



PROYECTO DE TITULACIÓN:

**ALTERNATIVAS DE MEJORA EN PRODUCTOS INMOBILIARIOS
DEL CANTON DAULE DESDE UN ENFOQUE DE GENERACIÓN DE
VALOR PARA LA FIJACION DE PRECIOS**

Previa la obtención del Título de:

MAGÍSTER EN ECONOMÍA Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

Presentado por:

**JOHANNA EMPERATRIZ ORDOÑEZ MEJIA
ALEXANDRA NATHALIA PAREDES QUINTERO**

Guayaquil – Ecuador

2026

AGRADECIMIENTO

Agradezco profundamente a mi esposo y a mi hija por su amor, por su paciencia y por acompañarme con firmeza en cada desafío. Su apoyo ha sido fundamental para mantenerme enfocada y avanzar con determinación hacia mis objetivos.

Johanna Ordóñez Mejía

Infinitas gracias a Dios, por guiarme, darme fortaleza y permitirme culminar esta meta. A mi familia en general, por su apoyo incondicional, amor y paciencia en cada etapa de este proceso.

A mi Alma Máter, ESPOL, que me ha acogido durante todo este recorrido de formación profesional y a cada uno de sus docentes, tutor y coordinadora de maestría, por compartir sus conocimientos y guía a lo largo de este camino académico.

Alexandra Paredes Quintero

DEDICATORIA

Dedicado a Dios, por ser mi fortaleza constante; y a Rosario Enid, por ser mi mayor ejemplo de vida y la inspiración que guía mi camino.

Johanna Ordóñez Mejía

Dedico esta tesis con todo mi amor a mis hijos Emilio, Martín y Sebastián, quienes son mi mayor fuente de inspiración, fortaleza y motivo para perseverar. Cada logro alcanzado también les pertenece, porque su amor, paciencia y alegría me impulsaron a seguir adelante incluso en los momentos más difíciles.

Alexandra Paredes Quintero

COMITÉ DE EVALUACIÓN

Ronald Enrique Campoverde Aguirre, PhD
Tutor del Proyecto

Katia Rodríguez Morales
Evaluador 1

Mary Jovanna Rivadeneira Morales
Evaluador 2

DECLARACIÓN EXPRESA

Nosotras, Johanna Emperatriz Ordóñez Mejía y Alexandra Nathalia Paredes Quintero acordamos y reconocemos que: La titularidad de los derechos patrimoniales de autor (derechos de autor) del proyecto de graduación corresponderá al autor o autores, sin perjuicio de lo cual la ESPOL recibe en este acto una licencia gratuita de plazo indefinido para el uso no comercial y comercial de la obra con facultad de sublicenciar, incluyendo la autorización para su divulgación, así como para la creación y uso de obras derivadas. En el caso de usos comerciales se respetará el porcentaje de participación en beneficios que corresponda a favor del autor o autores. El o los estudiantes deberán procurar en cualquier caso de cesión de sus derechos patrimoniales incluir una cláusula en la cesión que proteja la vigencia de la licencia aquí concedida a la ESPOL.

La titularidad total y exclusiva sobre los derechos patrimoniales de patente de invención, modelo de utilidad, diseño industrial, secreto industrial, secreto empresarial, derechos patrimoniales de autor sobre software o información no divulgada que corresponda o pueda corresponder respecto de cualquier investigación, desarrollo tecnológico o invención realizada por mí/nosotros durante el desarrollo del proyecto de graduación, pertenecerán de forma total, exclusiva e indivisible a la ESPOL, sin perjuicio del porcentaje que me/nos corresponda de los beneficios económicos que la ESPOL reciba por la explotación de mi/nuestra innovación, de ser el caso.

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

Guayaquil, Enero 27 del 2026.

Johanna Emperatriz Ordóñez
Mejía

Alexandra Nathalia Paredes
Quintero

Alternativas de mejora en productos inmobiliarios del Cantón Daule desde un enfoque de generación de valor para la fijación de precios

Johanna Emperatriz ORDOÑEZ MEJIA y Alexandra Nathalia PAREDES QUINTERO

Palabras claves:
Valor percibido,
atributos del
inmueble,
innovación
mobiliaria,
seguridad, fijación
de precios.

Resumen: El presente caso de negocio tiene como propósito determinar la alternativa más efectiva para incrementar el valor de los bienes inmuebles en el cantón Daule, mediante un análisis financiero y estratégico basado en la metodología Harvard. El estudio, desarrollado junto a *La Compañía*, evaluó tres opciones orientadas a elevar la percepción de valor, mejorar la rentabilidad y reforzar la posición competitiva de los proyectos habitacionales. Los resultados identificaron que el fortalecimiento de la seguridad constituye el atributo más determinante para generar confianza en los compradores, mejorar la reputación del proyecto y diferenciarlo en el mercado. La propuesta contempla un plan de implementación gradual acompañado de una matriz de riesgos que asegure sostenibilidad y eficiencia operativa. El análisis financiero evidenció una rentabilidad superior al costo promedio ponderado de capital (WACC), lo que confirma la viabilidad económica de la iniciativa. En conjunto, la propuesta impulsa la valorización de los activos inmobiliarios y consolida un modelo de gestión enfocado en la creación de valor, la innovación y la satisfacción del cliente.

Códigos JEL: M10; M20; R30; R39

Key Words:
Perceived value,
property attributes,
real estate
innovation, security,
pricing.

Abstract: The present business case aims to determine the most effective alternative to increase the value of real estate assets in the Daule canton through a financial and strategic analysis based on the Harvard methodology. The study, developed in collaboration with *La Compañía*, evaluated three options focused on enhancing perceived value, improving profitability, and strengthening the competitive position of housing projects. The results identified that strengthening security is the most decisive attribute for generating buyer confidence, improving the project's reputation, and achieving market differentiation. The proposal includes a gradual implementation plan supported by a risk matrix to ensure sustainability and operational efficiency. The financial analysis showed a profitability rate higher than the weighted average cost of capital (WACC), confirming the economic feasibility of the initiative. Overall, the proposal enhances the value of real estate assets and consolidates a management model centered on value creation, innovation, and customer satisfaction.

1. Definición de oportunidad

En Ecuador, durante las últimas décadas del siglo XX y a comienzos del XXI, se vivió una transición urbana significativa con el crecimiento demográfico en ciudades principales, la migración interna desde zonas rurales hacia centros urbanos, y una demanda creciente de vivienda formal con servicios, infraestructura y calidad de vida. Las políticas públicas de vivienda, junto con el surgimiento del crédito habitacional y la creciente inversión privada, generaron un mercado inmobiliario diversificado, desde viviendas sociales hasta desarrollos más sofisticados en ciudades como Quito, Guayaquil, Cuenca. A mediados de los 90 y especialmente tras el cambio de siglo, las urbanizaciones empezaron a entrar a nuevas zonas periféricas de las grandes ciudades, gracias al mejoramiento de accesos viales, expansión de servicios públicos, y una creciente densificación urbana (Osorio, 2013).

En ese marco, la expansión de Guayaquil se convirtió en un referente para entender cómo las regiones urbanas absorbían territorios vecinos como Samborondón, Daule, Salitre y La Puntilla. Conforme Guayaquil se fue consolidando como centro económico, cultural y de servicios, muchas familias comenzaron a buscar alternativas residenciales fuera del núcleo urbano, donde los precios fueran más accesibles y la calidad de vida más tranquila, percibida como mejor entorno, mayor seguridad, mejores espacios abiertos.

En este proceso, la parroquia La Aurora, perteneciente al cantón Daule, se consolidó como un actor central en el desarrollo urbano. Murillo (2025) destaca que la parroquia La Aurora, en el cantón Daule, ha sido uno de los territorios con mayor dinamismo urbanístico en la última década. Su análisis evidencia que el proceso de expansión no solo responde al crecimiento poblacional, sino también a la consolidación de un nuevo eje económico y residencial vinculado al área metropolitana de Guayaquil.

El autor señala que la transformación de La Aurora ha implicado la sustitución progresiva de zonas agrícolas por urbanizaciones planificadas, lo que ha generado oportunidades económicas, pero también retos en materia de movilidad, planificación territorial y sostenibilidad ambiental. Tal cual como indica el Diario El Universo la parroquia experimentó un notable proceso de urbanización tanto en su población como en su actividad comercial, lo que propició un acelerado crecimiento de las urbanizaciones en la zona. Mientras que en 2010 tenía alrededor de 25.000 habitantes, para 2014 ya había superado los 52.000, y para 2022 alcanzó unos 115.000 habitantes, como se muestra en la Figura 1, lo que equivale a un crecimiento del más del 300% (INEC, 2023).



Figura 1. Vista aérea de la parroquia La Aurora. Nota: Tomada del Diario El Universo.

Una de las piezas clave en este crecimiento ha sido La Joya, junto con otras urbanizaciones como Villa Club, Villa Italia, La Rioja, entre otras. Desde aproximadamente 2004 se empezaron a ejecutar cerca de 25 proyectos inmobiliarios orientados al estrato medio en La Aurora, lo que marcó un punto de inflexión en la densidad urbana y en las expectativas de los compradores (Ward, Jiménez Huerta, & Di Virgilio, 2015). La urbanización La Joya creció por etapas, incorporando servicios progresivamente: calles pavimentadas, seguridad privada, amenidades comunes, colegios cercanos, plazas comerciales, lo que hizo que el sector dejara de ser únicamente un lugar de paso para convertirse en una zona residencial de demanda permanente (Klaufus, 2012).

El desarrollo comercial acompañó este auge residencial. Plazas como, La Piazza de Villa Club, La Piazza de La Joya, Avalon Plaza, Plaza Design, Riocentro El Dorado, entre otras, fueron construidas para dar servicios cercanos a los habitantes que ya no deseaban desplazamientos largos para sus compras, ocio o salud. En paralelo, la infraestructura vial y los servicios públicos comenzaron a recibir mayor atención tanto en la planificación del acceso, mejoras en vías principales, puente con conexión a Guayaquil, mejoras en aceras y ciclovías.

Desde el 2020-2025, la Aurora ha tenido un ritmo de construcción estimado en unas 3.000 viviendas nuevas por año, y los predios registrados en catastro alcanzan unos 45.000. Se proyecta que la población pueda llegar a unos 150.000 habitantes próximamente. Esto ha provocado que este sector sea atractivo para nuevos desarrollos como LifeTown Centro Médico, o Millenium Garden, proyectos que integran el concepto de vivienda y comercio, fortaleciendo así, los atributos de valor del sector residencial (Acosta, 2025).

Para comprender cómo los diferentes atributos de las viviendas impactan en la percepción de valor de los compradores, se propone un enfoque centrado en la generación de valor agregado, considerando tanto las características físicas de las viviendas como los servicios y la infraestructura del entorno urbano. Este enfoque permite analizar de manera integral qué elementos incrementan la satisfacción del cliente y cómo pueden influir en la fijación de precios de manera competitiva y sostenible. (Mendieta Rubio & Ullauri Ulloa, 2015).

Aplicando este enfoque en Daule, como lo menciona (Méndez López, 2015) nos indica que éste enfoque permitirá a promotoras y compradores identificar los atributos que generan mayor valor percibido, diferenciando entre zonas y tipos de proyecto, y facilitando el diseño de productos inmobiliarios más competitivos y ajustados a la demanda del mercado.

Para esto se realizó una investigación exploratoria con el objetivo de evaluar los aspectos que influyen en la decisión de compra y obtener una comprensión más precisa de las percepciones y prioridades de los compradores de vivienda en el cantón Daule. Este enfoque permitió analizar las valoraciones de los residentes respecto a los atributos del inmueble, su nivel de satisfacción con la vivienda adquirida y las expectativas de valor agregado en futuros proyectos inmobiliarios.

En este contexto, se aplicó una encuesta a 50 residentes de distintas urbanizaciones del sector, seleccionados mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia, considerando la accesibilidad a los participantes y su experiencia directa como propietarios o residentes. El tamaño de la muestra se definió en función del carácter exploratorio del estudio, priorizando la identificación de patrones y tendencias relevantes sobre la generalización estadística de los resultados, criterio ampliamente utilizado en estudios de caso y análisis de mercados inmobiliarios locales (Rivera Cárdenas E. X., 2024).

En el Apéndice C se detalla el cuestionario aplicado, que incluye preguntas relacionadas con precio, ubicación, seguridad, calidad de los acabados, tamaño de la vivienda y amenidades del entorno. En el Apéndice D se presentan los resultados estadísticos obtenidos, los cuales permiten observar con mayor claridad las tendencias y patrones de opinión entre los encuestados, ofreciendo una base empírica que contribuye al análisis de las alternativas de mejora y de generación de valor en los productos inmobiliarios del cantón Daule.

Los resultados de la encuesta revelan que los compradores de vivienda en Daule, en su mayoría adultos entre 45 y 54 años con más de seis años de residencia, valoran principalmente el precio, la ubicación y la seguridad al tomar decisiones de compra. Aunque muchos consideran que el precio pagado fue justo o algo alto, existe una percepción mixta sobre la relación calidad-precio, con niveles de satisfacción medios a altos. Más del 60% de los encuestados estaría dispuesto a pagar un poco más si se ofrecieran atributos adicionales como mejor diseño, seguridad o servicios integrados.

Además, (Rojas Delgado, 2025) menciona en su tesis, aunque es un estudio para la ciudad de Cuenca señala que la asequibilidad se encuentra comprometida y se identifican oportunidades claras en la demanda de viviendas como lo es en el sector de Daule, viviendas más amplias, seguras, asequibles y con mejor relación precio-calidad, lo que sugiere un espacio para el desarrollo de proyectos más alineados con las expectativas reales del mercado.

Los hallazgos obtenidos en la investigación primaria se resumen en la Tabla 1.

Tabla 1

Comparación entre percepciones y hallazgos de la investigación

Generalmente se cree que:	Pero Resulta que:
El precio está determinado principalmente por el costo de los materiales.	El costo de la mano de obra tiene una mayor influencia en el precio final.
En la decisión de compra, el precio tiene más peso que otros factores.	El entorno, especialmente la seguridad, incide fuertemente en la decisión de compra.
Los precios pactados pueden variar entrega la reserva y la entrega.	En precio se mantiene estable cuando la promotora del proyecto gestiona adecuadamente la información de riesgo.
Las promotoras inmobiliarias se enfocan en la rentabilidad por proyecto.	Hay más impacto en la rentabilidad del portafolio de todos los proyectos.

En conclusión, los resultados del presente estudio pueden ser comprendidos dentro de una discusión más amplia sobre el pricing basado en valor en los mercados inmobiliarios. Los hallazgos evidencian que los precios de las viviendas no responden únicamente a los costos de construcción o a factores físicos del inmueble, sino que están fuertemente influenciados por el valor percibido por los compradores, particularmente en relación con la percepción de seguridad, la calidad del entorno urbano y la ubicación. Esta dinámica es consistente con lo observado en mercados inmobiliarios a nivel nacional y regional, donde los proyectos situados en zonas percibidas como más seguras y con mejores condiciones urbanas logran posicionarse con precios superiores, incluso frente a inmuebles técnicamente similares.

En este sentido, la percepción de seguridad se convierte en un elemento clave de competitividad inmobiliaria, ya que los desarrolladores y comercializadores que ofrecen proyectos en entornos urbanos más atractivos y seguros pueden aplicar estrategias de pricing basadas en valor, diferenciándose de la competencia y capturando una mayor disposición a pagar por parte de los consumidores. Por tanto, los hallazgos de esta investigación no solo describen una realidad local, sino que reflejan una tendencia estructural en los mercados inmobiliarios contemporáneos, donde la seguridad urbana y el valor percibido se han consolidado como factores determinantes en la formación de precios y en la dinámica competitiva del sector (Zeithaml, 1988).

Con el objetivo de analizar las características y atributos ofrecidos por distintas promotoras inmobiliarias en el cantón Daule, se presenta a continuación la Tabla 2, la cual detalla un *checklist* comparativo de tres proyectos representativos, tales como Cimabela, Vilanova y Casa Laguna. Esta comparación permite identificar de manera clara y visual los elementos incluidos en las viviendas y urbanizaciones de cada promotora, tales como áreas sociales, seguridad, amenidades, número de habitaciones y opciones de financiamiento, entre otros. La información fue obtenida directamente de los catálogos y sitios web oficiales de cada promotora, lo que garantiza la veracidad de los datos. La Tabla 2 sirve como base para comprender las ofertas disponibles en el mercado y analizar qué atributos generan mayor valor percibido para los compradores en el sector residencial de Daule (Saltos, 2023).

Tabla 2

Checklist de características de viviendas ofrecidas por promotoras en Daule

Atributo / urbanización	Cimabela	Vilanova	Casa laguna	La Rioja
Casas unifamiliares	✓	✓	✓	✓
Departamentos	✗	✓	✗	✗
Piscina	✓	✓	✓	✓
Cancha de fútbol	✓	✓	✓	✓
Cancha de pádel	✓	✗	✗	✗
Parque infantil	✓	✓	✓	✓
Áreas verdes	✓	✓	✓	✓
Áreas sociales / club social	✓	✓	✓	✓
Seguridad privada 24h	✓	✓	✓	✓
Garita de ingreso / control	✓	✓	✓	✓
Cableado subterráneo	✓	✓	✓	✓
Número de habitaciones	3-4	2-4	3-4	3-4
Número de baños	2-4.5	2-4.5	3	3-4.5
Estacionamientos	1-2	1-2	1-2	1-2
Financiamiento disponible	✓	✓	✓	✓
Precios aproximados (\$)	Desde \$109,230	Desde \$150,000	Desde \$117,456	Desde \$110.000

Fuente: Elaboración propia en base a la información obtenida de los sitios web oficiales de las promotoras inmobiliarias: Cimabela (<https://cimabela.ec>), Vilanova (<https://vilanova.com.ec>), Casa Laguna (<https://casalaguna.com.ec>) y La Rioja (<https://larioja.ec>). La información presentada corresponde a los atributos, amenidades y características de las viviendas disponibles al momento de la consulta, según los catálogos digitales y fichas técnicas publicadas por cada promotora.

Para fines de este estudio y por motivos de confidencialidad, la empresa analizada será referida como ‘La Compañía’¹. Se trata de una promotora inmobiliaria con amplia trayectoria en el desarrollo de proyectos residenciales en el cantón Daule, reconocida por su capacidad de planificación y ejecución de urbanizaciones de mediano y alto nivel. ‘La Compañía’ se ha destacado por su enfoque en la calidad de construcción, la incorporación de servicios complementarios y la atención a las necesidades de los compradores, aunque enfrenta desafíos similares a los del sector en general, tales como la gestión de costos, la fijación de precios competitivos y la identificación de atributos que maximicen el valor percibido de sus productos. Este análisis permite examinar, desde un caso real, cómo una promotora puede implementar estrategias de mejora y generación de valor en un mercado en constante transformación.

Frente a este escenario, el caso de negocio Harvard plantea la siguiente pregunta como eje del estudio:

¿Cuál es la mejor alternativa de mejora en los productos inmobiliarios del cantón Daule que permitan maximizar el valor percibido por los compradores, fortaleciendo al mismo tiempo la competitividad y rentabilidad de las promotoras en un mercado en crecimiento y cada vez más exigente?

Este enfoque permite centrar el análisis en la generación de valor agregado a través de atributos diferenciadores, considerando tanto la perspectiva de los desarrolladores como la de los clientes, y sirviendo como base para proponer estrategias de diseño, comercialización y fijación de precios más eficientes y sostenibles.

1.1 Identificación de objetivos y métricas.

Con el fin de dar respuesta al problema identificado y orientar las alternativas de solución hacia la generación de valor en los proyectos inmobiliarios del cantón Daule, en este capítulo se establecen los objetivos estratégicos que guiarán el caso de negocio, centrados en la promotora inmobiliaria del sector, que en adelante se denominará ‘La Compañía’. Estos objetivos buscan alinear las acciones de la promotora con las necesidades del mercado y las expectativas de los compradores, fortaleciendo su competitividad, la percepción de valor de sus proyectos y la sostenibilidad financiera de sus desarrollos.

En este contexto, se identifican los siguientes objetivos:

1. Diseñar productos inmobiliarios con valor diferenciado.
Incorporando atributos que los compradores perciban como relevantes, incrementando la competitividad y el atractivo de los proyectos.
2. Mejorar la transparencia y comunicación del valor.
Proporcionando información clara y estandarizada sobre los atributos y beneficios de los inmuebles, reduciendo incertidumbre y facilitando la decisión de compra.
3. Mejorar la experiencia del cliente mediante renders y simulaciones.

¹ ‘La Compañía’ nombre ficticio por temas de confidencialidad.

A través de la elaboración de renders y simulaciones que permitan visualizar distintas alternativas de diseño, acabados y distribución, para facilitar la toma de decisiones de los compradores, ofreciendo una experiencia personalizada que incremente la percepción de valor.

4. Integrar en la fijación del precio las mejoras que aumenten la percepción de valor del cliente, asegurando al mismo tiempo la sostenibilidad y rentabilidad del proyecto.

Para cada objetivo, se propone una métrica sencilla que permita evaluar su cumplimiento de forma práctica y orientada a resultados, como se muestra en la Tabla 3.

Tabla 3
Objetivos y métricas

Objetivo	Métrica
Diseñar productos inmobiliarios con valor diferenciado	Número de proyectos inmobiliarios que incorporan los atributos de valor aumentado
Mejorar la transparencia y comunicación del valor	Nivel de satisfacción del cliente (encuesta)
Mejorar la experiencia del cliente mediante renders y simulaciones	Porcentaje de clientes que utilizan los renders o simulaciones en su proceso de decisión de compra
Integrar en la fijación del precio las mejoras que aumenten la percepción de valor del cliente	Margen bruto esperado

Estos indicadores permiten evaluar de forma integral el impacto de las estrategias orientadas a fortalecer la propuesta de valor inmobiliaria, garantizando que cada proyecto no solo destaque por su diferenciación, sino también por la satisfacción y percepción positiva del cliente frente a la oferta.

2. Generación de Alternativas

En esta sección se presentan las alternativas de análisis obtenidas mediante un enfoque colaborativo, basado en la aplicación de un método directo que consideró la participación de funcionarios clave de la promotora inmobiliaria. Para la recolección de información se utilizó un cuestionario autoadministrado, enviado por correo electrónico, a los siguientes cargos: director de proyectos, gerente de planificación, jefe de ventas y jefe de presupuestos, quienes aceptaron participar de manera voluntaria.

La selección de estos entrevistados se realizó bajo un criterio intencional de expertos, dado que sus funciones y experiencia les permiten intervenir directamente en los procesos de diseño del producto inmobiliario, planificación del proyecto, fijación de precios, control de costos y estrategias de comercialización, aportando información relevante y estratégica para la identificación de alternativas de mejora alineadas con la generación de valor y la competitividad del proyecto.

El cuestionario tuvo carácter confidencial y proporcionó instrucciones claras sobre la forma de respuesta. Su objetivo fue identificar los factores que los compradores consideran más relevantes al momento de adquirir una vivienda, las fortalezas y debilidades de los proyectos actuales, los atributos que generan mayor valor, las tendencias recientes observadas en el mercado inmobiliario de Daule, así como las posibles acciones o mejoras que podrían incrementar la competitividad y el valor percibido de los proyectos.

Una vez recopiladas las respuestas, se empleó inteligencia artificial Chat GPT 5 (ver *prompt* en el Apéndice E) para codificar y sintetizar la información, lo que permitió identificar patrones comunes y generar las alternativas de solución que se presentan a continuación.

Las alternativas obtenidas de las entrevistas fueron las siguientes:

1. Fortalecimiento de la Seguridad

Implementar mejoras visibles en accesos, vigilancia, iluminación y control interno para reforzar la percepción de seguridad en el cliente, elemento clave en la decisión de compra.

2. Optimización del Acceso Vial y Conectividad

Potenciar el valor de la ubicación mediante acciones urbanísticas (iluminación, señalización, pavimentación interna) y una mejor comunicación de los accesos estratégicos.

3. Rediseño de Áreas Sociales con Enfoque Funcional

Modernizar o incluir áreas sociales adaptadas a las necesidades diarias (coworking, gimnasios básicos, juegos infantiles, zonas para mascotas), que eviten desplazamientos adicionales.

4. Ajuste de Precios y Configuraciones según Perfil de Cliente

Ofrecer distintos paquetes de vivienda (básico, intermedio, premium) con escalas de precio y acabados adaptados al poder adquisitivo de distintos segmentos.

5. Refuerzo del Diseño Aspiracional del Producto

Aprovechar el diseño arquitectónico como atributo emocional, destacando su estética, distribución y acabados en las campañas y experiencia de venta.

6. Distribución Interior Optimizada y Sensación de Amplitud

Mejorar el uso del espacio en viviendas sobre lotes pequeños, incorporando elementos como techos altos, ventanas grandes y *layouts* funcionales.

7. Incorporación de Acabados Estándar de Mayor Valor

Incluir de forma base acabados que antes eran opcionales (porcelanato, mesones, grifería premium), para elevar el valor percibido sin afectar la rentabilidad.

8. Actualización de Detalles de Diseño y Estética

Modernizar materiales, texturas, iluminación y acabados interiores para mantener el producto atractivo frente a la competencia más reciente.

9. Experiencia Inmersiva en Visitas a Obra

Mejorar el recorrido del cliente en la etapa de preventa y visita a obra, con acompañamiento personalizado, espacios piloto acondicionados y activación emocional del producto.

10. Comunicación Estratégica de Plusvalía por Comercio Cercano

Resaltar el crecimiento de áreas comerciales del entorno como elemento de valorización futura del bien inmueble.

11. Reforzamiento del Plan Maestro Urbano del Proyecto

Gestionar mejoras estructurales (doble vía, iluminación pública, paisajismo) en las urbanizaciones para consolidar el valor del entorno desde el primer día.

12. Comparativo de Valor por m² Frente a la Competencia

Descripción: Desarrollar una estrategia comercial que justifique el precio en función del valor agregado, no solo del metraje, frente a proyectos similares.

Dentro del proceso de exploración y priorización, para definir las alternativas más relevantes para el presente caso de negocio, se empleó dos fuentes de análisis:

- El Diagrama de Afinidad, que permitió agrupar temáticamente las ideas y detectar patrones comunes en torno a la generación de valor.

Diagrama de Afinidad – Alternativas de Mejora Estratégica



Figura 2. Diagrama de Afinidad

- La matriz de impacto – esfuerzo, en la que se evaluaron las propuestas según su impacto en la percepción del cliente y el esfuerzo económico estimado.

Matriz Impacto al Cliente – Esfuerzo Económico

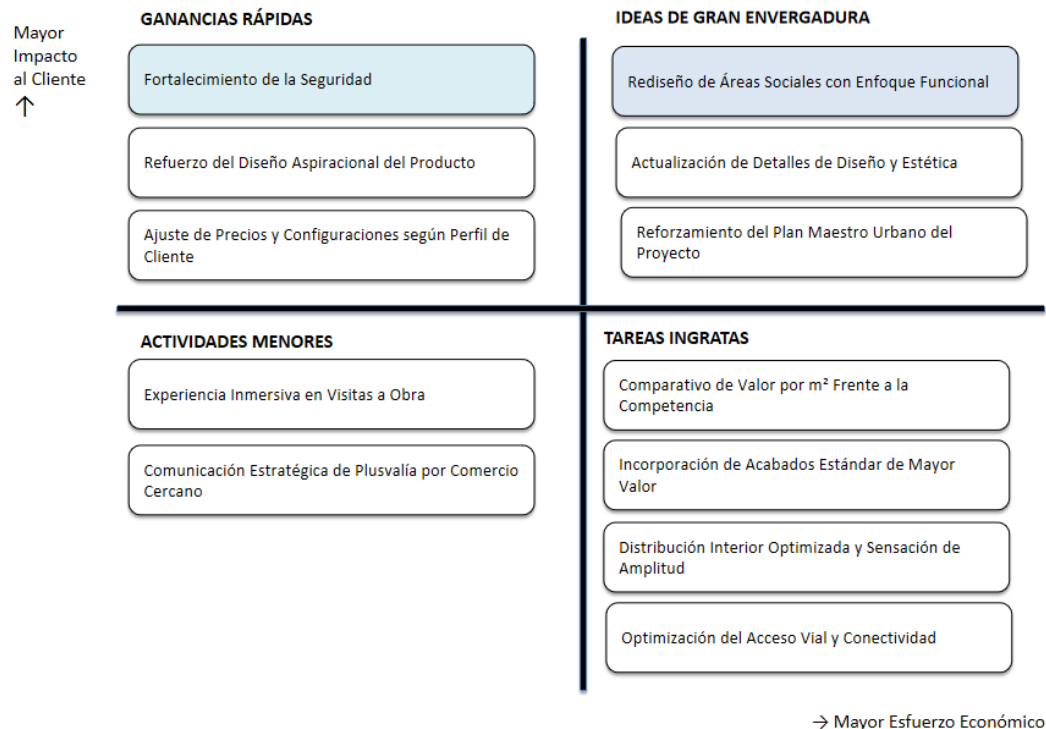


Figura 3. Matriz impacto cliente

Tras cruzar estos insumos, se priorizaron las siguientes tres alternativas por su alto impacto estratégico, viabilidad operativa y alineación con las necesidades actuales del mercado inmobiliario de Daule:

Alternativa 1: Fortalecimiento de la Seguridad

Considerada por todos los entrevistados como un atributo clave en la decisión de compra, la seguridad representa un elemento diferenciador central. Esta alternativa busca reforzar tanto la infraestructura como la percepción de protección en los proyectos inmobiliarios, mediante intervenciones tangibles (iluminación, cerramiento, vigilancia) y comunicación efectiva de los sistemas implementados.

Alternativa 2: Rediseño de Áreas Sociales con Enfoque Funcional

Planteadas como prioridad desde el área comercial, estas propuestas apuntan a adaptar las áreas comunes a las nuevas dinámicas sociales y estilos de vida. Incluir espacios como *coworking*, zonas *pet-friendly* o gimnasios compactos permite elevar el valor percibido sin incrementar significativamente los costos de construcción, posicionando al proyecto como moderno y funcional.

Alternativa 3: Mantener las prácticas y características actuales de los productos inmobiliarios (*statu quo*)

Esta alternativa consiste en conservar el modelo actual de desarrollo, comercialización y gestión de los proyectos inmobiliarios de la promotora, sin realizar modificaciones en los atributos del producto, procesos de diseño ni estrategias de fijación de precios. Bajo esta opción, la empresa continúa aplicando sus prácticas vigentes, con los mismos estándares constructivos, distribución de áreas y propuesta de valor ofrecida al cliente.

3. Análisis de Alternativas

En la presente sección se desarrolla el análisis estratégico y financiero de las tres alternativas seleccionadas, con el propósito de determinar cuál de ellas se alinea de mejor manera con los objetivos de la promotora ‘La Compañía’.

Alternativa 1: Fortalecimiento de la Seguridad

La seguridad fue identificada de forma unánime por los entrevistados como uno de los atributos más determinantes en la decisión de compra de una vivienda en el cantón Daule. Este elemento, además de constituir un requerimiento funcional, representa un factor emocional asociado a la sensación de bienestar y protección que los clientes buscan al adquirir un inmueble dentro de una urbanización privada (Tavra Franco, 2022).

El director de proyectos destacó que los compradores priorizan las zonas con menor incidencia delictiva, lo que posiciona la seguridad de la urbanización como un diferenciador

clave frente a otros atributos como el precio o el diseño arquitectónico. De manera similar, el gerente de planificación y el responsable del área financiera coincidieron en que la seguridad genera una percepción de confianza y estabilidad, al tiempo que identificaron una tendencia creciente en el mercado hacia proyectos que refuercen este atributo mediante infraestructura y comunicación efectiva. Desde el área de ventas, se enfatizó que los clientes asocian la seguridad con el hecho de adquirir una vivienda dentro de una urbanización cerrada, lo cual otorga una sensación de resguardo familiar y control del entorno.

Si bien los entrevistados no mencionaron acciones de mejora específicas en esta materia, las coincidencias entre sus percepciones evidencian una oportunidad estratégica para la promotora. En ese sentido, la alternativa plantea el fortalecimiento de la seguridad como un eje diferenciador, mediante la implementación de intervenciones tangibles, como mejor iluminación, cerramientos perimetrales reforzados, cámaras de videovigilancia y sistemas de control de acceso, junto con acciones intangibles orientadas a fortalecer la percepción de protección y la comunicación del valor de seguridad al cliente.

Esta alternativa busca no solo incrementar la confianza del comprador, sino también consolidar la reputación de la promotora ‘La Compañía’ como un desarrollador que ofrece proyectos habitacionales integrales, seguros y con estándares superiores a los de la competencia. Al mismo tiempo, se proyecta que la mejora en seguridad incremente el valor percibido de las viviendas y, por consiguiente, su competitividad en el mercado inmobiliario de Daule (Coba, 2022).



Figura 4. Renders de garitas de ingreso de la promotora ‘La Compañía’

En la Figura 4 se aprecia la evolución del diseño de las garitas de ingreso en los proyectos de ‘La Compañía’. En la versión “Antes”, la estructura presentaba un enfoque funcional y básico, limitado al control vehicular; en la versión “Después”, se incorporan mejoras en iluminación, materiales y diseño arquitectónico que transmiten mayor sensación de orden, exclusividad y seguridad. Estas transformaciones evidencian el compromiso de la promotora por proyectar una imagen moderna y confiable, coherente con las expectativas del mercado.

De acuerdo con las entrevistas, la seguridad constituye un factor clave en la generación de valor, tanto por su efecto en la confianza del cliente como por las nuevas exigencias del entorno. En ese sentido, las mejoras se orientarán a integrar tecnología de videovigilancia, reforzar los cerramientos, optimizar el control de accesos e incrementar la visibilidad de estas medidas en la comunicación comercial. Con ello, la promotora fortalecería no solo la funcionalidad del ingreso, sino también la percepción de protección y bienestar que los compradores valoran en los proyectos residenciales de Daule.

Para la evaluación financiera de la presente alternativa, se aplicará un análisis mediante Flujo de Caja Incremental Descontado y se utilizarán las métricas de rentabilidad VAN y TIR. Para la elaboración del flujo, se establecen los supuestos que se detallan a continuación.

Supuesto sobre el horizonte de análisis:

El horizonte de análisis financiero se fija en tres años, periodo que comprende la implementación de la alternativa y la obtención de beneficios en ventas y percepción de valor. Este plazo refleja el ciclo promedio de una etapa habitacional, desde la obtención del permiso de venta hasta la entrega a la Asociación de Propietarios, y permite medir con precisión el impacto del fortalecimiento de la seguridad en la valorización del proyecto y en la velocidad de comercialización. En el año 4, los gastos deberían ser competencia de la Asociación de Propietarios.

Supuestos sobre la inversión inicial:

La inversión inicial incluye la adquisición de varios equipos y suministros de seguridad. Los valores fueron obtenidos en base a proformas de proveedores de 'La Compañía'.

- Sistemas de monitoreo remoto, de las cámaras de vigilancia CCTV. - 'La Compañía' ya incorpora en el precio de venta la instalación de cámaras de seguridad en cada etapa, ajustando su cantidad según el tamaño y configuración del conjunto. En este contexto, el valor agregado de la alternativa propuesta radica en la implementación de un sistema de monitoreo remoto, a cargo de la empresa de seguridad, que contempla personal especializado para la supervisión continua y respuesta inmediata ante cualquier incidente. Para efectos del análisis financiero, se considera un costo mensual de USD 1.150, correspondiente al pago del servicio a la compañía de seguridad.
- Iluminación perimetral LED de bajo consumo. - Para efectos del análisis financiero se considera la siguiente información:

Tabla 4

Análisis financiero Iluminación

Equipos	Supuestos	Cantidad	Costo unitario (USD)	USDS
Luminarias LED 60 W con sensor de movimiento y fotocelda	Perímetro de 1,200ml, instalar cada 20 m (incluye brazo, cableado y accesorios)	60	270.00	16,200.00
Tablero de control principal (gabinete, breakers, fotocelda, canalización)	Permite control y protección eléctrica del sistema	1	3,000.00	3,000
Supervisión técnica y contingencia (10 %)	Considera imprevistos y control de calidad			1,920.00
Total estimado Inversión Inicial				\$ 21,120.00

La inversión en el sistema de iluminación perimetral LED garantiza una solución eficiente y sostenible, reduciendo el consumo energético y los costos de mantenimiento. Además, contribuye a mejorar la seguridad y el control operativo de las instalaciones mediante tecnología automatizada y de bajo impacto ambiental.

- Sistemas automatizados de acceso vehicular y peatonal

Se plantea la implementación de sistemas automatizados de control de acceso peatonal y vehicular, con el fin de fortalecer la seguridad en los puntos de ingreso y garantizar un control más eficiente sobre las personas que ingresan a la urbanización.

En el acceso peatonal, se propone la instalación de torniquetes o puertas inteligentes con reconocimiento facial, capaces de registrar el ingreso de residentes y visitantes, e identificar automáticamente personas con antecedentes o no autorizadas, evitando el ingreso de externos no deseados.

Para el acceso vehicular, el sistema operará mediante códigos QR personalizados, generados por los residentes y enviados a los conductores con autorización temporal o permanente. Esta solución permite un registro digital de ingresos y salidas, mejora la trazabilidad de visitas y reduce la intervención manual del personal de seguridad.

Cabe destacar que los proveedores de este servicio ofrecen los equipos en modalidad de comodato, lo que disminuye significativamente la inversión inicial y facilita la implementación progresiva por etapas. Adicionalmente, el sistema puede integrarse al

monitoreo remoto de cámaras existentes, fortaleciendo la capacidad de reacción ante cualquier evento y optimizando la gestión de la seguridad en la urbanización.

Para efectos del análisis financiero se considera la siguiente información:

Tabla 5

Análisis Financiero acceso vehicular

Tipo de Control de Ingreso		USDS
	Instalación de equipos:	
Control de acceso peatonal	Torniquete	3,220.00
	Soporte Terminal	
	Equipo de reconocimiento facial	
	Instalación de equipos:	
Control de acceso vehicular QR	Tótem y Poste	2,415.00
	Cámaras en comodato	
Total estimado Inversión Inicial		\$ 5,635.00

La implementación del sistema automatizado de control de acceso representa una mejora significativa en la gestión de la seguridad, al combinar eficiencia tecnológica con una inversión inicial moderada. Esta solución optimiza los procesos de identificación y registro, fortaleciendo el control interno y la tranquilidad de los residentes.

- Puertas de ingreso reforzadas

Actualmente, 'La Compañía' dispone de rejas metálicas de apertura manual en los accesos, cuyo diseño y altura podrían resultar poco óptimos en términos de percepción de seguridad y control visual. Como parte de la mejora propuesta, se plantea la instalación de puertas metálicas reforzadas en los puntos de ingreso vehicular y peatonal, diseñadas desde el nivel del piso hasta una altura que limite la visibilidad hacia el interior de la etapa, incrementando la sensación de resguardo y privacidad para los residentes.

Estas puertas contarían con mecanismos de apertura y cierre automatizados, que permitirían un control centralizado o programado, especialmente durante horarios nocturnos, reduciendo la exposición a intrusiones y mejorando la operatividad del personal de seguridad. Adicionalmente, podrían integrarse al sistema de cámaras y monitoreo remoto, permitiendo su apertura controlada mediante reconocimiento de placas, tarjetas o autorización digital.

Tabla 6

Análisis financiero Puertas ingreso reforzadas

Equipos	Supuestos	Cantidad	Costo unitario (USD)	USDS
Puerta vehicular metálica reforzada automática	Estructura de acero galvanizado con acabado anticorrosivo (altura 2,5 m). Incluye motor eléctrico industrial, sensores de seguridad, control remoto o sistema programable, y panel de control.	1	6,500.00	6,500.00
Puerta peatonal metálica reforzada automática	Puerta con sistema electromecánico de apertura automática, cerradura magnética y control de acceso básico.	1	2,000.00	2,000.00
Instalación eléctrica y obra civil	Canalización, cableado, adecuaciones estructurales y puesta en marcha de motores.			1,200.00
Supervisión técnica y contingencia (10 %)	Pruebas de funcionamiento, calibración de motores y control de calidad.			970.00
Total estimado Inversión Inicial				\$ 10,670.00

La instalación de puertas reforzadas automáticas constituye una mejora sustancial en la seguridad perimetral, al combinar resistencia estructural con tecnología de control inteligente. Esta inversión no solo eleva los estándares de protección y privacidad, sino que también optimiza la eficiencia operativa y el control de accesos en la urbanización.

- Mejorar señalización en el ingreso de la etapa

Actualmente, los conductores enfrentan dificultades para identificar correctamente la vía de ingreso y salida, lo que genera congestión vehicular y confusión entre visitantes y residentes. Para solucionar esta situación, se propone una mejora integral de la señalización vial en los

accesos, que incluya la colocación de señales verticales y demarcación en pavimento para guiar de forma clara el flujo vehicular y peatonal.

Adicionalmente, se plantea la instalación de iluminación LED dinámica en los carriles de ingreso, capaz de cambiar de color según el horario o eventos especiales, aportando un elemento visual distintivo que refuerza la identidad del conjunto habitacional y mejora la visibilidad nocturna. Esta intervención no solo optimiza la circulación y seguridad vial, sino que también eleva la percepción estética y moderna del ingreso, contribuyendo al posicionamiento de la urbanización como un entorno ordenado, innovador y de alta calidad residencial.

Para efectos del análisis financiero se considera la siguiente información:

Tabla 7

Análisis financiero señalización ingreso

Equipos	Supuestos	Cantidad	Costo unitario (USD)	USDS
Iluminación LED RGB programable	Tiras LED profesionales con controlador DMX o WiFi.	1	1,800.00	1,800.00
Señalética vial de ingreso y salida	Señales verticales de “Entrada”, “Salida”, “Velocidad Máxima 20 km/h” y “Solo residentes”. Material galvanizado reflectivo, conforme a normativa INEN.	4	160.00	640.00
Pintura vial (flechas, líneas de guía y zonas peatonales)	Pintura termoplástica o epóxica reflectiva color blanco/amarillo. Incluye limpieza, demarcación y aplicación.	60 m ²	15.00	900.00
Total Estimado Inversión Inicial			\$	3,340.00

La mejora en la señalización y la incorporación de iluminación LED dinámica fortalecen la seguridad y funcionalidad del ingreso, facilitando la orientación de conductores y peatones. Además, aportan un valor estético y moderno que realza la imagen de la urbanización, proyectando orden, innovación y calidad visual.

Supuestos sobre los gastos de mantenimiento y operativos:

Se considera que los sistemas de seguridad requerirán un mantenimiento anual equivalente al 2 % semestral de la inversión inicial, destinado a cubrir repuestos, calibraciones y la supervisión técnica de cámaras y equipos. Adicionalmente, se estima un costo operativo mensual asociado a la contratación de personal calificado para la gestión de los sistemas

automatizados de acceso, con un valor de USD 410,00 para el control de ingreso peatonal y USD 410,00 para el control vehicular. Este gasto se incorporará a partir del segundo año, cuando se prevé un mayor número de viviendas entregadas y, en consecuencia, una mayor demanda de supervisión y control en los accesos.

Supuestos sobre los beneficios esperados:

Se considerará un precio de venta promedio de USD 95.000 por vivienda, valor que representa el promedio actual del mercado inmobiliario en el cantón Daule, de acuerdo con los rangos observados en proyectos con características y ubicaciones similares. Cada etapa del proyecto inmobiliario de La Compañía contempla aproximadamente 200 viviendas. Como beneficio esperado, se proyecta un incremento del 0,5 % en el precio de venta promedio por unidad, derivado de la mejora en la percepción de seguridad y del valor integral del conjunto habitacional.

A continuación, cálculo del ingreso incremental:

Tabla 8

Ingreso incremental

Detalle	Valor
Precio promedio de una vivienda en el sector La Aurora	\$ 95,000.00
% adicional al precio por fortalecimiento de la seguridad	0.55%
Valor adicional por vivienda	\$ 522.50
Número promedio de viviendas por etapa	200
Ingresos incrementales	\$104,500.00

La implementación de los sistemas de seguridad no solo garantiza un entorno más protegido para los residentes, sino que también se traduce en un incremento tangible en el valor de las viviendas. Este beneficio refleja cómo las mejoras en percepción de seguridad y calidad integral del conjunto generan un retorno económico adicional para el proyecto.

Supuesto sobre la distribución del ingreso incremental:

El ingreso incremental se proyecta con la siguiente distribución, considerando que el primer año concentra el mayor volumen de ventas al 50%, el segundo año 35% y el tercer año 15%, conforme al comportamiento habitual del ciclo comercial de las etapas habitacionales.

Otros supuestos de análisis:

El costo promedio ponderado de capital (WACC) utilizado como tasa de descuento es del 10 %, en concordancia con el nivel de riesgo del sector inmobiliario. Se asume que las condiciones macroeconómicas, como la inflación, las tasas de interés y la demanda habitacional en Daule, se mantendrán estables durante el periodo de evaluación, y que no se presentarán cambios regulatorios significativos que puedan afectar la inversión en

infraestructura o en sistemas de seguridad urbana. Con base en los supuestos establecidos, a continuación, se presenta el análisis financiero correspondiente a la alternativa 1.

Tabla 9

Flujo Incremental de la Alternativa 1

Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos incrementales por ventas		\$ 52,250.00	\$ 36,575.00	\$ 15,675.00
Costos operativos		\$ -	\$ 23,640.00	\$ 23,640.00
Gasto de mantenimiento semestral		\$ 1,630.60	\$ 1,630.60	\$ 1,630.60
Inversión inicial	\$ 40,765.00			
Flujo neto incremental	-\$ 40,765.00	\$ 50,619.40	\$ 11,304.40	-\$ 9,595.60

WACC	10%
VAN	\$6,714.36
TIR	32%

El análisis financiero de la alternativa uno demuestra la viabilidad y rentabilidad del proyecto, con una inversión inicial de USD 40,765 que genera flujos positivos desde el primer año gracias al incremento en el valor percibido y la seguridad del conjunto habitacional. Los resultados muestran un VAN de USD 6,714.36 y una TIR del 32%, superiores al WACC del 10%, lo que confirma la creación de valor para la promotora. Si bien en el año 3 se registra un flujo neto negativo (-USD 9,595.60) debido a la reducción en ingresos incrementales y la permanencia de costos operativos y de mantenimiento, este comportamiento refleja una fase de maduración del proyecto, donde la mayor parte del beneficio económico ya fue capturado en los primeros dos años. Aun así, el desempeño acumulado continúa siendo favorable, consolidando a la alternativa como una opción financieramente sólida y estratégicamente coherente con los objetivos de competitividad y sostenibilidad de la compañía en el mercado inmobiliario de Daule.

Desde un enfoque estratégico, la alternativa uno refuerza la posición competitiva de la promotora al mejorar la seguridad, el mantenimiento y la imagen del conjunto habitacional, lo que incrementa la confianza y la disposición de compra de los residentes. Estas acciones generan un impacto directo en el valor percibido del proyecto y diferencian a la empresa frente a la competencia en el mercado de Daule. Aunque en el tercer año se evidencia una fase de estabilización con menores beneficios, la alternativa mantiene su eficacia estratégica al consolidar un modelo de gestión eficiente y sostenible, que combina mejoras operativas con una mayor valoración del producto inmobiliario.

Alternativa 2: Rediseño de Áreas Sociales con Enfoque Funcional

En las entrevistas, los participantes coinciden en que las áreas sociales deben actualizarse y adaptarse a las nuevas tendencias del mercado, incorporando espacios que respondan a las necesidades cotidianas de los residentes. Se destacó que las amenidades modernas, tales como *coworking*, zonas recreativas y espacios familiares funcionales, aumentan significativamente el valor percibido de la vivienda. Además, se resaltó que estas áreas complementan las actividades diarias y evitan desplazamientos, consolidando el atractivo integral del proyecto inmobiliario.

El rediseño de las áreas sociales con enfoque funcional también refuerza la sensación de seguridad de los residentes. La incorporación de espacios modernos, bien iluminados y con mayor visibilidad promueve la interacción comunitaria y la vigilancia natural, reduciendo la percepción de riesgo. Además, áreas comunes ordenadas y activas transmiten una imagen de urbanización cuidada y controlada, fortaleciendo tanto la confianza de los compradores como el sentido de bienestar dentro del conjunto habitacional (Urbano Paz & Delfino Chamy, 2015).

‘La Compañía’ ha mejorado las amenidades de sus proyectos, a medida que se construyen nuevas etapas, actualmente los proyectos tienen las siguientes:

- Piscina (adultos y niños)
- Canchas deportivas (fútbol, básquet)
- Salón social / club social
- Áreas verdes
- Zona infantil / juegos para niños
- Seguridad 24/7 y control de acceso
- Cancha múltiple / canchas de uso múltiple

En este contexto, la alternativa “Rediseño de Áreas Sociales con Enfoque Funcional” no contempla la creación de nuevas amenidades, sino la optimización y modernización de los espacios existentes con el objetivo de elevar su valor percibido y mejorar la experiencia del residente. Se incluye la incorporación de un área de *coworking*, actualmente no disponible en los proyectos de ‘La Compañía’, como respuesta a las nuevas dinámicas laborales y a la demanda de espacios compartidos y productivos dentro del conjunto. Además, se implementarán acciones de mejora en la comunicación y el marketing, junto con la actualización de renders y recorridos virtuales, orientadas a reforzar la imagen del proyecto, facilitar la decisión de compra y asegurar una experiencia más inmersiva y atractiva para los clientes y residentes. De esta forma, la alternativa integra criterios funcionales, tecnológicos y de percepción de marca, alineados con las tendencias actuales del mercado inmobiliario.

Para la evaluación financiera de la presente alternativa, se aplicará un análisis mediante Flujo de Caja Incremental Descontado y se utilizarán las métricas de rentabilidad VAN y TIR. Para la elaboración del flujo, se establecen los siguientes supuestos que se detallan a continuación.

Supuesto sobre el horizonte de análisis:

El horizonte de análisis financiero se establece en tres años, periodo que comprende la implementación de la alternativa y la generación de beneficios derivados de la incorporación de un *coworking*, la mejora de la comunicación y estrategias de marketing, y la actualización

de renders y material visual del proyecto. Este plazo coincide con el ciclo promedio de una etapa habitacional, desde la obtención del permiso de venta hasta la entrega a la Asociación de Propietarios, permitiendo medir el impacto de las acciones en la valorización del proyecto y en la velocidad de comercialización. Cabe señalar que, a partir del año cuatro, los gastos asociados al mantenimiento y operación del *coworking* serían asumidos por la Asociación de Propietarios, mientras que las inversiones en comunicación y marketing, así como en renders, corresponden exclusivamente a la promotora durante el proceso comercial.

Supuesto sobre la inversión inicial:

Para la inversión inicial, en la implementación del rediseño de áreas sociales con enfoque funcional, se incluye:

- Creación de espacios asignados para *Coworking*

La creación de un área de *coworking* responde a la creciente demanda de espacios compartidos que permitan a los residentes trabajar, estudiar o realizar reuniones sin salir del conjunto habitacional, adaptándose a las nuevas dinámicas laborales y al teletrabajo.

Para efectos del análisis financiero se considera la siguiente información:

Tabla 10

Análisis Financiero creación Coworking

Concepto	Descripción	Cantidad / Área	Costo Unitario (USD)	Total (USD)
Diseño arquitectónico y mobiliario	Planos, distribución de espacios y diseño interior	1 unidad	1,200.00	1,200.00
Construcción y acabados	Pintura, iluminación, climatización	40 m2	250.00	10,000.00
Mobiliario	Escritorios modulares, sillas ergonómicas, estanterías	10 puestos	450.00	4,500.00
Señalética y decoración	Branding interno, señalización, elementos decorativos	1	500.00	500.00
Total estimado de inversión				\$16,200.00

La creación del espacio de *coworking* ofrece a los residentes un entorno flexible y funcional para trabajar o estudiar, promoviendo la interacción y el aprovechamiento de áreas comunes. Esta inversión no solo mejora la calidad de vida dentro del conjunto, sino que también incrementa el valor percibido del proyecto.

- Mejora de renders y visita virtual de los clientes

La mejora de renders y la implementación de visitas virtuales busca optimizar la experiencia del cliente durante el proceso de compra, permitiéndole visualizar de forma realista los

espacios, materiales y ambientes del proyecto. Estas herramientas se enfocarán especialmente en los recorridos por las áreas sociales y amenidades, con el fin de que los clientes vivan el concepto de comunidad y bienestar que ofrece la urbanización. Al resaltar los espacios compartidos, como el *coworking*, áreas verdes y zonas recreativas, se busca motivar el sentido de pertenencia y el compromiso con el mantenimiento de las mismas. Esta estrategia fortalece la percepción de valor del proyecto y aumenta la confianza en la inversión.

Para efectos del análisis financiero se considera la siguiente información:

Tabla 11

Análisis Financiero mejora renders

Concepto	USDS
Renders y Material Ayuda Ventas	5,500.00
Video Recorrido Virtual	3,500.00
Total	\$ 9,000.00

Supuestos sobre los gastos de marketing y operativos:

Se considera un gasto adicional en marketing destinado a campañas específicas en redes sociales para promover las amenidades y reforzar la imagen de las etapas del proyecto. Actualmente, 'La Compañía' mantiene un contrato mensual con una agencia de publicidad que cubre los servicios regulares de comunicación; sin embargo, estas campañas adicionales estarán enfocadas en destacar los espacios renovados, el área de *coworking* y la experiencia comunitaria.

Para efectos del análisis financiero se considera la siguiente información:

Tabla 12

Gasto Campañas marketing

Concepto	USDS
Renders y Material Ayuda Ventas	5,500.00
Video Recorrido Virtual	3,500.00
Total	\$ 9,000.00

Se consideran como gastos operativos los costos asociados al mantenimiento y funcionamiento del área de *coworking*, de acuerdo con la siguiente información:

Tabla 13

Gastos de mantenimiento del área de Coworking

Concepto	Valor
Limpieza mensual	\$220.00
Mantenimientos preventivos AC semestral	\$35.00
Mantenimiento general sobre la inversión inicial	2%

Supuestos sobre los beneficios esperados:

Se considera un precio promedio de USD 95.000 por vivienda, correspondiente al valor medio de las viviendas en el cantón Daule. Cada etapa del proyecto inmobiliario de 'La Compañía' contempla aproximadamente 200 unidades habitacionales. Se proyecta, además, un incremento del 0,25 % en el precio de venta promedio por unidad, derivado de la mejora en la percepción de seguridad y del fortalecimiento del valor integral del proyecto.

A continuación, cálculo del ingreso incremental:

Tabla 14

Ingreso incremental

Concepto	Valor
Precio promedio de una vivienda en el sector La Aurora	\$ 95,000.00
% adicional al precio por el rediseño de áreas sociales	0.25%
Valor adicional por vivienda	\$ 237.50
Número promedio de viviendas por etapa	200
Ingresos incrementales	\$ 47,500.00

Supuesto sobre la distribución el ingreso incremental:

La aceleración de ventas por mejora en marketing y renders se refleja en la distribución temporal de los ingresos incrementales, no necesariamente en un aumento del precio, sino en una mayor concentración de ventas en los primeros años del horizonte de análisis.

La aceleración de ventas implica que, gracias a la mejora en comunicación, marketing digital y renders:

- Los clientes deciden más rápido comprar.
- El proyecto vende un mayor porcentaje en los primeros años.
- Y se reduce el tiempo de colocación de unidades.

La siguiente tabla presenta el ajuste considerado en el análisis financiero, reflejando el efecto de la aceleración de ventas generada por la mejora en marketing y renders. Se incluye un

comparativo entre la distribución actual de los ingresos incrementales y la nueva distribución proyectada, que concentra un mayor porcentaje de ventas en los primeros años del horizonte de análisis.

Tabla 15

Distribución acelerada de las ventas

Año	Distribución actual	Distribución acelerada	Comentario
Año 1	50%	60%	Mayor impacto por campañas y renders
Año 2	35%	30%	Ventas sostenidas
Año 3	15%	10%	Fase de cierre y mantenimiento

Con base en los supuestos establecidos, y considerando que el costo promedio ponderado de capital (WACC) utilizado como tasa de descuento es del 10 %, en concordancia con el riesgo del sector inmobiliario, se presenta a continuación el análisis financiero correspondiente a la Alternativa 2.

Tabla 16

Flujo Incremental de la Alternativa 2

Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos incrementales por ventas		\$ 28,500.00	\$ 14,250.00	\$ 4,750.00
Gasto de mantenimiento Coworking		\$ 3,034.00	\$ 3,034.00	\$ 3,034.00
Campañas trimestrales		\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00
Inversión inicial	\$ 25,200.00			
Flujo neto incremental	-\$ 25,200.00	\$ 23,466.00	\$ 9,216.00	-\$ 284.00

WACC	10%
VAN	\$3,214.44
TIR	22%

La Alternativa 2 contempla una inversión inicial de USD 25.200, destinada a la implementación de un área de coworking, el fortalecimiento de campañas de marketing digital y la actualización de renders y recorridos virtuales. El análisis financiero confirma su viabilidad y rentabilidad, con un VAN de USD 3.214,44 y una TIR del 22%, ambos superiores al WACC del 10%, lo que evidencia la generación de valor para la promotora. Los

ingresos incrementales reflejan el impacto positivo de una mayor percepción de valor y aceleración en las ventas, resultado de una comunicación más efectiva y de una experiencia digital más atractiva para los compradores. Aunque el flujo neto disminuye en el tercer año, esto responde a la etapa de cierre comercial y estabilización del proyecto. En conclusión, la alternativa se considera financieramente sólida y eficiente, al combinar una inversión moderada con retornos que fortalecen la posición económica y comercial de la compañía.

Desde una perspectiva estratégica, la Alternativa 2 refuerza la propuesta de valor de la promotora inmobiliaria al integrar innovación, experiencia del cliente y posicionamiento de marca. La incorporación de un área de coworking amplía la funcionalidad del conjunto habitacional, adaptándolo a las nuevas dinámicas laborales y a las necesidades de los residentes que buscan espacios modernos y colaborativos. Paralelamente, la mejora de los renders, recorridos virtuales y campañas de marketing digital fortalece la comunicación visual del proyecto, incrementando la confianza y el interés de los compradores desde etapas tempranas. Estas acciones combinadas generan un efecto multiplicador en la percepción de calidad, comunidad y valor del proyecto, lo que impulsa la velocidad de comercialización y diferencia a la promotora frente a la competencia. En conjunto, la alternativa consolida una estrategia de posicionamiento integral, basada en la experiencia del usuario, la digitalización y la innovación, elementos clave para sostener la competitividad en el mercado inmobiliario de Daule.

Alternativa 3: Mantener las prácticas y características actuales de los productos inmobiliarios (*statu quo*)

‘La Compañía’ desarrolla un conjunto residencial en el cantón Daule, planificado por etapas y orientado a ofrecer viviendas funcionales, seguras y accesibles. El proyecto integra diversos modelos de casas, áreas sociales y espacios recreativos que responden a las necesidades de familias que buscan tranquilidad y cercanía a servicios urbanos. En su estado actual, mantiene una operación estable y un posicionamiento consolidado en el mercado, aunque enfrenta el desafío de renovar su propuesta de valor frente a competidores que incorporan diseños contemporáneos y mayores amenidades. El análisis del *statu quo* evidencia oportunidades de mejora en la percepción de valor, la comunicación comercial y la diferenciación del producto, aspectos clave para sostener su competitividad en el entorno inmobiliario local.

La comunicación actual de la Compañía es principalmente informativa y racional, centrada en destacar precios, facilidades de pago y atributos del producto. Sin embargo, no potencia los elementos aspiracionales ni el valor emocional asociado a la experiencia de habitar, lo que limita su conexión con las motivaciones profundas del comprador (Gálvez, 2025).

En el *statu quo*, no se consideran los posibles incrementos de valor derivados de mejoras en las amenidades, en los sistemas de control y seguridad o en una comunicación más estratégica. Se mantiene la rentabilidad obtenida bajo las condiciones operativas actuales, sin incorporar innovaciones que podrían fortalecer la percepción de calidad, el atractivo del proyecto y su capacidad de generar valor sostenido en el tiempo (Herath, 2021).

Para la evaluación financiera de la presente alternativa, se aplicará un análisis mediante Flujo de Caja Descontado y se utilizarán las métricas de rentabilidad VAN y TIR. Para la elaboración del flujo, se establecen los supuestos que se detallan a continuación.

Supuesto sobre el horizonte de análisis:

El horizonte de evaluación se establece en tres años, equivalente al ciclo comercial típico de una etapa habitacional.

Supuesto sobre la inversión inicial:

Como inversión inicial se considera el costo de adquisición del terreno, cuyo valor estimado asciende a \$1,700,000.00.

Supuestos sobre los beneficios esperados:

- Se considera un precio promedio de venta por vivienda de USD 95.000, valor representativo del mercado de Daule.
- Se considera un incremento del 0,10 % en el precio promedio de venta, atribuible al reconocimiento y prestigio de la marca de la promotora en el mercado de Daule. Este ajuste refleja una *prima de valor* asociada a la confianza del comprador en la trayectoria y cumplimiento del desarrollador, coherente con estudios que estiman que la reputación del promotor puede representar entre 0,1 % y 0,5 % del precio del inmueble (Aaker, 1991).

Tabla 17

Ingresos

Detalle	USDS / %
Precio promedio de una vivienda en el sector La Aurora	\$95,000.00
% adicional al precio por el rediseño de áreas sociales	0.10%
Valor adicional por vivienda	\$95.00
Precio promedio total	\$95,095.00
Número promedio de viviendas por etapa	200
Ingresos	\$19,019,000.00

- El margen neto del 12 % representa la utilidad después de costos y gastos operativos, lo que equivale a una ganancia promedio de USD \$11,411.40 por vivienda.

Supuesto sobre la distribución del ingreso:

Se considera un promedio de 200 viviendas en promedio por etapa, vendidas de forma gradual durante el período analizado para el año 1 el 50%, año 2 el 35%, y finalmente año 3, el 15%.

Otros supuestos:

No se contemplan inversiones adicionales ni variaciones significativas en precios o costos, ya que se asume la continuidad de la gestión actual.

Con base en los supuestos establecidos, y considerando que el costo promedio ponderado de capital (WACC) utilizado como tasa de descuento es del 10 % anual, en concordancia con el nivel de riesgo del sector inmobiliario, se presenta a continuación el análisis financiero correspondiente a la Alternativa 3.

Tabla 18

Tabla 18: Flujo Alternativa 3 *Statu quo*

Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos por ventas		\$9,509,500.00	\$6,656,650.00	\$2,852,850.00
Costos y Gastos Operativos y Financieros (88%)		\$8,368,360.00	\$5,857,852.00	\$2,510,508.00
Utilidad neta 12%		\$1,141,140.00	\$ 798,798.00	\$ 342,342.00
Inversión Inicial	\$1,700,000.00			
Flujo Neto	-\$1,700,000.00	\$1,141,140.00	\$ 798,798.00	\$ 342,342.00

WACC	10%
VAN	\$231,609.32
TIR	20%

El análisis financiero de la Alternativa 3 (*Statu quo*) evidencia la rentabilidad sostenida del modelo actual de la promotora, sin requerir nuevas inversiones o cambios estructurales en su operación. Con una inversión inicial de USD 1,700,000, correspondiente al costo del terreno, y manteniendo el margen neto promedio del 12 %, los flujos generados alcanzan valores positivos y consistentes durante los tres años de evaluación. Los resultados muestran un VAN de USD 231,609.32 y una TIR del 20 %, superiores al costo de capital (WACC del 10 %), lo que confirma que la operación actual continúa siendo financieramente viable. No obstante, al tratarse de un esquema sin mejoras ni innovaciones, el potencial de crecimiento y diferenciación frente a la competencia es limitado.

Desde una perspectiva estratégica, esta alternativa garantiza continuidad y liquidez, pero no genera ventajas sostenibles.

En consecuencia, el *statu quo* se considera un escenario base de referencia, útil para comparar el valor incremental generado por las otras alternativas que sí incorporan innovación, modernización y estrategias de posicionamiento diferenciadas.

Selección alternativa ganadora

Para seleccionar la alternativa ganadora, se elaboró una matriz comparativa que presenta los principales pros y contras de cada opción analizada, permitiendo evaluar de manera integral sus ventajas estratégicas, operativas y financieras. Ver Tabla 19.

Tabla 19

Matriz comparativa de pros y contras de las 3 alternativas

Alternativa	Pros	Contras
<p>1. Fortalecimiento de la Seguridad</p> <p><i>VAN: USD 6.714 /</i> <i>TIR: 32 %</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Incrementa significativamente el valor percibido por los compradores. • Genera confianza, orden y sentido de exclusividad. • Mejora tangible y visible (iluminación, CCTV, control automatizado). • Alta rentabilidad y rápida recuperación de inversión. • Reforzamiento del posicionamiento y reputación de la promotora. • Modelo replicable en futuras etapas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Requiere mantenimiento periódico de sistemas. • Riesgo de fallas técnicas o retrasos en instalación. • Costos operativos recurrentes.
<p>2. Rediseño de Áreas Sociales con Enfoque Funcional</p> <p><i>VAN: USD 3.214 /</i> <i>TIR: 22 %</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Moderniza la imagen del proyecto y fortalece la marca. • Aumenta la velocidad de ventas por mejor marketing y renders. • Mejora la experiencia del residente (coworking, espacios funcionales). • Adaptado a nuevas tendencias de vida y trabajo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Rentabilidad menor que la alternativa 1. • Beneficios más intangibles y de mediano plazo. • Costos de mantenimiento y marketing continuos. • Depende del uso efectivo de las áreas comunes.
<p>3. Mantener el <i>Statu Quo</i> (Modelo Actual)</p> <p><i>VAN: USD 231.609 /</i> <i>TIR: 20 %</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Estabilidad y liquidez garantizadas. • Sin nuevos riesgos ni inversiones adicionales. • Flujo operativo positivo y predecible. 	<ul style="list-style-type: none"> • No genera valor incremental ni diferenciación. • Riesgo de pérdida de competitividad. • Imagen percibida como estática o desactualizada. • No responde a nuevas expectativas del mercado.

Desde una perspectiva estratégica, las tres alternativas presentan distintos niveles de alineación con los objetivos de competitividad y generación de valor de la promotora.

La Alternativa 1 (Fortalecimiento de la Seguridad) se posiciona como la opción más sólida, al responder directamente a una necesidad prioritaria del mercado: la percepción de seguridad como atributo diferenciador y determinante en la decisión de compra. Su implementación no solo mejora la experiencia del residente, sino que refuerza la reputación de la empresa como promotora confiable e innovadora, generando una ventaja competitiva sostenible y transferible a futuras etapas.

La Alternativa 2 (Rediseño de Áreas Sociales) aporta un enfoque complementario, orientado a la modernización del producto y al fortalecimiento de la identidad de marca. Si bien sus beneficios son menos tangibles en el corto plazo, contribuye a consolidar una experiencia residencial más integral, coherente con las nuevas tendencias de habitabilidad y bienestar. Esta opción eleva la percepción de valor simbólico del proyecto, fortaleciendo la lealtad del cliente y la diferenciación por estilo de vida.

Por su parte, la Alternativa 3 (*Statu Quo*) garantiza continuidad y estabilidad, pero carece de elementos innovadores que impulsen la competitividad o la percepción de valor agregado. En un entorno inmobiliario en expansión como el de Daule, esta estrategia defensiva puede mantener rentabilidad en el corto plazo, aunque con riesgo de rezago frente a competidores que apuesten por la innovación y la experiencia del cliente.

Para la evaluación económica de las alternativas propuestas se aplicó un análisis financiero incremental, en concordancia con el enfoque utilizado en los casos de negocio del método Harvard. Este procedimiento permite identificar y comparar los flujos de efectivo adicionales generados por cada alternativa respecto al escenario base o *statu quo*. De esta manera, se miden únicamente los ingresos y egresos que varían como consecuencia directa de la implementación de cada opción, aislando los efectos comunes al proyecto (como el valor del terreno o los costos operativos regulares).

El *statu quo* se considera el escenario de referencia, representando la operación habitual de la promotora bajo su modelo actual de gestión, mientras que las alternativas 1 y 2 reflejan las variaciones incrementales en inversión, cost (Osorio, 2013)os e ingresos derivadas de las mejoras propuestas. A partir de los flujos resultantes se calcularon los indicadores financieros de decisión, Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Retorno (TIR), utilizando una tasa de descuento equivalente al WACC del 10 % anual, representativo del riesgo del sector inmobiliario.

Este enfoque metodológico garantiza la comparabilidad y objetividad del análisis, al mostrar de forma explícita el valor adicional que cada alternativa genera sobre la rentabilidad actual del proyecto. En consecuencia, la alternativa con mayor VAN y TIR incremental respecto al *statu quo* será considerada la más conveniente para la compañía (Bruner, Eades, Schill, & Ruback, 2019).

Tabla 20

Matriz comparativa de los resultados de la evaluación financiera de las alternativas

Alternativa	Inversión Inicial (USD)	VAN (USD)	TIR (%)	Tipo de Flujo
1. Fortalecimiento de la Seguridad	\$ 40,765.00	\$ 6,714.36	32%	Incremental
2. Rediseño de Áreas Sociales (Coworking)	\$ 25,200.00	\$ 3,214.44	22%	Incremental
3. <i>Statu quo</i> (Operación actual)	\$1,700,000.00	\$ 231,609.32	20%	Total (base)

La Alternativa 1 (Fortalecimiento de la Seguridad) presenta la mayor TIR (32%) y un VAN positivo (USD 6.714,36), superando tanto al WACC del 10 % como al resto de opciones. Esto demuestra que la inversión en seguridad no solo mejora la percepción de valor y confianza del comprador, sino que también genera una rentabilidad incremental significativa con una inversión moderada.

La Alternativa 2 (Rediseño de Áreas Sociales con Coworking) también es rentable, con una TIR del 22 % y un VAN de USD 3.214,44, lo que indica que las mejoras en funcionalidad, marketing y experiencia del cliente contribuyen positivamente al valor del proyecto. Sin embargo, su rentabilidad es ligeramente inferior a la de la alternativa uno, aunque refuerza el posicionamiento de marca y la modernización del producto.

La Alternativa 3 (*Statu quo*), aunque mantiene un VAN de USD 231.609,32 y una TIR del 20 %, muestra que el modelo actual sigue siendo rentable, pero con un potencial limitado para generar valor adicional. Su desempeño financiero positivo refleja estabilidad, pero su falta de innovación podría disminuir la competitividad de la promotora en el mediano plazo.

Considerando el análisis comparativo de las tres alternativas, se concluye que la **Alternativa 1** representa la opción más favorable, al ofrecer los mejores resultados tanto en términos financieros, como estratégicos.

Una vez concluido el análisis comparativo y financiero de las distintas alternativas estratégicas, cuyos resultados respaldan la selección de la Alternativa 1: Fortalecimiento de la Seguridad, se recurre al marco teórico con el objetivo de reforzar y sustentar conceptualmente dicha decisión. En este sentido, la teoría de la estrategia competitiva y el enfoque de marketing basado en valor permiten explicar por qué la seguridad constituye un atributo clave en la generación de valor inmobiliario, validando que la alternativa seleccionada no solo es financieramente viable, sino también estratégicamente coherente con los determinantes del valor percibido por el mercado.

Desde la perspectiva de la estrategia competitiva, la seguridad se configura como un factor de diferenciación sostenible, que permite a la promotora fortalecer su posicionamiento frente a proyectos sustitutos y justificar primas de precio en el mercado (Porter, 1990). De manera complementaria, el enfoque de marketing basado en valor explica que la seguridad reduce el riesgo percibido y potencia los beneficios funcionales y emocionales asociados a la vivienda, incrementando el valor percibido por el cliente final (Kotler, 2016).

Asimismo, la literatura internacional en valoración inmobiliaria respalda esta decisión estratégica, al evidenciar que la percepción de seguridad actúa como un atributo ancla en la formación del valor percibido y en la disposición a pagar de los compradores (Fuerst, 2021).

En contextos urbanos latinoamericanos, caracterizados por mayores niveles de inseguridad, este atributo adquiere una relevancia aún mayor como elemento diferenciador entre proyectos residenciales. En consecuencia, los resultados obtenidos validan que la implementación de mejoras visibles y comunicables en seguridad no solo es consistente con la teoría, sino que constituye una alternativa estratégica idónea para maximizar el valor del proyecto sin comprometer la demanda, en línea con los hallazgos de los modelos de precios hedónicos (Del Giudice, 2020)

4. Evaluación de Riesgos

En esta sección se evalúan los riesgos asociados a la implementación de la alternativa ganadora, Fortalecimiento de la Seguridad, y se presenta el correspondiente plan de mitigación, orientado a reducir su probabilidad de ocurrencia y el impacto potencial sobre los resultados del proyecto.

Los riesgos más críticos identificados en la matriz corresponden al Riesgo 2, relacionado con fallas técnicas o incompatibilidad entre los sistemas automatizados, y al Riesgo 5, referente al retraso en la entrega de la etapa a la Asociación de Propietarios. El Riesgo 5 representa un alto impacto financiero y operativo, ya que puede extender los plazos del proyecto, afectar el flujo de caja y reducir la rentabilidad estimada. Por su parte, el Riesgo 2 podría generar inconvenientes con los residentes y afectar la imagen institucional de 'La Compañía', además de provocar retrasos en la ejecución y en el cumplimiento del flujo proyectado. Para mitigar ambos riesgos se requiere una planificación rigurosa, un control constante de cronogramas, una comunicación efectiva y continua con contratistas y la Asociación de Propietarios, así como la inclusión de cláusulas contractuales y mecanismos de supervisión técnica que reduzcan su probabilidad de ocurrencia y su impacto sobre los resultados del proyecto.

A continuación, se muestra la Matriz de Calor de Riesgos que ubica los riesgos según su probabilidad (eje X) y su impacto (eje Y), con colores que representan el nivel de severidad.

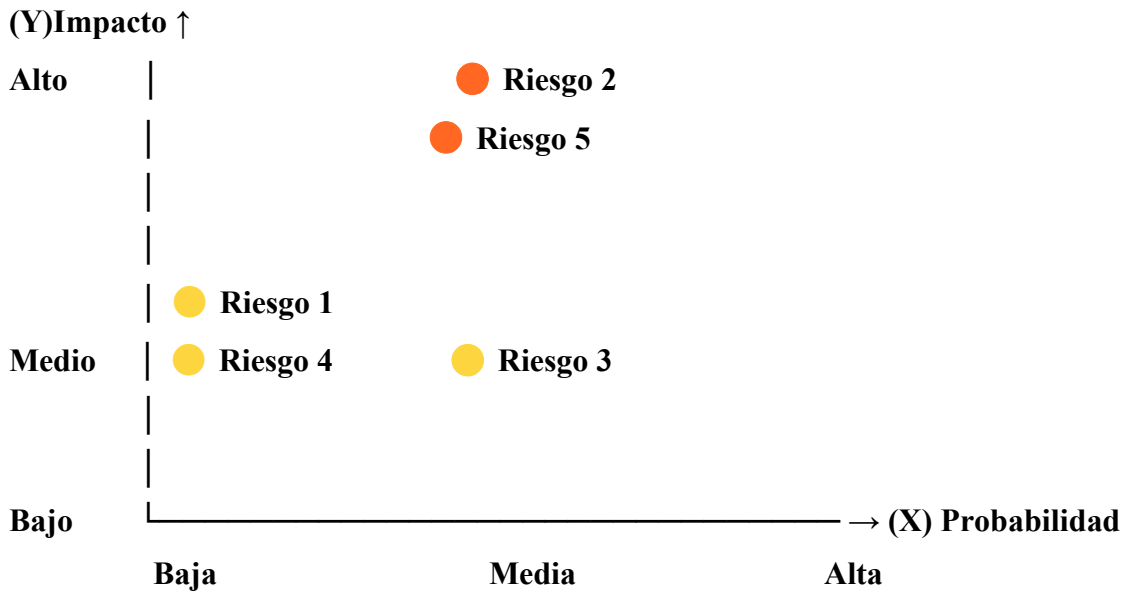


Figura 5. Matriz de Calor de Riesgos

Códigos:

- Bajo riesgo → Baja probabilidad + bajo impacto
- Moderado → Baja probabilidad + medio impacto
- Alto → Media probabilidad + alto impacto
- Crítico → Alta probabilidad + alto impacto

La Figura 5 muestra que los riesgos 2 y 5 presentan la mayor criticidad, al ubicarse en la zona de alto impacto, evidenciando su potencial para afectar tanto los resultados financieros como la percepción del proyecto. Los riesgos 1, 3 y 4 se concentran en niveles medios de impacto y probabilidad, lo que indica que, aunque deben ser monitoreados, su efecto puede controlarse mediante acciones preventivas. En conjunto, la matriz evidencia la necesidad de mantener un seguimiento prioritario sobre los riesgos de mayor severidad, asegurando una gestión proactiva que minimice las desviaciones en el cronograma, el presupuesto y la reputación de 'La Compañía'.

A continuación, se detalla la matriz de plan de riesgos y mitigación de 'La Compañía':

Tabla 21

Plan de Riesgo y mitigación

Riesgo	Descripción	Probabilidad	Impacto	Nivel de Riesgo	Estrategia de Mitigación
1. Retrasos en la entrega e instalación de equipos de seguridad (CCTV, puertas automáticas, iluminación LED)	Los proveedores podrían presentar demoras en la entrega de materiales o en la instalación, afectando el cronograma y la entrada en operación del sistema.	Bajo	Medio	Moderado	Establecer cronogramas con márgenes de contingencia del 15%; seleccionar proveedores con experiencia y contratos con cláusulas de penalidad por retraso.
2. Fallas técnicas o incompatibilidad entre sistemas automatizados (monitoreo, puertas, reconocimiento facial, iluminación)	Problemas de interoperabilidad entre los diferentes componentes tecnológicos del sistema de seguridad.	Media	Alto	Alto	Realizar pruebas piloto antes de la instalación total.
3. Incremento inesperado en costos de materiales o servicios de instalación	Cambios en precios de acero, equipos electrónicos o mano de obra que aumenten la inversión inicial.	Media	Media	Moderado	Negociar precios fijos con proveedores estratégicos; establecer una reserva presupuestaria del 10% para contingencias; priorizar compras anticipadas.
4. Percepción negativa por parte de los residentes durante la etapa de instalación	Las obras o interrupciones temporales pueden generar molestias o una percepción de desorden en la comunidad.	Baja	Media	Moderado	Diseñar un plan de comunicación interna y señalización informativa sobre los beneficios del proyecto; programar trabajos en horarios de bajo tránsito.
5. Retraso en la entrega de la etapa a la Asociación de Propietarios	El retraso en la entrega del proyecto puede extender el horizonte del flujo financiero, generando un incremento en los gastos mensuales operativos y administrativos, los cuales deben ser considerados en el cálculo del VAN y la TIR, ya que afectan directamente la rentabilidad y el valor presente neto de la alternativa.	Media	Alto	Alto	Implementar un cronograma de cierre con seguimiento semanal y responsables definidos, acompañado de una estrategia de comunicación continua con contratistas y la Asociación de Propietarios para anticipar desviaciones, coordinar entregas y mantener informadas a todas las partes, reduciendo así el riesgo de demoras y su impacto financiero.

5. Plan de Implementación

El plan de implementación detalla las acciones necesarias para ejecutar la alternativa seleccionada, orientada a fortalecer la percepción y la infraestructura de seguridad en los proyectos inmobiliarios de 'La Compañía'.

Su objetivo es garantizar un despliegue ordenado, eficiente y medible, que permita obtener los beneficios proyectados en el análisis financiero y estratégico.

Las fases de implementación son las siguientes:

Tabla 22

Fase 1 Planificación y Contratación de Proveedores

Resultado esperado	Plazo final	Responsable	Recursos necesarios
Contratos firmados con proveedores calificados para el suministro e instalación de sistemas de seguridad, iluminación LED y control automatizado de accesos.	Un mes a partir de la aprobación del proyecto.	Gerencia Técnica y Gerencia de Proyectos.	Personal técnico y jurídico para la elaboración de términos de referencia y revisión contractual.

Nivel esperado de beneficios:

En esta fase no se generan beneficios económicos directos; sin embargo, se establecen las condiciones administrativas, técnicas y contractuales necesarias para garantizar una ejecución eficiente y sin retrasos en las fases posteriores.

Tabla 23

Fase 2 Adquisición e Instalación de Equipos

Resultado esperado	Plazo final	Responsable	Recursos necesarios
Instalación completa de sistemas de monitoreo remoto, cámaras CCTV, iluminación perimetral LED y puertas automatizadas en los accesos principales.	Hasta el final del tercer mes de ejecución.	Jefe de Infraestructura, Proveedores y contratistas	USD 21.120 en luminarias LED, USD 10.670 en puertas automáticas reforzadas y USD 5.635 en control de acceso. Personal técnico externo e interno para instalación y supervisión.

Nivel esperado de beneficios:

Mejoras tangibles en la infraestructura y visibilidad de la seguridad, generando confianza inmediata en los residentes y fortaleciendo la imagen del conjunto habitacional.

Tabla 24

Fase 3 Integración de Sistemas y Pruebas Piloto

Resultado esperado	Plazo final	Responsable	Recursos necesarios
Sistemas de cámaras, puertas y control de accesos operando de forma integrada en una plataforma central. Personal capacitado en operación y mantenimiento.	Final del cuarto mes.	Coordinador de Tecnología y Empresa de Seguridad contratada.	Soporte técnico del área de tecnología para integración de sistemas. Disponibilidad de sala de control y equipos de monitoreo.

Nivel esperado de beneficios:

Inicio del funcionamiento integral del sistema de seguridad, reducción de riesgos operativos y fortalecimiento de la percepción de control y protección. Se logra mayor eficiencia en la respuesta ante incidentes y consolidación del estándar tecnológico del proyecto.

Tabla 25

Fase 4 Comunicación y Sensibilización Comunitaria

Resultado esperado	Plazo final	Responsable	Recursos necesarios
Campaña informativa sobre las nuevas medidas de seguridad dirigida a residentes y compradores. Incremento de la confianza y posicionamiento positivo del proyecto. Mejora de la señalización en el ingreso de la etapa	Durante el quinto mes de ejecución.	Jefe de Marketing Jefe de Infraestructura	Coordinación con la empresa de seguridad y el área de marketing. Canales de difusión interna y redes sociales. \$3,340 costo presupuestado para la señalización

Nivel esperado de beneficios:

Mayor satisfacción y confianza por parte de los residentes, así como un impacto comercial positivo en la promoción de nuevas etapas. Se refuerza el valor de marca y la percepción de seguridad como atributo diferenciador en el mercado inmobiliario de Daule.

Tabla 26

Fase 5 Evaluación de Desempeño y Cierre

Resultado esperado	Plazo final	Responsable	Recursos necesarios
Informe final de evaluación técnica, financiera y de satisfacción, con plan de mantenimiento preventivo y recomendaciones para futuras etapas.	Al finalizar el sexto mes de implementación.	Gerencia de Proyectos y Auditoría Interna.	Personal interno para levantamiento de información y encuestas digitales a clientes. Herramientas de medición de indicadores (VAN, TIR, encuestas de satisfacción). Asistencia del área administrativa para consolidar el informe final.

Nivel esperado de beneficios:

Incremento comprobable del valor percibido (0,55 % en precio promedio de venta). Se establece un modelo replicable de gestión segura y eficiente para futuras urbanizaciones.

Tabla 27

Cronograma resumido de ejecución

Fase / Mes	1	2	3	4	5	6
Fase 1: Planificación y contratación	■					
Fase 2: Adquisición e instalación		■	■			
Fase 3: Integración y pruebas piloto				■		
Fase 4: Comunicación y sensibilización					■	
Fase 5: Evaluación y cierre						■

El plan de implementación del fortalecimiento de la seguridad constituye una intervención estratégica que combina infraestructura, tecnología y gestión comunitaria. Su ejecución escalonada permitirá a ‘La Compañía’ mejorar la percepción de valor, fortalecer su reputación en el mercado de Daule y crear una ventaja competitiva sostenible basada en la confianza y bienestar de los residentes.

4. Conclusiones y Recomendaciones

El presente caso de negocio tuvo como objetivo identificar la mejor alternativa para mejorar los productos inmobiliarios de 'La Compañía', a partir del análisis de valor percibido por los actores principales (compradores y promotores) y su impacto en la fijación de precios. La aplicación de la metodología Harvard permitió estructurar el estudio bajo un enfoque sistemático, combinando el análisis estratégico y financiero para la toma de decisiones, Integró información cuantitativa (flujos incrementales, VAN, TIR) y cualitativa (percepciones de compradores y promotores), en la evaluación de las alternativas obtenidas.

Tras la comparación de las tres alternativas analizadas, el Fortalecimiento de la Seguridad resultó ser la opción ganadora, al presentar un VAN positivo de USD 6.714,36 y una TIR del 32 %, superiores al WACC del 10 %, evidenciando su rentabilidad y coherencia con los objetivos estratégicos de 'La Compañía'. Esta alternativa combina una inversión moderada con beneficios tangibles e intangibles que incrementan la confianza del comprador y el valor percibido del proyecto. Finalmente, se propone un plan de implementación en cinco fases que abarca planificación, instalación, integración, comunicación y evaluación, garantizando la ejecución ordenada y la obtención efectiva de los beneficios proyectados, consolidando un modelo replicable para futuras etapas y proyectos inmobiliarios en el cantón Daule.

Para 'La Compañía', se recomienda consolidar la mejora en seguridad como un pilar estratégico de sus proyectos, integrando tecnología, diseño arquitectónico y gestión comunitaria. Es importante mantener el monitoreo de los indicadores financieros y de percepción del cliente, a fin de evaluar los resultados del plan de implementación y replicar las buenas prácticas en futuras etapas. Asimismo, se sugiere fortalecer las alianzas con proveedores especializados y desarrollar una política interna de innovación que promueva la mejora continua en los productos inmobiliarios.

Para otras promotoras inmobiliarias, este estudio demuestra la utilidad de la metodología de caso de negocio Harvard como herramienta para identificar y priorizar oportunidades de mejora. En mercados dinámicos como el de Daule, adoptar este enfoque contribuye a anticipar riesgos, detectar oportunidades emergentes y diseñar soluciones orientadas a la sostenibilidad y competitividad empresarial.

Referencias

- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*. New York: Free Press.
- Acosta, E. (9 de 04 de 2025). La Aurora emerge como nuevo polo de desarrollo con la construcción de modernas torres.
- Bruner, R. F., Eades, K. M., Schill, M. J., & Ruback. (2019). *Case Studies in Finance: Managing for Corporate Value Creation*. New York: McGraw-Hill Education.
- Coba, G. (23 de 09 de 2022). Seguridad y cercanía a parques, lo que más influye al elegir vivienda.
- Del Giudice, V. D. (2020). Value perception and real estate pricing. *Sustainability*, 12.
- Fuerst, F. M. (2021). *Risk, perception and residential property values*. NY: Journal of Prosperity Research.
- Gálvez, P. (13 de 10 de 2025). *Negocios Inmobiliarios*. Obtenido de <https://newsletter.negociosinmobiliarios.pe/p/psicologia-compra-inmobiliaria>
- Herath, S. (2021). Elevating the value of urban location: A consumer preference-based approach to valuing local amenity provision. 10-11.
- INEC, I. N. (1 de 11 de 2023). *Censo Ecuador: Daule, el cantón con el mayor ritmo de crecimiento*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/daule-el-canton-con-el-mayor-ritmo-de-crecimiento/>
- Klaufus, C. (2012). *Urban Residence: Housing and Social Transformations in Globalizing Ecuador*. New York, NY & Oxford, UK: Berghahn Books.
- Kotler, P. &. (2016). *Marketing management*. England: Pearson Education.
- Méndez López, P. (2015). *Análisis de los factores que determinan el valor percibido de la vivienda en el cantón Cuenca*. Cuenca.
- Mendieta Rubio, M., & Ullauri Ulloa, N. (2015). <https://www.espol.edu.ec>. Obtenido de <https://www.espol.edu.ec>.
- Murillo Laballe, J. S. (2025). Impacto del crecimiento urbano en el entorno natural: Un análisis de la parroquia La Aurora, cantón Daule (2010-2025).
- Osorio, P. (2013). *Las condiciones de vida de los hogares urbanos en Ecuador: Una aproximación desde la urbanización y las necesidades humanas*. México.
- Porter, M. E. (1990). *Competitive Strategy*. NY: The Free Press.
- Rivera Cárdenas, E. X. (2024). *Estudio del mercado inmobiliario del cantón Daule*. Santa Elena.
- Rivera Cárdenas, E. X. (2024). *Estudio del mercado inmobiliario del cantón Daule*. Santa Elena.
- Rojas Delgado, M. (2025). *Mercado y acceso a la vivienda en Cuenca Ecuador*. Cuenca.

- Saltos, M. M. (24 de 11 de 2023). Casole, un proyecto estilo mediterráneo que se levantará en Daule con una inversión de US\$ 130 millones. *Forbes Ecuador*.
- Tavra Franco, P. (27 de 10 de 2022). La seguridad es cada vez más prioritaria a la hora de comprar una vivienda y casi alcanza al precio en importancia. *Diario El Universo*.
- Universo, E. (07 de Junio de 2024). 'Es notable el crecimiento, se ha vuelto una zona muy completa': La Aurora se expande a un ritmo de 3.000 casas por año y una proyección de 180.000 pobladores. *El Universo*.
- Urbano Paz, L., & Delfino Chamy, M. (2015). Convivencialidad y seguridad en espacios comunitarios del movimiento moderno. Estudio de la Remodelación Paicaví, Concepción. *Revista de Urbanismo 33*.
- Ward, P. M., Jiménez Huerta, E., & Di Virgilio, M. (2015). *Housing Policy in Latin American Cities: A New Generation of Strategies and Approaches for 2016 UN-HABITAT III*. London, UK: Routledge.
- Zeithaml, V. A. (1988). *Consumer perceptions of price, quality, and value: A means-end model and synthesis of evidence*. American Marketing Association (AMA).

Apéndices

Apéndice A

Entrevista a directivo de promotora inmobiliaria

Nombre del Entrevistado: Ing. Rubén Chalela

Entrevistador: Johanna Ordoñez

Fecha de la entrevista: 12 de mayo del 2025

1. P: ¿Con qué frecuencia deben ajustar sus presupuestos de construcción debido a variaciones en los precios de materiales o servicios?

R: Los ajustes se realizan al año por tema de mano de obra y/o por tema de IVA,

2. P: ¿Qué insumos o rubros son los que más impactan en los cambios de presupuesto?

R: Nuestro tipo de casa, se usa M/o, a diferencias de casas alta o media alta; en este caso es la mano de obra la que impacta y los acabados que son en algunos casos diferenciados.

3. P: ¿Cuáles son los principales riesgos financieros que enfrentan por estas variaciones?

R: Bueno el riesgo financiero es que cuando vende las casas del proyecto se la vende a precio fijo, y el bien raíz se lo entrega a 2-3 años después de terminar el proyecto, el peligro es cuando uno ha hecho mal el cálculo como la inflación, el riesgo país, hasta que sea vendida del todo.

4. P: ¿Qué estrategias utilizan para mantener la rentabilidad cuando los costos de construcción aumentan?

R: Ocurre poco, pero como uno tiene siempre diferentes tipos de promociones o casas con acabados especiales, ahí la estrategia es simplemente que las promociones se van a los proyectos de casas básicas.

5. P: En el proceso de definición de precios de venta, ¿Qué factores internos y externos toman en cuenta los ejecutivos que intervienen en ese proceso? Ejemplo: ubicación, vista, cercanía a áreas comunes, etc. ¿considera que están más guiados por la experiencia, por datos, o por una combinación de ambos?

R: Dependemos de las instituciones bancarias, y los factores externos serían las tasas y el riesgo país la cual si influyen.

6. P: ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrentan actualmente para fijar precios en proyectos inmobiliarios?

R: La competencia y en algunos casos los municipios que no especifican reglas claras y justas para todos, sino que hay temas dirigidos, falta de ética en diferentes GAD's genera bastante problema.

7. P: ¿Cómo valoraría la implementación de una matriz estratégica de precios aplicada al portafolio de proyectos?

R: La matriz para poner precios es muy difícil, porque trabajamos con precios reales, sin saber que la matriz pueda adivinar precios a los siguientes años, el índice que uno pone es un riesgo que puede variar por la inflación, con la dolarización es mucho más estable el tema.

8. P: ¿Cómo explican a los clientes las diferencias de precio entre unidades similares?

R: Eso tiene que ver mucho con la ubicación, acabados y el tipo de utilidad o rentabilidad que se estime, uno puede diversificar eso (ejemplo de hamburguesas y papas fritas).

9. P: ¿Qué desafíos enfrentan los compradores al momento de financiar una vivienda?

R: El mayor desafío del comprador es la inestabilidad del empleo, es corto-placista, debe estar seguro como pagar a futuro.

10. P: ¿Cómo perciben los clientes la relación entre el costo y el valor ofrecido por las viviendas en Daule?

R: Realmente lo que se trata es de ofrecer una casa con acabados y calidad de producto, mejor que la competencia con productos superiores.

Apéndice B

Entrevista a comprador del sector

Nombre del entrevistado: Ing. Cesar Noboa

Entrevistador: Alexandra Paredes

Fecha de la entrevista: 13 de mayo del 2025

1.- P: ¿Qué expectativas tenía sobre el precio total de la vivienda antes de iniciar el proceso de compra? ¿Se cumplieron esas expectativas?

R: Bueno yo pensé que iba a ser más costoso comprar en una urbanización, el precio estaba de acuerdo con la casa que faltaba mantenimiento.

2.- P: ¿Recuerda si hubo algún cambio en el precio inicial ofrecido y el precio final que terminó pagando? ¿Cómo se lo justificaron?

R: Creo que el precio inicial se pudo negociar, ya que ese precio era más alto. Y sobre todo porque la casa se tenía que adecuar.

3.- P: ¿Tuvo que pagar por mejoras o acabados adicionales? ¿Qué opinó sobre esos costos?

R: Claro, si tuve que invertir en algunas áreas de la casa, fue aproximadamente \$2.000

4.- P: ¿Considera que el valor que pagó por la vivienda se justifica por las características y calidad recibida? ¿Por qué?

R: Si, si porque hay otras casas ubicadas en el mismo lugar, y lo que me gustó de esta casa es la ubicación y la tranquilidad que tengo, y viendo otras opciones que si eran mucho más caras.

5.- P: ¿Qué características fueron más determinantes para usted al momento de tomar la decisión de compra? (precio, ubicación, diseño, servicios, etc)

R: La posibilidad de plusvalía, por el sector que va en crecimiento, la tranquilidad del lugar por estar cerca de un cerro y por el hecho de que tenía referencias de personas que viven en esta urbanización, sabía que era una buena opción de compra.

6.- P: ¿Qué elementos o servicios siente que deberían haber estado incluidos en el precio y no lo estuvieron?

R: Bueno esto está conectado con las preguntas anteriores, quizás ya no se podía negociar más porque si era un precio optimo.

7.- P: ¿Cuál fue su principal fuente de financiamiento (BIESS, banco privado, pago directo, etc.), y como influyó eso en su decisión?

R: Bueno aplicamos al Biess, porque la tasa hipotecaria es la más baja del mercado, y por ser del estado son más flexibles y licenciosos en el momento que uno entra en mora.

8.- P: Si volviera a comprar una vivienda en esta urbanización o en otra del sector, ¿qué condiciones tendría que cumplirse para considerar justo el precio?

R: Yo creo que casi que las mismas, para mí no es buena idea comprar una casa cara y completamente hecha, sino con un precio bajo y para poderla modificar.

Apéndice C

Cuestionario de la encuesta

1. Perfil del encuestado

1.1. ¿Edad?

- Menos de 25
- 25-34
- 35-44
- 45-54
- 55 o más

1.2. ¿Cuál es su situación habitacional actual?

- Propietario/a
- Arrendatario/a
- Familiar del propietario/a
- Otro: _____

1.3. ¿Hace cuánto tiempo vive en esta urbanización?

- Menos de 1 año
- 1-3 años
- 4-6 años
- Más de 6 años

2. Decisión de compra o arrendamiento

2.1. ¿Qué factores influyeron más en su decisión de vivir en esta urbanización? (Seleccione los 3 más importantes)

- Precio del inmueble
- Ubicación
- Seguridad
- Servicios y áreas comunes
- Facilidades de financiamiento
- Reputación del promotor
- Tamaño del inmueble
- Diseño o acabados
- Cercanía al trabajo/estudios
- Otros: _____

2.2. ¿Cuáles de las siguientes características tiene actualmente su vivienda? (Puede seleccionar más de una opción)

- Iluminación natural
- Patio amplio
- Cerámica en pisos de patio y fachada
- Cuarto de servicio
- Closets en los dormitorios
- Anaqueles en la cocina
- Doble sala
- Tumbado tipo losa (gypsum)
- Fachada con techado para garaje
- Corredor lateral techado para área de lavandería

2.3. ¿Cuántos dormitorios tiene su vivienda actual? (opinión libre)

2.4. ¿Cuántos baños tiene su vivienda actual? (incluyendo el baño de visitas)

2.5. ¿Cómo calificaría el precio que pagó por su vivienda en relación a lo que ofrece el proyecto?

- Muy alto
- Algo alto
- Justo
- Algo bajo
- Muy bajo

2.6. ¿Cree que el precio de los inmuebles en la zona ha aumentado desde su llegada?

- Sí, mucho
- Sí, moderadamente
- Se ha mantenido
- Ha disminuido
- No estoy seguro/a

2.7. ¿El precio que le ofrecieron inicialmente cambió durante el proceso de compra?

- Sí, aumentó
- Sí, disminuyó
- No, se mantuvo igual
- No recuerdo

2.8. ¿Tuvo que pagar por mejoras o acabados adicionales?

- Sí
- No

(Si respondió “Sí”)

2. 8.a. ¿Cuánto aproximadamente gastó en esas mejoras o acabados adicionales?

- Menos de \$1.000
- Entre \$1.000 y \$3.000
- Más de \$3.000
- Prefiero no decirlo

3. Valor percibido y satisfacción

3.1. En una escala del 1 al 5, ¿cómo evaluaría su nivel de satisfacción con la relación calidad-precio del proyecto donde vive?

(1 = Muy insatisfecho, 5 = Muy satisfecho)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

3.2. ¿Qué aspectos cree que justifican (o no justifican) el precio pagado por su vivienda?

(Pregunta abierta)

3.3. ¿Volvería a comprar una casa en este proyecto al mismo precio? ¿Por qué? (Pregunta abierta)

4. Necesidades y propuestas

4.1. ¿Considera que las viviendas actuales en Daule se adaptan a las necesidades de las familias?

- Sí
- Parcialmente
- No

¿Por qué? (Pregunta abierta)

4.2. ¿Qué características le gustaría ver en futuros proyectos inmobiliarios en Daule? (Marque las que considere importantes)

- Mejor relación precio-calidad
- Acabados de mayor calidad
- Más seguridad
- Áreas verdes o recreativas
- Viviendas más amplias
- Opciones más asequibles
- Mayor variedad de diseños
- Servicios complementarios (comercio, educación, salud)
- Otros: _____

5. Opiniones generales

5.1. En su opinión, ¿qué deberían mejorar las promotoras inmobiliarias al momento de fijar precios? (Pregunta abierta)

5.2. ¿Estaría dispuesto a pagar un poco más si el proyecto ofreciera mayor valor agregado (ej. diseño, servicios, sostenibilidad)?

- Sí
- Dependería del caso
- No

Apéndice D

Resultados estadísticos de la encuesta

Muestra seleccionada: 50

Grupo Objetivo: Residentes en Urbanizaciones del Sector Daule

Tipo de Encuesta: Encuesta virtual

Pregunta 1.1. ¿Edad?

	Encuestados	%
Menos de 25	0	0%
25-34	12	24%
35-44	16	32%
45-54	18	36%
55 o más	4	8%
Total	50	100%

Pregunta 1.2. ¿Cuál es su situación habitacional actual?

	Encuestados	%
Propietario/a	33	66%
Arrendatario/a	13	26%
Familiar de propietario	4	8%
Total	50	100%

Pregunta 1.3. ¿Hace cuánto tiempo vive en esta urbanización?

	Encuestados	%
Menos de 1 año	2	4%
1-3 años	16	32%
4-6 años	9	18%
Más de 6 años	23	46%
Total	50	100%

Pregunta 2.1. ¿Qué factores influyeron más en su decisión de vivir en esta urbanización?
 (Seleccione los 3 más importantes)

	Encuestados	%
Precio del inmueble	21	42%
Ubicación	26	52%
Seguridad	37	74%
Servicios y áreas comunes	13	26%
Facilidades de financiamiento	9	18%
Reputación de promotor inmobiliario	4	8%
Tamaño del inmueble	8	16%
Diseño o acabados	3	6%
Cercanía al trabajo/estudios	8	16%

Pregunta 2.2. ¿Cuáles de las siguientes características tiene actualmente su vivienda? (Puede seleccionar más de una opción)

	Encuestados	%
Iluminación natural	19	38%
Patio amplio	22	44%
Cerámica en pisos de patio y fachada	26	52%
Cuarto de servicio	13	26%
Clósets en los dormitorios	32	64%
Anaqueles en la cocina	37	74%
Doble sala	18	36%
Tumbado tipo losa (gypsum)	30	60%
Fachada con techado para garaje	5	10%
Corredor lateral techado para lavandería	20	40%

Pregunta 2.3. ¿Cuántos dormitorios tiene su vivienda actual?

	Encuestados	%
Dos	4	8%
Tres	34	68%
Cuatro	12	24%
Cinco	0	0%
Total	50	100%

Pregunta 2.4. ¿Cuántos baños tiene su vivienda actual, incluyendo el baño de visitas?

	Encuestados	%
Uno	2	4%
Dos	11	22%
Tres	20	40%
Cuatro	13	26%
Cinco	4	8%
Total	50	100%

Pregunta 2.5. ¿Cómo calificaría el precio que pagó por su vivienda en relación a lo que ofrece el proyecto?

	Encuestados	%
Muy alto	1	2%
Algo alto	19	38%
Justo	28	56%
Algo bajo	1	2%
Muy bajo	1	2%
Total	50	100%

Pregunta 2.6. ¿Cree que el precio de los inmuebles en la zona ha aumentado desde su llegada?

	Encuestados	%
Sí, mucho	34	68%
Sí, moderadamente	12	24%
Se ha mantenido	2	4%
Ha disminuido	0	0%
No estoy seguro/a	2	4%
Total	50	100%

Pregunta 2.7. ¿El precio que le ofrecieron inicialmente cambió durante el proceso de compra?

	Encuestados	%
Sí, aumentó	10	20%
Sí, disminuyó	2	4%
No, se mantuvo igual	36	72%
No recuerdo	2	4%
Total	50	100%

Pregunta 2.8. ¿Tuvo que pagar por mejoras o acabados adicionales?

	Encuestados	%
Sí	29	58%
No	21	42%
Total	50	100%

Pregunta 2.8.a ¿Cuánto aproximadamente gastó en esas mejoras o acabados adicionales?

	Encuestados	%
Menos de \$1000	6	21%
Entre \$1000 y \$3000	11	38%
Más de \$3000	11	38%
Prefiero no decirlo	1	3%
Total	29	100%

Pregunta 3.1. En una escala del 1 al 5, ¿cómo evaluaría su nivel de satisfacción con la relación calidad-precio del proyecto donde vive?
(1 = Muy insatisfecho, 5 = Muy satisfecho)

	Encuestados	%
1 = NO satisfecho	2	4%
2	0	0%
3	9	18%
4	26	52%
5 = Muy satisfecho	13	26%
Total	50	100%

Pregunta 3.2. (opinión libre) ¿Qué aspectos cree que justifican (o no justifican) el precio pagado por su vivienda? (Pregunta abierta)

	Encuestados	%
Seguridad	21	42%
Ubicación y entorno	26	52%
Acabados y construcción	37	74%
Espacio y diseño interior	13	26%
Areas comunes y urbanización	9	18%
Opiniones neutras o no justifican	4	8%
Precio y percepción de valor	8	16%
Afirmaciones generales	3	6%
Total	50	100%

Pregunta 3.3. (opinión libre) ¿Volvería a comprar una casa en este proyecto al mismo precio?
¿Por qué? (Pregunta abierta)

	Encuestados	%
Sí volvería a comprar	23	46%
No volvería a comprar	19	38%
Respuestas condicionales/intermedias	8	16%
Total	50	100%

Pregunta 4.1. ¿Considera que las viviendas actuales en Daule se adaptan a las necesidades de las familias?

	Encuestados	%
Sí	33	66%
No	2	4%
Parcialmente	15	30%
Total	50	100%

Pregunta 4.2. ¿Qué características le gustaría ver en futuros proyectos inmobiliarios en Daule?
(Marque las que considere importantes)

	Encuestados	%
Mejor relación precio-calidad	29	58%
Acabados de mayor calidad	33	66%
Más seguridad	26	52%
Areas verdes o recreativas	21	42%
Viviendas más amplias	35	70%
Opciones más asequibles	20	40%
Mayor variedad de diseños	23	46%
Servicios complementarios	9	18%

Pregunta 5.1. (opinión libre) En su opinión, ¿qué deberían mejorar las promotoras inmobiliarias al momento de fijar precios? (Pregunta abierta)

	Encuestados	%
Calidad de la construcción y acabados	22	44%
Relación precio-valor / calidad	8	16%
Cumplimiento de plazos y condiciones ofrecidas	5	10%
Financiamiento y condiciones de pago	6	12%
Transparencia e información al cliente	2	4%
Perfil del cliente y control del entorno	1	2%
Opiniones sin sugerencias	6	12%
Total	50	

Pregunta 5.2. ¿Estaría dispuesto a pagar un poco más si el proyecto ofreciera mayor valor agregado (ej. diseño, servicios, sostenibilidad)?

	Encuestados	%
Sí	22	44%
No	6	12%
Dependería del caso	22	44%
Total	50	100%

Apéndice E

***Prompt* utilizado para la generación de alternativas en base a las entrevistas realizadas a ejecutivos de “La Compañía”**

“En base a la entrevista realizada, genera los códigos sobre propuestas de mejora de bienes inmuebles”.

Para la generación de alternativas basadas en las entrevistas realizadas a los ejecutivos de ‘La Compañía’, se utilizó la herramienta de inteligencia artificial ChatGPT-5, desarrollada por OpenAI.