

APP “FIND YOUR HOME”

LUZ ADRIANA MESA MOLINA

NIXON DANILO PÉREZ SUAREZ

ELSY NATALIA BOHORQUEZ

CORPORACIÓN UNIFICADA DE EDUCACIÓN SUPERIOR – CUN

PRGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CREACIÓN DE EMPRESAS 1

BOGOTÁ, 2020

APP “FIND YOUR HOME”

LUZ ADRIANA MESA MOLINA

NIXON DANILO PÉREZ SUAREZ

ELSY NATALIA BOHORQUEZ

DOCENTE

GERMÁN STEVEN SARMIENTO TRIVIÑO

CORPORACIÓN UNIFICADA DE EDUCACIÓN SUPERIOR – CUN

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CREACIÓN DE EMPRESAS 1

BOGOTÁ, 2020

COMPROMISO DE AUTOR

Yo, **LUZ ADRIANA MESA MOLINA** con célula de identidad 1105691046 y alumno el programa académico **ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**, declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

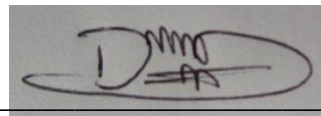
Firma: _____

COMPROMISO DE AUTOR

Yo, **NIXON DANILO PEREZ SUAREZ** con célula de identidad 1116551269
y alumno el programa académico **ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**,
declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y
manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente
original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al
director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado
en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma: _____

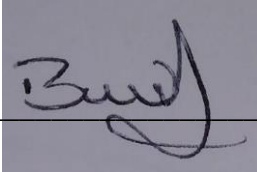
A handwritten signature in black ink, appearing to read 'DANILO PEREZ SUAREZ', is written over a grey rectangular background. The signature is stylized and somewhat cursive.

COMPROMISO DE AUTOR

Yo, **ELSY NATALIA BOHORQUEZ** con célula de identidad 1116548526 y alumno el programa académico **ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**, declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma: _____

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Elsy', is written over a horizontal line. The signature is contained within a grey rectangular box.

FYH



FIND YOUR HOME

INDICE

INTRODUCCIÓN	10
OBJETIVO GENERAL.....	11
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	11
CLAVES PARA EL ÉXITO	11
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	12
1.1. Otros problemas, retos, necesidades u oportunidades	15
1.2. Objetivos de desarrollo sostenible que se relacionan al problema	15
2. TEORÍA DEL VALOR	15
3. ANÁLISIS PESTEL	15
3.1 EVALUACIÓN DEL PROBLEMA	16
4. ÁRBOL DE PROBLEMAS.....	17
4.1 Pregunta Problema	18
5. ÁRBOL DE OBJETIVOS	18
6. TÉCNICA DE IDEACIÓN.....	19
7. ESTRUCTURA DE LA IDEA	20
8. SOLUCIÓN IDEA DE NEGOCIO ESTRUCTURADA	21
9. ALTERNATIVAS A LA IDEA DE NEGOCIO INICIAL	21
10. DESCRIPCIÓN DE LA INNOVACIÓN	22
11. FUERZAS DE LA INDUSTRIA.....	22
11.1 Contextualización de la Empresa	22
11.2 Análisis de la demanda.....	23
11.3 Análisis de la Oferta	24
11.4 Análisis de los Proveedores	24
12. PROCESO DE SEGMENTACIÓN.....	25
12.1. BUYER PERSONA	26
12.2 Descripción del Cliente	27
13. PROPUESTA DE VALOR.....	27
13.1 El Lienzo	27
13.2 Declaración de la Propuesta de Valor	28
14. DISEÑO DEL PRODUCTO.....	28

14.1 Definición Estratégica	28
15. DISEÑO DE CONCEPTO	29
15.1 Materia Prima	29
16. FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO	30
17. DISEÑO EN DETALLE.....	32
17.1 PROCESO PRODUCTIVO	32
17.2 CADENA DE DISTRIBUCIÓN.....	33
17.3 PROPUESTA DE VALOR.....	33
18. COSTOS DE PRODUCCIÓN	34
19. INDICADORES DE CALIDAD	34
20. PRODUCCIÓN.....	35
21. PROTOTIPO.....	36
21.1 Características del Servicio	36
21.2 Características del Prototipo.....	36
21.3 Interacción cliente + prototipo	39
22. MODELO RUNNING LEAN DE LA EMPRESA <i>FYH. Find Your Home</i>	40
23. Objetivos de la investigación	41
23.1 <i>Objetivo General</i>	41
23.2 <i>Objetivo Específicos</i>	41
24. METODOLÓGIA.....	42
24.1 ANÁLISIS CUALITATIVO	42
24.1.1 Grupo Objetivo	42
24.1.2 Aplicación del instrumento.....	42
24.1.3 <i>Análisis de datos obtenidos</i>	43
24.2 ANÁLISIS CUANTITATIVO.....	43
24.2.1 <i>Tamaño De La Muestra</i>	44
24.2.2 <i>Muestreo Por Conglomerados</i>	44
24.2.3 <i>Metodología De La Selección De La Muestra</i>	44
24.2.4 <i>Tipo De Diseño Muestral</i>	44
24.2.5 Instrumento de Investigación.....	45
24.2.6 TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	46

CONCLUSIONES	51
RECOMENDACIONES.....	51
REFERENCIAS.....	52

INTRODUCCIÓN

FIND YOUR HOME, es un proyecto que nace de la necesidad que tienen las personas de hoy en día, que disponen de poco tiempo para salir a buscar casas o apartamentos en alquiler.

Las personas, en especial los jóvenes se han dedicado tanto a trabajar y estar activos que no cuentan con el tiempo necesario para suplir sus necesidades básicas. La mayoría de ellos no viven en un sitio propio, es por esta razón que muchos deben buscar constantemente, bien sea porque sus domicilios quedan lejos de sus trabajos, porque no el sitio en el que viven no se adapta a sus necesidades, porque se cansaron de vivir en el mismo sitio o porque el canon de arrendamiento no se ajusta a sus ingresos.

OBJETIVO GENERAL

Crear una aplicación segura y confiable que le permita a los jóvenes de hoy encontrar su sitio ideal para vivir.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Contribuir en la reducción de tiempo y dinero al momento de buscar la vivienda ideal para nuestros usuarios.

2. Facilitar las posibilidades de encontrar vivienda digna y segura mediante una aplicación eficiente y eficaz.

3. Desarrollar un estudio que permita identificar preferencias, criterios, y expectativas de los usuarios, que sirva como sistema de información para comprensión de las necesidades de los mismos.

CLAVES PARA EL ÉXITO

1. Seguridad
2. Interfaz ágil e intuitiva
3. Tiempos de respuesta en procesos
4. Actualizaciones y solución de errores
5. Escuchar a los clientes.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La enfermedad del coronavirus 2019(COVID-19) es una afección causada por un virus que se puede propagar de persona a persona. El virus que causa el COVID-19 es un nuevo coronavirus que se ha propagado por todo el mundo. El COVID-19 puede causar desde síntomas leves (o ningún síntoma) hasta casos de enfermedad grave.

Por otro lado, las Aplicaciones o App son programas que se instalan en un dispositivo móvil, diseñadas para realizar una función específica que amplía o mejora la capacidad de funcionamiento del dispositivo, tal cual ocurre con los programas informáticos instalados en las computadoras.

Para los teléfonos celulares se encuentran casi toda case de aplicaciones. Para gestionar las redes sociales, para manipular y mejorar fotografías, organizar la música, los juegos.

Las aplicaciones más exitosas y extendidas, son aquellas que tienen la posibilidad de actualizarse con más niveles.

Algunas aplicaciones solo pueden instalarse en smartphones porque su funcionamiento requiere hardware con cierta capacidad, sin embargo, un celular que tengan soporte para Java puede instalar aplicaciones más limitadas, como juegos, pero de menores requerimientos.

El coronavirus ha traído un cambio drástico en la vida de todos, por eso es muy importante lograr adaptarse a la situación del aislamiento preventivo, para mantener la sana convivencia en el hogar, y la comunidad, cuidando de la salud mental y emocional de todos.

Tomando en cuenta la coyuntura en la que nos encontramos, ha nacido una nueva problemática para sociedad. El miedo a salir, a tener quebrantos de salud y a tal vez de propagar

la enfermedad a sus familiares y conocidos, ha provocado que muchas personas permanezcan resguardadas en sus casas, evitando a toda costa tener contacto físico y directo con la sociedad.

Según un estudio del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el 34% de las viviendas que existen en Colombia son para alquilar, mientras que el promedio en América Latina es de 21%. De hecho, la media es superior a la de los bloques económicos del mundo, el que más se acerca es Norteamérica con 33%.

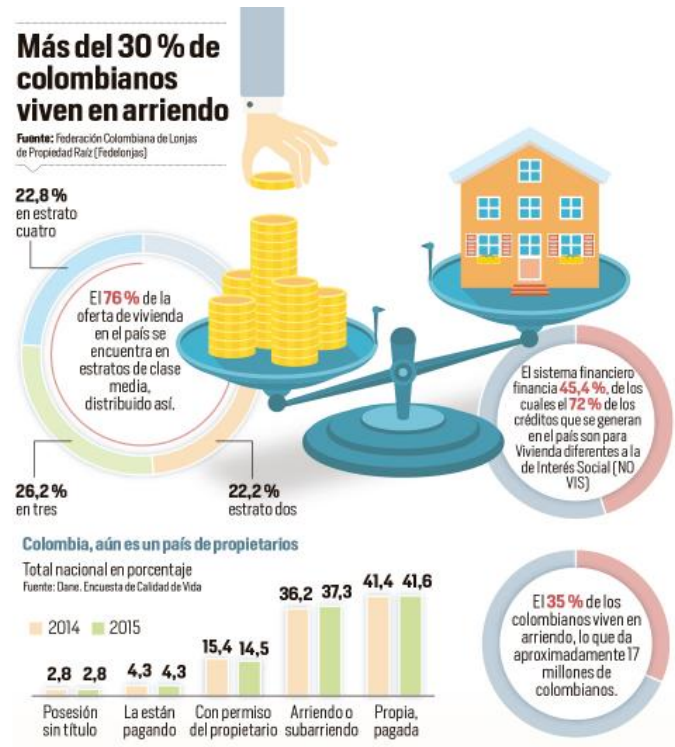
Según datos del Dane, y cálculos de la Lonja de Propiedad Raíz de Medellín y Antioquia, el mayor porcentaje de familias que viven en arriendo se encuentran en Risaralda, el departamento con más viviendas en alquiler, con 44,1%, seguido muy de cerca por Bogotá donde el 43,4% de las casas o apartamentos son para arrendar y en el tercer puesto está el departamento del Meta con 43,1%. Los lugares del país donde el mercado de arrendamiento no tiene tanta presencia son Vaupés con 7,9%, Guainía 9,4% y Amazonas con 11,7%. Se estima que las rentas mensuales de este negocio superan los 2,2 billones de pesos en Colombia. El estrato social con mayor nivel de participación es el 3, con un 46,4% de viviendas y un canon promedio de 525.348 pesos que, por la cantidad de inmuebles arrendados, que son 1.324.677, genera un valor mensual de 695.917 millones de pesos. Le sigue el estrato 2 con 41,8% de viviendas que, aunque es un porcentaje menor comparado con el estrato 3 tiene mayor cantidad de casas o apartamentos en arriendo, en total son 1.921.771, pero como el canon promedio es de 525.348 pesos el valor de la renta mensual es de 664.647 millones de pesos. Mientras que el estrato 4 tiene una participación de 36,6%, con un canon de arrendamiento promedio de 854.910 pesos y con 356.643 inmuebles produce una renta de 304.898 millones de pesos mensuales. En los niveles socioeconómicos más altos, 5 y 6, el número de inmuebles para arrendar es inferior, 127.735 y 89.534 respectivamente,

y aunque, por obvias razones manejan los cánones más altos del mercado, superiores a 1.100.000 pesos, sus aportes mensuales son menores, 144.429 millones de pesos y 142.468 millones de pesos para cada uno de los casos.

Por otro lado, los arriendos en Bogotá son entre 25% y 30% más caros que en Medellín y Barranquilla, a su vez estas dos ciudades son entre 15% y 20% más caras que Cali, y esta entre un 18% y 28% más cara que

Bucaramanga. Los cánones mensuales por metro cuadrado, incrementan 20% y 25% entre estratos medio y altos (4, 5 y 6).

Para inmuebles de 60 a 80 metros cuadrados en Bogotá, en estrato 4, por ejemplo, cuesta 23.680 pesos el metro cuadrado y el valor del arrendamiento tiene un incremento del 30% al subir de estrato, mismo porcentaje de Barranquilla, aunque el precio allí, por metro cuadrado, para el mismo estrato, es de 19.310 pesos. Mientras que en el caso de Bucaramanga está en 13.176 pesos y la diferencia con el precio en el estrato 6 (16.456 pesos) es de 3.280 pesos por metro cuadrado, lo que significa que, para viviendas de 70 metros, por ejemplo, la diferencia entre vivir en estrato 4 y un estrato 6 es de 229.600 pesos entre uno y otro.



1.1. Otros problemas, retos, necesidades u oportunidades:

- Filtros de agua magnéticos.
- Toallas térmicas.

1.2. Objetivos de desarrollo sostenible que se relacionan al problema:

- 1- Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades:

Este proyecto está comprometido con el bienestar de todas las personas que por una u otra razón han decidido permanecer en sus casas salvaguardando su salud ante la coyuntura del Covid-19.

- 2- Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.

La garantía de un servicio 100% online, permite contribuir a la conservación del medio ambiente.

2. TEORÍA DEL VALOR

Se busca brindar un aporte a la salud, al presévala, mediante el autocuidado en casa, haciendo uso responsable de las TIC y de la Internet.

3. ANÁLISIS PESTEL

PESTEL

POLÍTICO	Ministerio de las Tecnologías y las Comunicaciones.	-Programas de capacitación de TIC'S.
ECONÓMICO	Fondo Emprender.	Convocatoria nacional fondo emprender no. 72. Para financiar iniciativas empresariales con vocación innovadora en cualquier sector de la economía nacional

	Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC)	Impulso al desarrollo de aplicaciones móviles (APPS.CO)
SOCIAL	Clientes potenciales	Personas temerosas de la coyuntura del COVID-19, que quieren resguardarse en sus casas, pero intentan seguir una vida normal a través de los dispositivos móviles.
TECNOLÓGICO	Recursos digitales Aplicaciones	- Trovit - Finca Raíz
LEGAL	Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC)	- Decreto 1377 de 2013.

Tabla 1 PESTEL

3.1 EVALUACIÓN DEL PROBLEMA

CRITERIO	PROBLEMA 1	PROBLEMA 2	PROBLEMA 3
CONOCIMIENTO O EXPERIENCIAS	5	5	3
ASESORIA DE UN EXPERTO	5	4	3
ALCANCE	5	5	4
IMPACTO	5	4	4
INTERÉS	5	3	3
TOTAL	25	21	17

Tabla 2 Esquema de Problemas

Al evaluar los proyectos, se decidió que Find Your Home, es el proyecto que se ajusta a nuestra idea de negocio. Las aplicaciones móviles son un tema apasionante, además, queremos aportar nuestro granito de arena, a la situación que vive actualmente el país.

4. ÁRBOL DE PROBLEMAS

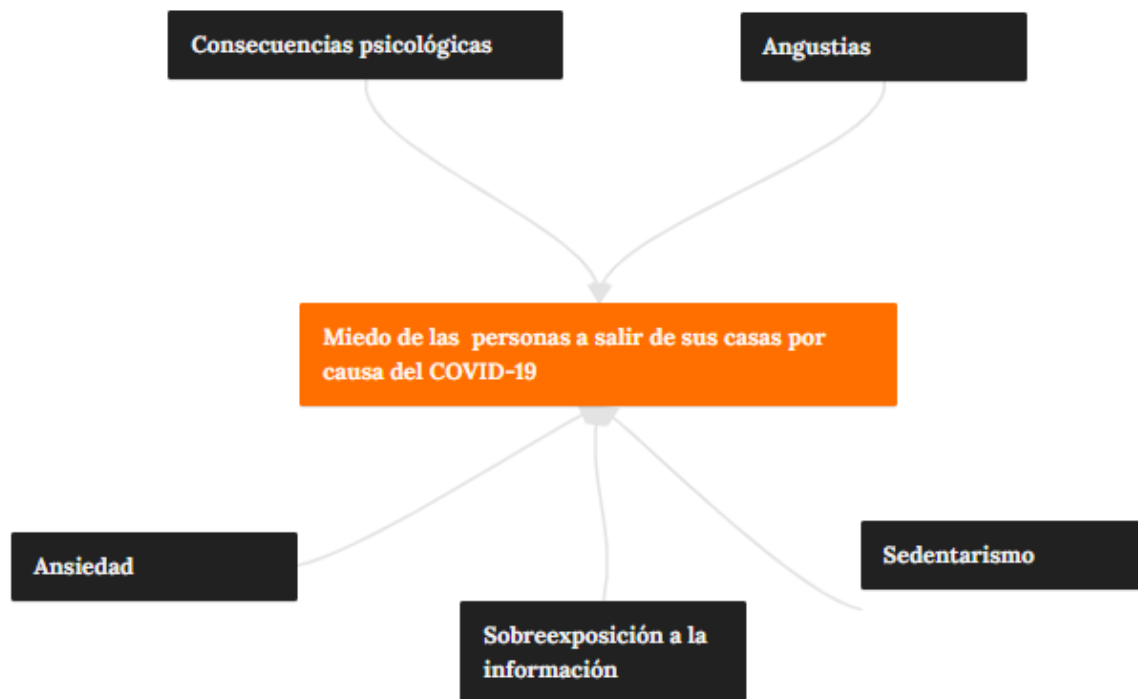


Gráfico 1Árbol de Problemas

Mediante el árbol de problemas, se logró evidenciar que tanto el miedo, como la ansiedad por la situación que se está viviendo a nivel mundial, son un problema serio, que si se deja avanzar puede acarrear graves problemas de salud mental. Es imprescindible mantenerse ocupado durante esta situación.

4.1 Pregunta Problema

¿Cómo aportar al mejoramiento de la salud mental de las personas que se encuentran resguardadas en sus casas por miedo a salir a la calle por causa del COVID-19?

5. ÁRBOL DE OBJETIVOS

Logrando una visión positiva de las situaciones y definiendo criterios de evaluación de la solución para el problema propuesto, tenemos el siguiente árbol de objetivos:

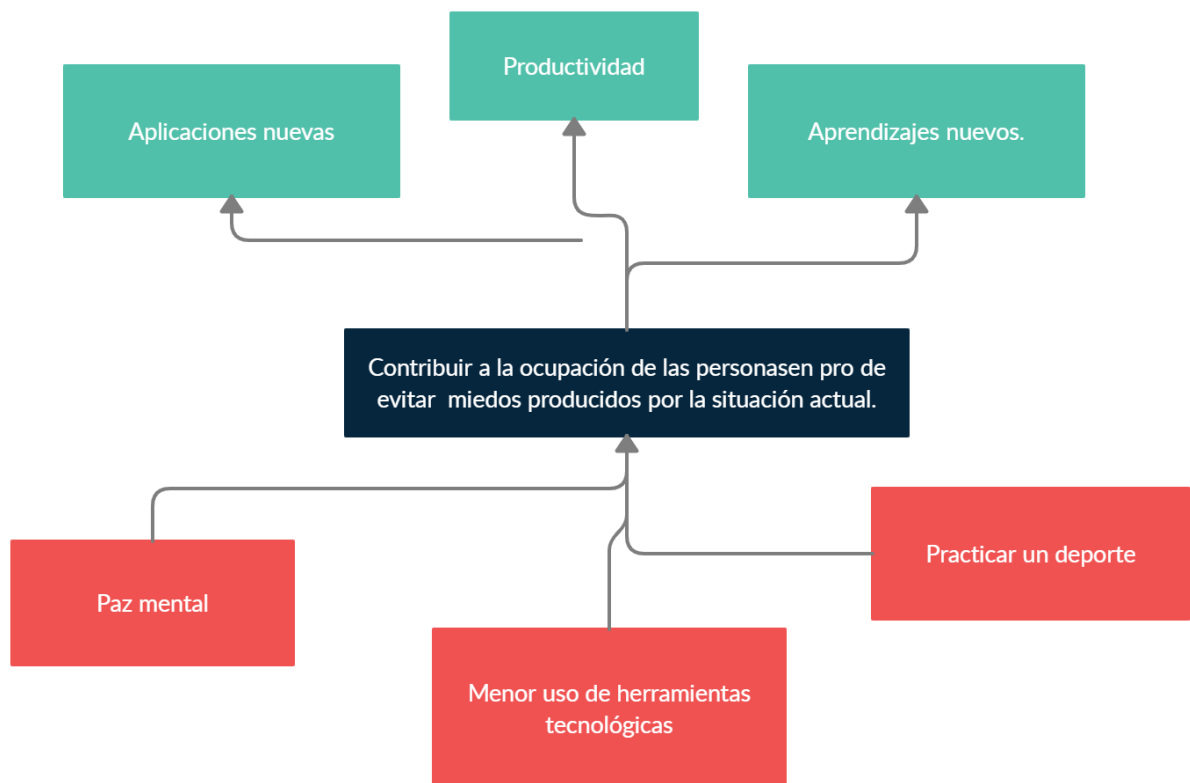


Gráfico 2 Árbol de Objetivos

6. TÉCNICA DE IDEACIÓN

LLUVIA DE IDEAS:

- Filtros durante la búsqueda
- Interfaz llamativa
- Interfaz de fácil acceso.
- Gratuita
- Geolocalización precisa

INTERÉS / DISPOSICIÓN AFIRMACIONES	ESCALA DE VALORACIÓN				
	(F)				(V)
- La Idea de Negocio que tengo se ajusta a lo que yo siempre he querido hacer.					5
- No me incomodaría decir a otros que me dedico a esta actividad.					5
- Estoy dispuesto a dedicar el tiempo que sea necesario para desarrollar el negocio.					5
- Considero que en seis (6) meses puedo tener el negocio funcionando.					5
Nº TOTAL DE AFIRMACIONES VALORADAS EN:	0	0	0	0	20

	A		B		C
Total de afirmaciones valoradas en 1:	0	x	1	=	0
Total de afirmaciones valoradas en 2:	0	x	2	=	0
Total de afirmaciones valoradas en 3:	0	x	3	=	0
Total de afirmaciones valoradas en 4:	0	x	4	=	0
Total de afirmaciones valoradas en 5:	4	x	5	=	20

Tabla 3 Escala de Valoración

PUNTAJE TOTAL **20**

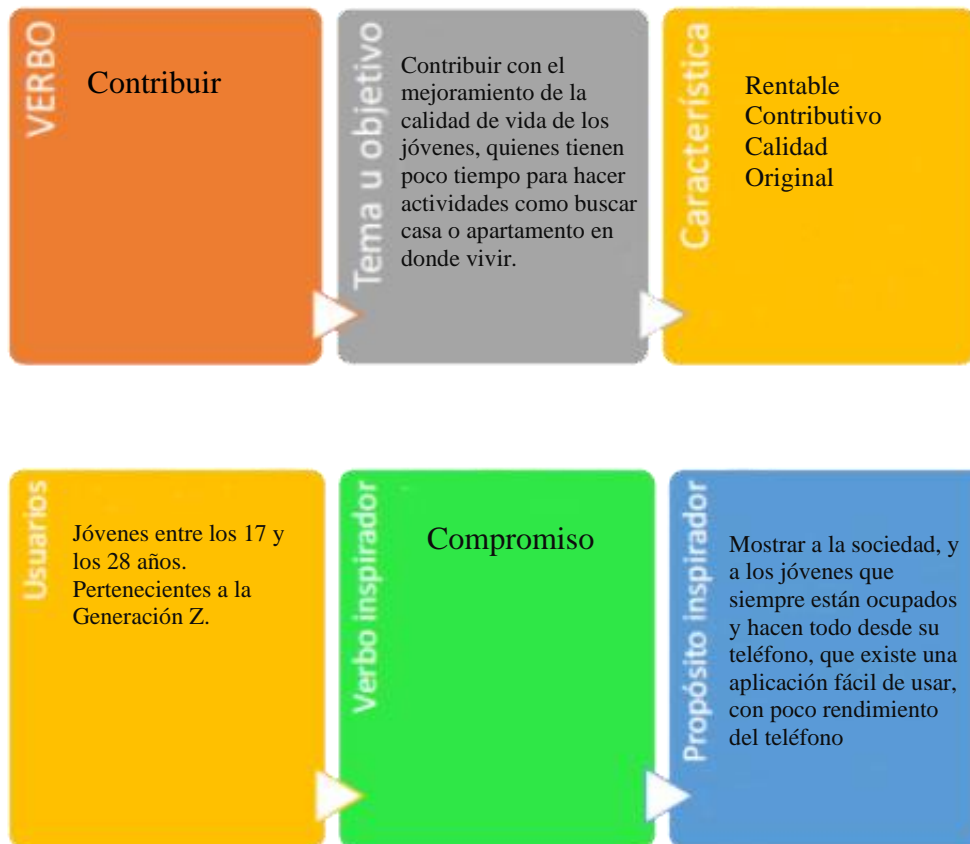
Los resultados de la tabla anterior de valoración corresponden a un total de 20 puntos posibles sobre 20. Nos gusta mucho nuestra idea de negocio y por este motivo estamos enfocados en el desarrollo del mismo.

7. ESTRUCTURA DE LA IDEA

¿Cuál es el servicio?	El servicio que ofrecemos es una aplicación móvil diseñada exclusivamente para encontrar casas y apartamentos en alquiler.
¿Quién es el cliente potencial?	Jóvenes de la Generación Z. Entre los 17 y los 28 años.
¿Cuál es la necesidad?	Ante la coyuntura del COVID-19, y la necesidad de quedarse en casa, para protegerse a sí mismo y a la familia, y partiendo que muchas personas se encuentran en búsqueda de alquileres, nace esta propuesta.
¿Cómo funciona el servicio?	Es una aplicación móvil que permite filtrar por ciudad, barrio y el monto a pagar por el alquiler de una casa o un apartamento. Mediante una interfaz de fácil uso, accesible a todas las personas sin importar su edad.
¿Por qué lo preferirían?	Las personas lo prefieren porque su interfaz es de fácil uso, además de llamativa, permitiendo que personas de todas las edades lo utilicen sin problema. Es sumamente liviana, lo cual le permitirá al usuario ahorrar espacio de almacenamiento en su móvil.

Tabla 4 Estructura

8. SOLUCIÓN IDEA DE NEGOCIO ESTRUCTURADA



El compromiso es con los jóvenes y su salud mental, muchos de ellos viven constantemente ocupados, ya sea en el trabajo o estudiando. Hoy por hoy, los chicos son muy activos, y la gran mayoría piensa en independizarse, al no contar con el tiempo para salir a buscar apartamentos en alquiler, muchos de ellos van a pagar sitios con los que no están satisfechos, lo que hace que tengan que estar en constante cambio e incluso tener que regresar a sus hogares.

9. ALTERNATIVAS A LA IDEA DE NEGOCIO INICIAL

- Sensor de medición de azúcar en la sangre a través de la saliva.

- Calentador inteligente para bañar mascotas.
- Batería auto recargable con el uso, para smartphone.
- Casco para motocicleta autoajutable.

10. DESCRIPCIÓN DE LA INNOVACIÓN

Find Your Home, es una aplicación que busca sentar precedente como la mejor plataforma móvil, enfocada únicamente en encontrar, habitaciones, apartamentos y casas en alquiler. Es una aplicación con una interfaz fácil de utilizar y que no requiere de muchas exigencias al momento de la instalación. Es liviana, pero también efectiva y eficaz.

VARIABLE	DESCRIPCIÓN DE LA INNOVACIÓN
Producto o Servicio	Aplicación móvil de fácil interfaz
Mercadeo	Su comercialización se hace a través de las diferentes redes sociales que existen actualmente. Además de cuñas publicitarias, tanto en radio como en televisión.

Tabla 5 Descripción Innovación

11. FUERZAS DE LA INDUSTRIA

11.1 Contextualización de la Empresa

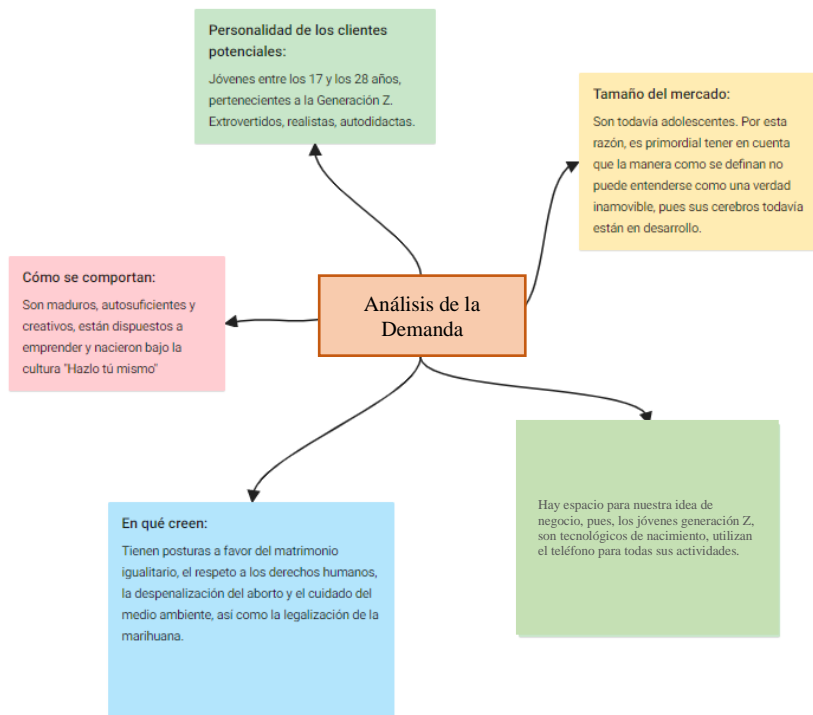
Find Your Home, es una sociedad, que tiene por actividad económica el desarrollo freelance de aplicaciones móviles netamente enfocadas a encontrar casas y apartamentos en alquiler en todo el territorio nacional.

11.2 Análisis de la demanda

Los clientes objetivo de Find Your Home, son los jóvenes entre los 17 y los 28 años, pertenecientes a la Generación Z, quienes tienen unas características particulares que son



muy diferentes a las que vivieron las anteriores generaciones. Son los “verdaderos nativos digitales”, dado que, desde siempre han tenido total acceso al mundo digital. Eso los ha expuesto a una hiperinformación enorme desde que tienen uso de razón. Por eso, son mucho más conscientes del cuidado del medio ambiente. Tienen una mentalidad más global. Quieren (y ven mucho más cercano) viajar a lugares que antes consideraban remotos, como Asia. Conocer Estados Unidos ya no es para ellos una prioridad. Para ellos la heterogeneidad es una regla. No



les gusta que los encasillen y tratan de resaltar su independencia mucho más que las generaciones anteriores, incluso dentro de su círculo de amigos. Viven bajo la idea de que tienen que ser los mejores en lo que hacen. Tienen una percepción distinta del dinero. 61% de la población de esta

generación no considera que la medida del éxito sea el dinero, pues sienten que la manera para lograr el éxito es a través de la reputación y el reconocimiento.

11.3 Análisis de la Oferta

Actualmente, existe una aplicación casi que, para cada necesidad, sin embargo, hasta el momento no se ha creado una aplicación dedicada netamente a buscar alquileres de casas o apartamentos en el país. La mayoría muestra primeramente las cosas o apartamentos en venta o se debe filtrar el alquiler desde el inicio de la búsqueda.

Nombre del Competidor	Producto	Servicio (Ventaja Competitiva)	Ubicación
FINCA RAÍZ	Aplicación para encontrar casas, apartamentos y fincas en venta y alquiler	Es gratuita	Online

Tabla 6 Oferta

11.4 Análisis de los Proveedores

Tomar la decisión de contratar a un aliado tecnológico capacitado para el desarrollo de un proyecto de aplicaciones a la medida para una empresa o startup no es tarea fácil. No todas las compañías saben por dónde empezar al momento de hacer esta búsqueda ni mucho menos que tomar en cuenta para que la selección del proveedor sea la correcta.

Una mala elección de proveedor de productos digitales trae consigo consecuencias negativas además de la evidente pérdida de recursos económicos al invertir de manera

inadecuada en un producto final que no satisface completamente las necesidades del negocio. A esto sumemos el tiempo y energía dedicado por el departamento de desarrollo y el resto de áreas involucradas en el proyecto para el levantamiento de información, seguimiento, modificaciones, pruebas y aprobación. Cuando no se tiene una buena experiencia con un determinado proveedor de productos digitales, se tiende a responsabilizar a quien lo eligió más que al proveedor en sí mismo; y el resultado negativo suele impactar un posible producto exitoso.

PROVEEDOR	PRECIO	LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA	EXPERIENCIA
Kubo S.A.S	De \$4.500 a \$5.000 COP, por kilogramo.	Carrera 23 #86a – 27 Bogotá.	Más de 2 años en el mercado
Akamai	Desde \$10.000 COP por docena	Online	Más de 5 años en el mercado

Tabla 7 Proveedores

12. PROCESO DE SEGMENTACIÓN

13.1 Bondades del producto

1. Interfaz de fácil uso.
2. Interfaz llamativa.
3. Backoffice.
4. Usabilidad.
5. Actualizaciones.
6. Notificaciones.
7. Alertas para los usuarios.

- 8. Diferenciación.
- 9. Seguridad.
- 10. Medios de contacto.
- 11. Opciones de personalización.
- 12. Sistema de búsqueda.
- 13. Filtración.
- 14. Inter-oparabilidad.
- 15. Visibilidad en IOS y Android.

12.1. BUYER PERSONA

Mediante el buyer persona definimos nuestra audiencia, permitiéndonos entender con mayor profundidad sus gustos y necesidades.

 <p>Foto del cliente</p> <p>JESÚS MORENO</p>	<p>Miedos, frustraciones y ansiedades.</p> <ul style="list-style-type: none"> - No tener tiempo para conseguir su apartamento ideal. - Fracasar en el intento de irse a vivir solo - Lo frustra pensar que no tiene tiempo para buscar un buen lugar para vivir. 	<p>Desea, necesita, anhela y sueña.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Necesita ayuda en la búsqueda de apartamento, pues no dispone de tiempo. - Anhela encontrar un sitio para vivir que se adapte a sus necesidades y presupuesto. - Sueña con tener el tiempo necesario, en su defecto una herramienta que le permita facilitar su búsqueda de apartamento, pues, le urge mudarse.
<p>Demográficos y geográficos</p> <p>Mayor de edad, 19 años. Vive en Bogotá. Soltero, vive con sus padres, pero está buscando alquiler para irse a vivir solo. Trabaja haciendo inbound marketing para empresas internacionales.</p>	<p>¿Qué están tratando de hacer y porqué es importante para ellos?</p> <p>Está intentando buscar en aplicaciones móviles, pero su interfaz es pesada y se demora mucho en cargar. La mayoría de las aplicaciones requieren muchas</p>	<p>¿Cómo alcanzan esas metas hoy? ¿Hay alguna barrera en su camino?</p> <p>No se da por vencido, sigue buscando aplicaciones, hasta encontrar una que le permite satisfacer sus necesidades.</p>

	especificaciones para dejarse instalar en el teléfono.	
Frases que mejor describen sus experiencias	<p>- “Soy un chico joven temeroso del futuro, sin embargo, soy optimista en cuanto a que voy a encontrar mi lugar ideal”.</p> <p>- Anhele empezar mi propio camino, mis padres me apoyan y me siento optimista, sin embargo, no deja de asustarme, que no logre encontrar el sitio adecuado para vivir, en un buen sector.</p>	

Tabla 8 Buyer Persona

12.2 Descripción del Cliente

a. ¿En dónde encuentra personas similares a su cliente ideal?

Todo aquel que tenga acceso a un smartphone, es nuestro cliente ideal.

b. ¿Qué encuentra en el entorno de su cliente durante la semana?

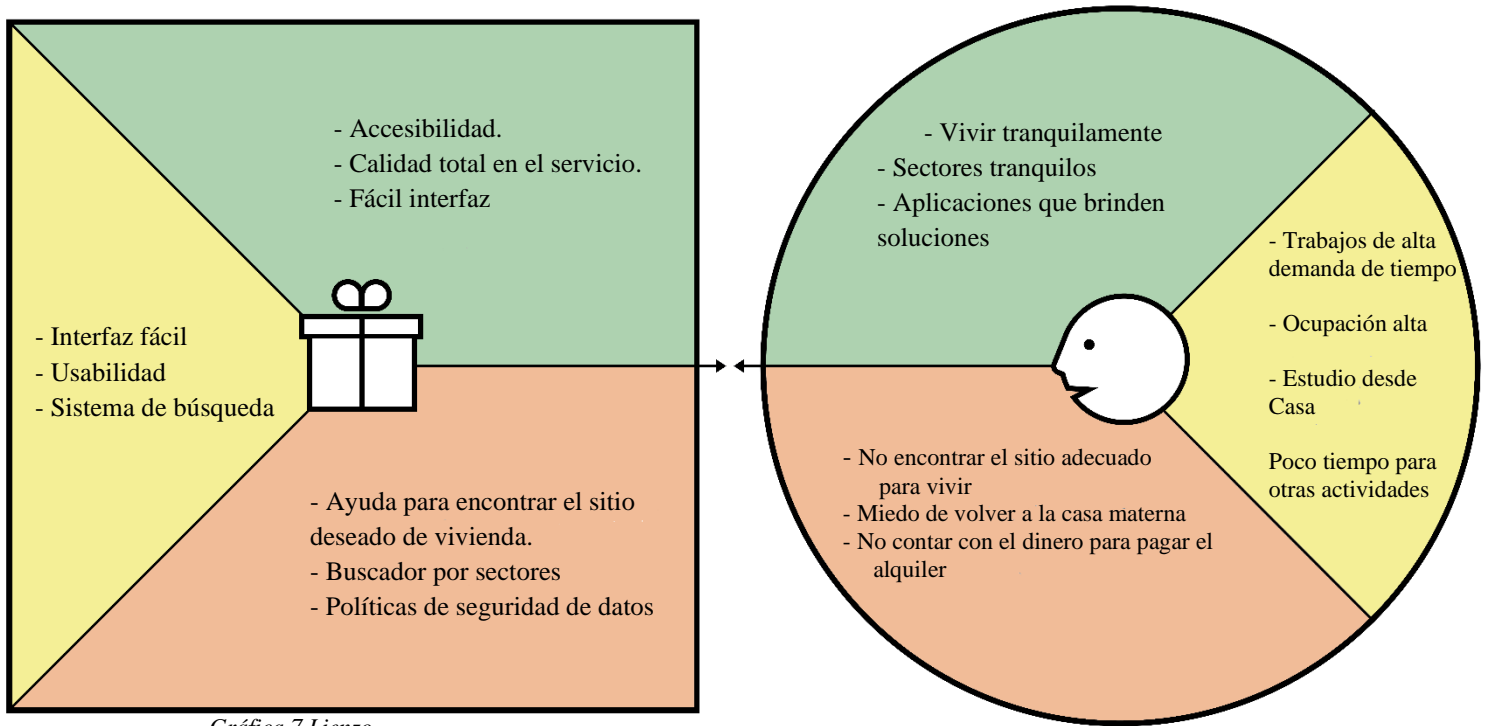
Trabajan desde casa o se mantienen en ella por cuenta de la coyuntura del Covid.

c. ¿Cuáles cree que sean las necesidades más urgentes que presenta su cliente ideal?

La necesidad más urgente que presenta nuestro cliente ideal, es sin duda alguna tener un espacio que le ayude en su búsqueda de su sitio ideal para vivir.

13. PROPUESTA DE VALOR

13.1 El Lienzo



Gráfica 7 Lienzo

13.2 Declaración de la Propuesta de Valor

Encuentra tu Hogar Ideal, de manera fácil y atractiva. Somos la app que te ayuda a encontrar el alquiler de tus sueños.

14. DISEÑO DEL PRODUCTO




14.1 Definición Estratégica

Para poner en marcha el proyecto FIND YOUR HOME, es necesario, tener en cuenta las siguientes leyes, decretos y/o normas colombianas e internacionales:

1. Decreto 1377 de 2013. Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC)

- 2. Ley 1480 DE 2011, Estatuto Del Consumidor.
- 3. Ley Estatutaria 1581 de 2012. Ley de Protección de Datos.
- 4. Ley 23 de 1982. Derechos de Autor.
- 5- Ley 527 de 1999. Normativa De Comercio Electrónico.

15. DISEÑO DE CONCEPTO

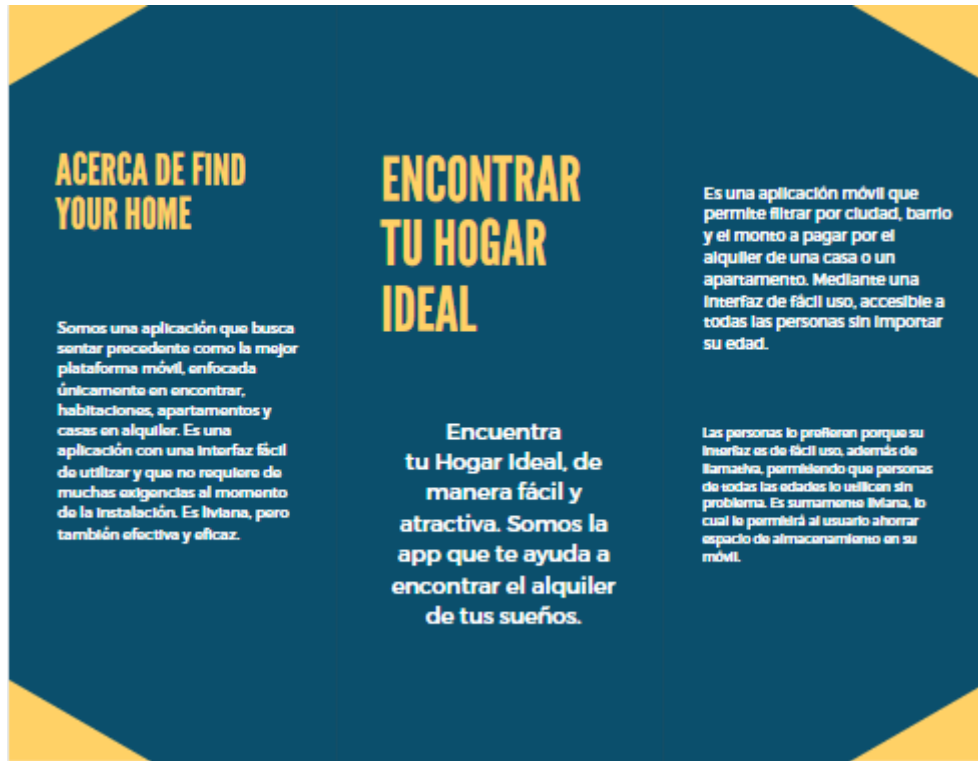
15.1 Materia Prima	
Software para desarrollo de aplicaciones	
Software	
15.2 Maquinaria	
Computador	

16. FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO

A. Nombre del servicio: FIND YOUR HOME

B. Brochure.





C. Canal de información.

Se difundirá a través de las Redes Sociales y la página web.

D. Publicidad:

A través de Redes Sociales y Página Web y Voz a Voz

ELABORÓ:

NIXON DANILO PEREZ SUAREZ

REVISÓ:

ELSY NATALIA BOHORQUEZ

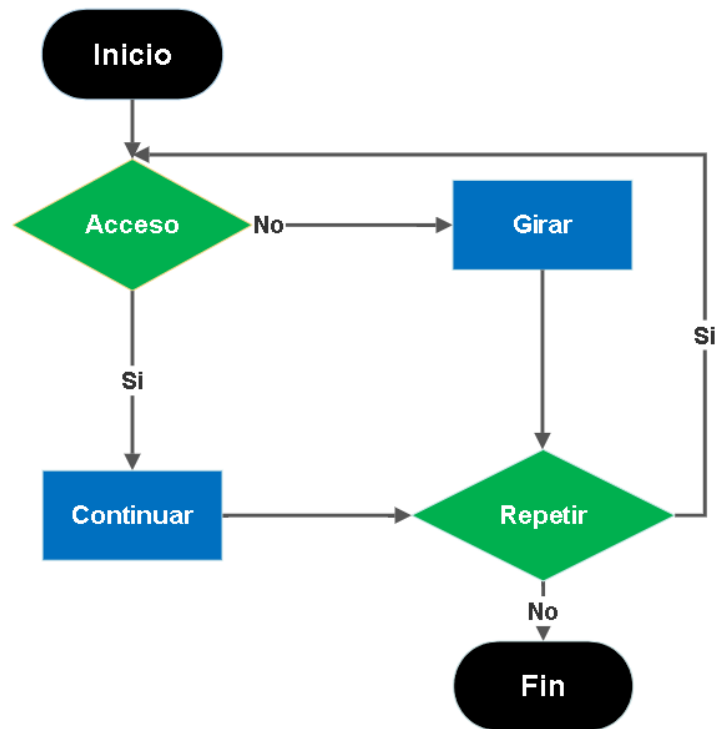
APROBÓ:

NIXON DANILO PEREZ SUAREZ

Tabla 9 Ficha Técnica

17. DISEÑO EN DETALLE

17.1 PROCESO PRODUCTIVO



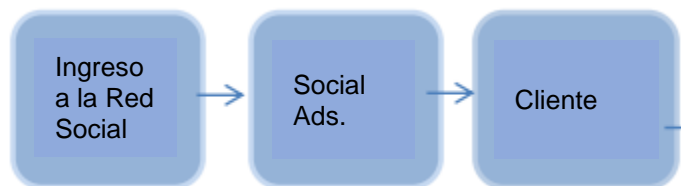
El sistema debe funcionar bajo un modelo de cliente-servidor. A su vez, el cliente es de aplicación móvil. Dicho modelo es simple: para cada petición del usuario, el programa cliente abre una conexión hacia el servidor en la que sube la información de entrada o input. El servidor trabaja con esa información y devuelve un resultado al cliente u output.

Los algoritmos de reconocimiento de imagen, determinarán gravemente el diseño de las atribuciones del cliente y del servidor. El reconocimiento de imagen usado en este proyecto está basado en el trabajo desarrollado en las librerías de OpenCV2, disponibles para multitud de lenguajes de programación y sistemas operativos.

17.2 CADENA DE DISTRIBUCIÓN

La estrategia definida para distribuir los servicios de FIND YOUR HOME, es a través de los siguientes canales de distribución:

A través de Aplicaciones en Redes Sociales: Este canal funciona a través la venta y la promoción de las prendas en Facebook, Instagram y LikedIn.



Online: Este canal funciona a través de la página de la app. En la página se encuentra link para descargar la aplicación, directamente en la Play Store en Android y la App Store en IOS.



17.3 PROPUESTA DE VALOR

Te invitamos a encontrar tu Hogar Ideal. Somos la única app, que te ofrece búsquedas netamente para alquileres de casas, o apartamentos. Déjate llevar por nuestra interfaz fácil y eficaz.

18. COSTOS DE PRODUCCIÓN

+	Costo unitario de materiales	\$ 15.000
+	Costo unitario de mano de obra	\$ 15.000
+	Costo unitario de CIF (costos indirectos de fabricación)	\$ 10.000
=	COSTO TOTAL UNITARIO	\$ 40.000

Precio de Venta

$$\begin{aligned}
 PV &= \frac{\text{Costo Total Unitario}}{1 - \% \text{ de Utilidad}} \\
 &= \frac{40.000}{1 - 30\%} = \frac{40.000}{0,7}
 \end{aligned}$$

$$PV = 57.150$$

El margen de ganancia para este ejercicio es del 30%, el precio de venta al público es de 85.750, este valor se pagará por una suscripción anual. El precio de venta mensual, es de:

$$\frac{85.750}{12} = \$4.800 \text{ al mes}$$

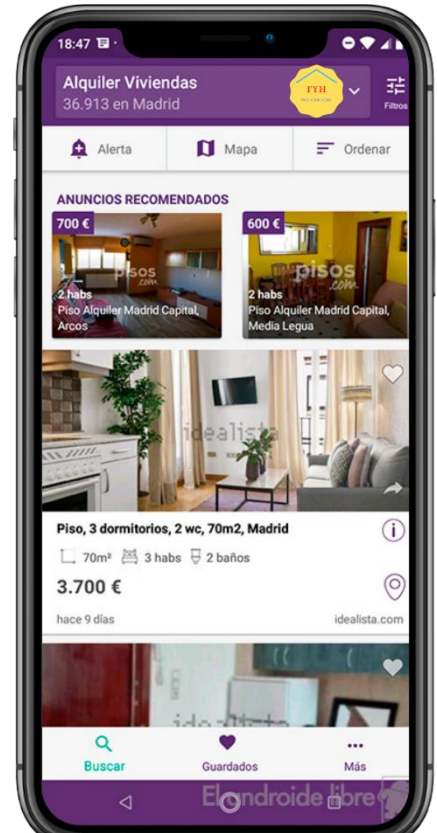
19. INDICADORES DE CALIDAD

Características	Sub-Characterísticas
Efectividad	<ul style="list-style-type: none"> • Efectividad
Eficiencia	<ul style="list-style-type: none"> • Eficiencia
Satisfacción	<ul style="list-style-type: none"> • Utilidad • Confianza • Placer • Confort
Libre de Riesgo	<ul style="list-style-type: none"> • Mitigación del riesgo económico • Mitigación del riesgo en cuanto seguridad y salud • Mitigación de riesgos ambientales
Contextualidad	<ul style="list-style-type: none"> • Completitud Contextual • Flexibilidad

Características	Sub-Características
Funcionalidad	<ul style="list-style-type: none"> • Completitud • Correctitud • Oportunidad
Fiabilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Madurez • Tolerancia a fallos • Disponibilidad • Capacidad de Recuperación
Usabilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de ser reconocido apropiadamente • Facilidad de aprendizaje • Operabilidad • Interfaz de usuario (estética) • Protección contra errores del usuario • Accesibilidad
Eficiencia	<ul style="list-style-type: none"> • Comportamiento en el tiempo • Utilización de los Recursos • Capacidad • Capacidad de análisis • Capacidad de ser modificado • Capacidad de ser probado
Portabilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Adaptabilidad • Facilidad de instalación • Facilidad de ser reemplazado
Compatibilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Coexistencia • Interoperabilidad
Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> • Confidencialidad • Integridad • No-Repudio • Responsabilidad • Autenticidad

20. PRODUCCIÓN

La interfaz de FIND YOUR HOME, es tan agradable a la vista que todas las personas van a querer utilizarla. De fácil acceso, eficaz y eficiente. Es muy liviana por lo que no se bloquea y no consume demasiados recursos del teléfono.



21. PROTOTIPO

21.1 Características del Servicio

Aplicación para teléfonos móviles diseñada exclusivamente para encontrar los mejores alquileres de casas y apartamentos en todo el territorio nacional.

21.2 Características del Prototipo

Para el desarrollo de la arquitectura, se utilizaron las siguientes herramientas desde el cliente: S.O. Android v3/4, IDE de Desarrollo Eclipse for Java Developers, Lenguaje de

Programación Java., Android SDK (Kit de desarrollo de software), Http-Client (Para la conexión a servicios Web de tipo Restfull), ZXing (Procesamiento Multi-formato de imagen de código de barras 1D/2D para clientes Android).

Código de la Aplicación Móvil

```

                                PictureUploaderTask

package com.example.albert.net;

import android.app.Activity;
import android.app.ProgressDialog;
import android.content.Intent;
import android.graphics.Bitmap;
import android.os.AsyncTask;
import android.widget.TextView;

import com.example.albert.testapp.MainActivity;
import com.example.albert.testapp.ResultActivity;

import java.io.ByteArrayOutputStream;

import javax.xml.transform.Result;

/**
 * Created by Albert on 18/01/2015.
 */
public class PictureUploaderTask extends AsyncTask<Bitmap,Void,Void> {

    private ProgressDialog uploadProgress;
    private TextView text;
    private String ip;
    private int port;
    private String result;
    private Activity ac;

    public PictureUploaderTask(ProgressDialog pd, TextView t, Activity
ac){
        uploadProgress = pd;
        text = t;
        result = "";
        this.ac = ac;
    }

    @Override
    protected void onPreExecute() {
        super.onPreExecute();
        uploadProgress.show();
    }

    @Override
    protected Void doInBackground(Bitmap... img) {
        ByteArrayOutputStream stream = new ByteArrayOutputStream();
        img[0].compress(Bitmap.CompressFormat.JPEG, 50, stream);
        byte[] byte arr = stream.toByteArray();
        MySocket s = new MySocket("192.168.1.44",4000);
        s.sendByteArray(byte arr);
        result = s.readString();
        return null;
    }
}

```

Del lado del servidor, se usaron las siguientes tecnologías: S.O. Windows 2008 server, Servidor WEB IIS 7.0, IDE Visual Studio .NET, Lenguaje de Programación Visual Studio .NET WCF (Visual Basic .NET), Base de Datos de Puntos de Interés SQL SERVER EXPRESS 2008.

Código Fuente del servidor web

ImageAnalyzer

```
package imageanalysis;

import org.opencv.core.Mat;
import java.util.ArrayList;
import java.util.List;
import org.opencv.core.MatOfDMatch;
import org.opencv.core.MatOfKeyPoint;
import org.opencv.features2d.DMatch;
import org.opencv.features2d.DescriptorExtractor;
import org.opencv.features2d.DescriptorMatcher;
import org.opencv.features2d.FeatureDetector;
import org.opencv.highgui.Highgui;

public class ImageAnalyzer {

    public static final String LOREMIPSUM = "Lorem ipsum dolor sit
amet, consectetur adipiscing elit. Suspendisse a turpis in sapien
varius molestie ac a lectus. "
        + "Pellentesque vehicula vitae elit non finibus. Sed
feugiat diam eget sapien luctus lacinia. Praesent sed dictum augue,
quis rhoncus mi. Sed vel felis "
        + "in odio malesuada finibus ut non quam. In sit amet orci
a libero cursus commodo. Donec elit nisi, faucibus sed accumsan a,
pharetra placerat ex. Fusce "
        + "eu dictum lectus, at molestie neque. Nam in metus
tincidunt, egestas eros nec, iaculis lectus. Maecenas sed viverra dui.
Ut ornare auctor ante vitae "
        + "vulputate. In id efficitur nisl, eu interdum purus. Nam
convallis interdum tempus. Maecenas faucibus venenatis maximus.";

    private final String imageName;
    private final String imagePath;
    private final SpeciesDB speciesDB;
    private final FeatureDetector detector;
    private int detectorMethod = FeatureDetector.SURF;
    private final DescriptorExtractor extractor;
    private int extractorMethod = DescriptorExtractor.SURF;
    private final DescriptorMatcher matcher;
    private int matcherMethod = DescriptorMatcher.FLANNBASED;

    public ImageAnalyzer(String imagePath, String imageName, String
method, SpeciesDB speciesDB) {
        this.imagePath = imagePath;
        this.imageName = imageName;
        this.speciesDB = speciesDB;
        if(method.equals("SIFT")){
            detectorMethod = FeatureDetector.SIFT;
            extractorMethod = DescriptorExtractor.SIFT;
        }
    }
}
```

El usuario accede a la aplicación Android dando clic al icono de la misma en el menú principal del dispositivo. Al abrirse la aplicación se presenta la pantalla principal de la aplicación. El usuario tiene la posibilidad de ingresar sin registro o bien, con respectivo Id.

Pantalla de aplicación Android Cliente



21.3 Interacción cliente + prototipo

La interacción del cliente con el prototipo se dará directamente sobre la aplicación, descargando una versión de prueba, que les permitirá conocer más sobre la plataforma, su funcionamiento y su alcance.

22. MODELO RUNNING LEAN DE LA EMPRESA *FYH. Find Your Home*

Problema	Solución	Propuesta de Valor única	Ventaja Competitiva	Segmento de clientes
<ul style="list-style-type: none"> - Altos costos - Encontrar alquiler fácil y seguro - Escasez de tiempo 	<ul style="list-style-type: none"> - Al alcance de todos. - De calidad a precios asequibles. - Ahorra tiempo y dinero. 	<p>Te invitamos a encontrar tu Hogar Ideal. Somos la única app, que te ofrece búsquedas netamente para alquileres de casas, o apartamentos. Déjate llevar por nuestra interfaz fácil y eficaz.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Especialidad en alquileres únicamente. - La versión de prueba, por 1 mes y 30 días. - Seguimiento a los clientes través de la aplicación. - Descuentos por compras anuales. 	<p>Jóvenes, entre los 17 y los 28 años, pertenecientes a la Generación Z.</p> <p>Inicialmente, ubicados en la ciudad de Bogotá. Pertenecientes a todos los estratos.</p>
	<p style="text-align: center;">Métricas Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> - Programadores - Equipos de cómputo - Software licenciado - Equipos de oficina - Hosting 		<p style="text-align: center;">Canales</p> <ul style="list-style-type: none"> - Voz a Voz - Página Web - Anuncios en redes sociales. 	
<p>Estructura de costo</p> <ul style="list-style-type: none"> - Inversión - Arriendo - Publicidad, Diseño página web Muebles y equipos de oficina. 		<p>Fuentes de ingresos</p> <ul style="list-style-type: none"> - - Ventas (Pago online a través de Play Store) - Talleres sobre cómo crear aplicaciones móviles. - Anuncios en redes sociales 		

El lienzo de modelo de negocio, es una técnica visual de diseño para representar los elementos esenciales de un modelo de negocio de forma tal que el conjunto, y por lo tanto su lógica de funcionamiento, sea fácilmente perceptible, y en consecuencia de más sencilla comprensión de un solo vistazo, a modo de panel de control. Más precisamente, el lienzo de modelo de negocio es una plantilla subdividida en nueve casillas (nueve bloques de diseño del modelo de negocio en la terminología de Osterwalder y Pigneur) que se ubican en un orden preciso que facilita entender las relaciones entre los componentes de un negocio, y que representan categorías de elementos universales en toda iniciativa empresarial, en las que se debe describir de manera breve el contenido concreto de cada caso que se quiere representar.

23. Objetivos de la investigación.

23.1 Objetivo General

Identificar oportunamente el mercado, para el buen desempeño de la aplicación FIND YOUR HOME, en Colombia, desde la perspectiva del consumidor.

23.2 Objetivo Específicos:

- 1- Conocer la oferta de aplicaciones que se dedican a la finca raíz actualmente en Colombia.
- 2- Entender los factores que influyen a los consumidores a utilizar aplicaciones para la facilitación de su calidad de vida.
3. Identificar los aspectos primordiales a tener en cuenta, cuando se pretende incursionar con una nueva aplicación en mercado como el colombiano.

24. METODOLÓGIA

24.1 ANÁLISIS CUALITATIVO

El focus group es una técnica cualitativa de investigación de mercado que consiste en pedir a un grupo de consumidores que opinen libremente sobre un determinado asunto. Se basa en presentarles una o varias alternativas para que las valoren permitiendo así conocer su posible éxito. Para ello, se reúne a un grupo reducido de personas con un perfil acorde al producto o campaña testada (compradores activos o potenciales) junto a un moderador.

Se presenta Brief del focus realizado:

24.1.1 Grupo Objetivo

Sexo: Femenino y Masculino

Edad: 18 a 26 años

Nivel socioeconómico: Estratos 3, 4 y 5

Ocupaciones: Estudiantes, profesionales y empleados formales e informales.

24.1.2 Aplicación del instrumento

De acuerdo a las características del grupo objetivo, se llevó a cabo la sesión con un total de 7 personas distribuidas como muestra la tabla.

SEGMENTO	USUARIOS	GENERO	EDAD
Profesional Empleado	1	Femenino	21
Profesional Empleado	1	Masculino	22
Profesional Empleado	1	Masculino	27
Estudiante	1	Femenino	20
Empleada	1	Femenino	35
Estudiante Intercambio	1	Masculino	24
Profesional Empleado	1	Masculino	26

24.1.3 Análisis de datos obtenidos

¿Con que frecuencia suele buscar apartamentos o casas en alquiler?

5 de las 7 personas respondieron que por lo menos cada 3 meses han buscando nuevo alquiler, dado que no se sienten cómodos en los sitios en donde viven.

¿Qué lugares busca a la hora de alquilar vivienda?

Para esta pregunta las 7 personas del focus, advirtieron que buscan siempre sitios un tanto altos en cuanto al estrato, pero a precios asequibles.

¿Cuándo busca vivienda lo hace por aplicaciones o por medio del método tradicional (salir a la calle a buscar)?

Por lo menos 4 de las 7 personas, recocieron que, al buscar alquiler, siempre lo hacen por medio de aplicaciones móviles, manifestando su falta de tiempo y la situación actual por cuenta de la pandemia, también admitieron que, es mucho más fácil, confiable y seguro. Las 3 personas restante, dijeron utilizar los dos métodos.

24.2 ANÁLISIS CUANTITATIVO

Para el análisis cuantitativo de la investigación de mercados, se hace uso de la encuesta como herramienta de información, para conocer el nivel de aceptación al lanzamiento de la aplicación.

Se encuestaron 95 personas entre, estudiantes de pregrado, profesionales, jóvenes recién egresados de sus estudios universitarios, también a empleados con hogares constituidos, otros de perfil independiente, como comerciantes.

24.2.1 Tamaño De La Muestra

Nivel de confiabilidad

92% Z= 1,75

Error:

9%

$$n = \frac{(1,75)^2 \times (0,5 \cdot 0,5)}{(0,09)^2}$$

n = 95 encuestas

24.2.2 Muestreo Por Conglomerados

Etapa 1: Localidades de Bogotá

P = 1/20 Engativá

Etapa 2: Barrios Engativá UPZ (Unidades de Planeamiento Zonal)

P= 1/9(upz) Boyacá Real

Etapa 3: Barrios Engativá

P = 1/146 Barrio Zarzamora

24.2.3 Metodología De La Selección De La Muestra

Dadas las características de la investigación, la selección de la muestra se realizó de manera aleatoria, en la localidad de Engativá; específicamente en el barrio Zarzamora. Se tomó esta localidad de referencia, dado que, en esta, hay un conjunto de estratos, correspondientes a nuestro grupo objetivo. La cobertura geográfica se centró ciudad de Bogotá - Colombia.

24.2.4 Tipo De Diseño Muestral

Se enumeraron de uno hasta 9 cada uno de los aspectos relevantes de esta investigación mostrados en preguntas. Partimos de lo general a lo específico en cuanto a necesidades y perfiles de clientes que utilizarían la App “Faind Your Home”.

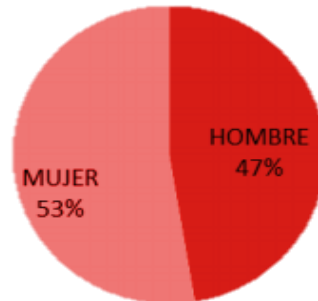
24.2.5 Instrumento de Investigación

ENCUESTA DE LANZAMIENTO “FIND YOUR HOME”

1. ¿Cuál es su género?
- Hombre
- Mujer
2. ¿Tiene usted un teléfono móvil con sistema operativo Android o IOS?
- Sí
- No
3. ¿Tiene usted acceso a internet desde su teléfono móvil?
- Sí
- No
4. ¿Vive usted en casa o apartamento en alquiler?
- Si
- No
5. ¿Le gustaría que, desde su teléfono móvil, por medio de una aplicación lograra encontrar el sitio perfecto para vivir, de acuerdo a sus capacidades y necesidades?
- Si
- No
6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio Premium de la aplicación, anual (pesos colombianos)?
- Entre \$0 - \$20.000
- Entre \$21.000-\$41.000
- Entre \$41.000-\$60.000
- Entre \$60.000-\$80.000
7. ¿Cuál es la red social que más utiliza?
- Facebook
- Twitter
- Instagram
- Snapchat
8. ¿Le parece útil la aplicación Find Your Home?
- Sí
- No
9. ¿Pagaría por la versión Premium de la aplicación?
- Sí
- No

24.2.6 TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

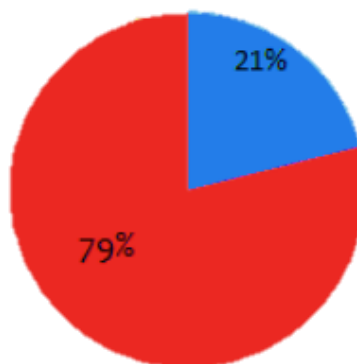
Pregunta 1 ¿Cuál es su género?



Género Fuente: elaboración propia

Para la primera pregunta de la encuesta de lanzamiento, se pudo establecer que a diferencia del informe cualitativo en donde el grupo era predominado por el género masculino, en esta investigación cuantitativa prevaleció el género femenino. De las 95 personas encuestadas, el 53% son mujeres, y el 47% hombres.

Pregunta 2 ¿Tiene usted un teléfono móvil con sistema operativo Android o IOS?



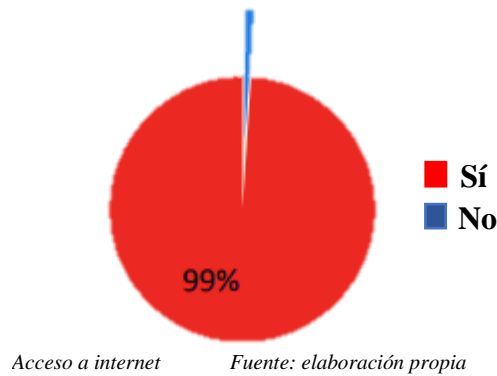
Cuenta con teléfono Fuente: elaboración propia

El 79% de la muestra cuenta con un teléfono móvil, tipo smartphone y el 21% restante, pese a lo habían extraviado, se les dañó y otros se encuentran en el proceso de compra, manifestaron que en el pasado sí han tenido uno.

En un estudio de Min TIC e Ipsos Napoleón Franco, reveló que el uso del computador de mesa descendió en un 11% en comparación con lo registrado en el año 2010.

Ahora, los usuarios suelen utilizar el portátil (39%), teléfonos inteligentes (23%) y tabletas (3%); siendo estos dos últimos los dispositivos que más desean tener los colombianos.

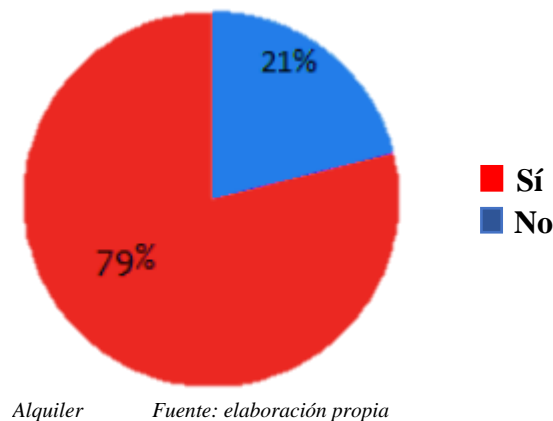
Pregunta 3 ¿Tiene usted acceso a internet desde su teléfono móvil?



El 99% de la muestra, cuenta con acceso a internet desde su teléfono, PC, o Tablet, el 1% restante, comentó no contar con el servicio por motivos ajenos a su voluntad.

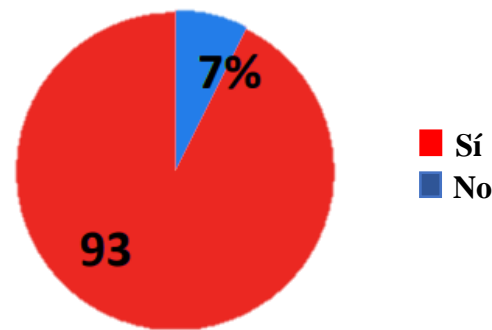
En el 2014 el Min TIC e Ipsos Napoleón Franco, presentaron el estudio de Consumo Digital en Colombia, en donde se evidenció que 8 de cada 10 colombianos tienen acceso a internet.

Pregunta 4 ¿Vive usted en casa o apartamento en alquiler?



Para la pregunta 4, se evidenció que el 71% de las personas encuestadas, viven en casas o apartamentos en alquiler. Solo el 21% restantes manifestaron, tener casa propia. Existe una preferencia por esta forma de vivienda, pues el arrendamiento permite al hogar disponer de una serie de flexibilidades en cuanto a la demanda cambiante de área que caracteriza su ciclo de vida, facilitando la atención de las necesidades de movilidad del hogar al interior de las ciudades y reduciendo sus costos.

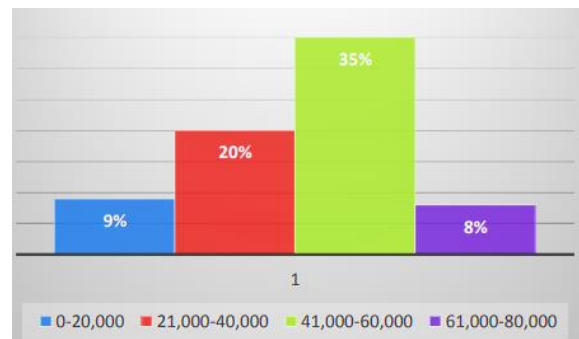
Pregunta 5 ¿Le gustaría que, desde su teléfono móvil, por medio de una aplicación lograra encontrar el sitio perfecto para vivir, de acuerdo a sus capacidades y necesidades?



App Fuente: elaboración propia

Al 93% de los encuestados les gustaría contar con una aplicación que les permita encontrar un lugar para alquilar, de acuerdo a sus capacidades y necesidades.

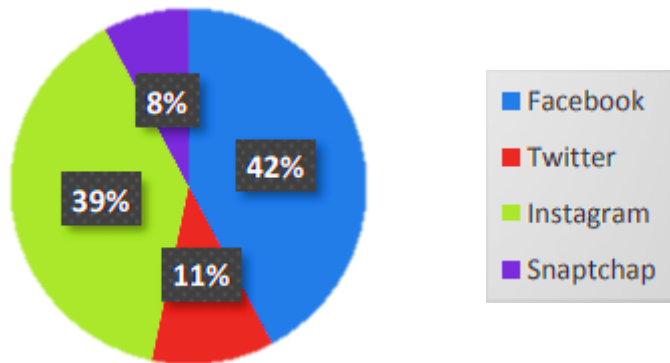
Pregunta 6 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio Premium de la aplicación, anual (pesos colombianos)?



Premium Fuente: elaboración propia

Con relación a la pregunta 6, el 35% de los encuestados, pagarían por el servicio Premium entre \$41.000 y \$60.000, un 20% pagaría entre \$21.000 y \$40.000. En menor medida el 9% pagaría por debajo de los \$20.000 y por último el 8% pagarían más de \$61.000 por el servicio completo.

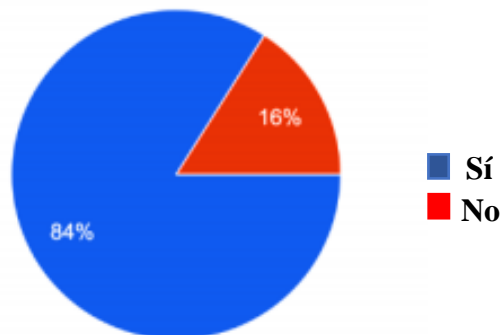
Pregunta 7 ¿Cuál es la red social que más utiliza?



Red Social Fuente: elaboración propia

El 42% de los encuestados afirman que la red social que más frecuentan es Facebook, seguida de Instagram con el 39%. Haciendo de estas 2 redes las de mayor importancia para que FYH logré posicionarse en este mercado.

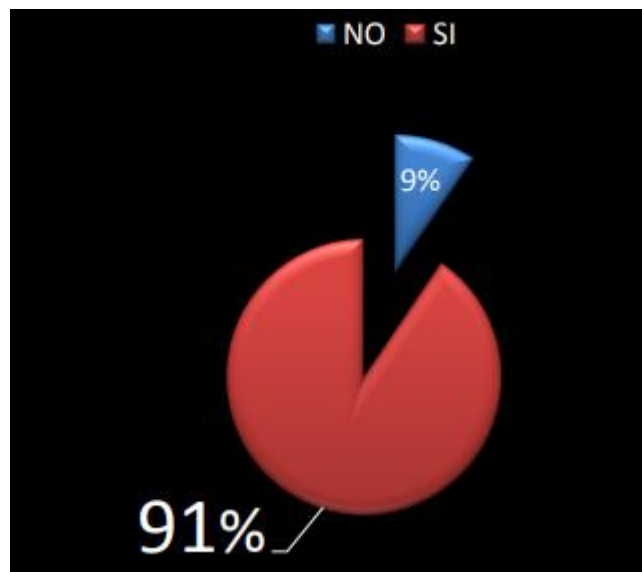
Pregunta 8 ¿Le parece útil la aplicación Find Your Home?



Red Social Fuente: elaboración propia

Para el 84% de las personas encuestas, de una muestra de 95, la aplicación *Find Your Home*, es útil. Al indagar sobre su percepción a cerca de la app, manifestaron que las demás aplicaciones están dirigidas a ventas y arriendos, enfocándose más en la primera delimitación, lo cual en ocasiones es frustrante para ellos, porque las personas que hacen las publicaciones, no suelen dar muchos detalles de lo que ofrecen, es así, que en ocasiones ven un inmueble a través de la aplicación, y se encuentran con que es para venta, más no para alquiler.

Pregunta 9 ¿Pagaría por la versión Premium de la aplicación?



Versión Premium Fuente: elaboración propia

Finalmente, el 91% de los encuestados (de 95 personas), confirmaron, estar dispuestos a pagar por la versión Premium de FYH, pues se sienten expectantes de que le aplicación les ayude a mejorar su calidad de vida, en cuanto a encontrar un alquiler que se ajuste a sus necesidades.

CONCLUSIONES

En Colombia, cerca del 61% de la población viven en alquiler, o arriendo como se le conoce popularmente a lo largo del país. Find Your Home, es un proyecto hecho con el corazón, diseñado para todas estas personas que requieran encontrar una vivienda digna, en un buen sector, a precios que se ajusten a su presupuesto.

Estamos muy orgullosos y agradecidos por haber culminado a satisfacción esta investigación y de poder mostrar al país nuestro servicio, el cual, estamos seguros, ayudará a muchísimas personas que, por decisión propia, o porque no cuentan con los recursos o las oportunidades para adquirir vivienda propia, viven de alquiler, y que por una u otra razón deben estar desplazándose de una vivienda a otra.

RECOMENDACIONES

El marketing digital representa un desarrollo importante en el mercado, al ser una de las tendencias que más se acerca para comunicarse con el cliente. Elimina barreras, como canales y proveedores, haciendo más directa la relación producto/servicio – consumidor. Es por esta razón que, las organizaciones están migrando a este nuevo tipo de marketing.

Basados en el desarrollo del presente trabajo, la recomendación es a seguir adquiriendo conocimientos en este campo, pues es pieza fundamental para el reconocimiento de la marca.

REFERENCIAS

Alexander. (2012). ¿Qué es una Aplicación o App y para qué sirve? Blog personal. Recuperado de: <http://celularesmoviles1.blogspot.com/2012/05/las-aplicaciones-o-app-sonprogramas-que.html#:~:text=Las%20Aplicaciones%20o%20App%20son,inform%C3%A1ticos%20instalados%20en%20las%20computadoras.>

Brito, M., & Pinzón, A. (2016). Diseño de una Aplicación Móvil para la oferta de servicios de información (tendencias, precios y ubicación) enfocado a las prendas de vestir, accesorios y calzado en la ciudad de Bogotá D.C. Universidad Libre. Recuperado de: <https://repository.unilivre.edu.co/bitstream/handle/10901/10462/Final%20Proyecto%20de%20Grado.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Colomina, E., & Yáñez, L. (2014). Herramientas para el Análisis y Validación de Ideas de Negocio. Revista Global de Negocios Vol. 2, No. 4, 2014. Recuperado de: <http://www.theibfr2.com/RePEc/ibf/rnego/rngn-v2n4-2014/RGN-V2N4-2014-9.pdf>

Coronaviruscolombia.gov.co. (2020). *Salud mental: La importancia de tus emociones*. Recuperado de: <https://coronaviruscolombia.gov.co/Covid19/aislamiento-saludable/salud-mental-centro-documental.html>

Cdc.gov. (2020). Lo que usted debe saber acerca del COVID-19 para protegerse a usted y a los demás. Recuperado de: <https://www.cdc.gov/coronavirus/2019-ncov/downloads/2019-ncov-factsheet-sp.pdf>

Galeano, J. (2019). Colombia es el país de América Latina donde más gente vive en arriendo. Portafolio. Recuperado de: <https://www.portafolio.co/economia/colombia-es-el-pais-de-america-latina-donde-mas-gente-vive-en-arriendo-533762>

Gómez, A. (2014). Aplicación Android para la empresa Travelling-Service. Universidad Autónoma de Madrid. Recuperado de: https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/662281/gomez_matesanz_alfonso_tfg.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Herrera, S., Najar, P., Palavecino, R., & Goñi, J. Evaluación de la calidad en aplicaciones móviles. Investigaciones en Facultades de Ingeniería del NOA ISSN N° 1853-7871. Recuperado de: <https://fcf.unse.edu.ar/archivos/publicaciones/codinoa-2013/trabajos/computacion/08-herrera.pdf>

Pallares, Y., & Parra, K. (2019). Diseño de Aplicación Móvil para arriendo de inmuebles. Universidad Cooperativa de Colombia. Recuperado de: https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/12341/1/2019_dise%C3%B1o_aplicaci%C3%B3n_%20arriendo.pdf

Quiroga, A. (2015). Diseño e Implementación de una aplicación móvil y web para el reconocimiento de imagen de especies. Universitat Politècnica de Catalunya. Recuperado de: <https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099.1/25378/Project%20Thesis.pdf?sequence=4&isAllowed=y>

Rodríguez, J. (2017). Propuesta normativa para aplicaciones móviles en Colombia: Derechos y Deberes de actores involucrados en la creación y gestión de aplicaciones nativas. Universidad Santo Tomás. Recuperado de: <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/4131/Rodr%C3%ADguezjuan2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Torres, J. (2012). Estudio sobre el mercado de arrendamiento de vivienda en Colombia Informe final. Banco Interamericano de Desarrollo, BID. Recuperado de: <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Estudio-sobre-el-mercado-de-arrendamiento-de-vivienda-en-Colombia.pdf>