales requeridos para que cualquier operador, ya sea una persona natural o una entidad jurídica, pueda realizar sus actividades:

- **Certificado Ambiental:** Esta forma de aprobación es de carácter voluntario y se aplica a proyectos, obras o actividades que generan un impacto no significativo (Carbono Neutral, 2020).

- Registro Ambiental: Este permiso es requerido de manera obligatoria para proyectos, obras o actividades con un impacto ambiental bajo (Carbono Neutral, 2020).
- Licencia Ambiental: Es un permiso obligatorio para proyectos, obras o actividades con un impacto ambiental considerado medio o alto (Carbono Neutral, 2020).

Conforme al Código Orgánico del Ambiente (COA), se define el impacto ambiental como cualquier cambio, positivo o negativo, que se origina a raíz de una acción, obra o proyecto, ya sea de índole público o privado. Estas alteraciones pueden manifestarse de manera directa o indirecta, generando modificaciones notables y mensurables en el entorno, sus componentes, las relaciones entre ellos y otras características del sistema natural (Carbono Neutral, 2020).

**Sostenibilidad:** Considerar la demanda de proyectos ecológicos y la capacidad de la empresa para cumplir con estándares ambientales.

La comprensión del concepto de sostenibilidad en el diseño de interiores es ampliamente reconocida, pero ¿realmente se entiende su significado? Implica la creación de espacios interiores y objetos que reduzcan al mínimo su impacto en el medio ambiente. En vista del aumento del calentamiento global y la constante degradación de los recursos naturales, es fundamental que un diseñador de interiores contemporáneo incorpore la sostenibilidad en sus proyectos. Este enfoque sostenible puede manifestarse de diversas maneras en un proyecto de diseño de interiores, como la mejora de la eficiencia energética, la disminución de residuos y el uso eficiente del espacio (The green side of pink, 2021).

**Eficiencia energética:** La promoción de la eficiencia energética es esencial para la creación de un ambiente interior sostenible. El alto consumo de energía es uno de los principales impulsores del cambio climático. No obstante, se puede reducir de manera efectiva el uso de energía destinada a la calefacción e iluminación a través de medidas como la aplicación de colores más claros y superficies reflectantes que maximicen la entrada de luz natural. Además, la elección adecuada de cortinas y alfombras juega un papel crucial. En particular, las alfombras actúan como excelentes aislantes térmicos y

pueden retener el calor en una habitación durante un período prolongado (The green side of pink, 2021).

**Optimización del espacio:** La utilización eficiente del espacio se presenta como un componente esencial en la visión de sostenibilidad en el diseño de interiores. Un diseño astuto puede lograr que un espacio sea más compacto sin sacrificar las comodidades típicamente vinculadas a un área más extensa. Esta táctica disminuye de manera considerable la necesidad de materiales de construcción y otros recursos (The green side of pink, 2021).

**Utilización de recursos sostenibles:** Siguiendo la estrategia de disminución de la huella de carbono de los productos, las edificaciones ecológicas priorizan el uso de materiales originarios de fuentes locales, renovables y con un impacto ambiental mínimo. El propósito es evitar el consumo excesivo de recursos no renovables, como el concreto y el acero, reemplazándolos por materiales certificados como la madera, el adobe, el bambú y otros similares que generan un menor impacto en el entorno (Carbono Neutral, 2020).

**Armonización con el entorno natural:** Las construcciones sostenibles son diseñadas teniendo en cuenta el entorno ambiental en el que se sitúan, con el objetivo de minimizar cualquier repercusión negativa en los ecosistemas cercanos. Asimismo, se promueve la restauración de las zonas afectadas durante el desarrollo del proceso constructivo (Carbono Neutral, 2020) .

- **Factores Legales.**

**Responsabilidad legal:** Comprender las leyes de responsabilidad y seguro, relacionadas con la construcción y la seguridad en el lugar de trabajo.

Según el reglamento de seguridad para la construcción y obras públicas menciona los siguientes artículos

Art. 16.- Unidad de Seguridad y Servicio Médico. - Unidad de Seguridad y Atención Médica: De acuerdo con las normativas de seguridad y salud laboral, así como los reglamentos que rigen los servicios médicos de las empresas, y considerando que la

construcción es un sector catalogado como de alto riesgo, los lugares de trabajo con más de cincuenta empleados deben disponer de una Unidad de Seguridad y un Servicio Médico. Estos deben estar dirigidos por profesionales con formación especializada en la materia y estar debidamente acreditados ante el Ministerio de Trabajo y Empleo.

Art. 29.- Bodegas. - Se establecerán almacenes destinados a albergar los materiales requeridos en las obras de construcción, basándose en: a) La disposición ordenada de los materiales, clasificándolos según su relevancia y frecuencia de uso. Las sustancias químicas deberán ser almacenadas agrupándolas de acuerdo con los procesos y riesgos, depositándolas en recipientes seguros y completamente sellados; y b) Las áreas de almacenamiento estarán resguardadas, ventiladas y contarán con medidas de control de derrames, además de cumplir con las exigencias correspondientes a su peligrosidad y conforme a las disposiciones legales aplicables. Las condiciones de estos almacenes se ajustarán a lo estipulado en el Reglamento de Seguridad y Salud de los trabajadores.

Art. 34.- Distancia hasta las líneas de alta tensión. - Las líneas de energía eléctrica de alta tensión (440 voltios o más) deben ubicarse a una altura no menor de 7,62 metros o a una distancia suficiente de las áreas transitadas por trabajadores con barras de hierro, camiones, grúas, excavadoras y otros equipos utilizados en la construcción y obras públicas.

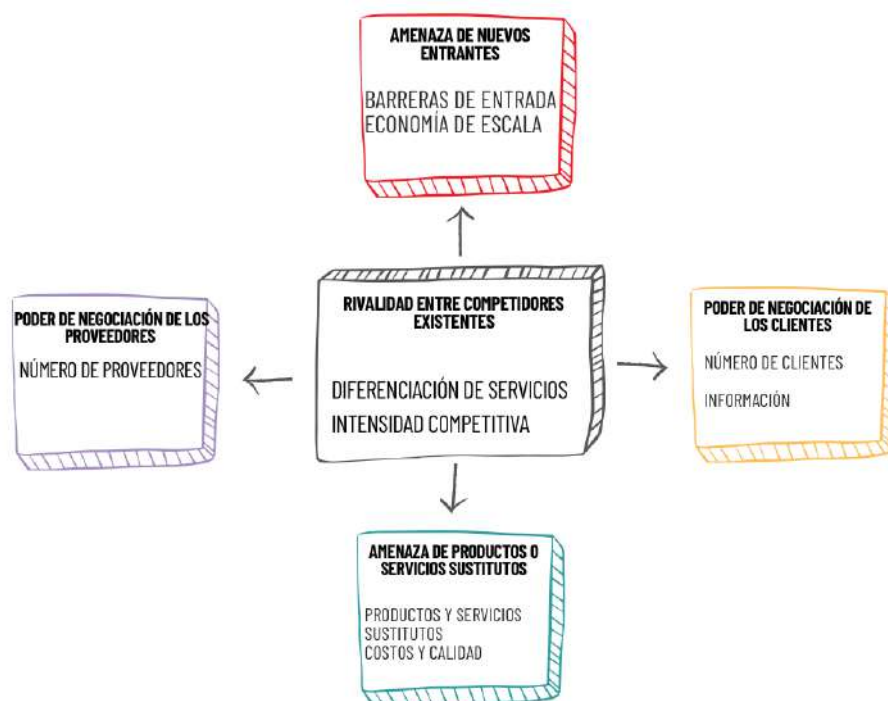
Art. 39.- Protección a las personas y a los bienes. - Toda edificación urbana deberá contar con un cerco de altura mínima de 2 metros, medido desde la elevación del bordillo de la acera. En caso de existir el riesgo de caída de objetos sobre los usuarios de las vías peatonales, se deberá proteger estas áreas mediante una marquesina (volados tipo visera) fabricada con material resistente. Además, se instalarán los pasos peatonales necesarios, debidamente señalizados para la comunidad circundante a la obra. Se prohíbe el acceso de personas no autorizadas a la construcción, a excepción de las autoridades de control. Aquellas personas autorizadas, proveedores y autoridades de control que ingresen a la obra deberán portar el correspondiente casco de seguridad. En el caso de obras públicas, tanto urbanas como rurales, la entidad o empresa constructora informará a la comunidad acerca de la obra, su duración y llevará a cabo la señalización y otras medidas de seguridad necesarias para el tránsito seguro de personas y vehículos.

**Litigios:** Evaluar el riesgo de litigios relacionados con proyectos de construcción y contratos.

**Derechos y acciones:** La figura de derechos y acciones trata dos diferentes conceptos, derecho que una persona tiene sobre un predio, mientras que acciones es el encargado de facultar como propietario proporcional de un terreno.

**Propiedad horizontal:** Es una figura legal la cual se enfoca en la regulación de una propiedad compartida en viviendas unifamiliares, todos con los mismos deberes y obligaciones, hay que tomar en cuenta que si se desea realizar una modificación en la infraestructura se debe generar un acuerdo de copropietarios con la aprobación del 75% de los habitantes.

## 2.2.2 Análisis fuerzas de PORTER



**Figura 26.** Modelo 5 Fuerzas de Porter

- **Rivalidad entre competidores existentes**

**Intensidad competitiva:** La competitividad entre las empresas constructoras en Quito se caracteriza por un alto nivel de intensidad. Diversos factores contribuyen a esta dinámica,

entre los cuales se incluyen la demanda sostenida de proyectos de construcción, tanto en el ámbito residencial como en el comercial, así como la presencia de múltiples actores en el mercado.

La constante necesidad de infraestructuras y viviendas impulsa la competencia entre las constructoras, que buscan destacarse tanto en calidad como en eficiencia para asegurar contratos y proyectos. La ciudad de Quito, como capital y centro económico, es especialmente atractiva para la industria de la construcción, lo que agrega una capa adicional de competencia.

Además, la innovación en términos de tecnología de construcción, métodos sostenibles y diseños modernos también influye en la intensidad competitiva. Las empresas que adoptan prácticas avanzadas y que pueden ofrecer soluciones más eficientes tienen una ventaja competitiva en este entorno.

**AB Arquitectura:** Las funciones de la empresa están enfocadas en la arquitectura sostenible por lo que han obtenido el certificado EDGE (EXCELLENCE IN DESIGN FOR GREATER EFFICIENCIES) es un sistema de certificación internacional para edificaciones nuevas y existentes en las tipologías: viviendas, locales comerciales, hoteles, industrias, oficinas y hospitales; mediante la incorporación de opciones de ahorro energético, agua y materiales (AB Arquitectura, 2023).

**BG Constructora:** Ha mostrado interés en prácticas sostenibles en el desarrollo de proyectos inmobiliarios.

**Alpha Builders constructora:** Trabajan con una temática Eco-eficiencia lo cual quiere decir que existe sostenibilidad ambiental, ahorro de recursos, cumplimiento normativo, innovación y desarrollo tecnológico.

**Diferenciación de servicios:** Las empresas constructoras en Quito buscan la diferenciación de servicios en el sector de la construcción en Quito se logra a través de la innovación en diseño, enfoque en la sostenibilidad, adopción de tecnologías avanzadas, especialización en segmentos de mercado, servicios integrales, énfasis en calidad y seguridad, y la construcción de una reputación sólida en la industria.

### **Diseño Arquitectónico Innovador:**

- Las constructoras que ofrecen servicios de diseño arquitectónico innovador pueden diferenciarse al crear estructuras únicas y estéticamente atractivas que capturan la atención de los clientes.

### **Sostenibilidad y Construcción Ecológica:**

La sostenibilidad es cada vez más valorada, algunas constructoras se centran en prácticas de construcción ecológica, utilizando materiales sostenibles y tecnologías amigables con el medio ambiente.

### **Tecnología Avanzada:**

Constructoras que incorporan tecnologías avanzadas en sus procesos, como la construcción modular, el uso de drones para inspecciones y la implementación de software de gestión de proyectos, pueden ofrecer servicios más eficientes y atractivos.

### **Enfoque en Segmentos de Mercado Específicos:**

Algunas constructoras eligen especializarse en segmentos de mercado específicos, como viviendas de lujo, proyectos comerciales o desarrollos residenciales asequibles, para adaptarse a las necesidades particulares de ciertos clientes.

### **Servicios de Consultoría Integral:**

Ofrecer servicios de consultoría que abarquen desde la planificación inicial hasta la entrega final del proyecto puede diferenciar a las constructoras al proporcionar soluciones integrales y simplificar el proceso para los clientes.

### **Énfasis en la Calidad y la Seguridad:**

Constructoras que destacan por la calidad de la construcción y el cumplimiento riguroso de normas de seguridad pueden ganar la confianza de los clientes y diferenciarse en un mercado donde la integridad estructural y la seguridad son prioritarias.

### **Experiencia y Reputación:**

La experiencia y una sólida reputación en proyectos anteriores pueden ser un factor clave de diferenciación. Las constructoras que han entregado proyectos exitosos y han ganado la confianza de la comunidad pueden destacarse en el mercado.

- **Amenaza de nuevos entrantes.**

### **Barreras de entrada:**

Las barreras para los nuevos competidores principalmente son las licencias y permisos de regulación para la construcción, de igual manera pueden incluir la necesidad de importantes inversiones de capital para adquirir terrenos y materiales de construcción, cumplir con regulaciones y permisos gubernamentales, así como la competencia en el mercado local. Además, factores como la disponibilidad de mano de obra calificada y la capacidad para gestionar los riesgos asociados con el desarrollo inmobiliario también pueden representar desafíos significativos.

### **Economías de escala:**

En el tema de la construcción se podría tomar en cuenta las maquinaria y equipos con los que trabaja la empresa, se aprovecha la capacidad de obtener descuentos por volumen en materiales y equipos que son utilizados en la construcción, por otro lado, diversificación de proyectos, lo cual tiende a aprovechar los diferentes tipos de construcción ya que la eficiencia en la gestión de proyectos cuenta con un acceso a financiamiento a tasas de interés más bajas, y la inversión en tecnología y maquinaria avanzada.

Las empresas constructoras aprovechan la mano de obra interna y diversificar sus riesgos al trabajar en proyectos de diferentes tamaños y ubicaciones geográficas. Además, tiene recursos legales y de cumplimiento más sólidos para abordar regulaciones y desafíos legales. Sin embargo, el crecimiento también conlleva desafíos de gestión y la necesidad de mantener altos estándares de calidad y servicio a medida que la empresa se expande.

- Poder de negociación de los proveedores.

### **Número de proveedores:**

Evaluar el un número de proveedores de materiales y servicios, punto clave en la industria de la construcción.

La empresa se encuentra en una situación desafiante debido a su limitada cartera de proveedores.

A continuación, especificare algunos proveedores con los que cuenta la empresa

- ADELCA: proveedor de acero corrugado y perfiles de acero
- FV: Fontanería
- IMPTEK: Impermeabilizante
- PINTULAC: Pintura
- PLASTIGAMA: Tuberías

Esta circunstancia tiene como consecuencia la restricción en la diversidad de precios y opciones de productos disponibles. Sin embargo, es importante destacar que a pesar de esta desventaja en la variedad de proveedores, la empresa ha establecido relaciones sólidas con aquellos que conforman su cartera actual.

Uno de los aspectos positivos y destacables de estos proveedores es su eficiencia en la entrega puntual de productos. Esta puntualidad en las entregas es un factor esencial para el buen funcionamiento de la empresa y para satisfacer las expectativas de sus clientes.

La capacidad de los proveedores para cumplir con los plazos de entrega ha sido consistente y confiable a lo largo del tiempo, lo que ha contribuido en gran medida a la fidelización de la empresa con ellos.

Esta relación de fidelidad con los proveedores es mutuamente beneficiosa. Por un lado, la empresa se beneficia de la puntualidad de las entregas, lo que le permite mantener un flujo de trabajo constante y satisfacer las demandas de sus clientes. Por otro lado, los proveedores también pueden beneficiarse al mantener una relación comercial sólida con la empresa, lo que les brinda un cliente constante y potencialmente un volumen de compras continuo.

Si bien la limitada cartera de proveedores puede plantear desafíos en términos de opciones de precios competitivos, la empresa ha compensado esta desventaja al construir relaciones de confianza con sus proveedores actuales. Esto resalta la importancia de la lealtad y la colaboración en el mundo de los negocios, ya que una relación sólida con los proveedores puede ser un activo estratégico valioso para superar desafíos y lograr el éxito en el mercado. La empresa puede considerar la posibilidad de diversificar su cartera de proveedores en el futuro para aprovechar las ventajas de precios competitivos sin comprometer la eficiencia y la puntualidad de entrega que ha disfrutado hasta ahora.

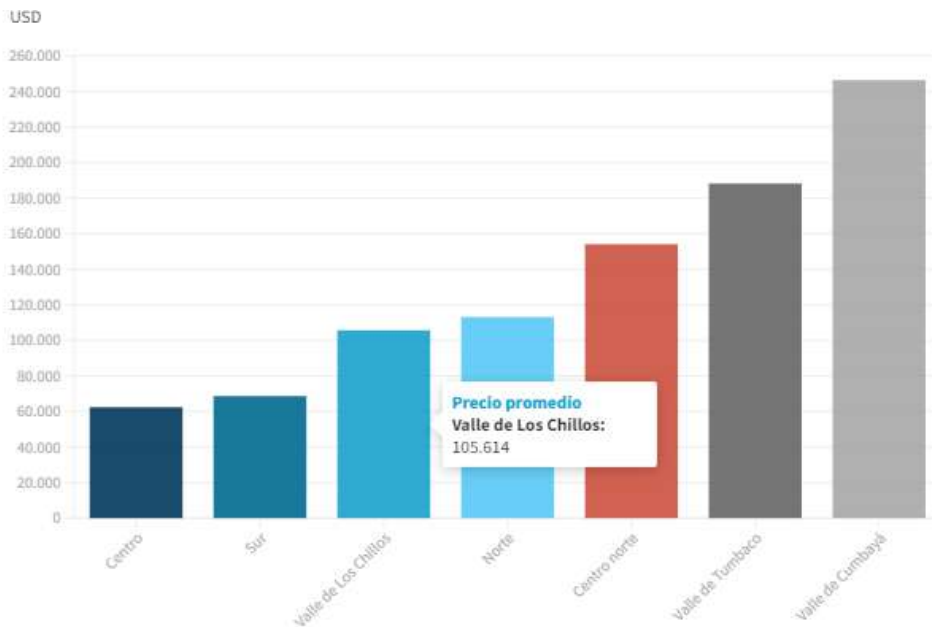
- **Poder de negociación de los clientes.**

#### **Número de clientes:**

Según Primicias, menciona que Ñaquito, Ponceano y los valles de Cumbayá, Tumbaco y Los Chillos han sido identificados por la consultora de mercado Marketwatch como las áreas de Quito con el mayor prospecto de crecimiento en el sector inmobiliario durante los próximos cuatro años.

Dentro de los determinantes que afectan la elección de compra de los residentes de Quito, se incluyen aspectos como las dimensiones de la propiedad y la disponibilidad de servicios, como el transporte público. Sin embargo, la importancia atribuida a estos factores varía según el estrato socioeconómico al que pertenezcan.

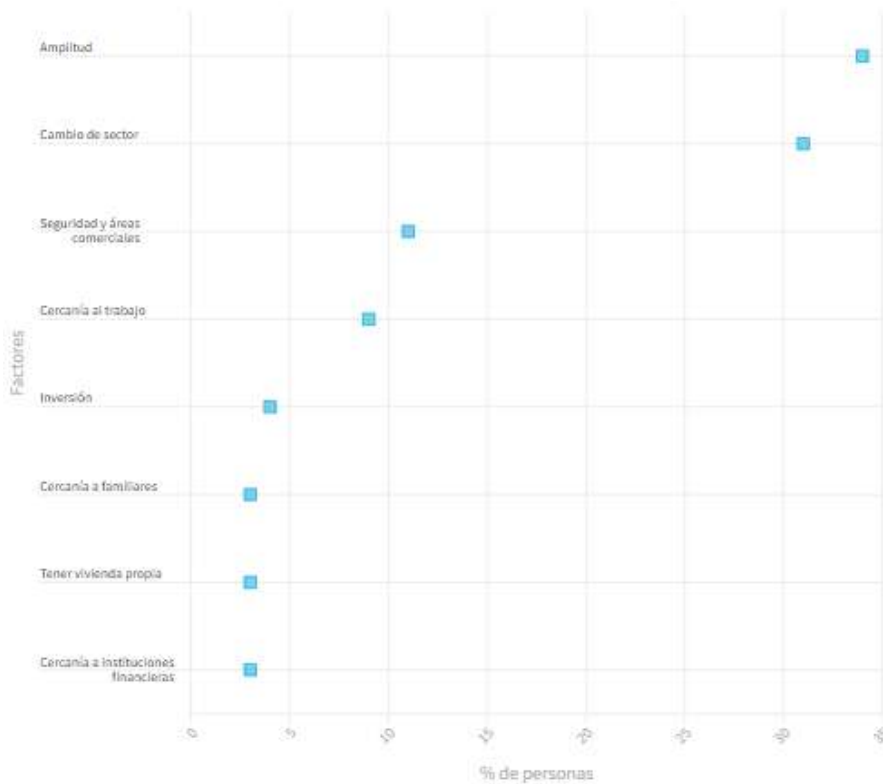
El Valle de los Chillos es el quinto lugar con construcciones más caro de la ciudad de Quito (Coba, Al momento de comprar una vivienda, los quiteños prefieren las casas, 2022).



**Figura 27.** Valor promedio de inmuebles en Quito  
**Fuente:** Marketwatch • Gráfico: (Coba 2022) -PRIMICIAS

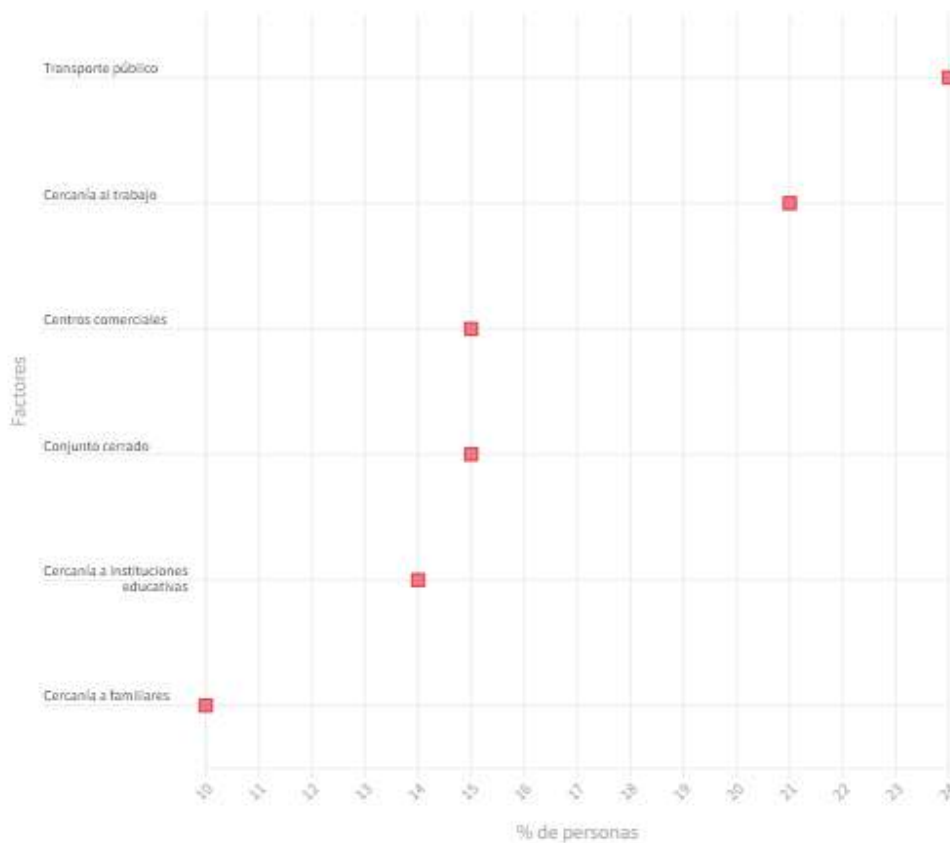
En el segmento socioeconómico medio alto, se observa un aumento en el interés por la compra de viviendas en los próximos años. Antes de la pandemia, el 41% de las personas que planeaban adquirir una propiedad preferían una casa; en 2022, esta cifra ha aumentado al 49%. Los terrenos también han ganado atractivo entre aquellos con mayor capacidad económica. En contraste, los departamentos han experimentado una disminución en el interés. Antes de la pandemia, el 40% de las personas de clase media alta que deseaban comprar una propiedad optaban por un departamento; en 2022, esta preferencia ha disminuido al 31%. Estos cambios en las preferencias de compra de bienes raíces son resultado de ajustes en los patrones de consumo durante la crisis sanitaria.

Además, el segmento de la población con ingresos más altos busca características como espacios amplios, cambio de ubicación residencial, seguridad y proximidad a centros comerciales. Por esta razón, los valles de Cumbayá y Tumbaco se presentan como opciones atractivas, ya que ofrecen propiedades con las mayores áreas de construcción, con un promedio de 141 y 150 metros cuadrados, según señala Marketwatch. Las personas pertenecientes al estrato socioeconómico medio alto buscan adquirir viviendas que superen los \$100,000. (Coba, Al momento de comprar una vivienda, los quiteños prefieren las casas, 2022).



**Figura 28.** Factores de decisión para estrato socioeconómico medio alto  
**Fuente:** Marketwatch • Gráfico: (Coba 2022) -PRIMICIAS.

El 78% de individuos pertenecientes al estrato socioeconómico medio bajo manifiesta su deseo de comprar una vivienda. Un 14% está interesado en adquirir departamentos, mientras que el 9% busca terrenos. Dentro de este estrato económico, los factores determinantes para la decisión de compra de una propiedad incluyen el acceso al transporte público, la proximidad al lugar de trabajo y la presencia de centros comerciales (Coba, Al momento de comprar una vivienda, los quiteños prefieren las casas, 2022).



**Figura 29.** Factores de decisión para estrato socioeconómico medio bajo  
**Fuente:** Marketwatch • Gráfico: (Coba 2022) -PRIMICIAS

Las personas de esta franja demográfica buscan propiedades con un costo por debajo de los USD 100,000. En el sur de la ciudad y en la zona de Pomasqui al norte, aquellos con ingresos más bajos adquieren bienes raíces con precios que varían entre los USD 50,000 y los USD 70,000. Por otro lado, en áreas como Calderón, el centro norte, el Valle de Los Chillos y el Valle de Tumbaco, las personas del estrato socioeconómico medio bajo están dispuestas a invertir entre USD 70,000 y USD 100,000 para adquirir una propiedad (Coba, Al momento de comprar una vivienda, los quiteños prefieren las casas, 2022).

**Información:**

- **Sitios Web de Constructoras:**

Visita los sitios web oficiales de las constructoras en Quito. Estos sitios suelen ofrecer información detallada sobre los proyectos actuales, servicios, y datos de contacto.

- **Cámaras de la Construcción y Asociaciones del Sector:**

Ponte en contacto con cámaras de la construcción o asociaciones del sector en Quito. Estas organizaciones pueden proporcionar información sobre las constructoras y proyectos en curso.

- **Bases de Datos Empresariales:**

Utiliza bases de datos empresariales y directorios comerciales que incluyan información sobre constructoras en Quito. Puedes encontrar esta información en línea o en bibliotecas locales.

- **Búsqueda en Línea:**

Realiza búsquedas en línea utilizando motores de búsqueda. Especifica el tipo de construcción o el servicio que estás buscando y agrega "Quito" como palabra clave.

- **Redes Sociales y Plataformas Profesionales:**

Explora perfiles de constructoras en redes sociales y plataformas profesionales como LinkedIn. Muchas empresas comparten información sobre proyectos y logros en estas plataformas.

- **Revistas y Publicaciones del Sector:**

Lee revistas y publicaciones especializadas en la industria de la construcción. A menudo, estas fuentes proporcionan perfiles de empresas y detalles sobre proyectos.

- **Consultoras de Mercado:**

Algunas consultoras de mercado también realizan estudios y análisis sobre el sector de la construcción en una región específica. Puedes revisar informes de consultoras relevantes para obtener información valiosa.

- **Contacto Directo:**

Ponte en contacto directo con las constructoras. Puedes hacerlo a través de sus sitios web, llamadas telefónicas o correos electrónicos. Solicita información sobre sus proyectos, experiencia y servicios.

- **Amenaza de productos o servicios sustitutos.**

#### **Productos o servicios sustitutos:**

- **Construcción Prefabricada:**

La construcción prefabricada, que implica la fabricación de componentes fuera del lugar de construcción y su ensamblaje posterior, podría ser un sustituto en algunos casos, especialmente para proyectos de menor escala o ciertos tipos de edificaciones.

- **Tecnologías de Construcción Innovadoras:**

Nuevas tecnologías, como la impresión 3D de edificios, podrían ofrecer alternativas a los métodos de construcción tradicionales.

- **Renovación y Restauración:**

Las empresas especializadas en renovación y restauración de edificios antiguos pueden competir con las constructoras al ofrecer soluciones para la revitalización de estructuras existentes.

- **Construcción Modular:**

La construcción modular, que implica la creación de unidades modulares que se ensamblan en el sitio, puede ser vista como una alternativa eficiente para ciertos tipos de construcción.

- **Servicios de Diseño y Arquitectura Independientes:**

Profesionales independientes de diseño y arquitectura podrían ofrecer servicios específicos, compitiendo en áreas más especializadas.<sup>4</sup>

- **Empresas de Tecnología y Software para la Construcción:**

Empresas que ofrecen soluciones tecnológicas y software para la gestión de proyectos de construcción pueden competir proporcionando herramientas más eficientes y avanzadas.

- **Alquiler de Espacios:**

En lugar de construir, algunas empresas pueden optar por alquilar espacios existentes que satisfacen sus necesidades, evitando así la construcción de nuevos edificios.

- **Métodos Alternativos de Transporte y Logística:**

En proyectos de infraestructura, métodos alternativos de transporte y logística podrían ofrecer soluciones competitivas.

- **Soluciones de Energía Renovable:**

Con el creciente interés en la sostenibilidad, las soluciones de energía renovable podrían competir al ofrecer edificaciones ecológicas y autosuficientes en términos energéticos.

- **Innovaciones en Materiales de Construcción:**

El desarrollo de nuevos materiales de construcción innovadores podría alterar las preferencias del mercado.

- **Costos y calidad**

Una de las formas para realizar este tipo de evaluación es conocer que en Ecuador el costo por metro cuadrado de construcción varía significativamente, oscilando entre los 590 y los 1,500 dólares para proyectos con acabados de alta calidad. En el caso de viviendas de clase media popular, el costo por metro cuadrado puede alcanzar los 365 dólares, lo que contrasta con la percepción común.

Contrariamente a la creencia general, aproximadamente el 60% de estos costos se atribuye al método de construcción, la maquinaria utilizada y los materiales empleados durante la fase de obra gris. El restante 40% se distribuye con un 25% destinado a los acabados y la pintura, mientras que el restante se asigna a la mano de obra necesaria.

### 2.2.3 Matriz FODA

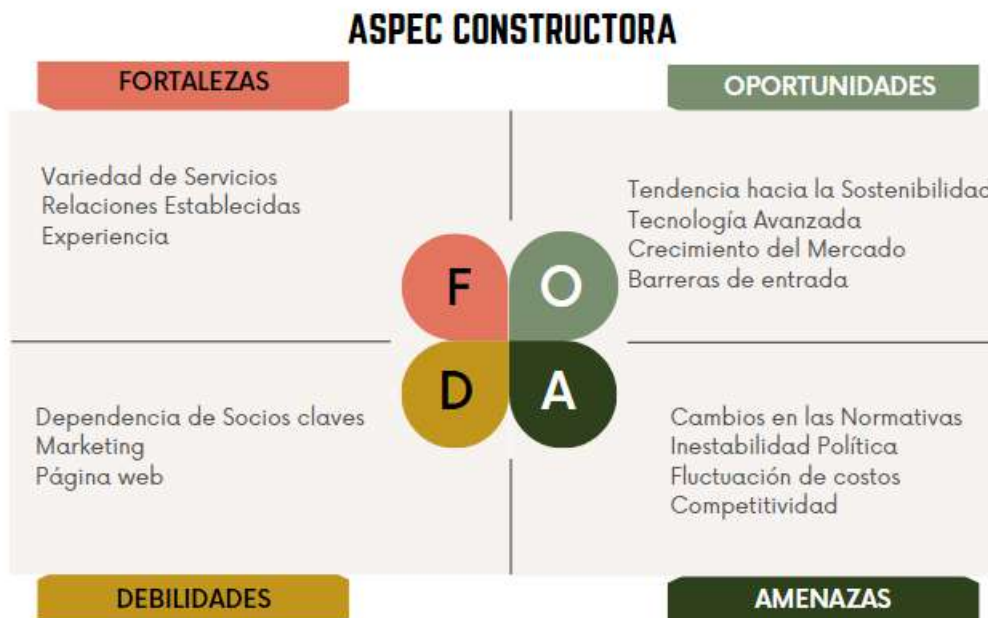


Figura 30. FODA ASPEC Constructora

- Fortalezas

**Variedad de Servicios:** Ofrece una amplia gama de servicios de construcción, lo que le permite adaptarse a diferentes tipos de proyectos.

La empresa ASPEC presenta al mercado una variedad de servicios en los que más se destaca es la construcción inmobiliaria, de igual manera otro de sus mayores negocios es legalizar viviendas, terreno o construcción tanto en el campo técnico como legal, para que el mayor provecho de los bien inmuebles.

**Relaciones Establecidas:** Tiene relaciones sólidas con proveedores, subcontratistas lo que facilita la ejecución de proyectos de manera eficiente.

La empresa ha establecido relaciones sólidas con proveedores y subcontratistas, lo que contribuye a la ejecución eficiente de proyectos. Esta solidez se refleja en la notable confianza construida con clientes y proveedores, gracias a un constante cumplimiento de los valores empresariales.

**Experiencia:** la empresa cuenta con un equipo de profesionales con experiencia en proyectos de construcción, lo que garantiza un alto nivel de conocimiento y habilidades técnicas.

- Oportunidades

**Crecimiento del Mercado:** La empresa tiene oportunidad de crecimiento gracias a sus beneficios de pagos y sus materiales de uso.

El crecimiento del mercado de la empresa en Quito y se caracteriza por una expansión sostenida y robusta en diversas áreas. La eficiente gestión se refleja en relaciones sólidas con proveedores y subcontratistas, lo que facilita la ejecución eficiente de proyectos. Este crecimiento se atribuye principalmente al constante cumplimiento de los valores fundamentales de la empresa, generando una confianza significativa tanto con clientes como con colaboradores. La ejecución exitosa de proyectos ha consolidado una buena presencia en un mercado en crecimiento, contribuyendo al desarrollo continuo de la construcción en Ecuador.

**Tendencia hacia la Sostenibilidad:** Existe una creciente conciencia ambiental, lo que podría generar oportunidades para proyectos de construcción sostenibles.

La constructora se proyecta hacia la tendencia sostenible que incluye eficiencia energética, materiales sostenibles, diseño ecoamigable y gestión del agua. La integración de energías renovables y tecnologías innovadoras refuerza su compromiso con la sostenibilidad. La búsqueda de certificaciones como LEED valida su compromiso con prácticas constructivas sostenibles. Además, la constructora estima cumplir con la movilidad sostenible, gestión de residuos eficazmente e involucrarse activamente en la comunidad local. Estos elementos contribuyen a una presencia destacada y responsable en el mercado de la construcción en Ecuador.

**Barreras de entrada:** En Quito abarcan aspectos regulatorios, financieros y de conocimiento del mercado. Cumplir con requisitos regulatorios y obtener permisos, así como la necesidad de inversiones significativas en capital, son desafíos clave. La experiencia y las relaciones establecidas con proveedores pueden ofrecer ventajas a empresas ya existentes. La reputación y referencias de proyectos anteriores también son determinantes en un mercado competitivo. La competencia con empresas establecidas, la

escasez de mano de obra especializada y las barreras geográficas son factores adicionales. Además, la adopción de tecnologías y métodos de construcción avanzados puede ser un obstáculo. Las empresas nuevas deben superar estos desafíos para establecerse exitosamente en el mercado de construcción en Quito.

**Tecnología Avanzada:** La adopción de software para la agilización de procesos de planificación y construcción de los proyectos.

ETABS:

- Uso: Herramienta de análisis y diseño de edificios en ingeniería estructural.
- Función: Permite modelar y analizar edificios de manera eficiente, evaluando su respuesta a cargas sísmicas y otras fuerzas.

AutoCAD:

- Uso: Software de diseño asistido por computadora (CAD) ampliamente utilizado en arquitectura, ingeniería y diseño industrial.
- Función: Facilita la creación de dibujos técnicos en 2D y modelos 3D, utilizados para planos de construcción y diseño de productos.
- Debilidades

**Dependencia de Socios Clave:** La empresa depende en gran medida de un número de socios para la mayoría de sus proyectos, lo que podría ser un riesgo si estos socios reducen sus encargos.

En base al desarrollo de cada proyecto se realizan juntas con los socios inscritos para determinar la viabilidad de este; finiquitando los montos a desembolsar por cada socio para el desarrollo del proyecto, si el valor total no es recaudado se da apertura a que nuevos inversionistas sean parte del proyecto.

**Marketing:** La decisión de ASPEC de optar por un enfoque de marketing tradicional puede presentar ciertas debilidades en términos de su potencia frente al mercado actual y las tendencias emergentes en el mundo empresarial.

**Página web:** La empresa mantiene una página web didáctica para el público, sin embargo, es necesario que se actualice con un video corporativo y de los procesos que realiza la constructora.

- Amenaza

**Cambios en las Normativas:** Cambios en las regulaciones de construcción local, especialmente en temas de seguridad y sostenibilidad pueden requerir adaptaciones costosas.

Los cambios en la normativa bien sean ordenanzas o las normas ecuatorianas de la construcción NEC; las ordenanzas regulan las áreas mínimas de vivienda, espacios comunales, longitudes mínimas de vías, mientras que la NEC exige parámetros como cargas de viento vivas y muertas, sobrecargas, parámetros de sismos, temas geológicos, tipos de suelos y ensayos de laboratorio de suelos, entre otros.

Entendiendo la utilidad de que los procesos y lineamientos de construcción se encuentren regulados se puede observar cierto déficit en relación al control de los organismos respectivos, puesto que, a menor vigilancia, los administrados deliberadamente actúan en la ejecución de sus obras.

**Inestabilidad Política:** Democráticamente los gobiernos seccionales asumen un periodo legal de cuatro años, los cambios drásticos de estas administraciones suelen afectar irremediablemente a todos los proyectos de construcción, regularizaciones y especialmente a la ejecución de obras vinculadas a los procesos de licitación establecidos con la SERCOP (Secretaría Nacional de Contratación Pública); en los cuales, debe garantizarse transparencia y efectividad.

**Competitividad:** Se fundamenta en diversos aspectos clave. La eficiencia operativa, la calidad de la construcción y la capacidad para cumplir con las normativas son esenciales. La innovación tecnológica, la adaptación a las tendencias del mercado y las relaciones sólidas con proveedores influyen en la posición competitiva. El desarrollo de talento, la diversificación de ofertas y la reputación respaldada por referencias son determinantes. Además, la sostenibilidad, la responsabilidad social y el manejo eficiente de riesgos contribuyen a la competitividad a largo plazo. En conjunto, estos elementos permiten a las constructoras destacarse y prosperar en el dinámico entorno de construcción en Quito.

**Fluctuación de Costos:** Los costos de materiales y mano de obra en la construcción son inherentemente volátiles y difíciles de predecir, lo que puede tener un impacto directo en los márgenes de ganancia, dependiendo de las condiciones del mercado. Estos costos son susceptibles a fluctuaciones determinadas por diversos factores, como las variaciones en los precios de los materiales, la demanda y disponibilidad de mano de obra, cambios en regulaciones y permisos, así como las fluctuaciones económicas. Además, la adopción de nuevas tecnologías, las condiciones climáticas y la intensidad de la competencia en el mercado también influyen en la dinámica de los costos en la construcción. La gestión efectiva de estos elementos se vuelve crucial para la planificación y ejecución exitosa de proyectos en la industria de la construcción, la cual está constantemente influida por ciclos económicos, cambios en la demanda y las particularidades de cada proyecto. Adaptarse a estas variabilidades se convierte en un factor esencial para enfrentar con éxito los retos del mercado de construcción en Quito.

#### 2.2.4 Análisis FODA

		FORTALEZAS	DEBILIDADES
		ESTRATEGIA FO	ESTRATEGIA DO
OPORTUNIDADES	La amplia gama de servicios de construcción de ASPEC puede aprovechar el crecimiento del mercado en Quito, ofreciendo soluciones adaptadas a las diversas áreas en expansión.		La dependencia de socios clave puede ser mitigada al abrir la posibilidad de nuevos inversionistas, aprovechando el crecimiento del mercado en Quito y generando más fuentes de financiamiento para proyectos.
	Las sólidas relaciones con proveedores y subcontratistas pueden ser clave para aprovechar las oportunidades de crecimiento, permitiendo una ejecución eficiente de proyectos en el mercado en expansión.		La falta de estrategias de marketing digital puede ser superada al enfocarse en la sostenibilidad. Una campaña de marketing que resalte los proyectos sostenibles puede atraer a clientes conscientes del medio ambiente.
	La experiencia en proyectos de construcción puede ser fundamental para liderar proyectos sostenibles, ya que la empresa ya cuenta con un equipo de profesionales con conocimientos técnicos.		La actualización de la página web puede ser una oportunidad para destacar los proyectos sostenibles de la empresa. Incorporar información sobre prácticas ecológicas y certificaciones LEED puede atraer a clientes que valoran la sostenibilidad.
	La capacidad de gestionar eficientemente la cadena de suministro puede aprovecharse para adoptar prácticas más sostenibles, como la incorporación de materiales ecoamigables y la gestión responsable de recursos.		La debilidad en la gestión de pagos y materiales puede ser abordada al enfocarse en mejorar estas áreas para aprovechar completamente las oportunidades de crecimiento en el mercado de la construcción en Quito.
	El compromiso con la satisfacción del cliente puede extenderse al apoyo en proyectos sostenibles, proporcionando.		La adopción de tecnología avanzada, como ETABS y AutoCAD, puede ayudar a superar barreras regulatorias y financieras al mejorar la eficiencia en la planificación y construcción de proyectos
	La adopción de software avanzado puede potenciar la		La tecnología avanzada puede ser una herramienta clave

	<p>eficiencia en la ejecución de proyectos, permitiendo una planificación más rápida y precisa.</p> <p>Las sólidas relaciones con proveedores y subcontratistas pueden ayudar a superar las barreras financieras al facilitar negociaciones favorables y términos de pago beneficiosos.</p>	<p>para superar barreras de entrada, ya que puede diferenciar a ASPEC al adoptar métodos de construcción avanzados y destacar en la competencia.</p>
	<p><b>ESTRATEGIA FA</b></p>	<p><b>ESTRATEGIA DA</b></p>
<p>AMENAZAS</p>	<p>La diversificación de servicios puede ser una ventaja para adaptarse a posibles cambios en las normativas de construcción, permitiendo ajustes más flexibles a nuevas regulaciones.</p> <p>Las relaciones sólidas con proveedores pueden ser fundamentales para mitigar los impactos de cambios políticos, proporcionando estabilidad en la ejecución de proyectos y relaciones contractuales.</p> <p>La experiencia del equipo puede contribuir a la competitividad al demostrar eficiencia operativa, calidad en la construcción y capacidad para cumplir con normativas, elementos clave en el entorno competitivo.</p> <p>La capacidad de gestionar eficientemente la cadena de suministro puede ayudar a enfrentar la fluctuación de costos de proveedores, manteniendo márgenes de ganancia estables a pesar de las variaciones en el mercado.</p> <p>El compromiso con la satisfacción del cliente puede ser una herramienta para diferenciarse en un mercado competitivo, aportando a la reputación respaldada por referencias.</p>	<p>La dependencia de socios clave puede volverse más riesgosa ante cambios en las normativas, ya que la adaptación a nuevas regulaciones podría depender de la disponibilidad y compromiso de dichos socios.</p> <p>La dependencia de métodos tradicionales de marketing puede afectar la competitividad, ya que no aprovecha completamente las estrategias más modernas adoptadas por la competencia.</p> <p>Una página web desactualizada puede no reflejar correctamente los cambios en costos de proveedores, lo que podría llevar a decisiones basadas en información obsoleta y afectar los márgenes de ganancia.</p> <p>La inestabilidad política puede afectar la competitividad al generar incertidumbre en la ejecución de proyectos y en la transparencia de procesos, factores clave para destacarse en el mercado.</p> <p>La fluctuación de costos de proveedores es una amenaza directa que se suma a la debilidad existente, ya que la empresa debe gestionar eficazmente estos costos volátiles para mantener márgenes de ganancia.</p>

**Tabla 2. Cruces FODA**

### **3. ESTUDIO DE MERCADO**

Se realizó un estudio de mercado para destacar la investigación cualitativa y cuantitativa, el estudio no solo se centró en entender las preferencias y comportamientos del consumidor, sino que también analizó las condiciones del mercado, la competencia y las tendencias económicas.

#### **3.1 Entrevistas**

##### **Entrevista a personal interno de la empresa:**

Se busca conocer a fondo el desempeño, desarrollo y gestión de la empresa. Esto incluye examinar tanto los aspectos operativos como estratégicos para obtener una comprensión completa de su funcionamiento.

Además, se pretende comprender la visión estratégica de la empresa y analizar cómo el gerente desempeña un papel fundamental en la implementación de esta visión. Esto implica examinar la contribución del gerente a la ejecución de la estrategia empresarial.

1. Gerente. Ing. Juan Carlos Pérez
2. Arq. Denisse Alvarado

##### **Entrevista a expertos externos:**

Se desea tener conocimiento de procesos de mejora para el desarrollo de la sostenibilidad ambiental y el diseño de interiores sostenible, con lo cual se pretende implementar a las estrategias de mejora de la empresa

1. Eco. Rodrigo Mena- Especialista en ambiente y sostenibilidad
2. Diseñadora de Interiores- Sol Moran

##### **Resultados de la entrevista realizada al Gerente de la empresa Ing. Juan Pérez**

La grabación de la entrevista se encuentra en el Anexo A.1

**Pregunta 1. ¿Cuál es la historia y experiencia de su empresa en el sector de la construcción?**

La empresa tuvo sus inicios en una asociación con un compañero del ing Juan de universidad de la carrera de ingeniería civil, centrándose inicialmente en la ejecución de trabajos de obra de arte en vías. Posteriormente, la sociedad original se disolvió, dando paso a la incorporación de 5 nuevos socios, quienes han permanecido en la empresa hasta la fecha. Desde entonces, la compañía ha redirigido su enfoque hacia el sector inmobiliario, especializándose en la construcción de departamentos y casas en el valle de los chillos. Este cambio estratégico ha marcado un nuevo rumbo para la empresa, consolidándola como un actor destacado en el desarrollo residencial Del Valle de los Chillillos. La empresa ha logrado destacarse gracias a su enfoque especializado en la construcción de viviendas en la mencionada área, lo que ha contribuido significativamente a su posición destacada en el ámbito del desarrollo residencial.

**Pregunta 2. ¿Cuál es su enfoque para garantizar la calidad y eficiencia en la construcción?**

La calidad es un aspecto fundamental que abarca diversos ámbitos, tanto desde una perspectiva jurídica como constructiva, así como en lo que respecta a las características particulares de la zona. En el enfoque de ASPEC, he mantenido consistentemente altos estándares de calidad en todas las construcciones, abogando por la utilización de estructuras de hormigón armado y mampostería de bloques. Este enfoque se ha guiado por la intención de preservar y seguir los principios de la construcción tradicional, una elección que ha demostrado ofrecer resultados más satisfactorios que las construcciones modernas que siguen las nuevas especificaciones. La construcción tradicional, basada en la solidez del hormigón armado y la durabilidad de la mampostería de bloques, ha demostrado ser una elección confiable y exitosa en comparación con las tendencias más modernas. Este compromiso con la calidad y la eficacia en la ejecución de proyectos se ha reflejado en el éxito continuo de las construcciones a lo largo del tiempo.

### **Pregunta 3. ¿Cómo gestionan los costos en sus proyectos de construcción?**

Los costos experimentan fluctuaciones constantes y, particularmente, el costo del hierro es uno de los elementos más variables. A pesar de estas variaciones, en el análisis de costos directos, se considera el costo comercial como referencia. Aunque se realicen las compras a mayoristas o distribuidores que ofrecen precios por debajo del costo comercial, estableciendo así un equilibrio en el índice entre el costo comercial y el costo de mayorista. Esta práctica, permite anticipar y gestionar las fluctuaciones de precios en el proceso de construcción.

Otro aspecto para considerar es la utilidad, la cual también es sujeta a variaciones. Esta puede oscilar entre un 35% y un 28%, lo que significa que la utilidad final puede experimentar cambios significativos. En situaciones donde los costos comerciales aumentan considerablemente, la flexibilidad en la utilidad se convierte en un factor clave. En caso de que los costos comerciales superen previsiones, se ajusta la utilidad para mantener un equilibrio financiero y garantizar que los proyectos sigan siendo viables.

### **Pregunta 4. ¿Han adoptado enfoques de construcción sostenible o técnicas avanzadas?**

la sostenibilidad abarca dos áreas fundamentales: la estabilidad financiera de la empresa y la adopción de prácticas constructivas innovadoras. En el ámbito de la construcción, se ha destacado la preferencia constante por el hormigón armado, reconocido por su flexibilidad y valoración superior, especialmente en comparación con estructuras metálicas. Se observa una amplia innovación en acabados, donde la introducción de máquinas de enlucir ha revolucionado la eficiencia de los procesos de construcción.

Además, en instalaciones eléctricas y de agua potable, he sido proactivo en adoptar tecnologías más modernas y sostenibles, como la transición de cobre a termofusión. Esta adaptación refleja el compromiso con prácticas constructivas que no solo son eficientes sino también respetuosas con el medio ambiente. En última instancia, la visión de sostenibilidad abarca aspectos financieros y constructivos para garantizar el éxito continuo de los proyectos.

**Pregunta 5. ¿Qué criterios utiliza para seleccionar proveedores y subcontratistas?**

La gestión de proveedores para proyectos de construcción, la elección no se limita solo al precio inicial. La decisión se basa en una evaluación continua de factores como la disponibilidad de crédito, la puntualidad en las entregas y la consistencia en los precios a lo largo del proyecto. La fluctuación en los precios y las condiciones del mercado hace que la elección de proveedores sea dinámica, requiriendo una cotización constante y la capacidad de adaptarse a las necesidades cambiantes del proyecto. Mantener una red de proveedores permite una mayor flexibilidad y garantiza un suministro continuo de materiales.

**Pregunta 6. ¿Puede proporcionar ejemplos de situaciones desafiantes que hayan enfrentado y cómo las superaron?**

La gestión de proyectos de construcción implica enfrentar diversos desafíos en aspectos económicos, técnicos y legales. En el ámbito económico, la fluctuación de los costos puede generar problemas de flujo de efectivo, llevando a estrategias como la negociación de plazos con proveedores y la venta de activos para mantener el avance del proyecto. Además, la posibilidad de recurrir a créditos o ampliaciones de líneas de crédito se considera para sortear dificultades financieras. En el aspecto técnico, los desafíos diarios incluyen ajustes en la planificación para superar cambios en la obra, como movimientos de ejes o modificaciones en la arquitectura para adaptarse a cambios estructurales. En cuanto a los retos legales, la relación con la vecindad y la obtención de permisos pueden generar conflictos que requieren habilidades de negociación y, en algunos casos, acciones legales para garantizar el avance del proyecto. A pesar de estas situaciones desafiantes, la empresa ha logrado superarlas mediante estrategias financieras, ajustes técnicos y un enfoque resolutivo en situaciones legales complejas.

**Pregunta 7. ¿Cómo evalúan el éxito de un proyecto de construcción?**

El éxito de un proyecto inmobiliario va más allá de la entrega física del mismo. Es fundamental que los clientes se sientan satisfechos y respaldados incluso después de la entrega. Esto se logra estableciendo una sólida relación interpersonal entre la empresa y el cliente, brindándoles confianza y seguridad. La garantía posventa es esencial para

abordar posibles problemas o inconvenientes que puedan surgir, demostrando el compromiso continuo de la empresa con la satisfacción del cliente. Además, el éxito no se limita solo a consideraciones económicas, como mantener utilidades adecuadas, sino que se enfoca en un trato humano y transparente. La empresa busca no solo cumplir con los requisitos contractuales, sino también mantener una comunicación abierta, responder a las necesidades de los clientes y construir relaciones a largo plazo. En última instancia, el éxito se define por la confianza y satisfacción de las personas que adquieren propiedades, generando un diálogo continuo y una colaboración efectiva entre la empresa y los compradores.

**Conclusión:** La entrevista revela una empresa en el sector de la construcción con una historia sólida, marcada por una evolución estratégica desde proyectos de obra de arte en vías hacia la especialización en el desarrollo residencial en el Valle de los Chillos. La empresa destaca por su compromiso con altos estándares de calidad constructiva, preferencia por tecnologías sostenibles y una gestión financiera adaptativa frente a las fluctuaciones del mercado. La selección de proveedores se basa en una evaluación continua más allá del precio inicial, enfocándose en la adaptabilidad y consistencia. La superación de desafíos económicos, técnicos y legales demuestra la capacidad resolutive de la empresa. Además, la definición de éxito va más allá de aspectos económicos, centrándose en la satisfacción del cliente y relaciones a largo plazo, demostrando un compromiso integral con la excelencia en la construcción y la atención al cliente.

### **Resultados de la entrevista a la arquitecta de la empresa Denisse Alvarado**

La grabación de la entrevista se encuentra en el Anexo A.2

#### **Pregunta 1. ¿Cuál es tu proyecto de arquitectura favorito en los que has trabajado y por qué?**

En uno de sus primeros proyectos arquitectónicos, diseñó una residencia para una pareja accesible, pero con ideas muy específicas. La esposa destacó la importancia de la Navidad, queriendo que el diseño incluyera un espacio dedicado al árbol navideño como protagonista. El esposo, por su parte, anhelaba un acuario integrado de manera visible en el diseño interior. Ambos deseos fueron considerados desde el inicio, lo que otorgó a la

casa un carácter único y personalizado. Este proyecto se destaca por la atención a detalles que reflejan las preferencias individuales de los clientes, creando un espacio donde cada elemento fue cuidadosamente pensado y diseñado para cumplir con sus expectativas.

**Pregunta 2. ¿Cómo abordes el equilibrio entre la estética y la funcionalidad en tus diseños arquitectónicos?**

Es fundamental reconocer que la percepción estética de los arquitectos puede diferir de la de los clientes, quienes a menudo se ven influenciados por imágenes de diseños minimalistas internacionales. Aunque se puede incorporar estas tendencias, es esencial ejercer control. Por ejemplo, ventanas enormes en lugares inadecuados. Considerar el uso práctico de los espacios, los materiales de construcción y la privacidad del cliente es crucial para proponer diseños estéticos y funcionales que se alineen con sus necesidades y preferencias.

**Pregunta 3. ¿Crees que es importante implementar la sostenibilidad en los proyectos arquitectónicos?**

La sostenibilidad es inherentemente considerada los nuestros proyectos, abarcando desde la eficiencia energética hasta la adaptación al entorno. Aunque ya se la implementa de manera automática, la clave es mantener la consistencia en esta práctica. La sostenibilidad es esencial para los arquitectos, ya que refleja la ética de trabajo y contribuye a construir hábitats que buscan mejorar la calidad de vida. En resumen, la sostenibilidad no es solo importante, sino que es parte integral de la visión y se refleja en la implementación constante en todos los proyectos.

**Pregunta 4. ¿Cómo incorporas la sostenibilidad y la eficiencia energética en tus proyectos?**

La implementación del proyecto se centra en consideraciones clave como el asoleamiento y la ventilación para reducir el consumo energético a largo plazo. La ubicación y el contexto del confort son elementos cruciales al proyectar viviendas, evitando, por ejemplo, diseños incompatibles con el clima que podrían requerir aire acondicionado en

el futuro, aumentando así la eficiencia energética. Estas consideraciones, aparentemente básicas, deben abordarse desde el inicio del proyecto para garantizar su éxito.

**Pregunta 5. ¿Cómo manejas los desafíos creativos y técnicos durante el proceso de diseño y construcción?**

La clave está en diseñar con una lógica constructiva desde el principio para evitar desafíos. La actualización constante en nuevas técnicas y conceptos es esencial para proponer ideas innovadoras, pero la premisa fundamental es tener una lógica constructiva sólida en cada propuesta desde el inicio del proceso.

**Pregunta 6. ¿Cuáles son las tendencias actuales en arquitectura que encuentras más emocionantes o influyentes?**

Dentro de las tendencias se puede tomar en cuenta la impresión 3D el uso de las inteligencias artificiales.

**Pregunta 7. ¿Qué importancia le das a la participación comunitaria y la adaptación cultural en tus diseños?**

La participación comunitaria es esencial ya que proporciona pautas cruciales para los diseños, considerando las necesidades de la comunidad. La integración de estas necesidades en el proyecto permite una adaptación natural al entorno en el que se ubica.

**Conclusión:** Se destaca por su atención a detalles personalizados, como integrar un espacio dedicado a la Navidad y un acuario solicitado por la pareja. En cuanto al equilibrio entre estética y funcionalidad, reconocer las preferencias del cliente y controlar las tendencias internacionales son clave. La sostenibilidad es intrínseca en nuestros diseños, priorizando la eficiencia energética y la adaptación al entorno desde el inicio del proyecto. Enfrentar desafíos creativos y técnicos implica una lógica constructiva sólida, y las tendencias actuales incluyen la impresión 3D y la inteligencia artificial. La participación comunitaria es esencial para adaptar nuestros diseños a las necesidades locales, creando hábitats que mejoren la calidad de vida en armonía con la cultura y la comunidad.

## **Resultados de la entrevista a un economista ambiental Eco. Rodrigo Mena**

La grabación de la entrevista se encuentra en el Anexo A.3

### **Pregunta 1. ¿Cómo ve la relación entre la innovación en diseño sostenible y la creación de empleo en sectores verdes?**

La innovación en el diseño sostenible tiene un potencial significativo para generar empleo y oportunidades de inversión. Sin embargo, para que este avance cualitativo sea exitoso, es crucial que exista cohesión y colaboración entre sectores públicos, privados y académicos. La educación y la calificación de profesionales deben ajustarse para satisfacer las necesidades de esta transición.

Es esencial comprender que el avance cualitativo requiere una fuerza laboral calificada que esté a la altura de las demandas y desafíos planteados por la innovación y la sostenibilidad. A pesar de la creación de empleos, es fundamental que estos estén alineados con los estándares necesarios. Por lo tanto, esta transición no debe ser solo responsabilidad del sector privado, sino un esfuerzo conjunto en el que todos contribuyan hacia un objetivo común.

### **Pregunta 2. ¿Cuál es el papel de la economía ambiental en la promoción de la innovación sostenible?**

La economía ambiental ha avanzado en varios aspectos, aún no se ha aprovechado al máximo su potencial en muchos ámbitos. A pesar de los esfuerzos teóricos y proyectos piloto, los nuevos enfoques en este campo necesitan ser materializados. Esto implica la consolidación y documentación de diversas iniciativas que a menudo se presentan de manera aislada.

Es esencial gestionar el conocimiento y el aprendizaje de estas experiencias para establecer una base teórica sólida y crear iniciativas más amplias y exitosas. La economía ambiental debe retroceder un paso para revisar, comprender y aprovechar los avances que

ya se han logrado en este campo. La colaboración y la integración de esfuerzos son clave para avanzar en esta dirección.

**Pregunta 3. ¿Cuál es el papel de las políticas gubernamentales y las regulaciones en la promoción del diseño sostenible desde una perspectiva económica?**

Las políticas gubernamentales son esenciales para promover la sostenibilidad y la innovación en el sector privado. Deben ser claras y sólidas, ofreciendo incentivos que fortalezcan la institucionalidad y sean bien recibidos por el sector privado. Estas políticas establecen un marco claro y regulan las reglas del juego para todas las partes, alineando los intereses empresariales con la sostenibilidad. En un mundo con recursos limitados, es crucial adoptar fuentes de recursos alternativas y enfoques innovadores para cumplir con los desafíos actuales y regulatorios. La sostenibilidad se vuelve fundamental en varios sectores, como la agricultura, y debe ser abordada en diversas áreas.

**Pregunta 4. ¿Cómo pueden las políticas económicas incentivar la transición hacia prácticas de diseño más sostenibles?**

El marco normativo y las políticas gubernamentales deben adaptarse a las realidades específicas de cada territorio. Esto implica que dichas políticas deben ser sensibles a las diversas condiciones que existen en diferentes regiones. Al hacerlo, se puede garantizar una respuesta efectiva a las demandas y necesidades que varían de una región o provincia a otra. Es importante reconocer que las necesidades y demandas no son uniformes en todos los territorios.

**Conclusión:** Se destaca la interconexión crítica entre la innovación en diseño sostenible, la creación de empleo en sectores verdes y la influencia de las políticas gubernamentales en la promoción de la sostenibilidad económica. Se subraya la necesidad de una colaboración integral entre sectores público, privado y académico para aprovechar al máximo el potencial de la innovación sostenible y garantizar la creación de empleo alineada con estándares necesarios. La economía ambiental, aunque ha avanzado teóricamente, requiere una mayor materialización de iniciativas para alcanzar su pleno potencial, subrayando la importancia de la gestión del conocimiento y la colaboración. La influencia de las políticas gubernamentales se destaca como esencial para establecer

incentivos sólidos y un marco normativo que impulse la transición hacia prácticas de diseño más sostenibles, reconociendo la diversidad de condiciones en diferentes regiones. En última instancia, se enfatiza la necesidad de un enfoque adaptativo y colaborativo para abordar los desafíos económicos y ambientales en el camino hacia la sostenibilidad.

### **Resultados de la entrevista a especialista de diseño de interiores Sol Moran**

La grabación de la entrevista se encuentra en el Anexo A.4

#### **Pregunta 1. ¿Cómo defines el diseño de interiores sostenible en tu práctica profesional?**

En utilizar los recursos que ya se tienen y usar de una manera diferente, entre las actividades de preferencia está restaurar, darles una segunda vida a objetos, espacios, usar mucho el color y el significado de ellos para crear con pocos elementos un gran cambio.

#### **Pregunta 2. ¿Cuáles son los principios clave que guían tu enfoque hacia el diseño sostenible?**

Talvez no se puede hacer todo un proyecto 100% sostenible ya que todo tiene un impacto, pero es preferible el reutilizar, restaurando es clave, ahora se tiene más opciones de materiales que vienen del reciclaje como paneles de plástico, también hay materiales innovadores como los hongos que ahora en el país hay un estudio creativo que ha lanzado productos para decoración con hongos, son materiales que se usa en los proyectos dependiendo el tipo claro está, sobre todo cuando un diseño abarca elementos para el orden esto ayuda mucho a que el usuario no acumule tanto en casa, ayudar con el diseño a reducir en consumo excesivo.

#### **Pregunta 3. ¿Cómo incorporas la eficiencia energética y la conservación de recursos en tus diseños?**

Utilizando materiales locales por ejemplo si se usa materiales importados que el impacto es más alto que si se usa materiales que pueden acarrear una huella más alta de carbono al transportarlos grandes distancias. Muchas veces se cree que por ser importado es mejor o de más prestigio, pero no se valora ese aspecto. También usando materiales de

proveedores que cuiden la sostenibilidad en sus procesos, como tableros que deforestan pero que a la vez están cumpliendo con un compromiso ambiental de reponer tanto biológica mente como socialmente.

**Pregunta 4. ¿Qué estrategias utilizas para minimizar el desperdicio de recursos durante el proceso de diseño y construcción?**

Cuando se retira las puertas de closet, se las guarda para usarlas en realizar otros muebles, o tal vez le pueden servir a otra persona, los escombros se pueden rehusar para contra pisos, o rellenos. Los tachos de pintura que sobran son usados para macetas o también vendidos a reciclaje, o donados.

Es importante reutilizar muebles, esta actividad que le llaman upcycling porque lo puede hacer cualquier persona, se suele hacer para transformar un mueble aparentemente que ya no sirve en una especie de ser que revivió.

Pintar paredes con murales, le dan una vida nueva a cualquier espacio y lo potencia.

**Pregunta 5. ¿Has implementado estrategias de reciclaje en tus diseños?**

Claro que sí, en remodelaciones se puede hacer esto, por ejemplo, se reutilizan módulos de cocina y simplemente se cambian los frentes, relacados de pisos de parquet, y puertas, relacados de barrederas, restauración de mesas, sillas, comedores, espejos, entre otros.

**Pregunta 6. ¿Consideras certificaciones y estándares específicos de sostenibilidad al trabajar en proyectos?**

En la actualidad no se conoce de un requerimiento de estándares para certificaciones de sostenibilidad

**Pregunta 7. ¿Cuáles son, en tu opinión, las tendencias emergentes más emocionantes en el diseño de interiores sostenible?**

Bueno no les considero emergentes, pero por ejemplo la bioconstrucción no solo abarca el diseño interior sino todo un hábitat, me parece que la tendencia del glamping es muy emocionante e innovadora, como mencione en el campo del diseño los biomateriales

como los objetos de hongos, biopaneles para aislamiento, materiales resultados del reciclaje de plástico.

### **Pregunta 8. ¿Cómo ves la evolución del campo en los próximos años?**

Hay mucha inclinación a lo natural, a volver a conectar con la tierra y todo lo que en ella se encuentra, por ejemplo, en colores las tendencias van hacia la biofilia, los tonos neutros, el uso de plantas, fibras naturales, como si ya no se está en contra de la naturaleza sino de su lado y las empresas quieren brindar esa experiencia a sus clientes.

**Conclusión:** Se determina un enfoque distintivo hacia el diseño de interiores sostenible, destacando la importancia de restaurar, reutilizar y utilizar materiales innovadores. La entrevistada reconoce la complejidad de lograr proyectos completamente sostenibles, pero aboga por la preferencia hacia el reutilizar y restaurar como principios clave. Se hace hincapié en la eficiencia energética, la conservación de recursos y la elección de materiales locales y sostenibles. Estrategias creativas para minimizar el desperdicio de recursos, como reutilizar puertas de closet y transformar escombros en elementos útiles, demuestran un compromiso con la sostenibilidad en cada fase del diseño y construcción. Aunque la entrevistada no está completamente al tanto de certificaciones específicas, su enfoque y prácticas reflejan un compromiso intrínseco con la sostenibilidad. La entrevistada también destaca tendencias emocionantes, como la bioconstrucción y el glamping, mientras observa una evolución hacia diseños más naturales y una conexión renovada con la tierra en los próximos años. En última instancia, su visión del diseño de interiores sostenible abarca no solo la estética, sino también la experiencia de estar en armonía con la naturaleza, anticipando una evolución continua hacia esta perspectiva en el campo.

## **3.2 Observación**

### **3.2.1 Observación a la constructora ASPEC**

En una reciente visita a uno de los proyectos en desarrollo de la empresa constructora, se tuvo la oportunidad de adentrarnos en el proceso de construcción de sus inmuebles.

Durante la visita, quedó claro que el proyecto se encuentra actualmente en la fase de obra gris, una etapa crítica en la construcción de cualquier edificación.

La fase de obra gris es una parte fundamental del proceso de construcción, donde se establecen las bases estructurales y funcionales de los inmuebles. En esta etapa, el enfoque principal es la construcción de las estructuras primarias, como cimientos, muros, techos y sistemas eléctricos y de plomería. Aunque no se pueden apreciar los elementos decorativos en esta etapa, es esencial para garantizar la integridad y seguridad de la edificación.



**Figura 31:** Obra gris de casa 1



**Figura 32.** Obra gris de casa 2



**Figura 33.** Obra gris de departamentos

Gracias al uso del software SketchUp, que es una poderosa herramienta de modelado 3D, la empresa ha logrado una ventaja competitiva al permitir la visualización y diseño de interiores en sus inmuebles. Esto ha sido especialmente beneficioso para compradores potenciales pueden explorar los inmuebles de manera virtual antes de que se construyan, lo que les permite comprender mejor el diseño de interiores y cómo se integrarán en su estilo de vida. Lo cual aporta un valor significativo al proceso de toma de decisiones de

compra y a la satisfacción del cliente, no obstante, se puede observar que los proyectos siguen teniendo un enfoque un poco tradicional en cuanto a la arquitectura y diseño de interiores.



**Figura 34.** Diseño 3D sala y comedor



**Figura 35.** Diseño 3D cocina



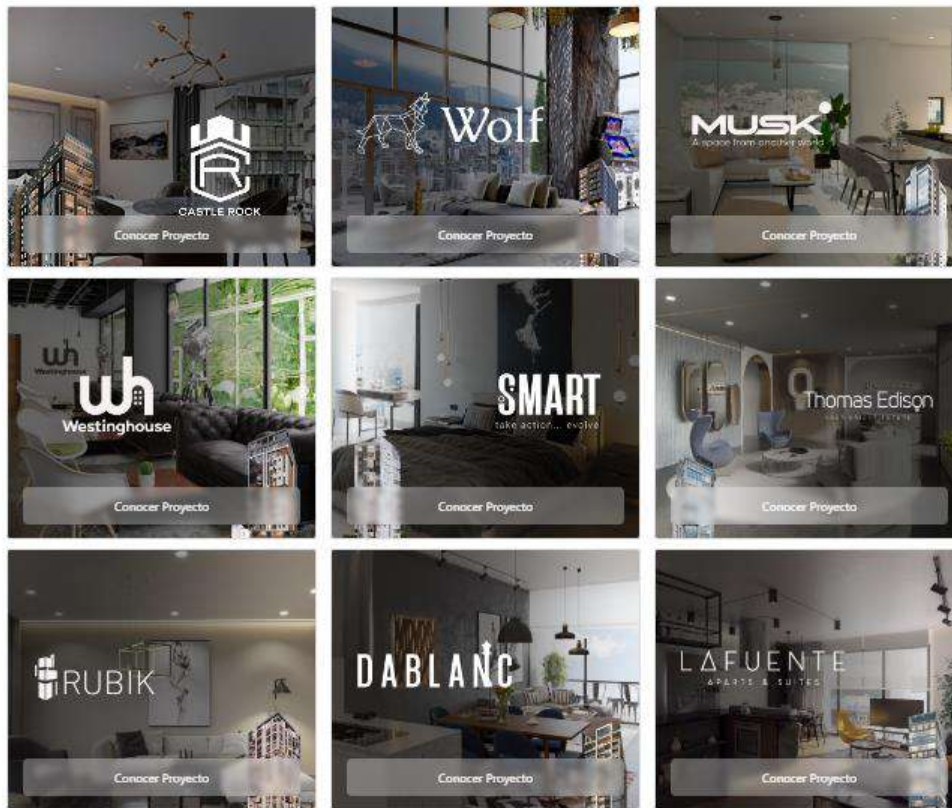
**Figura 36.** Diseño 3D dormitorio máster

### **3.2.2 Observación a competidores**

**Alpha Builders:** la evaluación detallada de los proyectos llevados a cabo por Alpha Builders revela una constante y comprometida orientación hacia la sostenibilidad. Sus iniciativas incluyen la implementación de tecnologías y materiales ecológicos, la optimización de la eficiencia energética en sus edificaciones y la promoción de diseños respetuosos con el medio ambiente. Estas prácticas no solo benefician al entorno natural, sino que también generan un impacto positivo en la comunidad al reducir la huella ambiental de sus desarrollos.

El compromiso de Alpha Builders con la sostenibilidad va más allá de las simples prácticas ecológicas. También se refleja en su enfoque en la responsabilidad social corporativa y su apoyo a iniciativas locales que contribuyen al bienestar de la comunidad en la que operan. Esta perspectiva holística y sostenible no solo les otorga una ventaja competitiva en el mercado, sino que también fortalece su reputación como una empresa que se preocupa por el impacto a largo plazo de sus proyectos.

En un mercado cada vez más enfocado en la sostenibilidad y la responsabilidad ambiental, la constructora Alpha Builders destaca como un ejemplo inspirador de cómo la industria de la construcción puede evolucionar hacia un futuro más sostenible. Su enfoque en la sostenibilidad no solo beneficia a la empresa misma, sino que también contribuye positivamente al desarrollo sostenible de la sociedad en su conjunto



**Figura 37.** Proyectos constructivos de Alpha Builders

**Fuente:** Página web Alpha Builders

### Proyecto Thomas Edison

La energía y la vivacidad dieron luz para la creación de este edificio moderno y cautivador que conjuga espacios abiertos e iluminados con ideas innovadoras de responsabilidad ambiental.

Basados en la filosofía de un gran inventor, se optimiza la energía en espacios diseñados para visionarios



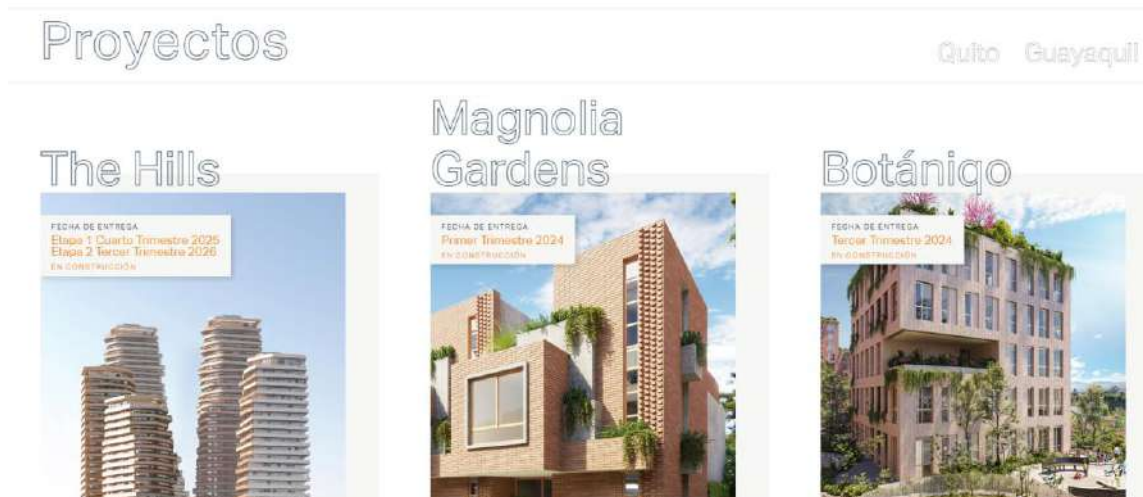
**Figura 38.** Proyecto Thomas Edison

**Fuente:** Página web Alpha Builders

## Uribe Schwarzkopf

En los diversos proyectos que se pudo observar, ha quedado patente un enfoque innovador en cuanto al diseño tanto del interior como del exterior, caracterizado por un firme compromiso con la sostenibilidad. Es notable cómo, a pesar de encontrarse en el dinámico entorno del centro norte y valle de Quito, estas edificaciones han logrado integrar de manera efectiva prácticas y elementos que promueven la sostenibilidad ambiental y energética.

Este compromiso se manifiesta de manera evidente en el diseño interior, donde se observa el bajo impacto ambiental, así como la incorporación de tecnologías eficientes que contribuyen a la reducción del consumo de energía. La disposición inteligente de los espacios no solo busca maximizar la funcionalidad y comodidad para los ocupantes, sino que también promueve la eficiencia en el uso de recursos, fomentando un estilo de vida más consciente y sostenible.



**Figura 39.** Proyectos constructivos Uribe Schwarzkopf  
**Fuente:** Página web Uribe Schwarzkopf

### Proyecto Botánico

El proyecto se distingue por su enfoque vanguardista en diseño bioclimático, una filosofía que busca aprovechar de manera inteligente las condiciones naturales del entorno donde se llevan a cabo las edificaciones. Esta estrategia se erige como un testimonio del compromiso con la sostenibilidad y la armonía con el medio ambiente.



**Figura 40.** Proyecto Botánico  
**Fuente:** Página web Uribe Schwarzkopf

### **Yoo Guayaquil**

El edificio prioriza la eficiencia en el consumo de agua y energía mediante la selección de accesorios y sistemas que reducen el consumo diario de agua por habitante en un 25%. Se incorporan bombas de calor y tecnologías LED para reducir el consumo energético en áreas comunes, logrando ahorros significativos. Además, se enfoca en la disminución de CO2 mediante el uso de materiales locales, renovables y con bajas emisiones contaminantes. La gestión integral de residuos se aborda con la minimización, clasificación y reciclaje durante la construcción, incluyendo capacitación del personal. El diseño bioclimático se destaca por volúmenes orgánicos, paisajismo con vegetación nativa, y elección de materiales para proporcionar confort térmico, acústico y lumínico



**Figura 41.** YOO Guayaquil  
**Fuente:** Página web Uribe Schwarzkopf

## Barrezueta Constructora

### Lantana Casas

El Conjunto Lantana destaca no solo por su belleza y comodidad, sino también por ofrecer todos los servicios y espacios necesarios. Incluye un sistema de seguridad mediante CCTV, control de acceso y áreas comunes de alta calidad y atractivo estético.



**Figura 42.** Lantana Casas

**Fuente:** Página web Barrezueta Constructora

## Andino & Asociados

### Edificio Los Huertos

El proyecto Torre Los Huertos destaca por embellecer el paisaje urbano y ejemplificar el cuidado ambiental. Con un fuerte enfoque en la conservación del agua, la empresa implementa sistemas de reciclaje de aguas grises para riego y descargas de inodoros. Además, se reduce el consumo de agua mediante la instalación de piezas sanitarias eficientes y tecnologías como el sistema de riego centralizado por goteo. Estrategias de retención de agua lluvia, mobiliario de diseño sostenible de DREVO, y espacios comunes como la terraza y la sala comunal añaden valor estético y funcional al edificio. La integración de arte mural y esculturas en el espacio público demuestra un compromiso

con la estética y la cultura. Entre los productos utilizados se encuentran los inodoros Ischia y Roma, grifería de la línea Flow E, lavabos Siena y Elea Oval.



**Figura 43.** Edificio Los Huertos  
**Fuente:** Página web Andino & Asociados

### **Rosero Construye**

#### **Harmony Apartamentos**

HARMONY surge como una obra distintiva de diseño moderno que refleja en su arquitectura la esencia de su entorno. Este es el primer desarrollo inmobiliario en Ecuador que aspira a obtener la certificación de CARBONO NEUTRO.



**Figura 44.** Edificio Harmony Apartamentos  
**Fuente:** Página web Rosero Construye

### **Elmir Grupo Inmobiliario**

Kyria, un destacado proyecto del Grupo Inmobiliario Elmir, ha obtenido la certificación EDGE ADVANCED HOMES, siendo la primera torre en Ecuador en lograrlo. Este hito representa un gran avance para la industria de la construcción en el país.

### **Kyria**



**Figura 45.** Edificio Kyria  
**Fuente:** Página web Elmir Grupo Inmobiliario

### 3.3 Encuestas

El propósito de esta investigación es analizar el comportamiento de las familias al adquirir una propiedad con un enfoque específico en diseño de interiores, incorporando tecnología sostenible y cumpliendo con estándares internacionales. Para llevar a cabo un análisis cuantitativo preciso, es fundamental segmentar de manera efectiva el grupo de personas interesadas en la compra de un inmueble con estas características. En este sentido, la segmentación se ha definido en función de familias. Este enfoque de segmentación busca captar datos significativos sobre las preferencias y decisiones de un segmento específico de la población que tiene interés en propiedades que combinan diseño interior, sostenibilidad y estándares internacionales.

#### Población y muestra

Según los datos del Instituto Nacional de Encuestas y Censos (INEC) indica que en el año 2022 hay una población de 16' 938. 986 personas en Ecuador, con un total de hogares de 5'188.402 tal cual se muestra en la figura 15. Quito mantiene una población de 2.827.106 y se contabilizan 810.562 hogares.

Cálculo de la muestra

N= Población= 810.562

n= Tamaño de la muestra

p= Variabilidad positiva = 50%

q= Variabilidad negativa= (1-p) 50%

Z= Nivel de confianza, relación 95% = 1.96

e= Limite aceptable de error = 0.05

$$n = \frac{Z_{\infty}^2 * p * q}{e^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5}{(0.05)^2}$$

$$n = 384$$

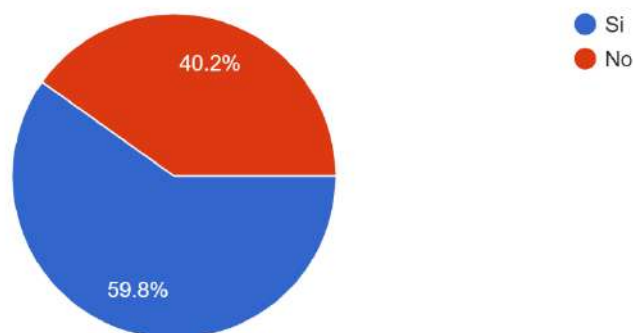
Para obtener información sobre las preguntas que se realizarán a las personas encuestadas, se optó por utilizar Google Forms como plataforma para llevar a cabo nuestro proceso de encuestas. La elección de Google Forms se sustenta en su amplia popularidad y accesibilidad para una diversidad de usuarios.

El acceso de la encuesta se encuentra en el Anexo B.1

## Resultados de las encuestas realizadas a clientes potenciales

A continuación, se presenta los resultados de las encuestas destacando que se pudieron recopilar respuestas de 366 personas.

1.- ¿Ha oído hablar del diseño de interiores sostenible antes de esta encuesta?  
366 respuestas

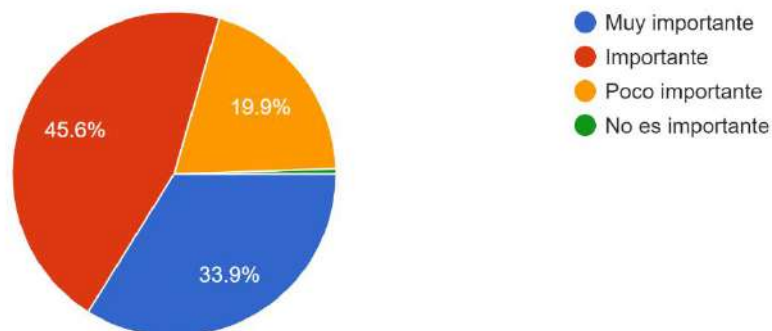


La respuesta a la pregunta sobre si las personas han oído hablar del diseño de interiores sostenible antes de esta encuesta ofrece una visión interesante de la conciencia pública sobre prácticas de diseño responsables con el medio ambiente. Con un 59.8% de los encuestados afirmando que sí han oído hablar de ello, queda claro que existe un nivel significativo de conocimiento y familiaridad con este concepto.

Sin embargo, es igualmente notable que el 40.2% de los encuestados declararon no estar al tanto de la noción de diseño de interiores sostenible. Esto indica que todavía existe un espacio importante para la educación y la concientización en esta área, especialmente en lo que respecta a las ventajas y los beneficios de integrar prácticas de diseño sostenible en los espacios interiores.

En consecuencia, estos resultados subrayan la necesidad de promover y difundir información sobre el diseño de interiores sostenible, así como de fomentar prácticas responsables en la industria del diseño. Esto no solo tiene el potencial de beneficiar al medio ambiente al reducir el impacto negativo de las construcciones y decoraciones, sino que también puede crear entornos interiores más saludables y agradables para las personas. La conciencia y la educación son pasos importantes hacia la adopción generalizada de prácticas de diseño interior más sostenibles en el futuro.

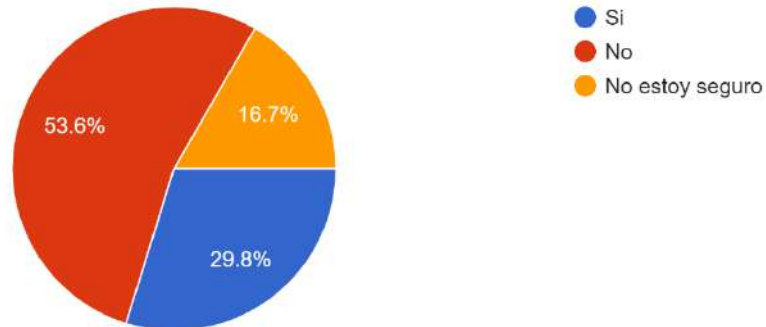
2.- ¿Qué tan importante es para usted el diseño de interiores sostenible en su elección de vivienda?  
366 respuestas



Los resultados de la encuesta muestran que una parte significativa de la población valora el diseño de interiores sostenible en la elección de vivienda. El 79.5% de los encuestados considera importante o muy importante la sostenibilidad en el diseño de interiores, reflejando una creciente conciencia y compromiso con la sostenibilidad ambiental y la creación de espacios interiores saludables. Solo un pequeño porcentaje (0.5%) indicó que el diseño sostenible no es importante en su elección de vivienda. Estos hallazgos destacan la importancia de promover prácticas de diseño de interiores sostenibles y sugieren un mayor enfoque en la construcción de viviendas que reflejen las preocupaciones ambientales y el bienestar de los ocupantes.

3.-¿Está al tanto de alguna empresa constructora que ofrezca servicios de diseño de interiores sostenible?

366 respuestas

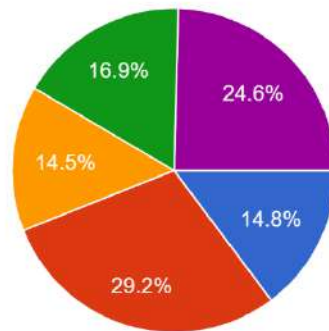


los resultados de la encuesta muestran que más de la mitad de los encuestados (53.6%) no están al tanto de ninguna empresa constructora que ofrezca servicios de diseño de interiores sostenible. Sin embargo, un considerable 29.8% sí conocen empresas que proporcionan estos servicios, mientras que el 16.7% restante no está seguro o indeciso.

Estos hallazgos destacan la necesidad de aumentar la conciencia pública sobre la disponibilidad de servicios de diseño de interiores sostenible. A pesar de que una parte de la población ya está informada, la mayoría carece de conocimiento sobre estas opciones, lo que señala una oportunidad para las empresas constructoras y profesionales del diseño de promover sus servicios sostenibles y educar al público sobre los beneficios de la sostenibilidad en el diseño de interiores. El aumento en la conciencia puede ser un factor clave para impulsar la adopción de prácticas más respetuosas con el medio ambiente en la industria de la construcción y el diseño.

#### 4.- ¿Qué aspecto del diseño de interiores sostenible le resulta más atractivo?

366 respuestas

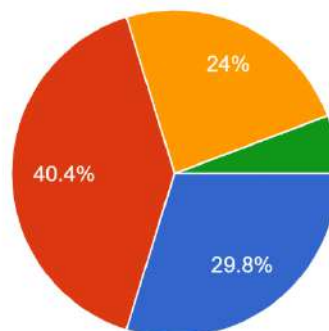


- Uso de materiales reciclados o reutilizables. Ejemplo: Muebles hecho...
- Eficiencia energética. Ejemplo: Sistemas de iluminación LED de bajo...
- Uso de materiales no tóxicos. Ejemplo: Pinturas y barnices sin compuestos or...
- Uso de recursos locales. Ejemplo: Incorporación de piedra o ladrillos pro...
- Diseño bioclimático (aprovechamiento de condiciones naturales). Ejemplo: O...

Esta pregunta revela una variedad de preferencias entre los encuestados, los resultados resaltan la diversidad de prioridades en cuanto a sostenibilidad en el diseño de interiores, desde la preocupación por el medio ambiente y la salud hasta la eficiencia y la economía local. El diseño de interiores sostenible abarca una amplia gama de enfoques que pueden adaptarse a las preferencias y valores individuales, promoviendo la creación de espacios interiores más responsables y saludables.

#### 5.- ¿Qué porcentaje adicional estaría dispuesto a pagar por una vivienda con diseño de interiores sostenible en comparación con una vivienda convencional?

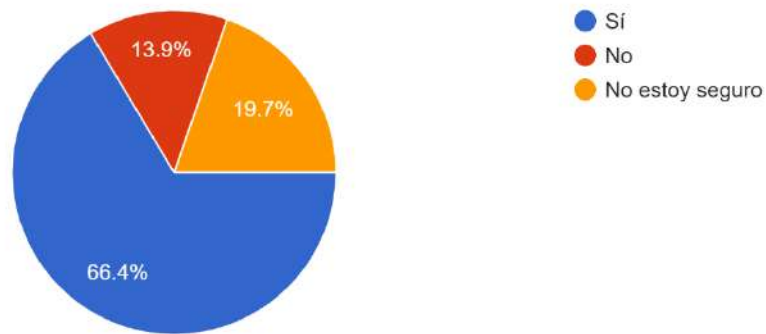
366 respuestas



- Menos del 5%
- 5-10%
- 10-20%
- Más del 20%

Estos resultados destacan un reconocimiento creciente del valor de la sostenibilidad en la elección de vivienda, con una diversidad de preferencias en cuanto a la disposición a invertir en la sostenibilidad del diseño de interiores. Esto señala la existencia de un mercado en expansión para viviendas sostenibles y la necesidad de ofrecer opciones variadas que se adapten a las diferentes perspectivas y valores de los compradores. En última instancia, la sostenibilidad en el diseño de interiores se percibe como un factor relevante en la toma de decisiones de compra de viviendas.

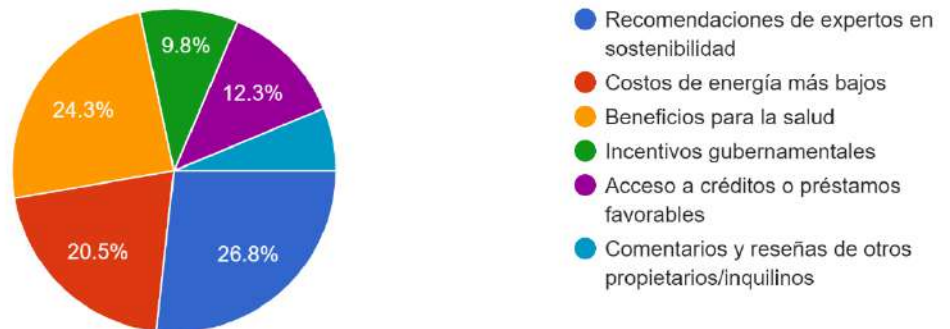
6.- ¿Cree que el diseño de interiores sostenible puede influir en su bienestar y calidad de vida?  
366 respuestas



La encuesta refleja una tendencia positiva en la percepción de las personas sobre el impacto del diseño de interiores sostenible en su bienestar y calidad de vida. El 66.4% de los encuestados cree que el diseño sostenible puede influir de manera positiva, destacando el reconocimiento de sus beneficios. El 19.7% se muestra indeciso, lo que indica un potencial interés sujeto a más información, mientras que el 13.9% no cree en esta influencia, aunque constituye una minoría. La educación y la concienciación sobre los beneficios de la sostenibilidad en el diseño de interiores son esenciales, pero en general, existe un aumento en la valoración de entornos interiores saludables y responsables.

## 7.- ¿Qué factor le influiría más para tomar la decisión de adquirir una vivienda con diseño de interiores sostenible?

366 respuestas



Factores clave que más influirían en la decisión de adquirir una vivienda con diseño de interiores sostenible:

El 20.5% destaca el costo de energía más bajo como un factor principal, resaltando la importancia de la eficiencia energética como un atractivo económico.

El 26.8% menciona las recomendaciones de expertos en sostenibilidad como influyentes, demostrando confianza en la orientación de profesionales cualificados.

El 6.3% considera los comentarios y reseñas de otros propietarios/inquilinos como un factor importante, mostrando la influencia de experiencias personales compartidas.

El 12.3% valora el acceso a créditos o préstamos favorables, destacando la importancia de opciones financieras en la toma de decisiones.

El 9.8% menciona los incentivos gubernamentales como influyentes, señalando la relevancia de las políticas y apoyos del gobierno.

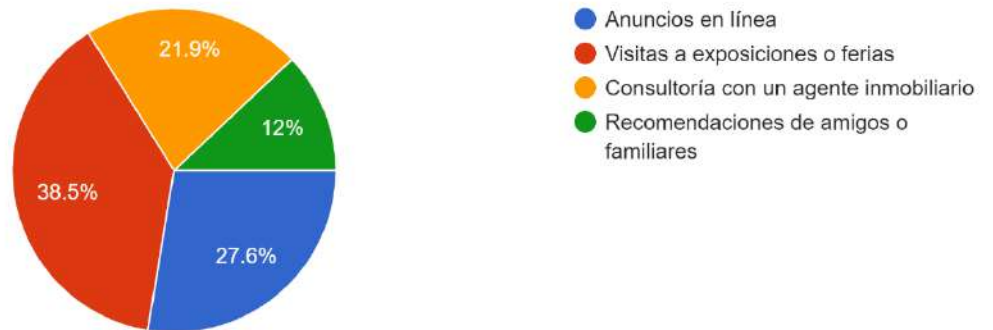
El 24.3% resalta los beneficios para la salud como el factor más influyente, destacando la creciente conciencia de la relación entre el diseño de interiores sostenible y el bienestar personal.

Los compradores consideran una variedad de aspectos al elegir viviendas sostenibles, incluyendo la eficiencia, recomendaciones de expertos, experiencias de otros, aspectos financieros, apoyos gubernamentales y la salud. La sostenibilidad en el diseño de interiores se percibe como una inversión que puede brindar beneficios económicos, de

salud y medioambientales, lo que destaca la importancia de ofrecer opciones diversificadas para satisfacer las diferentes consideraciones de los compradores.

#### 8.- ¿Cómo prefiere obtener información sobre propiedades inmobiliarias sostenibles?

366 respuestas



La encuesta muestra que las personas tienen diversas preferencias para obtener información sobre propiedades inmobiliarias sostenibles. El 38.5% prefiere exposiciones y ferias, el 27.6% utiliza anuncios en línea, el 12% confía en recomendaciones de amigos o familiares, y el 21.9% busca asesoría de agentes inmobiliarios. Estos resultados indican que la exposición directa, la tecnología, las recomendaciones personales y la consultoría profesional son vías importantes para informarse sobre viviendas sostenibles. Para promover eficazmente este mercado en crecimiento, es esencial ofrecer información a través de múltiples canales y adaptarse a las preferencias variadas de los compradores en potencia.

9.- ¿Cuáles de las siguientes opciones considera más relevante en relación con la incorporación de diseño de interiores sostenible en viviendas?

366 respuestas



El 45.1% considera la falta de información o conocimiento sobre opciones de diseño de interiores sostenible como el aspecto más relevante. Esto subraya la importancia de la educación y la concienciación sobre las opciones de diseño sostenible.

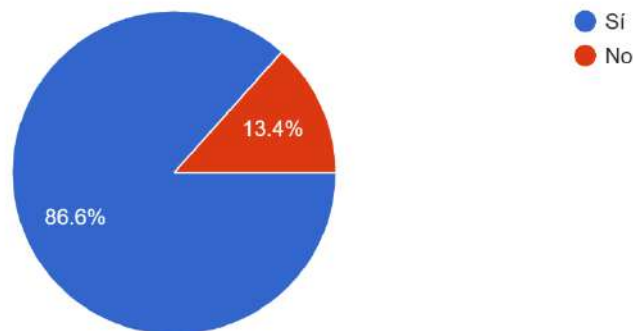
El 29.8% menciona el costo adicional asociado a la sostenibilidad como una preocupación importante, lo que indica que el aspecto financiero puede ser un obstáculo para algunos compradores.

Un 25.1% destaca la dificultad en encontrar viviendas con características sostenibles en el mercado, lo que sugiere que la disponibilidad de opciones sostenibles puede ser limitada.

Para muchos compradores, la falta de información y conocimiento es el obstáculo más significativo en la incorporación de diseño de interiores sostenible en viviendas. Esto enfatiza la importancia de proporcionar información clara y accesible sobre opciones sostenibles para abordar esta preocupación. También se reconoce que el costo adicional y la disponibilidad en el mercado son factores por considerar. En última instancia, promover la sostenibilidad en el diseño de interiores requiere un enfoque integral que aborde estas preocupaciones y obstáculos para satisfacer las necesidades de los compradores interesados en viviendas sostenibles.

10.- Luego de participar en esta encuesta, ¿le interesaría conocer más información de los inmuebles con diseño de interiores sostenible?

366 respuestas



El 88.6% de los participantes manifiesta un interés en conocer más información sobre inmuebles con diseño de interiores sostenible, lo que refleja un claro aumento en la conciencia y el interés en este tipo de viviendas.

El 13.4% menciona que no le interesaría obtener más información, lo que representa una minoría, pero indica que aún existen personas que no están convencidas de las ventajas de la sostenibilidad en el diseño de interiores.

Estos resultados subrayan un cambio positivo en la percepción de la sostenibilidad en el diseño de interiores, con la mayoría de los participantes mostrando un deseo de aprender más sobre este tema. Esto indica una creciente conciencia y disposición a considerar opciones sostenibles en la búsqueda de viviendas. En última instancia, la educación y la información adicional sobre el diseño de interiores sostenible pueden desempeñar un papel crucial en el fomento de prácticas sostenibles en el mercado inmobiliario.

### **Conclusión de la encuesta**

Los resultados de las encuestas a las 366 personas reflejan un creciente interés y conciencia en torno al diseño de interiores sostenible en el mercado inmobiliario. La mayoría de los encuestados muestran una disposición a considerar y valorar la sostenibilidad en la elección de viviendas, destacando aspectos como la eficiencia energética y el uso de materiales respetuosos con el medio ambiente.

Aunque persisten desafíos, como la falta de información y el costo adicional asociado a la sostenibilidad, estos resultados indican una tendencia positiva hacia la adopción de prácticas y opciones de diseño sostenible. Además, el interés en obtener más información y el reconocimiento de la influencia positiva del diseño de interiores sostenible en el bienestar y la calidad de vida son indicativos del potencial crecimiento en este sector.

En última instancia, estos hallazgos subrayan la importancia de la educación, la accesibilidad económica y la disponibilidad de opciones sostenibles en la promoción del diseño de interiores sostenible en el mercado inmobiliario.

### **3.4 Caracterización de la oferta y la demanda**

#### **3.4.1 Oferta**

En la ciudad de Quito, la oferta inmobiliaria que se enfocan en la esencia de la sostenibilidad. El mercado revela propiedades que no solo son espacios habitables, sino también lugares con un destacable diseño de interiores sostenibles. Estas ofertas, seleccionadas, reflejan un compromiso con la armonía entre la elegancia estética y la responsabilidad ambiental, proporcionando a los buscadores de vivienda la oportunidad de fusionar estilo de vida moderno con un enfoque consciente hacia el medio ambiente.

En el proceso de investigación y selección de las constructoras que sobresalen por su enfoque en el diseño de interiores sostenible en la ciudad de Quito, se han identificado las siguientes empresas:

<b>Constru- ctora</b>	<b>Proyecto</b>	<b>Características</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Forma de pago</b>
Alpha Builders	Thomas Edison	Es un proyecto que por sus espacios de iluminación tiene una optimización de energía lo cual propone la responsabilidad social	Luxemburgo y Holanda. En el sector de la República de El Salvador.	Financiamientos/ efectivo
Uribe Schwarzkopf	Botánico	Aportará a con equipamiento público, áreas verdes, espacios peatonales y mobiliario urbano, que buscan incrementar los servicios y espacios públicos para la comunidad. Estos aportes del proyecto responden a necesidades existentes de la parroquia, que han sido definidas por actores locales y en la planificación territorial.	Cumbaya	Financiamientos/ efectivo
Uribe Schwarzkopf	YOO Guayaquil		Puerto Santa Ana	Financiamientos/ efectivo
Barrezueta Constructora	Lantana Casas	Son inmuebles considerados como “casa verde” ya que se destaca por ser un diseño apuntado a una iniciativa sostenible	Llano grande	Financiamientos/ efectivo
Andino & Asociados	Edificio Los Huertos	Sistema de reciclaje de agua gris Riego por goteo de huertos terraza y jardines con agua reciclada Sistema de iluminación led en áreas comunales Mamposterías livianas reduciendo la producción de escombros de construcción y el riesgo ante sismo	10 de agosto y San Gregorio – Quito	Financiamientos/ efectivo
Rosero Construye	Harmony Apartamentos	La responsabilidad de actuar en beneficio del medio ambiente al mitigar la contaminación en la naturaleza nos lleva a ser el primer proyecto inmobiliario en Ecuador con certificación CARBONO NEUTRO	República de El Salvador y Suiza - Quito	Financiamientos/ efectivo

Elmir Grupo Inmobiliario	Kyria	Su desarrollo está inspirado, en las costas del mediterráneo de Grecia, contará con una terraza panorámica. Es la primera torre certificada EDGE Advanced Homes en Ecuador, alcanzando un gran logro para el mundo de la construcción en el país. Representando un ahorro en consumo de energía eléctrica y agua en un 43% y 23% al año, respectivamente, y reduce 52 toneladas de Co2 al año.	Sector Mall El Jardín – Quito	Financiamientos/ efectivo
--------------------------	-------	--	-------------------------------	---------------------------

**Tabla 3.** Características de la competencia

### 3.4.2 Demanda

En Ecuador, la demanda de hogares sin propiedad o en proceso de compra alcanza un significativo 36% de los hogares, lo que equivale a 36 hogares por cada 100. Al extrapolar estos datos a la población de la ciudad de Quito, donde se cuentan 810,562 hogares, se revela que 291,803 de ellos optan por el alquiler, mientras que 518,759 ya disfrutan de la propiedad o están en proceso de adquirirla. Esta relación pone de manifiesto la diversidad de elecciones de vivienda dentro de la capital ecuatoriana y ofrece una visión clave de las dinámicas inmobiliarias en la región.

Este hallazgo destaca la significativa oportunidad de satisfacer las necesidades de un grupo de 36% de personas que podrían estar buscando activamente la adquisición de una vivienda. Este conjunto de información no solo ofrece una visión precisa de la situación actual, sino que también sirve como base fundamental para desarrollar estrategias efectivas que aborden las demandas y aspiraciones de aquellos que buscan establecerse en un hogar propio. La comprensión detallada de esta realidad proporciona un punto de partida valioso para iniciativas y políticas orientadas a facilitar el acceso a la vivienda y mejorar la calidad de vida de estos hogares.

Gracias a los resultados de la encuesta destacan tanto el nivel de conocimiento como la falta de conciencia sobre el diseño de interiores sostenible. Aunque alrededor del 60% de

los encuestados están familiarizados con este concepto, el 40% aún no lo está, indicando la necesidad de una mayor educación en este ámbito.

A pesar de la falta de conocimiento, existe una fuerte valoración de la sostenibilidad en el diseño de interiores al elegir vivienda, con un 79.5% considerándolo importante. Sin embargo, la falta de información sobre empresas que ofrecen servicios sostenibles (53.6%) destaca la oportunidad de promoción y educación en la industria.

La diversidad de factores que influyen en la decisión de adquirir viviendas sostenibles resalta la complejidad del mercado. Desde el costo de energía hasta las recomendaciones de expertos y los beneficios para la salud, la educación sobre estas opciones se presenta como clave para satisfacer las diversas consideraciones de los compradores.

Aunque persisten obstáculos como la falta de información, el costo adicional y la disponibilidad limitada, el interés generalizado (88.6%) en aprender más sobre el diseño de interiores sostenible indica un cambio positivo en la percepción y la disposición a adoptar prácticas más respetuosas con el medio ambiente en la elección de viviendas. La educación continua y la concienciación pública son esenciales para impulsar este cambio en la mentalidad y fomentar la sostenibilidad en la industria del diseño de interiores.

## **4. ESTRATEGIAS DE MARKETING**

Este capítulo tiene el fin proponer en base al diagnóstico situacional la propuesta estratégica de marketing

### **4.1 Segmentación**

#### **4.1.1 Mercado Meta**

Al seleccionar con precisión el mercado objetivo, se indicó en datos fundamentales proporcionados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). Estos datos revelaron un aspecto significativo: el 36% del conjunto total de hogares en la dinámica ciudad de Quito no poseen una vivienda propia. Esta revelación no solo es una estadística, sino una ventana abierta hacia una oportunidad de impacto y transformación.

ASPEC se orienta hacia una clientela específica que valora profundamente la integración de diseño de interiores sostenible en sus viviendas, una elección respaldada por datos concretos de una encuesta exhaustiva a clientes potenciales. Los resultados de esta encuesta, que involucró a 366 individuos, revelaron que un impresionante 45.6% considera de vital importancia el diseño de interiores al tomar decisiones sobre sus hogares.

Los clientes desean más que una estructura física; buscan un espacio que refleje sus valores, un hogar que no solo sea funcional, sino también estéticamente agradable y respetuoso con el medio ambiente. Al comprender en profundidad estas respuestas, ASPEC se encuentra en una posición única para satisfacer las demandas de un mercado que busca no solo viviendas, sino experiencias de vida holísticas.

#### **4.1.2 Perfil del mercado meta**

- Demografía:

Edad: Gracias a las encuestas realizadas en 2022, se determinó que, en Quito, el 28% de la población comprendida entre los 18 y 24 años muestra preferencia por adquirir una vivienda.

Estado Civil: Solteros, parejas, familias o personas mayores, debido a que se ofrece departamentos y casas.

Ingresos: El rango de precios de los inmuebles con un diseño de interiores sostenible es mayor a los \$150.000, por lo que está dirigido a personas con ingresos mayores a \$1200.00.

- Ubicación:

Los proyectos habitacionales de la constructora ASPEC se sitúan estratégicamente en la apacible parroquia de Conocoto. Este sector, conocido por su exclusividad, se distingue por crear un entorno sereno y apacible. La elección de esta ubicación no solo refleja la atención cuidadosa a la selección de lugares, sino que también resalta el compromiso de ASPEC en ofrecer a los clientes no solo viviendas de alta calidad, sino también un estilo de vida diferente, inmerso en la tranquilidad y la distinción que caracterizan a Conocoto.

- Estilo de vida:

Profesión: Pueden ser profesionales jóvenes, familias en crecimiento, jubilados, entre otros.

Estilo de vida: Personas que buscan alejarse de la incomodidad de la ciudad, este grupo busca más que una vivienda; buscan un hogar que ofrezca tranquilidad y comodidad.

Además, valoran la proximidad a escuelas de calidad, la conveniencia de contar con centros comerciales cercanos y desean residir en una zona exclusiva que resalte su estilo de vida.

- Necesidades de Vivienda:

Tipo de Propiedad: Apartamentos, casas unifamiliares.

Tamaño de la Vivienda: Dependiendo de las necesidades familiares.

Características Específicas: Diseño de interiores sostenible

- Comportamiento de Compra:

Motivaciones: Están buscando una primera vivienda

Proceso de Toma de Decisiones: Facilidad de pago, acompañamiento de compra y seguridad del sector en el que se ubica el inmueble

- Canal de Información Preferido:

¿Dónde buscan información? A través de redes sociales, sitios web inmobiliarios, referencias personales

#### **4.2 Posicionamiento**

Las entrevistas realizadas al personal interno de la empresa se unió información destacada sobre los aspectos de diferenciación tienen ante la competencial

*Calidad de producto:* ASPEC se destaca y se posiciona de manera distintiva en el mercado, la implementación de diseños de interiores que prima con la tecnología sostenible, cumpliendo con rigurosos estándares internacionales. Esta singular propuesta se traduce en un entorno habitable que va más allá de la estética, incorporando innovaciones eco amigables que no solo favorece a los espacios, sino que también contribuyen activamente a la preservación del medio ambiente.

Además, el compromiso de la empresa con estándares internacionales garantiza a sus clientes la excelencia y la calidad en cada proyecto. La adhesión a estas normativas no solo refuerza la confianza del cliente, sino que también posiciona como una marca comprometida con la excelencia y la responsabilidad global.

- Dispone de empleados capacitados para llevar a cabo las labores.
- El precio de los inmuebles es ajustado a la estimación y a las necesidades de los clientes.

- Cumple con la implementación de tecnología al desarrollo de la construcción y diseño de interiores

### **4.3 Diferenciación**

ASPEC aplica una estrategia de servicio de tal manera que se distingue por ofrecer un componente esencial para sus clientes, esto se debe a un sólido acompañamiento a lo largo de todo el proceso de adquisición de inmuebles. Este compromiso no se limita al momento de la compra, sino que se extiende hasta un año después, asegurando así que la experiencia del cliente sea continua y respaldada, consolidando así la confianza en cada etapa de su inversión inmobiliaria.

Adicionalmente debe darse énfasis en la sostenibilidad y cumplimiento de estándares internacionales, de esta manera sería importante que la empresa busque certificarse en LEED ya que centra en aspectos como la eficiencia energética, la calidad del aire interior y la gestión de recursos

### **4.4 Crecimiento**

Una vez completado el análisis situacional de la empresa, el enfoque estratégico no solo debe basarse en el conocimiento profundo de las condiciones actuales del mercado y las particularidades del entorno empresarial, sino que también debe aprovechar las oportunidades de los desafíos existentes.

La estrategia de desarrollo de productos no solo debe limitarse a la creación de nuevos bienes inmuebles, sino que también deben abarcar la mejora constante de los existentes. Esto incluye la implementación de tecnologías avanzadas, la optimización de diseños arquitectónicos con estándares internacionales y la incorporación de características que aumenten el valor percibido por los clientes, se establece una base sólida para el crecimiento sostenible y la maximización de la rentabilidad.

## 4.5 Marketing MIX

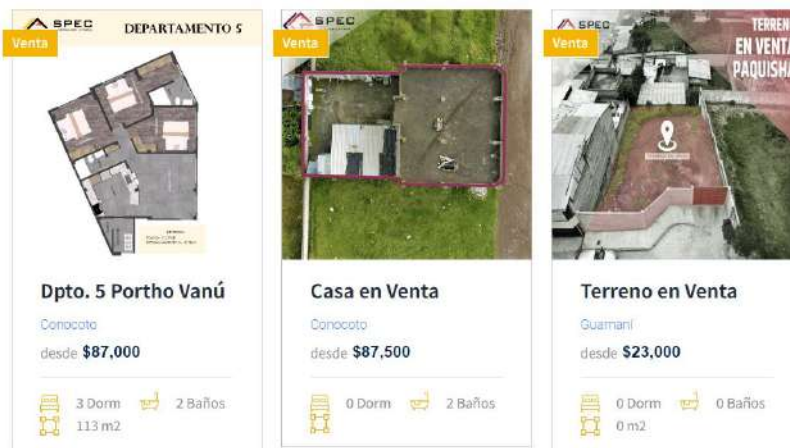
### 4.5.1 Producto

ASPEC ofrece una variedad de servicios para el desarrollo de proyectos inmobiliarios y construcción, entre los servicios que ofrece, se incluye venta de inmuebles, diseño de construcción, peritaje y avalúos

### Venta de inmuebles

Actualmente cuentan con un proyecto en desarrollo el cual se divide en departamentos y casas.

Property Name	Price (Starting From)	Bedrooms	Bathrooms	Area (m <sup>2</sup> )
Proy. Portho Vanú	\$0	0	0	0
Casa 1 Portho Vanú	\$115,000	3	3	150
Casa 3 Portho Vanú	\$115,000	3	3	159
Casa 6 Portho Vanú	\$115,000	3	3	154
Casa 7 Portho Vanú	\$115,000	3	3	150
Dpto. 2 Portho Vanú	\$79,000	3	2	96
Dpto. 3 Portho Vanú	\$79,000	3	2	96
Dpto. 4 Portho Vanú	\$84,000	3	2	97



**Figura 45.** Ventas de Inmuebles

## Diseño y Construcción

### Mantenimiento de obra civil

- Construcción en terreno propio
- Construcción de muros y cerramientos
- Construcción con préstamo hipotecario (BIESS y demás entidades bancarias)
- Aprobación de Planos Arquitectónicos en las entidades colaboradoras:
- Levantamiento Georeferenciado WGS84-TM QUITO
- Aprobación de Planos de Ingeniería Estructural
- Aprobación de Planos de Bomberos
- Aprobación de Planos de Instalaciones Sanitarias
- Aprobación de Planos de Instalaciones Eléctricas
- Permisos de Licencias de Construcción
- Permisos de Licencias de Construcción para áreas menores a 40 m2 y Permisos de Trabajos Varios
- Licencias para Propiedad Horizontal
- Licencia para Subdivisión de Lotes de Terreno

## Peritaje

### *Acreditación avalúos de bienes inmuebles y muebles*

- Valoración de bienes por disoluciones conyugales.
- Valoración de bienes por herencias.
- Valoración de bienes inmuebles y muebles embargados.
- Valoración para mediaciones y acuerdos.

- Valoración de daños causados (daños emergentes y lucro cesante).
- Inventarios de bienes.

### *Acreditación topografía*

#### *(Levantamientos Topográficos Georeferenciados)*

- Prescripción Adquisitiva de Dominio.
- Servidumbre de paso.
- Delimitación de linderos.
- Reinvidicaciones.
- Replanteo de linderos entre colindantes.
- Actualizaciones gráficas y regularización de áreas.
- Subdivisión y propiedad horizontal.
- Adjudicación de tierras.
- Accidentes geográficos (bordes de quebrada, borde natural de río) y replanteos y trazados viales.
- Fotografías aéreas con dron (ortofotos).

### *Acreditación ingeniería civil*

- Estafas inmobiliarias.
- Estafas constructivas.
- Estudios de avance de obra.
- Valoración estructural de construcción.
- Valoración por daños constructivos, estructurales e hidráulicos.
- Inspecciones preparatorias.

### **Avalúos**

- Avalúos de terrenos, casas, departamentos, locales comerciales, etc. para comercialización del bien.
- Avalúos para préstamos hipotecarios.
- Avalúos para herencia y posesiones efectivas.
- Avalúos en procesos judiciales.
- Avalúos de propiedades en derechos y acciones.

#### 4.5.2 Precio

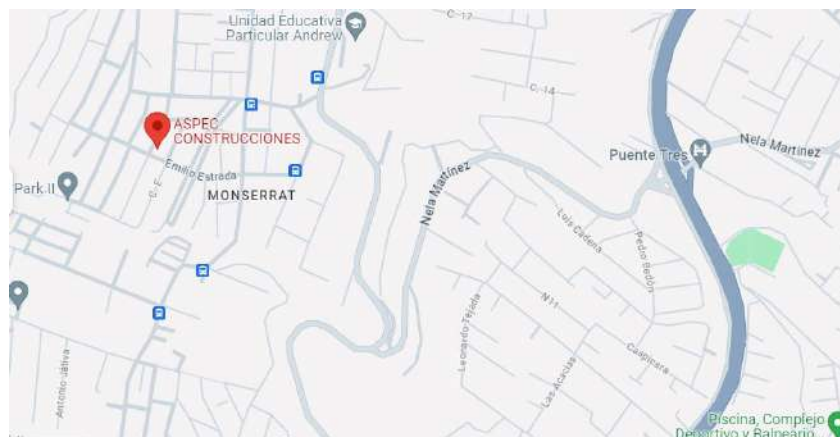
Es importante destacar que los precios del mercado de Quito de los inmuebles que mantienen un diseño de interiores sostenible están por encima de los \$150 000, este tipo de diseño mantiene un tipo de productos de alta calidad que la mayoría de ellos son amigables con el medio ambiente, también se toma en cuenta el diseño de construcción, el sector en el que está ubicado. ASPEC cuenta con un financiamiento bancario hasta los \$130.000 y con plazo máximo de 25 años.

#### 4.5.3 Plaza

La presencia y desarrollo del producto ofrecido por la empresa se extiende estratégicamente a diversas zonas dentro de la parroquia de Conocoto, ubicada en la ciudad de Quito. Esta expansión no solo responde a la visión de la empresa de llegar a un público más amplio, sino también a la riqueza cultural y diversidad geográfica que ofrece esta localidad.

- Oficinas de la empresa

Las oficinas de la constructora ASPEC se encuentra en Quito, Parroquia Conocoto Calle José Cuero y Caicedo y Emilio Estrada, casa de 2 pisos. Oficina 1.



**Figura 46.** Ubicación de las oficinas de ASPEC

- Proyecto Inmobiliario

El lugar en el que se desarrolla los proyectos inmobiliarios es en la parroquia Conocoto de la ciudad de Quito.



**Figura 48.** Ubicación del proyecto Portho Vanú.



**Figura 49.** Ubicación del terreno del proyecto Portho Vanú

- **Canal directo**

ASPEC puede mantener una conexión con sus clientes a través de su página web y redes sociales, facilitando un contacto directo con el área de marketing de la empresa. Aunque esta presencia digital es valorada por los clientes, muchos de ellos optarán por acercarse físicamente a las oficinas e instalaciones para establecer un contacto más cercano y confiable con la constructora.

- **Canal indirecto**

#### Promotores de venta

La empresa podría mantener una estrecha relación con un promotor de venta, un profesional clave que podría desempeñar un papel integral en varias facetas del enfoque comercial. Esta persona no solo se dedica a brindar apoyo en eventos comerciales, como las ferias de vivienda, donde se presentará el catálogo de propiedades, también tendrá que asumir la tarea fundamental de establecer un contacto directo y cercano con los clientes potenciales.

En eventos como ferias de vivienda, el promotor de ventas se convertirá en la cara visible de la empresa, ya que tiene que presentar las propiedades de manera atractiva y respondiendo a las preguntas e inquietudes de los visitantes. Su conocimiento no solo se limita a las características técnicas de las viviendas, sino que también debe incluir la capacidad de transmitir la visión y los valores que respaldan cada proyecto.

La relación personal y de confianza que el promotor de ventas establezca con los clientes es esencial, ya que no solo se limita a proporcionar información, sino que también debe actuar como un puente entre la visión de la empresa y las necesidades específicas de cada cliente. A través de un acercamiento personalizado, el promotor de ventas tiene que comprender las expectativas individuales y adaptar las ofertas de vivienda de manera que se ajusten a las necesidades particulares de cada cliente.

Además de su destacado desempeño en eventos, el promotor de ventas trabajara de manera continua para construir y fortalecer relaciones con clientes potenciales a lo largo del tiempo. Ya sea a través de visitas programadas, llamadas telefónicas o correos electrónicos, esta persona se mantendrá comprometida en proporcionar información actualizada, resolver consultas y ofrecer un servicio personalizado que distingue a nuestra empresa en el mercado.

#### **4.5.4 Promoción**

La promoción desempeñara un papel fundamental en la estrategia de ASPEC, ya que impulsara la difusión de información clave hacia los potenciales clientes. En un entorno empresarial altamente competitivo, el acto de promover activamente los productos de la

empresa es importante para conectar con la audiencia adecuada y destacar en un mercado saturado.

- Publicidad

La publicidad tiene que planearse desde el inicio de los proyectos habitacionales, esto se dará mediante flyer publicitarios, medios digitales como página web de la empresa, corredores de venta, para la constructora es esencial asistir a ferias que se realizan en la ciudad, como por ejemplo la feria de la vivienda en centro comerciales, centro de convenciones Quito.

Adicionalmente la constructora puede realizar 5 lanzamientos del producto:

1. Planos ambientados del proyecto
2. Cimentaciones
3. Obra gris
4. Casa modelo
5. Cierre de obra

En cada uno de estos lanzamientos se realizará un marketing relacional ya que la relación con los clientes es a largo plazo. La empresa al realizar el seguimiento durante un año post entrega del inmueble solidifica la relación con sus compradores.

- Página web

La *página web* de la empresa es portal informativo, también un medio de comunicación que establece un vínculo directo y eficaz con los clientes actuales y potenciales está diseñada con una estructura dinámica y funcional, la plataforma *web* refleja el compromiso de proporcionar una experiencia interactiva y de fácil acceso para todas las personas que interactúan con ASPEC.

En la plataforma, se ofrece boletines informativos detallados acerca de todas las actividades y proyectos que lleva a cabo ASPEC. Estos boletines no solo sirven como un medio de comunicación, sino que también actúan como una ventana que permite a los clientes y seguidores estar al tanto de las últimas noticias y desarrollos en la empresa.

Los boletines informativos tienen una amplia gama de temas, desde avances en proyectos específicos hasta información de nuevos proyectos de la empresa. A través de estos comunicados, se comparte con la audiencia las metas alcanzadas, hitos importantes, y eventos que definen el progreso y la trayectoria de ASPEC en el mercado de la construcción habitacional. Su link es <https://aspecproyectos.com>

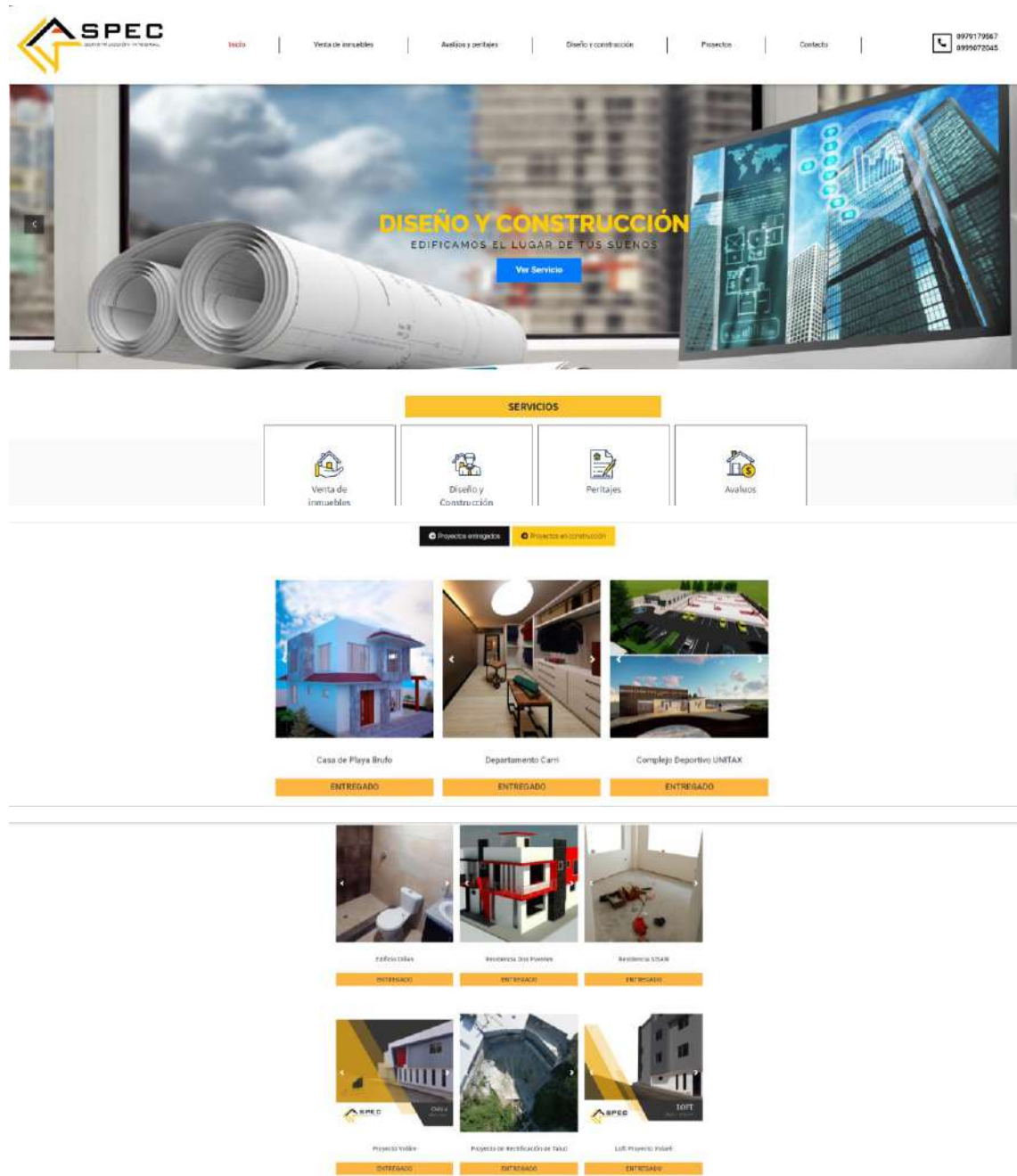
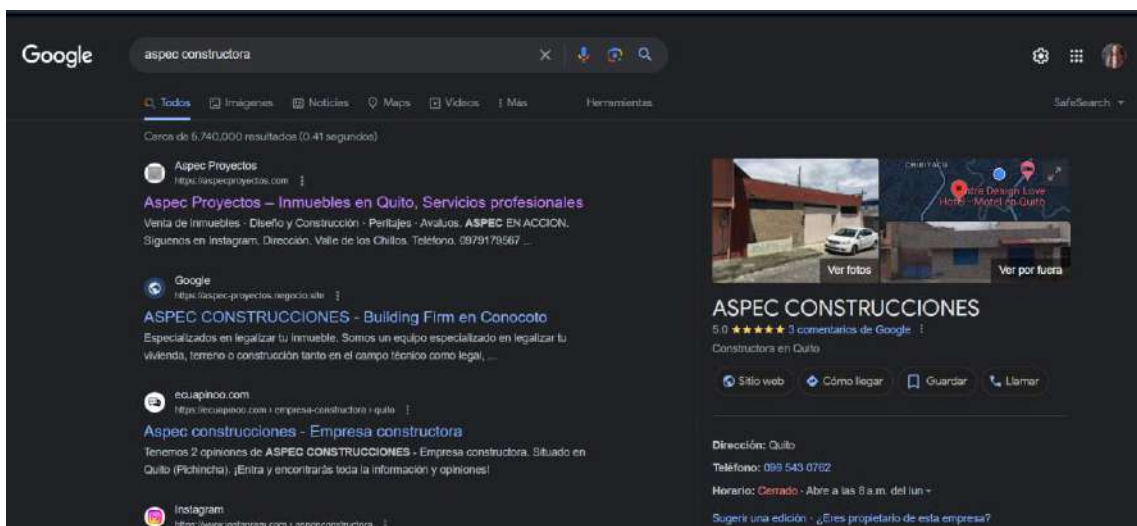


Figura 50. Página Web de la empresa ASPEC

El posicionamiento de la *página web* se logra a través de un alcance orgánico, una estrategia que no conlleva costos adicionales y que, además, fomenta la construcción de relaciones sólidas con los clientes potenciales. Esta metodología se centra en la creación de contenido relevante y valioso, lo que no solo contribuye a mejorar la visibilidad en los lugares de búsqueda, sino que también establece un canal auténtico de conexión con la audiencia.

Al optar por un enfoque orgánico, se esfuerzan por ir más allá de simplemente presentar los productos y servicios; el objetivo es convertir la plataforma en un recurso confiable donde los visitantes encuentren respuestas y soluciones.



**Figura 51.** Búsqueda de la constructora ASPEC en Internet

- Promoción en redes sociales

La presencia de la empresa se ha expandido estratégicamente hacia las plataformas de Instagram y TikTok, dos redes sociales que desempeñan un papel fundamental en acercarse a los clientes potenciales. Estas plataformas no solo ofrecen un espacio para la creatividad visual, sino que también permiten establecer conexiones más auténticas y directas con una audiencia diversa y en constante crecimiento.

Instagram: Se comparte una variedad de contenido visual que abarca desde imágenes impresionantes de los proyectos habitacionales hasta videos que destacan la calidad y los detalles únicos de las construcciones. Se utilizan las historias para proporcionar

actualizaciones en tiempo real sobre los eventos, proyectos en curso y momentos detrás de escena de la empresa.

El feed de Instagram se convierte en una galería virtual que muestra la esencia de la constructora. Se publica imágenes que capturan la arquitectura distintiva y la comodidad de las viviendas. Además, se utiliza la función de IGTV para compartir videos más extensos, como recorridos virtuales por propiedades, entrevistas con el equipo de trabajo y presentaciones detalladas de los proyectos.



**Figura 52.** Instagram de la empresa ASPEC

Tik Tok: ASPEC mantiene enfoque más dinámico y entretenido para atraer a una audiencia diversa y activa. Se aprovecha las tendencias populares para conectar con un público más joven y transmitir la personalidad única de la constructora. Se crea videos creativos y divertidos que muestran no solo la calidad de las viviendas, sino también el lado humano y apasionado del equipo de trabajo.

Los breves videos de TikTok permiten mostrar la versatilidad y la innovación de las construcciones de una manera atractiva y fácil de consumir. Desde clips de construcciones en proceso hasta aspectos destacados de interiores, se utiliza TikTok como una herramienta valiosa para captar la atención de una audiencia en constante movimiento.



Figura 53. Cuenta de TIKTOK de la empresa ASPEC

## 4.6 Presupuesto

El siguiente presupuesto está diseñado para la propuesta del 2024

- Estrategias de marketing digital

<b>Desarrollo y mantenimiento de página web</b>	
<b>Rediseño del sitio web</b>	\$200.00
<b>Mantenimiento mensual</b>	\$50.00

**Tabla 4.** Desarrollo y mantenimiento de página web

Rediseño del sitio web: Incluye mejoras en diseño, navegación y funcionalidades para garantizar una experiencia de usuario óptima.

Mantenimiento mensual: Cubre actualizaciones técnicas, corrección de errores y seguridad del sitio.

- Promoción en redes sociales

<b>Promoción en redes sociales</b>	
<b>Creación de perfiles en redes sociales Instagram y Tik Tok</b>	\$50.00
<b>Creación de contenido</b>	\$ 300.00
<b>Campañas pagadas en Instagram y Tik Tok</b>	\$150.00
<b>Gestión de las redes</b>	\$300.00

**Tabla 5.** Promoción en redes sociales

Promoción en redes sociales: La creación de redes sociales implica establecer perfiles y cuentas en Instagram y Tik Tok. Este proceso implica la configuración de la información de la empresa, la selección de imágenes y gráficos apropiados, y la creación de un contenido inicial para atraer a seguidores y construir una presencia sólida en las redes sociales.

Creación de contenido: Se enfoca en desarrollar material relevante y valioso para la audiencia de la constructora. Este contenido puede videos e imágenes y otros formatos

que informen, entretengan o eduquen al público. La creación de contenido es fundamental para atraer y retener la atención de la audiencia.

Gestión de las redes: La gestión de redes implica supervisar y administrar activamente las cuentas de redes sociales de la constructora. Esto incluye la planificación y programación de publicaciones, responder a comentarios y mensajes, monitorear la participación de la audiencia, y ajustar estrategias según la retroalimentación y las métricas de rendimiento, también involucra la ejecución de campañas pagadas, colaboraciones con influencers y la adaptación de la estrategia para aprovechar las tendencias emergentes en las redes sociales. El objetivo es mantener una presencia dinámica y comprometida en línea.

- Estrategias de marketing tradicional

<b>Marketing Tradicional</b>	
<b>Folletos</b>	\$350.00
<b>Flyer publicitarios</b>	\$110.00
<b>Anuncio en radio local</b>	\$150.00

**Tabla 6.** Marketing Tradicional

Folletos: Creación de materiales impresos para distribuir en eventos y presentaciones.

Flyer publicitarios: Diseño y producción de tarjetas profesionales

- Eventos

<b>Participación en ferias y eventos del sector</b>	
<b>Espacio y material de exposición</b>	\$ 1000.00 por evento
<b>Eventos comunitarios</b>	\$300.00

**Tabla 7.** Participación en ferias y eventos del sector

Espacio y material de exposición: Costos asociados con la presencia en ferias y eventos relevantes del sector de la construcción.

Eventos comunitarios: Fondos destinados a patrocinios que promuevan la participación en la comunidad local.

- Medición y Analítica

<b>Herramientas y reportes</b>	
<b>Plataforma de análisis de sitios web</b>	500.00
<b>Servicios de consultoría para analítica</b>	450.00

**Tabla 8.** Herramientas y reportes

Plataforma de análisis de sitios web: Utilización de herramientas como Google Analytics para evaluar el rendimiento del sitio web.

Servicios de consultoría para analítica: Asesoramiento experto y generación de informes para interpretar y utilizar los datos analíticos.

## Calendario de actividades

A continuación, se detalla el cuadro de actividades planificadas para el año 2024. Se especifica el plan de marketing correspondiente a cada mes, así como el presupuesto asignado para cada una de estas iniciativas. Este enfoque estratégico permitirá tener una visión clara y detallada de las acciones a llevar a cabo a lo largo del año, asegurando una gestión eficiente de los recursos financieros destinados a cada campaña y maximizando el impacto de las actividades de marketing.

Calendario de actividades	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
Rediseño del sitio web	\$200.00												
Mantenimiento mensual	\$50.00	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
Creación de perfiles en redes sociales Instagram y Tik Tok	\$50.00	x											
Creación de contenido	\$300.00	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
Campañas pagadas en Instagram y Tik Tok	\$150.00	x			x	x		x	x			x	
Gestión de las redes	\$300.00	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
Folletos	\$350.00												
Flyer publicitarios	\$110.00		x		x			x				x	
Anuncio en radio local	\$150.00				x	x					x	x	
Espacio y material de exposición	\$1000.00				x				x			x	
Plataforma de análisis de sitios web	500.00	x					x						
Servicios de consultoría para analítica	450.00	x					x					x	
<b>TOTAL</b>		\$ 1.800,00	\$ 760,00	\$ 650,00	\$ 2.060,00	\$ 1.060,00	\$ 1.600,00	\$ 650,00	\$ 1.910,00	\$ 1.800,00	\$ 650,00	\$ 800,00	\$ 2.510,00

El total del presupuesto para todo el año del 2024 será de \$15,190.00

## Proyección de ventas

La propuesta está enfocada en el último proyecto de la constructora ASPEC, debido a que sus anteriores proyectos ya han sido vendidos. El proyecto inmobiliario “Portho Vanú”, dispone actualmente para la venta de 4 casas y 4 departamentos, ya que 3 casas (casa 2,4 y 5) y 3 departamentos (departamento 1, 6 y 7) fueron vendidos en planos en el 2023.

PROYECTO PORTHO VANÚ	VALOR
CASA 1	\$ 115.000,00
CASA 3	\$ 115.000,00
CASA 6	\$ 115.000,00
CASA 7	\$ 115.000,00
DPTO 2	\$ 79.000,00
DPTO 3	\$ 79.000,00
DTPO 4	\$ 84.000,00
DTPO 5	\$ 87.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 789.000,00</b>

- Casas Tipo A

Casa 1

The advertisement for Casa 1 Portho Vanú includes the following information:

- Brand:** ASPEC
- Project Name:** CASA 1
- Status:** Venta (Sale)
- Location:** Conocoto
- Price:** desde \$115,000
- Specifications:** 3 Dorm, 3 Baños, 150 m<sup>2</sup>

Figura 54. CASA 1

Casa 3

**SPEC** CASA 3

Venta

**Casa 3 Portho Vanú**  
Conocoto  
desde \$115,000

3 Dorm 3 Baños  
159 m2

Figura 55. Casa 3

Casa 6

**SPEC** CASA 6

Venta

**Casa 6 Portho Vanú**  
Conocoto  
desde \$115,000

3 Dorm 3 Baños  
154 m2

Figura 56. Casa 6

## Casa 7

**SPEC** CASA 7

**Venta**

LEYENDA  
CANTONAL: 11000  
MUNICIPALIDAD: 11000  
MUNICIPALIDAD: 11000  
MUNICIPALIDAD: 11000  
MUNICIPALIDAD: 11000

LEYENDA  
CANTONAL: 11000  
MUNICIPALIDAD: 11000  
MUNICIPALIDAD: 11000  
MUNICIPALIDAD: 11000  
MUNICIPALIDAD: 11000

LEYENDA  
CANTONAL: 11000  
MUNICIPALIDAD: 11000  
MUNICIPALIDAD: 11000  
MUNICIPALIDAD: 11000  
MUNICIPALIDAD: 11000

**Casa 7 Portho Vanú**  
Conocoto  
desde **\$115,000**

3 Dorm 3 Baños  
150 m<sup>2</sup>

**Figura 57.** Casa 7

- Departamentos Tipo A

## Departamento 5

**SPEC** DEPARTAMENTO 5

**Venta**

LEYENDA  
CANTONAL: 11000  
MUNICIPALIDAD: 11000  
MUNICIPALIDAD: 11000  
MUNICIPALIDAD: 11000  
MUNICIPALIDAD: 11000

**Dpto. 5 Portho Vanú**  
Conocoto  
desde **\$87,000**

3 Dorm 2 Baños  
113 m<sup>2</sup>

**Figura 58.** Departamento 5

- Departamentos Tipo B

Departamento 4



Figura 59. Departamento 4

- Departamento Tipo C

Departamento 2

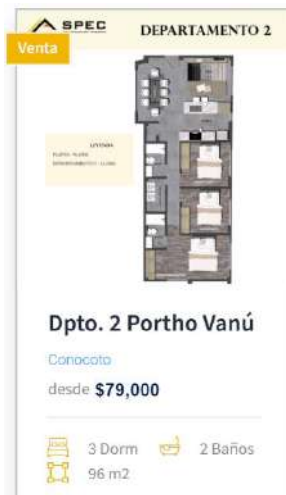


Figura 60. Departamento 2

## Departamento 3



**Figura 61.** Departamento 3

La empresa, habitualmente, completa la venta de sus proyectos en un periodo de 18 meses. Sin embargo, como parte de la estrategia de marketing propuesta, se ha establecido el objetivo de acelerar este proceso de venta de las 4 casas y 4 departamentos, buscando que el proyecto sea vendido en un plazo máximo de 12 meses. Para lograr este objetivo, se debe cumplir con el calendario de actividades propuesto, asegurando una ejecución eficaz y oportuna de cada iniciativa.

El proyecto, con un valor total por vender de \$789,000.00, se plantea con el objetivo de lograr la venta de los inmuebles en un período de 12 meses. Para asegurar el éxito de esta meta, se propone una inversión estratégica de \$15,190.00 para el año 2024. Esta inversión está diseñada para respaldar diversas iniciativas de marketing, promoción y mejoras en la presentación del proyecto, contribuyendo así a aumentar su atractivo y acelerar el proceso de venta.

#### 4.7 Beneficios

$$ROI = [(ingresos - inversión) / inversión]$$

$$ROI = \frac{789,000.00 - 15,190.00}{15,190.00}$$

$$ROI = \$50.94$$

Según el análisis, se ha determinado que, por cada dólar invertido en el plan de marketing, se obtiene un retorno de venta de \$50.94.

Adicionalmente, al utilizar recursos de manera eficiente, reducir residuos, mejorar la calidad del aire interior, promover la eficiencia energética y la conservación del agua, así como fomentar la biodiversidad local, este enfoque contribuye positivamente a la preservación del medio ambiente. Además, al priorizar la durabilidad y longevidad de los materiales, este tipo de diseño no solo beneficia a los ocupantes de los espacios, sino que también reduce la huella ecológica a largo plazo, favoreciendo prácticas más responsables y respetuosas con la naturaleza, con el uso de tecnología y cumpliendo estándares internacionales.

Mejora la calidad de vida de las personas y fortalece la cohesión social. Al priorizar materiales y sistemas que promueven la salud, crear espacios inclusivos, fomentar la interacción comunitaria y educar sobre prácticas sostenibles, este enfoque no solo tiene un impacto positivo en los residentes de los espacios habitacionales, sino que también contribuye a una mayor conciencia ambiental y a la creación de comunidades más saludables y conectadas.

Al priorizar la eficiencia energética, reducir los costos de mantenimiento, aumentar el valor de mercado de las propiedades y potencialmente calificar para incentivos fiscales, este enfoque no solo genera ahorros para los propietarios y residentes, sino que también incrementa la atracción y el valor de los proyectos habitacionales, proporcionando ventajas económicas significativas a lo largo del tiempo.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### Conclusiones

- Quito, como una de las ciudades más prominentes de Ecuador, se convierte en un escenario crucial para la implementación del diseño de interiores sostenible en proyectos habitacionales. Esta propuesta resulta innovadora debido a la escasez de constructoras que aplican este enfoque en la región. Es un hecho poco común encontrar empresas del sector comprometidas con la integración de prácticas de diseño sostenible en sus proyectos residenciales en la ciudad.
- ASPEC se mantiene fiel a su compromiso con su misión, visión y objetivos estratégicos. En cada proyecto que emprenden, la empresa se enfoca en cumplir rigurosamente cada uno de sus objetivos establecidos. Esta dedicación y enfoque constante hacia el logro de sus metas corporativas es un claro reflejo del compromiso arraigado en la cultura organizacional de ASPEC, lo que les ha permitido mantener una trayectoria consistente en la realización exitosa de sus proyectos.
- ASPEC ha encontrado una fortaleza distintiva que se ha convertido en su factor diferenciador en el mercado. Gracias a esta característica única, los clientes han desarrollado una fuerte fidelidad hacia la constructora. Esta fortaleza identificada ha sido clave para generar un vínculo sólido y duradero con la clientela, lo que ha contribuido significativamente al éxito y reconocimiento de ASPEC en la industria de la construcción.
- La propuesta tiene un beneficio económico importante en cuanto al retorno de la inversión en marketing; adicionalmente tiene un impacto de beneficio ambiental y social, debido al uso de tecnología y estándares internacionales en el diseño de interiores sostenible.

- El marketing mix representa una de las estrategias más efectivas para atraer a un mayor número de clientes potenciales. Además, desempeña un papel fundamental al identificar estrategias específicas que contribuyen a la mejora del servicio de venta. Esta metodología no solo busca ampliar la base de clientes, sino que también se enfoca en comprender las necesidades del mercado y desarrollar tácticas que optimicen la calidad y eficiencia en la prestación del servicio de venta.

## **Recomendaciones**

- Para lograr una efectiva implementación del diseño de interiores con tecnología sostenible y estándares internacionales, la empresa debe enfocarse en mejorar las capacitaciones de su principal diseñadora de interiores. Fortalecer las habilidades y conocimientos de esta profesional permitirá una mejor comprensión y aplicación de las últimas tendencias y tecnologías sostenibles en el diseño de interiores. Esto no solo garantizará una ejecución exitosa de proyectos alineados con estándares internacionales, sino que también elevará la calidad y la innovación en los diseños propuestos por la empresa.
- Para fortalecer la gestión comercial, es fundamental mantener una actualización constante de la página web. Esta acción permite mantener la relevancia y la visibilidad en línea de la empresa. Además, una página web actualizada refleja profesionalismo y compromiso con la innovación, elementos clave para generar confianza y atraer nuevos clientes interesados en los proyectos de la empresa.
- Para futuras investigaciones, se recomienda realizar un análisis exhaustivo de los costos y gastos asociados al proceso financiero para implementar el plan de marketing. Este análisis permitirá una comprensión más detallada de los recursos financieros necesarios para ejecutar con éxito las estrategias propuestas en el plan de marketing.
- Es fundamental que la empresa incremente su presencia en las redes sociales, dado que, en la actualidad, los consumidores son altamente influenciados por este medio. La participación en plataformas de redes sociales brinda una oportunidad

invaluable para interactuar directamente con el público objetivo. Al mantener una presencia activa y constante en estas plataformas, la empresa puede compartir información relevante, promociones, novedades sobre proyectos y brindar un servicio más personalizado, lo que puede fortalecer la relación con los clientes existentes y atraer a nuevos clientes interesados en los proyectos habitacionales de la empresa

- Se recomienda a las constructoras que promuevan el uso de materiales sostenibles con la naturaleza y de igual manera que los modelos construcción sea adecuados para la utilización de energías y aprovechamiento de espacios.
- Es importante que la empresa tome en cuenta el plan de marketing para mejorar el rendimiento de ventas y de igual manera su posicionamiento en el mercado
- Debido a que la empresa está implementando la sostenibilidad en diseño de interiores, enfocado en estándares internacionales
- Se recomienda que ASPEC implemente la propuesta dados sus beneficios económicos, sociales y ambientales.

## Bibliografía

- AB Arquitectura. (2023). *Arquitectura sostenible*. Recuperado el 28 de Septiembre de 2023, de Arquitectura sostenible: <https://www.ab-arquitectura.com/>
- Ariaga, L., Avalos, A., & De la Torre, M. (2013). *MARKETING MIX: LA FORTALEZA DE LAS GRANDES EMPRESAS*. Obtenido de MARKETING MIX: LA FORTALEZA DE LAS GRANDES EMPRESAS: <https://www.eumed.net/ce/2012/marketing-mix.pdf>
- Arias, C. (2018). *Marketing verde*. Bogotá: Universidad de los Andes, Centro de Innovación en Tecnología y Educación.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2013). *Fundamentos de marketing*. México: Pearson.
- Belz, F., Peattie, K., & Galí, J. (2013). *Marketing de sostenibilidad: una perspectiva global*. Barcelona: Profit Editorial.
- Cámara de Industrias y Producción. (11 de Julio de 2023). *¿Cómo está la economía actualmente y cómo se proyecta hasta finales de año?* Obtenido de ¿Cómo está la economía actualmente y cómo se proyecta hasta finales de año?: <https://www.cip.org.ec/2023/07/11/como-esta-la-economia-actualmente-y-como-se-proyecta-hasta-finales-de-año/#:~:text=El%20primer%20trimestre%20de%202023,disminución%20del%203%2C4%25>.
- Carbono Neutral. (2020). *Los permisos ambientales en el Ecuador*. Recuperado el 27 de Septiembre de 2023, de Los permisos ambientales en el Ecuador. <https://carbononeutral.com.ec/los-permisos-ambientales-en-el-ecuador/>
- Coba, G. (12 de Marzo de 2022). Al momento de comprar una vivienda, los quiteños prefieren las casas. *Primicias*. Recuperado el 15 de Octubre de 2023, de <https://www.primicias.ec/noticias/economia/preferencias-inmuebles-quito-casas-precios/>
- Coba, G. (13 de Septiembre de 2022). La calidad de vida de los ecuatorianos retrocede una década. *Primicias*. Recuperado el 25 de Septiembre de 2023, de <https://www.primicias.ec/noticias/economia/calidad-vida-ecuatorianos-retroceso-decada/>
- Consejo Metropolitano de Quito. (2003). *Normas de Arquitectura y Urbanismo de Quito*. Quito. Obtenido de [https://www7.quito.gob.ec/mdmq\\_ordenanzas/ordenanzas/ORDENANZAS%20A%C3%91OS%20ANTERIORES/ORD-3457%20-%20NORMAS%20DE%20ARQUITECTURA%20Y%20URBANISMO.pdf](https://www7.quito.gob.ec/mdmq_ordenanzas/ordenanzas/ORDENANZAS%20A%C3%91OS%20ANTERIORES/ORD-3457%20-%20NORMAS%20DE%20ARQUITECTURA%20Y%20URBANISMO.pdf)
- El Universo. (21 de Septiembre de 2023). Censo en Ecuador contó a 16'938.986 personas y muestra que hogares son más pequeños. *El Universo*. Recuperado el 25 de Septiembre de 2023, de <https://www.eluniverso.com/noticias/economia/censo-en-ecuador-conto-a-16938986-personas-y-muestra-que-hogares-son-mas-pequenos-nota/>

- ESPAÑA, B. (7 de Julio de 2022). *La importancia de la estrategia competitiva en la empresa*. Obtenido de La importancia de la estrategia competitiva en la empresa: <https://www.bbva.es/finanzas-vistazo/ef/empresas/estrategia-competitiva.html>
- Facultad de Ciencias Administrativas y Contables. (2022). *Guía De Normas Para La Elaboración De Trabajos De Titulación Integración Curricular*. Quito.
- Fischer, L., & Espejo, J. (2011). *Marketing*. México: McGraw-Hill.
- Fuller, D. (1999). *Sustainable marketing: managerial-ecological-issues*. Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Hanel del Valle, J. (2004). *Análisis Situacional. Modulo*. Mexico D.F: Universidad Autonoma Metropolitana Azcapotzalco. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/48390913.pdf>
- Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos. (21 de Septiembre de 2023). *CENSO ECUADOR*. Recuperado el 25 de Septiembre de 2023, de CENSO ECUADOR: <https://www.censoecuador.gob.ec/>
- Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos. (4 de Agosto de 2023). *INEC publica las cifras de inflación de julio 2023*. Recuperado el 25 de Septiembre de 2023, de INEC publica las cifras de inflación de julio 2023: de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/inec-publica-las-cifras-de-inflacion-de-julio-2023/>
- Kotler, P. (1996). *Dirección de mercadotecnia : análisis, planeación, implementación y control*. Mexico: Prentice-Hall Hispanoamericana.
- Kotler, P., & Keller, K. (2006). *Dirección de Marketing. Duodécima edición*. Mexico: Pearson Educación.
- Lacaton, A., & Vassal, J.-P. (2021). *Lacaton & Vassal: Conoce las obras de los ganadores del Premio Pritzker 2021*. Obtenido de Lacaton & Vassal: Conoce las obras de los ganadores del Premio Pritzker 2021: <https://www.archdaily.co/co/958581/lacaton-and-vassal-conoce-las-obras-de-los-ganadores-del-premio-pritzker-2021>
- Larios-Gómez, E., Hernández, G., & Hernández, E. (2016). Comportamiento de consumo y marketing sustentable en México. *Caderno Profesional de Marketing - UNIMEP*, 4(2), 18-37.
- Licari, S. (30 de Enero de 2022). *ANÁLISIS PESTEL: QUÉ ES, CÓMO SE HACE Y EJEMPLOS ÚTILES*. Obtenido de ANÁLISIS PESTEL: QUÉ ES, CÓMO SE HACE Y EJEMPLOS ÚTILES: <https://www.grandespymes.com.ar/2022/01/30/analisis-pestel-que-es-como-se-hace-y-ejemplos-utiles/>
- Malhotra, N. (1999). *Marketing research an applied orientation*. Nueva Jersey: Prendice Hall.
- Moxon, S. (2012). *Sostenibilidad en el interiorismo*. Barcelona: Art Blume.

- Muñiz, L. (2009). *Control presupuestario: Planificación, elaboración, implantación y seguimiento del presupuesto*. Barcelona: Bresca Editorial. Obtenido de <https://books.google.com.co>
- Muñiz, R. (septiembre de 2014). *Marketing en el siglo XXI*. Obtenido de Etapas del plan de marketing: <https://www.marketing-xxi.com/etapas-del-plan-de-marketing-136.htm>
- PlanRadar. (30 de Agosto de 2023). *Las tecnologías más innovadoras de la construcción en 2023*. Recuperado el 26 de Septiembre de 2023, de Las tecnologías más innovadoras de la construcción en 2023: <https://www.planradar.com/es/innovacion-construccion/>
- Sevilla Arias, A. (5 de Julio de 2022). *Rentabilidad. Economipedia*. Obtenido de Rentabilidad. Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/rentabilidad.html>
- Tapia, E. (10 de Julio de 2023). Tasas de interés para los ahorros a plazo superan el 7% anual. *Primicias*. Recuperado el 25 de Septiembre de 2023, de <https://www.primicias.ec/noticias/economia/tasas-interes-ahorro-depositos-plazo-record/#:~:text=En%20julio%20de%202023%2C%20la,de%205%2C6%25%20anual>
- The green side of pink. (21 de Junio de 2021). *Sostenibilidad en el Diseño de Interiores*. Recuperado el 27 de Septiembre de 2023, de Sostenibilidad en el Diseño de Interiores: <https://www.thegreensideofpink.com/disenio/de-interiores/2021/sostenibilidad-en-el-diseno-de-interiores/?lang=es>
- Thompson, A., & Strikland, K. (1998). *Dirección y administración estratégicas. Conceptos, casos y lecturas*. México: MacGraw-Hill Interamericana.
- Unidas, O. d. (2017). *OBJETIVOS de desarrollo sostenible*. Obtenido de OBJETIVOS de desarrollo sostenible: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/development-agenda/>
- Vignolo, E. (2022). *Interiorismo sostenible: Lo que puedes hacer y por qué es importante*. Barcelona: ESDESIGN.
- Wikipedia. (12 de septiembre de 2023). *Análisis Porter de las cinco fuerzas*. Obtenido de Análisis Porter de las cinco fuerzas: [https://es.wikipedia.org/wiki/Análisis\\_Porter\\_de\\_las\\_cinco\\_fuerzas](https://es.wikipedia.org/wiki/Análisis_Porter_de_las_cinco_fuerzas)

## ANEXOS

### ANEXO A. ENTREVISTAS

A1. Link de la entrevista al Ing. Juan Carlos Pérez

[https://puceeduecmy.sharepoint.com/:v:/g/personal/nlleon\\_puce\\_edu\\_ec/EYyuhYcX17IKjNZDoxXYEEwBS7REiZbqjf9405QrOA2hwQ?e=bnPwf8&nav=eyJyZWZlcnJhbEluZm8iOnsicmVmZXJyYWxBcHAiOiJTdHJlYW1XZWJBcHAiLCJyZWZlcnJhbFZpZXciOiJTaGFvZURpYWxvZy1MaW5rIiwicmVmZXJyYWxBcHBQbGF0Zm9ybSI6IldlYiIsInJlZmVycmFsTW9kZSI6InZpZXcifX0%3D](https://puceeduecmy.sharepoint.com/:v:/g/personal/nlleon_puce_edu_ec/EYyuhYcX17IKjNZDoxXYEEwBS7REiZbqjf9405QrOA2hwQ?e=bnPwf8&nav=eyJyZWZlcnJhbEluZm8iOnsicmVmZXJyYWxBcHAiOiJTdHJlYW1XZWJBcHAiLCJyZWZlcnJhbFZpZXciOiJTaGFvZURpYWxvZy1MaW5rIiwicmVmZXJyYWxBcHBQbGF0Zm9ybSI6IldlYiIsInJlZmVycmFsTW9kZSI6InZpZXcifX0%3D)

A2. Link de la entrevista a la Arq. Dennise Alvarado

[https://puceeduecmy.sharepoint.com/:u:/g/personal/nlleon\\_puce\\_edu\\_ec/EaOxAtEnbBPo\\_zC42O7cc0BG-3yw\\_v2m5Ry3AQjGkQdbA?nav=eyJyZWZlcnJhbEluZm8iOnsicmVmZXJyYWxBcHAiOiJPbmVEcmI2ZUZvckJlc2luZXNzIiwicmVmZXJyYWxBcHBQbGF0Zm9ybSI6IldlYiIsInJlZmVycmFsTW9kZSI6InZpZXciLCJyZWZlcnJhbFZpZXciOiJNeUZpbGVzTGlua0NvcHkifX0&e=qmceCl](https://puceeduecmy.sharepoint.com/:u:/g/personal/nlleon_puce_edu_ec/EaOxAtEnbBPo_zC42O7cc0BG-3yw_v2m5Ry3AQjGkQdbA?nav=eyJyZWZlcnJhbEluZm8iOnsicmVmZXJyYWxBcHAiOiJPbmVEcmI2ZUZvckJlc2luZXNzIiwicmVmZXJyYWxBcHBQbGF0Zm9ybSI6IldlYiIsInJlZmVycmFsTW9kZSI6InZpZXciLCJyZWZlcnJhbFZpZXciOiJNeUZpbGVzTGlua0NvcHkifX0&e=qmceCl)

A3. Link de la entrevista al Eco. Rodrigo Mena

[https://puceeduecmy.sharepoint.com/:u:/r/personal/nlleon\\_puce\\_edu\\_ec/Documents/Rodrigo%20Mena.mp3?csf=1&web=1&nav=eyJyZWZlcnJhbEluZm8iOnsicmVmZXJyYWxBcHAiOiJPbmVEcmI2ZUZvckJlc2luZXNzIiwicmVmZXJyYWxBcHBQbGF0Zm9ybSI6IldlYiIsInJlZmVycmFsTW9kZSI6InZpZXciLCJyZWZlcnJhbFZpZXciOiJNeUZpbGVzTGlua0NvcHkifX0&e=IIRgl0](https://puceeduecmy.sharepoint.com/:u:/r/personal/nlleon_puce_edu_ec/Documents/Rodrigo%20Mena.mp3?csf=1&web=1&nav=eyJyZWZlcnJhbEluZm8iOnsicmVmZXJyYWxBcHAiOiJPbmVEcmI2ZUZvckJlc2luZXNzIiwicmVmZXJyYWxBcHBQbGF0Zm9ybSI6IldlYiIsInJlZmVycmFsTW9kZSI6InZpZXciLCJyZWZlcnJhbFZpZXciOiJNeUZpbGVzTGlua0NvcHkifX0&e=IIRgl0)

A4. Link de la entrevista a Especialista en Diseño de Interiores

[Sol Moran.mp3](#)

## **ANEXO B. ENCUESTA**

Link del formulario de encuesta <https://forms.gle/UcxgNWLupvaMaTCGA>