

**Análisis del impacto administrativo que tuvo el sector inmobiliario de Bogotá en la
emergencia sanitaria del covid-19**

Katerine Coy Quevedo

Universitaria Agustiniana

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Administrador de Empresas

Bogotá, D.C.

2022

**Análisis del impacto administrativo que tuvo el sector inmobiliario de Bogotá en la
emergencia sanitaria del covid-19**

Katerine Coy Quevedo

Director

Carlos Andrés Rodríguez Santana

Trabajo de grado para optar al título de Administrador de Empresas

Universitaria Agustiniana

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Administrador de Empresas

Bogotá, D.C.

2022

Agradecimiento y dedicatorias

Quiero agradecerles a mis padres por el continuo apoyo, lo que me permitió tener motivación para lograr mis metas, como estudiar de manera enfocada para ser una profesional, así mismo, quiero agradecer a mi tutor de grado, quien me aconsejó y asesoró para poder terminar el documento de la mejor manera posible.

También, quiero agradecer a todos los docentes y administrativos que han hecho parte de mi vida académica, ya que, gracias a ellos, tengo bastantes conocimientos de mi carrera, aprendí estrategias, técnicas, procesos y metodologías de estudio, que hoy me permiten finalizar otro proceso, que me llevará a ser la profesional destacada que quiero ser.

Resumen

Este proyecto de grado permite generar un análisis del impacto administrativo que tuvo el sector inmobiliario de Bogotá en la emergencia sanitaria del covid-19, esto con el fin de conocer el comportamiento del sector ante la crisis y los indicadores que se utilizaron para mitigar la crisis.

Para lograr lo establecido en el proyecto, se identificó los beneficios que brinda la tecnología en las empresas inmobiliarias de Bogotá, así mismo, se determinó los procesos operativos y administrativos de las empresas inmobiliarias de Bogotá para afrontar las restricciones del covid-19, finalizando con la exposición de los estándares o indicadores que miden los procesos económicos de las inmobiliarias de Bogotá para afrontar las restricciones del covid-19.

Palabras clave: inmobiliaria, covid-19, indicadores, procesos administrativos, impacto.

Abstract

This degree project allows generating an analysis of the administrative impact that the real estate sector in Bogota had during the covid-19 sanitary emergency, in order to know the behavior of the sector during the crisis and the indicators that were used to mitigate the crisis.

In order to achieve what was established in the project, the benefits provided by technology in the real estate companies of Bogota were identified, likewise, the operational and administrative processes of the real estate companies of Bogota to face the restrictions of covid-19 were determined, ending with the exposition of the standards or indicators that measure the economic processes of the real estate companies of Bogota to face the restrictions of covid-19.

Key words: real estate, covid-19, indicators, administrative processes, impact.

Tabla de contenido

Introducción	9
Planteamiento del problema	10
Pregunta de investigación.....	10
Descripción del problema.....	10
Justificación.....	12
Marco referencial	13
Marco teórico	13
Sector inmobiliario en pandemia covid-19.	13
Perspectiva internacional.....	14
Industria 4.0.....	15
Los pilares de la inteligencia en Industria 4.0.	16
Innovación inteligente.	16
Cadenas de suministro inteligentes.	16
La fábrica inteligente.....	17
Tecnologías Básicas en que se sustenta la industria 4.0.	17
Comunicaciones móviles.....	17
La nube (Cloud Computing).	17
Comunicación máquina a máquina (M2M).	17
Plataformas sociales.	18
La impresión 3D (fabricación aditiva).	18
Robótica avanzada y colaborativa.	18
Realidad aumentada.	18
Seguridad.....	19
E-Commerce.....	19

B2B.....	19
B2C.....	19
B2C/G2B.....	19
B2E.....	20
C2C.....	20
El mercado inmobiliario y e-commerce.....	20
Marco conceptual	21
Inmobiliaria.....	21
Procesos administrativos.....	21
Covid-19.....	21
Procesos operativos.....	22
Impacto.....	22
Marco legal.....	22
Normatividad para el sector inmobiliario.....	22
Ley 675 de 2001.....	23
Normatividad emitida en el año 2020.....	24
Marco histórico	25
Diseño de un modelo de negocio inmobiliario con asesorías estructurales y adecuación de espacios interiores en Bogotá.....	25
Impacto del covid-19 en el mercado inmobiliario.....	26
Análisis de la cartera y del mercado inmobiliario en Colombia.....	27
Cambios y beneficios en la aplicación de la IFRS 15 Ingresos por contratos con clientes en las empresas de arrendamiento y finca raíz afectadas por el COVID 19 en Colombia.....	27
Objetivos	29
Objetivo general	29
Objetivos específicos.....	29

Metodología	30
Enfoque y método	30
Enfoque exploratorio.....	30
Método estudio de caso.....	30
Técnicas e instrumentos a aplicar según objetivos específicos.....	30
Capítulo I. Beneficios de la tecnología en las empresas inmobiliarias de Bogotá.....	31
Capítulo II. Procesos operativos y administrativos de las empresas inmobiliarias de Bogotá para afrontar las restricciones del covid-19	36
Sector inmobiliario durante la crisis del covid-19	37
Impactos a corto plazo.....	37
Impactos a largo plazo.....	38
Acciones para afrontar el covid.....	38
Sector inmobiliario después de la crisis del covid-19	38
Importancia de las tecnologías	39
Empresa 1.....	40
Empresa 2.....	42
Capítulo III. Estándares o indicadores que miden los procesos económicos de las inmobiliarias de Bogotá para afrontar las restricciones del covid-19.....	44
Los indicadores para afrontar el covid-19.....	46
Los indicadores se basan desde la venta o arriendo tomado a través de las redes sociales. ..	46
Conclusiones	49
Recomendaciones.....	50
Referencias	51

Introducción

En el año 2020 se presentó una crisis sanitaria a nivel mundial, ocasionada por el virus covid-19, de esta manera, se implementaron medidas para evitar los contagios, por lo cual, muchas empresas de diversos sectores entraron en crisis económica, las inmobiliarias no fueron la excepción, a comienzos de dicha contingencia muchas personas tuvieron la necesidad de buscar un lugar para la cuarentena, sin embargo, la crisis se extendió mucho más, donde los trabajadores no tenían la posibilidad de encontrarse de manera física

Dentro del marco de la pandemia originada por el contagio del COVID-19, el sector inmobiliario ha sido una de las industrias más impactadas debido a que sus operaciones, en gran medida, se paralizaron; si se tiene en cuenta que esta situación podría modificar la forma en que las personas viven, trabajan y consumen bienes y servicios, es fundamental que los distintos actores de la industria inmobiliaria concentren sus esfuerzos tanto en el abordaje de los cambios del negocio como en la reapertura presencial, cumpliendo los protocolos de bioseguridad correspondientes para garantizar la seguridad tanto de los trabajadores como de los clientes y demás partes interesadas que participan en las operaciones (Colmena Seguros, 2020).

En la actualidad el sector inmobiliario cuenta con operaciones y transacciones paralizadas, es por esto que se enfoca en minimizar los gastos operativos forjar el mantenimiento menos activo evaluar escenarios que se generen posiblemente en un futuro acelerar cuidados en la cara. El sector inmobiliario Con el impacto del covid-19 debe fijar su atención en entender los requerimientos de capital que se presente visualizar los cambios adaptaciones y demás proyectos para identificar riesgos y defender los planes de mitigación, Asimismo se pretenden gestionar los cuentas que aún falta cobrar en términos de negociación y conciliación con el personal en Mora lo que permite garantizar ingreso de efectivo evitando la morosidad que no se puede cobrar (Deloitte Colombia, 2020).

De acuerdo con lo anterior, reconociendo el impacto del covid-19 en el sector, es importante analizar los cambios que se presentaron en los procesos administrativos, incluso de los indicadores que midieron en la contingencia y aquellos que se pueden medir, junto con las estrategias utilizadas para mitigar el impacto negativo generado.

Planteamiento del problema

Pregunta de investigación

¿Cuál fue el impacto administrativo que tuvo el sector inmobiliario de Bogotá en la emergencia sanitaria del covid-19?

¿Cómo se ha modificado la estructura organizacional y administrativa de las empresas inmobiliarias de Bogotá debido a la pandemia covid-19?

Descripción del problema

El sector inmobiliario en Bogotá en el año 2019 reflejaba resultados de Estudio de Oferta y Demanda de destinos No Habitacionales en Bogotá y Cundinamarca muestran que el equivalente a 541 empresas ha buscado espacios de oficinas en los últimos 12 meses. 89,6% afirma estarla buscando en Bogotá y 6,9% en municipios aledaños (Aldana, 2019).

A tercer trimestre de 2019 se observó un mayor crecimiento del PIB de Bogotá con respecto al PIB nacional, el cual presentó tanto para el tercer como para el cuarto trimestre un crecimiento del 3,3%. En la capital, para el mismo periodo, la actividad de la construcción presentó un mayor dinamismo con un crecimiento del Valor Agregado del 1,54% con respecto a 2018. Esto en contraste con un crecimiento negativo de 1,8% a nivel nacional, dato que cerró en -1,3% para 2019. El comportamiento de Bogotá se atribuye principalmente al componente de obras civiles generado por un incremento en el grado de ejecución de obras de la administración distrital. Sin embargo, la actividad edificadora para la capital en el segmento de edificaciones residenciales y no residenciales presentó una importante caída del 7,85% en lo corrido del año con respecto a 2018 (Consultoría inmobiliaria Tinsa, 2019).

Para 2019 Bogotá contaba con 563 proyectos analizados, que se dividían en 4 zonas, centro, norte, occidente y sur, en ese sentido, la zona norte de Bogotá durante el año 2019 vendió en promedio a una velocidad del 2,69%. Con una absorción media de 7 unidades por mes (Consultoría inmobiliaria Tinsa, 2019).

En la zona occidente durante el año 2019 la zona vendió en promedio a una velocidad del 3,06%. Con una absorción media de 13 unidades por mes, en el centro, la zona vendió en promedio a una velocidad del 3,44%. Con una absorción media de 16 unidades por mes y la zona

sur vendió en promedio a una velocidad del 3,29%. Con una absorción media de 29 unidades por mes (Consultoría inmobiliaria Tinsa, 2019).

Datos de firma Global Property Guide señalaron que en los últimos 13 años el mercado inmobiliario de Colombia ha experimentado un fuerte crecimiento en el precio de la propiedad de 2011 a 2018, Bogotá creció en un 79,68 % (Diario El Espectador, 2020).

Ahora bien, en el 2020 el sector inmobiliario comenzó con un buen comportamiento y con perspectivas positivas. Sin embargo, debido a la crisis generada por la pandemia, surgieron situaciones como la dificultad de pago en cánones mensuales de arrendamiento tanto en vivienda como en propiedades comerciales, morosidad, devolución de locales comerciales y oficinas, entre otras (Solerium, 2021).

Durante el covid-19, es decir, en el año 2020, para el sector inmobiliario en Bogotá se evidenció el fuerte impacto que tuvieron las medidas de prevención de contagios en la dinámica de la demanda por vivienda nueva: el agregado de las tres ciudades principales decreció 61,3%, Bogotá fue la más afectada en términos porcentuales si se toma como punto de comparación el inicio de la pandemia (Carranza, Juan; Mariño, Juan, 2020).

Los datos del centro de estudios económicos, citados por el portal de noticias Infobae, indicaron que en Bogotá se perdieron 839.000 empleos para el mes de septiembre, una cifra relevante, considerando que la capital mueve el 25 % de la actividad productiva nacional (Diario El Espectador, 2020).

En cuanto año 2021, luego de la etapa difícil de la pandemia, con ayuda de la reactivación económica el sector inmobiliario tiene buenas perspectivas de crecimiento y liderará el proceso de recuperación económica del país. Estará impulsado por las propiedades nuevas de precio medio y bajo. Mientras tanto, las propiedades de mayor valor, las propiedades usadas y el sector no residencial tendrán una recuperación un poco más tardía (Tellez, Llanes, & Hernández, 2021).

Justificación

Este proyecto se realizará con el fin de conocer cómo se ha modificado la estructura organizacional y administrativa, así como procedimientos y estrategias de las empresas inmobiliarias en Bogotá, teniendo en cuenta las consecuencias que generó en el sector, la pandemia covid-19.

La motivación principal para realizar el proyecto, radica en conocer desde la rama de la administración de empresas el sector inmobiliario, el uso de nuevas estrategias como la tecnología para mitigar los impactos que abarcó el virus, la forma en que hoy en día se manejan los procesos, la efectividad de dichas estrategias y el crecimiento o decrecimiento del sector en el mercado.

En ese sentido, el proyecto enfocado al sector inmobiliario surge como una necesidad, para exponer los estándares o indicadores que miden los procesos económicos de las inmobiliarias de Bogotá para afrontar las restricciones del covid-19, es decir, la implementación de métodos que les permitieron permanecer a algunas empresas en el mercado y rescatar dicha información.

Marco referencial

Marco teórico

Sector inmobiliario en pandemia covid-19.

El sector inmobiliario no es ajeno a los efectos de esta crisis y, en muchos aspectos, es una de las industrias que más está siendo impactada por la situación económica, la incertidumbre y los esquemas de distanciamiento social planteados por los gobiernos. La actual pandemia podría modificar la forma en que las personas vivimos, trabajamos y consumimos bienes y servicios (Deloitte Colombia, 2020)

Muchos habían especulado sobre la caída vertiginosa del segmento de oficinas, por ejemplo, pero no fue así. Aun cuando no podían usarse, debido a las restricciones gubernamentales para algunos segmentos económicos y una demanda disminuida en un 30%, siguieron entrando metros cuadrados de nuevos proyectos, y lo que se crearon fueron oportunidades para empresas con necesidades de reubicación o centralización de sus operaciones y la posibilidad de tener contratos más flexibles que consideran hoy en sus cláusulas temas como casos de fuerza mayor específicos para la reducción del canon o condonación total mientras las oficinas se pueden usar.

El nuevo panorama ha planeado transformaciones secuenciales que en algunos casos aceleraron el cambio de las empresas hacia los trabajos flexibles, reduciendo espacios para el ejercicio de algunas tareas como las del ámbito comercial o de ventas, que no necesitan estar en la oficina al 100% y se empezaron a ver más espacios colaborativos o de reunión. Allí el coworking se afianza como una alternativa, pero su posicionamiento a futuro también dependerá de qué tan seguros hagan sentir a sus clientes para el regreso a estos espacios.

Para el caso del retail, los retos han sido mayores por las restricciones, teniéndose que adaptar a las condiciones propias de la pandemia con sendas inversiones en bioseguridad, pero también transformándose con la tecnología hacia las ventas online que empiezan a ser parte de su ecosistema, donde a nivel físico la tendencia va mostrando que se quedan allí las tiendas más rentables y con formatos de menor área.

El futuro sigue amarrado a lo que será la evolución del virus y una posible vacuna, pero este panorama solo demuestra que el sector inmobiliario ante la mayoría de las crisis evidencia ser

resistente, pero sobre todo maleable e innovador, evolucionado y creado nuevas oportunidades. Si se sigue con buenos resultados en la disminución de las cifras de contagios, de seguro que este sector volverá con fuerza para seguir contribuyendo con la economía nacional y nuevas perspectivas de bienestar y desarrollo (La República, 2020).

Perspectiva internacional.

Este artículo analiza el impacto de la pandemia de COVID-19 sobre el mercado de la vivienda en España. La crisis sanitaria llegó cuando el ciclo inmobiliario se encontraba en una fase de madurez, con varios indicadores que evidenciaban una desaceleración, tras el período expansivo iniciado en 2014. Las medidas adoptadas por las autoridades para combatir la pandemia supusieron que, en los primeros meses, la actividad del mercado inmobiliario se redujese intensamente. A partir de verano, con el levantamiento parcial de las restricciones, la actividad comenzó a recuperarse, si bien los desarrollos acerca de la pandemia han condicionado su evolución. La crisis sanitaria ha supuesto un cambio en las preferencias sobre el tipo de vivienda demandada hacia viviendas de mayor tamaño y con espacios exteriores. A pesar de la intensa contracción de la actividad económica, los precios de la vivienda no han mostrado, por el momento, caídas generalizadas, en un contexto de ausencia previa de grandes desequilibrios en este mercado y de una posición financiera de los hogares más sólida respecto a la que tenían en los años anteriores a la crisis de 2008 (Alves & San Juan, 2021).

La pandemia también ha podido acelerar alguna tendencia previa en la demanda de vivienda, como su reorientación desde los municipios más poblados hacia otros con menor densidad poblacional. Este desarrollo ya estaba condicionado por una mayor escasez en la oferta de vivienda nueva y un precio medio más elevado en las grandes ciudades, pero se ha exacerbado debido a las nuevas preferencias de la demanda hacia espacios abiertos y más amplios por la mayor presencia en el hogar a raíz de los confinamientos y el aumento del teletrabajo (véase gráfico 3.3). De acuerdo con la información registral, esta evolución es generalizada por regiones: más del 80% de las capitales de provincia redujeron su peso a lo largo de 2020 en las compraventas totales de la provincia (Alves & San Juan, 2021).

Las medidas tomadas como respuesta a la pandemia por parte de las autoridades económicas han contribuido a que las condiciones de financiación de los préstamos para la compra de vivienda se mantuvieran holgadas en términos generales. Así, el tono más expansivo de la

política monetaria se ha traducido en un descenso de los tipos de interés de mercado y de los costes de financiación de las entidades financieras, al tiempo que la relajación temporal de los requerimientos de capital y operativos⁸ ha contribuido a apoyar el flujo de crédito. En este contexto, el tipo de interés sintético aplicado a los nuevos préstamos hipotecarios se ha reducido en cerca de 30 puntos básicos (pb) desde el comienzo de la crisis sanitaria, hasta el 1,5% en marzo de 2021 (último dato disponible), lo que supone el mínimo histórico. Este descenso ha sido próximo a los 35 pb en las hipotecas a tipo fijo y en las mixtas (aproximadas como aquellas operaciones cuyo plazo de revisión de los tipos de interés se realiza cada cinco años o más), mientras que ha sido de 25 pb en las de tipo variable (cuyo coste se revisa cada menos de cinco años). En el caso de estas últimas, las entidades trasladaron en su totalidad las caídas registradas en los tipos de interés de mercado al coste de los préstamos, mientras que, en las hipotecas a tipo fijo y mixtas, el descenso del coste de los préstamos fue resultado de la reducción del margen aplicado por las entidades (Alves & San Juan, 2021).

Industria 4.0.

El concepto industria 4.0 tiene relación con un nuevo modelo de organización y de control de la cadena de costo por medio del periodo de vida del producto y durante los sistemas de construcción secundado y elaborado viable por las tecnologías de la información. El concepto industria 4.0 se usa de forma generalizada en el continente Europeo, si bien se acuñó en Alemania. Dichos términos poseen en común el reconocimiento de que los procesos de construcción se hallan en un proceso de transformación digital, una revolución industrial producida por el progreso de las tecnologías de la información y, especialmente, de la informática y el programa (Val Román, 2016, págs. 1-4).

Ahora bien, un término asociado con las tecnologías y los conceptos de la cadena de costo de la organización, el cual explica una producción dirigida a los sistemas ciberfísicos (CPS), sistemas con habilidades físicas y de cómputo que tienen la posibilidad de interactuar con humanos, que unen las instalaciones de producción, los sistemas de almacenamiento y logística, así como el establecimiento de redes de trabajo para la construcción de costo (Ynzunza, Izar, & Bocarando, 2017).

Así mismo, la industria 4.0 representa un enfoque a la innovación de nuevos productos y procesos, por medio de fábricas capaces, plenamente integradas en redes de trabajo (a lo extenso

de la cadena de valor) que propician novedosas maneras de participación e infraestructuras sociales (Ynzunza, Izar, & Bocarando, 2017).

Los pilares de la inteligencia en Industria 4.0.

Resoluciones capaces Los productos capaces se caracterizan por contar con electrónica, programa embebido y conectividad lo cual, en grupo, le dotan de novedosas propiedades, habilidades y funcionalidades. Los sistemas ciber-físicos (CPS) y son los habitantes del ecosistema de la Internet de las cosas (IoT). La conectividad les da capacidad de comunicación máquina a máquina (M2M) e relación con humanos. Equipados con sensores captan datos acerca de su ámbito y sobre su propio uso y estado, datos que tienen la posibilidad de dar a quien lo fabricó o gestiona su servicio (Val Román, 2016, págs. 5-8).

Dichos mismos recursos se usan no solamente a los productos sino a las máquinas que los fabrican, los sistemas de producción ciber-físicos (CPPS), que componen la Fábrica Inteligente. Son máquinas con gran capacidad de comunicación M2M que ofrecen personalización, adaptación al entorno y a tareas nuevas. Además, la comunicación M2M les posibilita auto-configurarse para adaptar su funcionalidad en tiempo real a las necesidades del comprador durante su periodo de vida. (Val Román, 2016, págs. 5-8).

Innovación inteligente.

La innovación en todo el periodo de vida del producto inteligente y conectado combina la capacidad analítica de los instrumentos informáticas con los datos, cada vez más ricos, proporcionados por el producto inteligente durante su periodo de vida. Combinando los datos recogidos del producto inteligente (CPS), de las máquinas (CPPS) y de los consumidores se tomarán elecciones para optimizar la construcción, los servicios y la vivencia del comprador. En la base de todo ello estarán sistemas PLM avanzados, interconectados y con sistemas de estudio y visualización potentes e intuitivos (Val Román, 2016, págs. 5-8).

Cadenas de suministro inteligentes.

La integración horizontal común en la industria hoy, la participación entre organizaciones en la Industria 4.0 se basará en configuraciones ad-hoc para dar resoluciones a medida de cada comprador. Por ejemplo, un fabricante dictamina con flexibilidad qué externalizar o hacer in house, va a poder laborar con proveedores de servicios de ingeniería por medio de plataformas

CAD compartidas o destinar directivas de producción al abastecedor con más capacidad independiente disponible en cada instante (Val Román, 2016, pág. 6).

La fábrica inteligente.

El cuarto pilar está conformada por unidades de producción inteligentes, conectadas a un sistema de fabricación dónde se identifican las limitaciones y el estado. Cada uno de los módulos es capaz de obtener la información necesaria para que la red de gentes tome una decisión óptima en la producción, según el modelo de la oferta y la demanda dónde la capacidad surge a través de las órdenes de este mercado (Val Román, 2016, pág. 7).

Tecnologías Básicas en que se sustenta la industria 4.0.

Una de las claves de las tecnologías en esta industria 4.0, son las que componen el currículum de un ingeniero informático, lo cual impone profesionalidad al liderar esta revolución (Val Román, 2016, pág. 7).

Comunicaciones móviles.

Así mismo las tecnologías móviles como el internet, son la base de las comunicaciones M2M, el cual permite un entorno conectado de producción entre los sistemas y los productos. De igual forma es posible, la recolección de datos y coordinación del GPPS, cómo despliegue de los servicios remotos en tiempo real (Val Román, 2016, pág. 7).

La nube (Cloud Computing).

Una de las aplicaciones e infraestructuras más reconocidas a nivel internacional es la nube, que a través de redes públicas o privadas realiza un modelo sistemático e inteligente, lo cual genera cantidades enormes de procesamiento y almacenamiento de datos online desde cualquier parte. La misma permite sin fronteras un flujo de datos eficientes, dónde se puede incrementar la capacidad dependiendo de la flexibilidad de los precedentes (Val Román, 2016, pág. 8).

Comunicación máquina a máquina (M2M).

Las comunicaciones M2M, son las tecnologías básicas del internet, el cual permite el intercambio de información entre sistemas inteligentes y productos que conforman la industria 4.0. Además, la información disponible construye una fábrica virtual que permite simular los

procesos de fabricación de productos y su uso más conveniente es la comunicación M2M (Val Román, 2016, pág. 8).

Plataformas sociales.

Otro de los pilares más importantes son las plataformas sociales, que han transformado la vida de las personas a través de la comunicación global e instantánea. La comunicación industrial, sport mucho mejora con una interacción más dinámica en su contenido, favoreciendo la innovación y colaboración, facilitando la fabricación proporcional de la demanda y la información recolectada sobre los clientes. (Val Román, 2016, pág. 8).

La impresión 3D (fabricación aditiva).

La industria más relevante de la producción de objetos tridimensionales a partir de modelos virtuales. A pesar de que su uso industrial es escaso, aporta a la eliminación de desventajas en eficiencias en la producción, además que produce productos personalizados, permite una creación rápida de prototipos de impresión y elimina los intermediarios (Val Román, 2016, pág. 8).

Robótica avanzada y colaborativa.

Cada vez mejorado de la inteligencia artificial, este tipo de tecnología sensórica permite crear robots autónomos, cooperativos y flexibles y al mismo tiempo interactúan unos con otros mientras trabajan con seguridad al lado de los seres humanos aprendiendo de las capacidades y habilidades utilizadas en la fabricación. Esto permite una mayor eficiencia y reducción de errores de producción (Val Román, 2016, pág. 8).

Realidad aumentada.

Actualmente basados en la realidad se encuentra en desarrollo, sin embargo en un futuro permitirá proporcionar a los trabajadores información, para la toma de decisiones y procesos en tiempo real. Un ejemplo claro, es que los colaboradores de las compañías podrán recibir instrucciones al pie de la letra, visualizando lo que se quiere producir o desarrollar con una mayor eficiencia y creatividad (Val Román, 2016, pág. 8).

Seguridad.

Con el incremento de la conectividad y uso de las comunicaciones tradicionales, es necesario proteger los sistemas de datos industriales y las líneas de fabricación, que aumentan sustancialmente. A pesar de que las comunicaciones han evolucionado a pasos agigantados, cada Vans es un riesgo para que se filtre la información y el acceso al mismo (Val Román, 2016, pág. 9).

E-Commerce.

Muchas definiciones se han establecido a lo largo de la historia sobre el comercio electrónico. Sin embargo, la Comisión de regulación de Comunicaciones (2017) define que “el comercio electrónico se ve implicado en el mercadeo de los bienes y servicios.” (pp. 34-36).

De igual forma la comisión europea Comisión de regulación de Comunicaciones (2017) define que la actividad junto con la interacción que involucren las empresas por medios electrónicos, es parte del comercio electrónica. Sin embargo, hay que tener presente que no solo se manejan productos sino también servicios y que las actividades comerciales electrónicas son cada vez evolutivas y que la ingeniería, el comercio y el marketing son fichas claves para un buen comercio eficiente a nivel virtual (pp. 34-36).

Ahora bien, los tipos de e-commerce recaudados por la literatura y establecidos por los agentes dedicados al e-commerce, definen los siguientes pilares que componen el comercio electrónico:

B2B.

Relación entre empresa a empresa.

B2C.

Relación entre consumidor y empresas.

B2C/G2B.

Relación entre transacciones entre gobierno y empresas.

B2E.

La siguiente categoría constituye las transacciones que se realicen entre colaboradores y empresa.

C2C.

En la relación que existe entre consumidor a consumidor por medio de una plataforma especializada ofertando bienes, servicios o productos (Asobancaría, 2019).

Así mismo la Cámara de Comercio Electrónico (citado por (Asobancaría, 2019)), asignar dos categorías más dentro del e-commerce. La primera constituye los diferentes agentes que realizan transacciones entre empresa, consumidores y gobiernos y la segunda constituye la venta y compra de productos o servicios entre empresas y consumidores. Generalmente la finalidad de cualquiera de los dos tipos es la realización de transacciones de pagos.

El mercado inmobiliario y e-commerce.

La perspectiva de la oferta comercial en sector inmobiliario es uno de los principales interrogantes de tipo jurídico entre los compradores y vendedores que se dedican a la actividad comercial de manera profesional. Estas condiciones, están estipuladas entendiendo al mercado de los diferentes sectores necesarios para los negocios en dicho sector bajo las leyes 520 del 1999 y la ley 1480 del 2011 (Rueda, 2020).

Ahora bien, la actualidad de los bienes dentro de la compraventa, entiende un acuerdo mutuo entre comprador y vendedor, dónde se estipulan requisitos netamente jurídicos para ambas partes, estipulados en los artículos 1611 del código civil y el artículo 89 de la ley 153 de 1887. Así mismo esto compone un acuerdo por escrito, totalmente legal con promesa de plazo o condición y bajo ciertos términos de todo acto ilícito en virtud del artículo 1741 del mismo código (Rueda, 2020).

La incertidumbre con este tipo de actividad comercial se traslada a las subastas virtuales, en dónde se permite forjar una confianza de adquirir bienes por medio de pujas ofertadas con los participantes. El precio final lo define la oferta de los compradores y los inmuebles son de origen lícito, que cumplen con ciertos requisitos para la validez y confiabilidad dentro de un contrato en

dónde puede recuperar hasta el 90% del valor de bien en caso de representar un acto ilícito o de problema jurídico (Rueda, 2020).

Marco conceptual

Inmobiliaria.

es una empresa o sociedad que se dedica a arrendar, vender y administrar propiedades, esta pone en contacto a un comprador y un vendedor una vez se hace o concreta el negocio la inmobiliaria por su gestión recibe una comisión (Criollo & Saenz, 2018).

Procesos administrativos.

Se define al proceso como: “una unidad en sí que cumple un objetivo completo, un ciclo de actividades que se inicia y termina con un cliente o un usuario interno” (Mallar, 2010).

Como se ha indicado, los aspectos administrativos se desarrollaron con el fin de suplir las necesidades de los grupos sociales, en cualquier época de la historia. Aumentar la productividad y la eficiencia en las empresas comerciales e industriales, por nombrar sólo algunos sectores, era el pan de cada día para quienes ejercerían esas labores, por designación o sencillamente porque eran empresarios (Duque, s.f)

Covid-19.

El virus del síndrome respiratorio agudo severo tipo-2 (SARS-CoV-2), causante de COVID-19, se ubica taxonómicamente en la familia Coronaviridae. Los coronavirus humanos circulan libremente en la población de todos los continentes, suelen causar enfermedad respiratoria leve. Se estima que producen entre el 10% y el 30% de los casos de resfriado común. El periodo de incubación es variable, pero generalmente dura de 2 a 7 días, aunque a veces puede ser hasta de 2 semanas (Díaz & Toro, 2020).

La COVID-19 es la enfermedad causada por el nuevo coronavirus conocido como SARS-CoV-2. La OMS tuvo noticia por primera vez de la existencia de este nuevo virus el 31 de diciembre de 2019, al ser informada de un grupo de casos de «neumonía vírica» que se habían declarado en Wuhan (República Popular China) (OMS, 2020).

Algunos científicos mencionan que el coronavirus llegó para quedarse, ellos esperan que el caso del covid-19 se mantenga, sin embargo, que la población desarrolle cierta inmunidad a través de la vacunación y las infecciones naturales. Es así como, en la actualidad hay menos casos graves comparados a como se reportaron en el inicio de la pandemia (Duarte, 2021).

Procesos operativos.

El proceso operativo comprende las actividades que se desarrollan en la empresa una vez aceptado el presupuesto por parte del cliente, este proceso tiene como entradas toda la información que se genera en los otros procesos que conforman la información contable, legal y de productos para la exportación o importación (Torres & Arias, 2017).

Impacto.

El impacto es la consecuencia de los efectos de un proyecto. Los impactos y efectos se refieren a las consecuencias planeadas o no previstas de un determinado proyecto; para ellos, los efectos generalmente se relacionan con el propósito mientras que los impactos se refieren al fin (Torres & Arias, 2017).

Marco legal

Normatividad para el sector inmobiliario.

Ley 820 de 2003.

“Por la cual se expide el régimen de arrendamiento de vivienda urbana y se dictan otras disposiciones”

Regula el aumento en los arriendos de inmuebles habitacionales en Colombia, junto a los contratos (derechos y deberes) y garantías, regulan temas tan diversos como los tipos de vivienda habitacional, las obligaciones del arrendador y del arrendatario, la forma y elementos del contrato de arrendamiento, la regulación de los pagos mensuales, cómo realizar notificaciones y pagos, la prohibición de subarrendamiento o depósitos, causas para la terminación de un contrato y toda una legislación para obtener la matrícula de arrendador y ejercer de manera legal en el campo inmobiliario (Congreso de la república, Ley 820, 2003).

Ley 675 de 2001.

“Por medio de la cual se expide el régimen de propiedad horizontal”

Esta ley regula la forma especial de dominio, denominada propiedad horizontal, en la que concurren derechos de propiedad exclusiva sobre bienes privados y derechos de copropiedad sobre el terreno y los demás bienes comunes, con el fin de garantizar la seguridad y la convivencia pacífica en los inmuebles sometidos a ella, así como la función social de la propiedad (Congreso de la república, 2001).

Ley 1673 del 2013.

“Por la cual se reglamenta la actividad del evaluador y se dictan otras disposiciones”

Esta ley tiene como objeto regular y establecer responsabilidades y competencias de los evaluadores en Colombia para prevenir riesgos sociales de inequidad, injusticia, ineficiencia, restricción del acceso a la propiedad, falta de transparencia y posible engaño a compradores y vendedores o al Estado. Igualmente, la presente ley propende por el reconocimiento general de la actividad de los evaluadores. La valuación de bienes debidamente realizada fomenta la transparencia y equidad entre las personas y entre estas y el Estado colombiano (Congreso de la república, 2013).

Decreto 2223 de 1996.

“Por el cual se señalan normas que garantizan la participación activa de la comunidad en el cumplimiento de los compromisos del pacto social de productividad, precios y salarios”.

Esta ley regula sobre temas de arrendamiento, competencia de las alcaldías en cuanto a reclamos sobre arrendamientos, servicios públicos domiciliarios, cobros y reclamos, tasa de interés en la venta de bienes muebles mediante el sistema de plazos y sobre el seguimiento de la labor de las entidades encargadas del control y vigilancia (Presidente de la república, Decreto 2223, 1996).

NTC 6162.

Norma técnica colombiana para la venta de vivienda de interés social (VIS). Este documento normativo establece los términos, requisitos y condiciones generales que deben cumplir la

organización en la actividad inmobiliaria de venta de Vivienda de Interés Social VIS y Vivienda de Interés Prioritario VIP sobre planos. Lo establecido en este documento es aplicable a organizaciones que realizan actividades inmobiliarias de promoción, comercialización y venta de Vivienda de Interés Social VIS y Vivienda de Interés Prioritario VIP sobre planos (Icontec, 2015).

Decreto 1077 de 2015.

Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Vivienda, Ciudad y Territorio. Que la producción normativa ocupa un espacio central en la implementación de políticas públicas, siendo el medio a través del cual se estructuran los instrumentos jurídicos que materializan en gran parte las decisiones del Estado. Que la racionalización y simplificación del ordenamiento jurídico es una de las principales herramientas para asegurar la eficiencia económica y social del sistema legal y para afianzar la seguridad jurídica. Que constituye una política pública gubernamental la simplificación y compilación orgánica del sistema nacional regulatorio (Presidente de la república, 2015).

Normatividad emitida en el año 2020.

Circular 0021 del 17 de marzo de 2020 – Ministerio del Trabajo.

el Ministerio del Trabajo recordó algunas medidas a tener en cuenta por parte de los empleadores, con el fin de procurar la conservación de los empleos en momento de emergencia sanitaria, como: teletrabajo, trabajo en casa, vacaciones (Mintrabajo, 2020).

Resolución 385 del 12 de marzo de 2020 – Ministerio de Salud y Protección Social.

Dentro del paquete de medidas anunciadas por el Gobierno se incluyeron (i) la prohibición de eventos de más de 500 personas, (ii) ordenar a administraciones de propiedades horizontales y espacios similares la adopción de medidas higiénicas en espacios y superficies de contagio, entre otros (Min salud y protección social, 2020).

Decreto 401 del 13 de marzo de 2020 – Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Definiendo el calendario tributario para los impuestos de Renta y complementarios, impuesto al patrimonio, el anticipo bimestral del Régimen Simple de Tributación -SIMPLE, normalización tributaria entre otros (Min hacienda y crédito público, 2020).

El Decreto 579.

Contiene normas temporales en contratos de arrendamiento, versa sobre la suspensión de acciones de desalojo, aplazamiento al reajuste al canon, prórroga automática de contratos en el período comprendido entre la expedición del Decreto y el 30 de junio de 2020, hace fuerte invitación a acuerdos entre arrendadores y arrendatarios; y habla sobre propiedad horizontal (Ministerio de vivienda, ciudad y territorio, 2020).

El Decreto 797.

Regula de manera extraordinaria la terminación unilateral de los contratos de arrendamiento de local comercial por parte de los arrendatarios, solo para actividades económicas específicas; autoriza la terminación unilateral hasta el 31 de agosto de 2020, sólo pagando un tercio de la cláusula penal prevista en el contrato, o un canon, según el caso, como única compensación.

Desventajas: La invitación a conciliar, debido a las dificultades de arrendatarios, que a su turno las transmitirían a arrendadores, siendo un mercado de doble vulnerabilidad, hizo que la Cámara de Comercio de Bogotá, abriera servicio de conciliación virtual y gratuito (para la mayoría de los casos). Si no se ponen de acuerdo en alivios, se aplica lo establecido en los contratos de arrendamiento (Presidente de la república, 2020).

Las medidas que se adoptaron por el virus covid-19, generaron afectaciones en las inmobiliarias, debido a que se prohibieron los eventos, se estableció la cuarentena obligatoria, en donde, los trabajadores debían buscar alternativas con sus empleadores, como implementar el teletrabajo o brindar las vacaciones mientras se buscaban otras soluciones, además de ello, la norma pedía realizar acuerdos de pago con los arrendatarios, porque no se podían ir ya que la cuarentena era para todo el país y era muy estricta.

Marco histórico

Diseño de un modelo de negocio inmobiliario con asesorías estructurales y adecuación de espacios interiores en Bogotá.

El objetivo general del proyecto es diseñar una propuesta desde la ingeniería civil que, de valor agregado a los modelos de negocio Inmobiliario, que contemple asesorías estructurales, adecuación de los espacios interiores del inmueble.

Los objetivos específicos son: Analizar las variables macroeconómicas y de contexto (PESTEL) del mercado en Colombia, realizar un análisis de factibilidad sectorial, según PORTER y un análisis técnico. para definir las características y servicio del portafolio de productos, diseñar la propuesta empresarial, que mejor se adapte a nuestro modelo de negocio y diseñar el plan de negocio.

Al realizar el análisis de factibilidad se puede concluir que, aunque en el mercado existen grandes inmobiliarias y tienen posicionada la marca, se puede evidenciar que no cuentan con el servicio de materport, y la valoración estructural del inmueble, lo cual permite a la empresa CS Inmobiliaria S.A.S. incursionar en el mercado con este servicio. En cuanto a las variables económicas se puede decir que este sector sigue siendo muy productivo y generando aportes importantes al PIB del país, lo cual es viable y atractivo de invertir en él. (Criollo & Saenz, 2018)

Impacto del covid-19 en el mercado inmobiliario.

El Sector inmobiliario no es ajeno a los efectos de esta crisis y en muchos aspectos es una de las industrias que más se está haciendo impactado por la situación económica la incertidumbre y los esquemas de distanciamiento social planteados por los gobiernos la actual pandemia podría modificar la forma en que las personas vivimos trabajamos y consumimos bienes y servicios.

Se presentan aspectos negativos Cómo bajas inversiones En el sector inmobiliario problemas financieros por la caída de ingresos por el cumplimiento en las obligaciones de pago de los inquilinos la velocidad de recuperación del mercado dependerá de la magnitud de la pandemia y la velocidad con qué las operaciones inmobiliarias vuelvan a la normalidad.

Actualmente es importante qué los distintos actores de la industria inmobiliaria se centran en temas cómo dimensionar los requerimientos de capital del negocio en corto y mediano plazo en evaluar escenarios post covid-19 y solicitando cambios importantes definiendo iniciativas proyectos cambios riesgos y estrategias de mitigación buscar alternativas en financiación pues la liquidez es un activo clave en periodos de incertidumbre finalmente gestionar cuentas por cobrar conciliando con deudores para tener flujo de efectivo y evitando moras incobrables.

Predicciones de escenarios después del covid-19 Cómo la pasión del trabajo remoto la relación entre las personas y la tecnología la reducción de concentración de personas en oficinas los propietarios de locales deberán ajustar sus operaciones y modelos de negocios enfocados a

escenarios después del covid-19 para poder mantener el valor de activos y garantizar flujo de caja. Por último, el impacto que generó la pandemia puede volver obsoleto y reducir el valor de muchos activos inmobiliarios que hoy se encuentra en el mercado (Deloitte Colombia, 2020).

Análisis de la cartera y del mercado inmobiliario en Colombia.

En este Informe especial se analiza la dinámica conjunta del mercado inmobiliario en Colombia y del crédito de vivienda, con el propósito de identificar fuentes potenciales de riesgo que afecten la estabilidad económica y financiera. En particular, se estudia el comportamiento de variables asociadas con el precio de los inmuebles, su financiación, los niveles de oferta y de ventas en el mercado, y el tiempo que tardan en venderse o arrendarse las viviendas usadas.

El mercado inmobiliario en Colombia atraviesa uno de sus momentos más retadores como consecuencia del COVID-19. Los indicadores de actividad recientes muestran una acumulación de inventarios, una caída en la demanda, y un consecuente incremento en el índice de rotación de los inmuebles. Estos resultados son generalizados para todas las ciudades de estudio, y para todos los tipos de inmuebles analizados en este informe especial. El desempeño de corto y mediano plazo dependerá principalmente de la reactivación de la actividad económica, los incentivos otorgados por el gobierno nacional, y los ajustes en precios y oferta que puedan realizar los constructores. La posible materialización de un escenario macroeconómico adverso en el que las medidas de aislamiento social se prolonguen más de lo esperado, profundizando las pérdidas del sector, hace necesario continuar con el monitoreo de los factores que afectan la salud financiera de aquellas empresas a las que los establecimientos de crédito están expuestos (Carranza & Mariño, 2020).

Cambios y beneficios en la aplicación de la IFRS 15 Ingresos por contratos con clientes en las empresas de arrendamiento y finca raíz afectadas por el COVID 19 en Colombia.

Objetivo general, Determinar los cambios y beneficios en la aplicación de la IFRS 15 “Ingresos por contratos con clientes” en las empresas afectadas por el COVID 19 en Colombia

Objetivos, Identificar los cambios en la aplicación de la IFRS 15 “Ingresos procedentes por contratos con clientes” en las empresas de arrendamiento y finca raíz afectadas por el COVID 19 en Colombia. Evaluar la norma IFRS 15 “Ingresos procedentes por contratos con clientes” en las empresas de arrendamiento y finca raíz afectadas por el COVID 19 en Colombia. Analizar las

bondades de la aplicabilidad de la IFRS 15, “Ingresos procedentes por contratos con clientes” en las empresas afectadas por el COVID 19 en Colombia

Con la aplicación de la norma IFRS 15 “Ingresos procedentes por contratos con clientes” en las empresas afectadas por el COVID 19 en Colombia se refleja que la gran mayoría de la población encuestada con un 80% llevan a cabo la elaboración de un contrato por arrendamiento del inmueble, que ha hecho que el arrendador se salvaguarde por cualquier tipo de incumplimiento por parte de los arrendatarios siendo fundamental la aplicación de la norma en mención, en donde se obtienen beneficios en las dos partes pactadas, el otro 20% de los cambios en la aplicación IFRS 15 es nula porque en la actualidad no se está aplicando los ingresos por contratos con clientes, en el cual los cambios organizacionales no tienen trascendencia en su aplicabilidad y hace que no haya un control por parte de las empresas del sector inmobiliario y de finca raíz.

Analizando las bondades de la aplicabilidad de la norma IFRS 15, “Ingresos procedentes por contratos con clientes” en los aspectos positivos de la pandemia en el sector inmobiliario en Colombia confirman lo regular y negativo que ha sido este suceso con una ponderación notoria del 70% porque el nivel de contratación disminuyó con relación al año anterior. El impacto obtenido de los resultados fue el esperado ya que, se refleja la importancia que tiene la norma IFRS 15 en las empresas, sobre todo en el sector inmobiliario y de finca raíz, mejorando sus procesos contables, legales, fiscales y administrativos, la relación entre cliente – proveedor, logrando un mayor orden en cada paso elaborado (Fonseca, Morales, & Montenegro, 2021).

Objetivos

Objetivo general

Caracterizar el impacto administrativo de las restricciones a causa del covid-19 de las empresas inmobiliarias en Bogotá.

Objetivos específicos

Identificar los beneficios que brinda la tecnología en las empresas inmobiliarias de Bogotá

Determinar los procesos operativos y administrativos de las empresas inmobiliarias de Bogotá para afrontar las restricciones del covid-19

Exponer los estándares o indicadores que miden los procesos económicos de las inmobiliarias de Bogotá para afrontar las restricciones del covid-19.

Metodología

Enfoque y método

Enfoque exploratorio.

La investigación exploratoria tiene como objetivo examinar o explorar un problema de investigación poco estudiado o que no ha sido analizado antes. Por esa razón, ayuda a entender fenómenos científicamente desconocidos, poco estudiados o nuevos, apoyando en la identificación de conceptos o variables potenciales, identificando relaciones posibles entre ellas (Cazau, 2006).

Para Zikmund (1999), cuando un investigador tiene una cantidad limitada de experiencia o conocimiento sobre un tema de investigación, la investigación exploratoria es un útil paso preliminar. Ayuda a garantizar que un estudio más riguroso y concluyente en el futuro se iniciará con una comprensión adecuada de la naturaleza del problema de investigación.

Método estudio de caso.

Una investigación que se centra en un fenómeno contemporáneo en su contexto real, donde los límites entre el fenómeno y el contexto no se muestran de forma precisa, este permite analizar el fenómeno objeto de estudio en su contexto real, utilizando múltiples fuentes de evidencia, cuantitativas y/o cualitativas simultáneamente (Jiménez, 2012).

Es uno de los métodos más apropiados para aprender la realidad de una situación, en los que se requiere explicar relaciones causales complejas, realizar descripciones de perfil detallado, generar teorías o aceptar posturas teóricas exploratorias o explicativas, analizar procesos de cambio longitudinales y estudiar un fenómeno que sea, esencialmente, ambiguo, complejo e incierto (Villareal, 2007).

Técnicas e instrumentos a aplicar según objetivos específicos.

Las técnicas en este tipo de investigación son las bases de datos y datos bibliográficos de inmobiliarias y su afectación a causa del covid-19, así mismo, los instrumentos de recolección de información son: Tesis, libros, laboratorios web, enciclopedias científicas para soportar el marco teórico y búsqueda bibliográfica

Capítulo I. Beneficios de la tecnología en las empresas inmobiliarias de Bogotá

Ese capítulo tiene la finalidad de dar a conocer los beneficios existentes que brinda la tecnología en las empresas del sector inmobiliario en Bogotá, en ese sentido, cuenta con documentación de la relevancia, los aportes y ventajas de la tecnología, el uso que le dan inmobiliarias en la actualidad y la repercusión que tuvo eso en su compañía.

En el mercado inmobiliario, las TIC reinician las relaciones con los públicos desde la cercanía y la creación de valor. La comunicación regresa al sector para ser más personal, más cercana, más pegada a los intereses de los públicos. El contenido es el rey, la retórica vacía, las frases grandilocuentes y las grandes promesas incumplidas, dan paso a la interacción, la utilidad y la conversación. No se trata ya de decirle al público lo que quiere escuchar sino lo que necesita escuchar. El “blog” viene configurándose como soporte más idóneo para suscitar interés y generar vínculos estables. Las páginas web, entendidas hace una década como plataformas meramente centradas en la marca, gracias a los avances y expansión de la tecnología móvil, se centran en dos objetivos primordiales: el perfeccionamiento de las búsquedas de inmuebles y la creación de valor a través de contenidos relevantes para los potenciales compradores. En este sentido, las métricas y herramientas dedicadas a la medición de impacto en este ámbito, favorecen la evaluación y análisis de repercusión. La compañía puede obtener datos sobre aquello que más interesa, a quién y en qué momento (Fernández & Hellín, 2018).

Las redes sociales ofrecen inmediatez, constancia y entretenimiento. Trabajan la cercanía al público, acompañándole en el día a día. A veces con un perfil más comercial, como es el caso de la compañía estadounidense analizada y casi siempre con un perfil más lúdico e informativo. Facebook aparece como la plataforma con más protagonismo porque amplía las posibilidades de interacción con formatos más heterogéneos. YouTube se presenta como el gran reto fuera de Estados Unidos, con la incorporación de formatos de video, bien con objetivos comerciales o puramente informativos. La medición en Redes sociales también está experimentando importantes avances en los últimos años, más allá de los datos sobre seguidores, la actuación de la compañía puede ser medida en términos más concretos que además posibilitan el trabajo de segmentación de los mensajes (Fernández & Hellín, 2018).

Las Relaciones Públicas pueden ofrecer al sector inmobiliario, importantes retos y oportunidades para la estrategia de comunicación. La medición y evaluación de las acciones, se

muestra especialmente relevante en un contexto donde el camino emprendido hacia una comunicación más relacional, más centrada en la interacción y las metodologías que ayudan a evaluar el retorno de la inversión, sirven para saber cómo agregar valor para las marcas en la sociedad conectada (Fernández & Hellín, 2018).

De acuerdo con lo anterior, las nuevas tecnologías, las redes sociales y el marketing digital en general son métodos para llegar a los clientes. Teniendo en cuenta que, el cliente de hoy tiene unos hábitos diferentes al de hace unos años: cuenta con mucha información a la mano, está conectado constantemente, se enfoca en la honestidad y ética de las empresas, comparan primero antes de realizar una compra, tiene confianza en las experiencias de otros clientes y es infiel a las marcas. Por eso, en la actualidad es necesario reorientar las prácticas de marketing para ganar la confianza del cliente (Kloter, Kartajaya, & Setiawan, 2018).

Algunas compañías, obtienen relaciones comerciales exitosas utilizando marketing digital (redes sociales como: Facebook, Instagram y Twitter), en estas redes otorgan la posibilidad a los clientes de tener más cercanía con la empresa, teniendo en cuenta dicha relevancia del mundo digital se conoce la importancia de la implementación efectiva para las inmobiliarias (Loaiza, Tamayo, & Zuluaga, 2019).

En esencia, hay plataformas digitales que garantizan un mayor desempeño en las empresas inmobiliarias al momento de captar clientes, es así como destacan las redes sociales; las cuales garantizan comunicación en tiempo real con los clientes, suministrando información real, clara, oportuna y genera cercanía con el cliente, de las redes sociales que más destacan son: Facebook, Instagram, Twitter, YouTube y WhatsApp, en segundo lugar, se encuentra la página web propia de la empresa donde se encuentran anuncios publicitarios, y se puede clasificar y exponer cada uno de los servicios que prestan (Loaiza, Tamayo, & Zuluaga, 2019).

Por último, se encuentran los software especializados que ayudan a la medición y control a la respuesta oportuna que se le otorga a cada cliente, estos software generan una base de datos exacta de los clientes actuales y prospectos, lo que se considera un complemento de las herramientas tecnológicas mencionadas anteriormente, pues, de esta manera se pueden establecer las pautas publicitarias que se deben publicar, para ser difundidas ya sea por medio de correos electrónicos, o mensajes masivos en otra plataforma (Loaiza, Tamayo, & Zuluaga, 2019).

Al utilizar las diferentes plataformas o herramientas digitales, se agilizan procesos, lo cual permite una optimización del tiempo, y conlleva una relación comercial perdurable con los clientes basada en confianza (Loaiza, Tamayo, & Zuluaga, 2019).

Cabe resaltar que la inversión en nuevas tecnologías o herramientas va ligada a los buenos resultados que se puedan percibir de estas y al aporte que brinden en el proceso de compra y arrendamientos. Es así como, se determina que el sector inmobiliario puede tener un crecimiento sustancial de la mano de las herramientas tecnológicas que van surgiendo, puesto que aportan a la optimización de tiempo, a la comunicación constante, a generar respuestas rápidas y oportunas y no conducen tanto desplazamiento; también, sobresalen herramientas avanzadas como lo son la realidad virtual, pues permiten que el cliente aprecie el inmueble de manera detallada sin la necesidad de movilizarse hasta este (Loaiza, Tamayo, & Zuluaga, 2019).

La tecnología ha sido una herramienta que se destaca en diversas industria, incluida la inmobiliaria, donde a través de esta se optimizan los procesos sin tener que estar presente en el lugar, caminando hacia la democratización de datos, apresurando trámites, brindando seguridad a las transacciones e incluso, alcanzar recursos económicos gracias a inversionistas con pequeñas cantidades de dinero y lograr financiar proyectos inmobiliarios (Inversión inmobiliaria, 2020).

Los adelantos tecnológicos han cambiado la manera de operar las inmobiliarias pues tiempo atrás estas organizaciones publicitarios inmuebles en periódicos o corchos de sus instalaciones a llegar al internet abuso estancamiento de las organizaciones de bienes raíces pues proclamar inmuebles En plataformas con millones de visitas causaba desconfianza entre los agentes empero actualmente esto cambio para las organizaciones buscan divulgar las características en diferentes portales inmobiliarios y en las paredes de las redes sociales para reducir la época y esfuerzo de la operación inmobiliaria es 63% de los individuos que buscan arrendar o mercar inmueble son jóvenes razón por la cual las inmobiliarias han cambiado el chip mediante la utilización de tecnología en las estrategias de negociación comercialización inmuebles y como aliado para robustecer las interrelaciones con sus consumidores (Orozco & Muñoz, 2018).

Para ser más concretos con el párrafo anterior, los jóvenes son la primera generación que ha crecido con internet y con fácil acceso a la tecnología esto ha tenido un gran efecto en la forma en que estas personas interactúan entre sí y con el mundo que los rodea En la medida en que están constantemente conectados virtualmente con otras personas (Orozco & Muñoz, 2018).

Los jóvenes de hoy, poseen un factor que define su comportamiento como emprendedores y consumidores dado que se enfocan a desarrollar proyectos por su cuenta debido a que para esta generación el individualismo es lo que prima ellos buscan desarrollarse profesionalmente y mantener un balance en su vida personal (Orozco & Muñoz, 2018).

Hace unos años en el mercado inmobiliario, se destacó la oferta de viviendas en el mundo digital. Donde nacieron iniciativas como Metrocuadrado.com o Finca Raíz, que mostraron una nueva forma de ofrecer y comprar vivienda. Sin embargo, tras casi una década, los cambios en esta industria que representa 8,5% del PIB nacional, no se habían notado. De hecho, muchos lo consideran uno de los sectores más rezagados en innovación y uso de tecnología (Revista Semana, 2020).

En la actividad inmobiliaria, se ha presentado una transformación. Ya que, las nuevas iniciativas de finca raíz involucran nuevas tecnologías, como inteligencia artificial, big data, realidad virtual, entre otros que se destacan en la industria 4.0, cabe resaltar que estas son herramientas que prometen mejorar y hacer más competitivo al sector (Revista Semana, 2020).

Una herramienta que hace más competitivo el sector se denomina proptech, en el mundo hay más de 7.000 empresas en este sector, presentes en países como China y Estados Unidos. Esto se ha convertido en un foco de atracción para los inversionistas (Revista Semana, 2020).

En Colombia a partir del año 2018 han surgido iniciativas con promesas de valor que antes diferentes, como Habi.co, una plataforma web que promete vender un inmueble en 10 días; Aptuno, que facilita los procesos de arriendo de vivienda, La Haus o Properati, inmobiliarias 100% digitales. También hay startups para la construcción (contech) como marketplaces de proveedores y sistemas de gestión de proyectos, entre otros (Revista Semana, 2020).

El mercado inmobiliario es uno de los más grandes del mundo y a través de los años ha sido uno de los activos de refugio para inversionistas, pero había logrado transformarse. Por eso, con los cambios que se han presentado en otras industrias y con el acelerador que puso el coronavirus, estas iniciativas resultan atractivas para invertir y también para emprender en un campo muy amplio (Revista Semana, 2020).

En ese sentido, se realizó una encuesta de KPMG Global Proptech donde se encontró que 86% de los líderes de la industria ve la innovación digital y tecnológica como una oportunidad. Pero

70% de las empresas del sector no tiene una clara visión estratégica en estos temas. Por lo cual, algunas empresas manifiestan crear cambios en cuanto a innovación para desarrollar proyectos tecnológicos que permitan realizar operaciones de manera eficiente (Revista Semana, 2020).

La tecnología es un tema importante es las compañías, lo cual está impulsando a las grandes empresas a acelerar sus procesos. Como resultado, ha realizado propuestas sobre generación de sinergias para agilizar los procesos de digitalización. Junto con vincular una agenda estratégica, tanto de innovación como de productividad, los elementos que caracterizan la industria (Revista Semana, 2020).

Este sector en los últimos años ha dado pasos muy importantes en materia de digitalización. Las empresas que implementen de manera eficiente ello, tendrá un ecosistema muy favorable para que las dificultades y necesidades que enfrenta el sector y los consumidores encuentren solución desde la tecnología y los desarrollos digitales. Colombia va por buen camino y, aun cuando hay diversos desafíos por afrontar, lo cierto es que aprovechar las creaciones en la actividad de finca raíz va a ser fundamental para jalonar esta industria determinante en la recuperación económica (Revista Semana, 2020).

Capítulo II. Procesos operativos y administrativos de las empresas inmobiliarias de Bogotá para afrontar las restricciones del covid-19

El covid-19 ocasionó el cierre de actividades económicas mientras se conocían medidas para afrontarlo, en ese transcurso, algunos arrendatarios no pudieron cancelar el monto del arriendo, siendo una consecuencia con clientes que sufrieron este tipo de empresas.

Teniendo en cuenta que unos dependen de los otros y que se encuentran en una permanente interdependencia, lo ideal es ayudarse entre ellos, en la medida de lo posible.

La solidaridad en esta coyuntura se convierte en pieza clave para asegurar la prevalencia del interés general y el apoyo a las personas más vulnerables de la sociedad.

Respecto a la situación temporal que atraviesan los colombianos, hoy en día es importante resaltar que de todos depende encontrar soluciones para salir juntos adelante.

Es preciso proponer a las inmobiliarias que realicen la revisión de cada solicitud de manera independiente y que se conviertan en puente de comunicación y de generación de alternativas de solución entre propietarios e inquilinos.

En este sentido, la Lonja, a través de su Centro de Conciliación y Arbitraje especializado en el sector inmobiliario, ofrece sus servicios para realizar audiencias virtuales que permitan la generación de consensos y facilitar el encuentro entre las partes del contrato de arrendamiento, teniendo en cuenta las medidas de seguridad y aislamiento ordenadas por el gobierno nacional.

Para ello es fundamental resaltar el derecho a la vivienda y su carácter primordial en la crisis que actualmente se presenta dada su conexidad con otras garantías constitucionales.

Por ello, es necesario recalcar la importancia de acceder a los mecanismos de conciliación públicos y privados. En consecuencia, dentro de las fórmulas de arreglo que se pueden presentar, se sugiere revisar los contratos, a efectos de flexibilizar el contenido de las cláusulas y obtener acuerdos ajustados al contexto social actual hasta el momento en que se levanten las medidas de emergencia. Teniendo en cuenta la nueva reglamentación que el Gobierno Nacional expidió en los últimos días con relación a los arriendos

El propietario, la inmobiliaria y el inquilino, bajo el principio de la autonomía privada de la voluntad, están facultados para plantear diversas soluciones. Se hace necesario conciliar cada caso y de considerarlo pertinente incluir cláusulas transitorias que regulen esta situación atípica.

En relación con los propietarios, la Administración es consciente que para muchos de ellos su sustento y el de sus familias dependen del pago de los cánones de arrendamiento. Sin embargo, los insta a ser comprensivos e invita a que escuchen las propuestas de sus arrendatarios e intermediarios, para que sus ingresos no se vean tan afectados por la crisis, y se ayuden unos a otros.

De igual manera, es importante que las personas que tengan la capacidad económica para cumplir normalmente con sus deberes así lo hagan, para que así, se mantenga el equilibrio financiero de otras personas (Cortés, 2020).

Sector inmobiliario durante la crisis del covid-19

Con operaciones y transacciones prácticamente paralizadas el sector inmobiliario está enfocando sus acciones en disminuir sus gastos operativos cuidar la caja velar por el mantenimiento del valor de sus activos evaluar escenarios futuros para la industria post covid-19 (Deloitte, 2019). Para Bogotá se registraron caídas desde febrero de 2020, situación generada probablemente por el impacto de las medidas de contención del COVID-19 (Carranza y Mariño, 2020).

Impactos a corto plazo

Los negocios imposibilitados para operar remotamente con baja resiliencia a los cambios tecnológicos y con culturas de esquemas de trabajo estáticos serán las más afectadas por el covid-19 (Deloitte, 2019).

La demanda de espacios de oficina en el corto plazo caerá impactando a los propietarios de estos inmuebles y afectando fuertemente el mercado a mediano plazo esta situación podría ser mitigada en parte por la relocalización temporal de algunos negocios como consecuencia de la pandemia. Los inquilinos podrían solicitar en sus contratos de arriendo clausuras de fuerza mayor que hagan referencia al covid-19 o a cualquier tipo de pandemia (Deloitte, 2019).

Impactos a largo plazo

Experiencia forzosa esquemas de trabajo flexibles acelerara la tendencia de trabajo remoto en las empresas llevando a estas a modificar sus modelos de operación a reducir espacios de oficinas físicas y a maximizar su uso (Deloitte, 2019).

Los operadores inmobiliarios acelerarán la adopción de soluciones proptech se refiere al uso de tecnología para refinar mejorar o reinventar cualquier tipo de servicio dentro del sector inmobiliario para manejar las relaciones entre propietario e inquilino (Deloitte, 2019).

Acciones para afrontar el covid

Buscar fuentes alternativas de financiamiento ya que la liquidez era un activo clave durante periodos de incertidumbre, Gestionar sus cuentas por cobrar negociando y conciliando con sus deudores para garantizar el ingreso de flujo de efectivo a la caja y evitando las morosidades incobrables. (Díaz M. , 2021).

Sector inmobiliario después de la crisis del covid-19

El arranque de 2021 es muy prometedor. En los primeros 4 meses, se llevan vendidas 75.000 viviendas nuevas, 52% más que el mismo periodo de 2020. Esto impulso, además, una reducción de forma saludable del stock de viviendas terminadas que pasó de 7,2% a finales de 2019 a 5,8% en febrero de 2021 (Díaz M. , 2021).

BBVA publicó Situación Inmobiliaria de 2021, estudio realizado por BBVA Research, donde declaró que la vivienda de bajo y medio valor liderará la recuperación, con efectos positivos en el empleo y en la demanda de insumos. La entidad financiera explicó también que el sector no se recuperará por completo hasta después de 2023, esto se debe a que las viviendas de bajo y medio valor, cuyos valores van hasta \$123 millones y hasta \$460 millones respectivamente, aportan menos al Producto Interno Bruto (Vargas , 2021).

El banco expresó que las viviendas de interés social (VIS) ganaron participación en la última década, desde 50% hasta 70%. Mauricio Hernández, economista de BBVA Research, explicó que los subsidios son una pieza fundamental para mantener el dinamismo, junto con la capacidad de generar nuevo suelo urbanizable en las ciudades, factores que complementarían la recuperación (Vargas , 2021).

A pesar de la situación de orden público, la vivienda mantiene su liderazgo en la reactivación económica del país teniendo como eje de recuperación la estrategia de los 200 mil subsidios para compra de vivienda, que ha permitido a la fecha a más de 74 mil familias cumplir su sueño de ser propietarias (MinVivienda, 2021).

De igual forma de los bloqueos y restricciones, los colombianos siguen comprando vivienda en niveles sin precedentes. El de 2021 es el mejor mayo de la historia de Colombia en compra de vivienda con más de 15 mil unidades comercializadas, precisó Jonathan Malagón, ministro de Vivienda (MinVivienda, 2021).

Sin embargo, los bloqueos restaron dinamismo a la comercialización, que decrece frente a los cuatro primeros meses del año. A pesar de esto, las cifras del sector siguen siendo positivas, lo que permite avizorar un excelente resto de 2021, en el que se espera superar las 200 mil unidades comercializadas (MinVivienda, 2021).

Gracias a este excelente dinamismo, la reactivación del sector vivienda es una realidad y el sector edificador se mantiene como uno de los principales impulsores de la generación de empleo en el país. Durante abril de 2021, según cifras reveladas por el DANE, cerca de 1 millón de personas se emplearon en esta rama, cifra que supera en 509 mil empleos el resultado de abril de 2020, mes de las mayores restricciones y donde las obras estaban paralizadas. Este resultado se convirtió en el mejor mes de abril en los últimos cinco años (MinVivienda, 2021).

Importancia de las tecnologías

Antes de que la tecnología tomara el gran avance que hoy en día se observa, un medio perfecto para llegar al consumidor hasta la comodidad de los hogares son los portales inmobiliarios quienes se encargan de promocionar los inmuebles disponibles dándoles visibilidad y brindando información detallada y verídica de estos ya fuese para venta o alquiler; luego llegan los sistemas de gestión inmobiliaria CRM encargada de gestionar toda la base de datos de los clientes actuales y futuros, el cual permite que se pueda estar informando, alimentando y gestionándolos con contenido actualizado y relevante en tiempo real, siendo estos solamente medios que les permitan estar a la vanguardia en el mercado durante todos estos años (Loaiza, Tamayo y Zuluaga, 2019).

Kotler, Kartajaya y Setiawan, 2018(citado por Loaiza, Tamayo y Zuluaga, 2019) mencionan que las nuevas tecnologías, las redes sociales y el marketing digital en general están revolucionando la forma de llegar a nuestros clientes. El cliente de hoy tiene unos hábitos diferentes al de hace unos años: está hiperinformado, hiperconectado, ama las empresas honestas y éticas, no compra sin antes comparar, confía en las experiencias de otros consumidores y es infiel a las marcas. Por eso, ahora más que nunca, es necesario reorientar nuestras prácticas de marketing para ganar el apoyo y confianza del cliente (pp. 22-23).

En ese sentido, el sector inmobiliario ha visto, desde la pandemia, la aceleración de algunas tendencias. Por ejemplo, el aumento de las compras en línea y de incluir dentro de sus inmuebles esta opción. 83% de las constructoras e inmobiliarias en el país, continuaron sus operaciones durante el confinamiento gracias al teletrabajo. Esta situación excepcional representó un reto para las diferentes empresas, pues fue la primera experiencia con el teletrabajo para un 43% de los encuestados. Esta cuarentena ha sido una oportunidad para fortalecer los canales de venta online. Del mismo modo, las estrategias de venta y captación de usuarios se han tenido que adaptar a las nuevas condiciones. Las inmobiliarias han juntado estrategias tradicionales con canales de venta digitales, a la vez que aumenta la tendencia de fortalecer este tipo de medios virtuales. La importancia de su área de innovación, donde trabajan desde hace varios años con recorridos 360°, facilita mucho que la gente se dimensionen en el espacio y tenga una lectura mejor de cómo es la distribución del apartamento (Ruiz, 2020).

La pandemia aceleró la reinención de muchos servicios del rubro inmobiliario a su forma digital. Hoy se pueden ofrecer experiencias 100% digitales como la visita a una sala de ventas y apartamento modelo (Finca Raiz , 2021).

Empresa 1.

Inmobiliaria Mubrick ubicada en Bogotá.

Quienes somos.

Somos desarrolladores y asesores inmobiliarios con vocación de cambio, innovación y estrictos principios de excelencia.

Surgimos en el 2006 para atender las exigencias de un mercado cada vez más informado y ocupar los vacíos que las inmobiliarias tradicionales habían dejado durante años.

Hoy estamos ayudando a transformar la compra, venta, arriendo, remodelación, avalúo y trámite financiero de inmuebles en una experiencia positiva. Roberto Agudelo, gerente de la Inmobiliaria Bogotá Mubrick, nos compartió algunos consejos donde identifica tres factores clave y que transcribimos a continuación: el producto, la estrategia comercial y el mercado (MUBRICK, 2021).

El Producto.

- Se refiere a la propiedad, quizás el factor más importante a tener en cuenta si te preguntas cómo vender un inmueble en tiempos de Covid-19.
- Un apartamento sin parqueadero, en primer piso, con una administración alta, sobre una avenida principal, interior o sin ascensor, va a retrasar la venta.
- Ni hablar de uno con problemas de sucesión, de impuestos, o con la amenaza de construcción de un edificio justo al frente.
- Sin embargo, un inmueble sobre valorado no tiene ninguna posibilidad. Y en eso pecan muchos propietarios por desconocimiento, algunos otros por viveza.
- Si esperas vender un apartamento debes asegurarte de tener un precio justo y para ello existen evaluadores profesionales.
- Si quieres obviarlos, visita los portales inmobiliarios más conocidos y comparen los precios con inmuebles similares.
- También existen plataformas para hacer avalúos a través de tecnología blockchain, como la que tienen en Oikos, Avalúos en Línea y Mubrick. Arrojan resultados precisos en cuestión de minutos y en muchos casos regalan el servicio.
- Luego de eso, preocúpate por elevar el valor percibido de la propiedad. Trabaja en cosas tan sencillas como la pintura y los acabados.
- Recuerda armar una carpeta con los documentos y asegúrate de tenerlos al día.
- Antes de agendar una visita con un prospecto, hablen con claridad sobre las desventajas del inmueble.

- No olvides que la cita sea a la hora con más luz, saca tu mascota al parque, abre las ventanas, prende luces y utiliza un ambientador (MUBRICK, 2021).

La estrategia comercial.

Una estrategia comercial NO es un aviso de ventana o un post en Facebook. Las redes, por ejemplo, están colapsadas por la sobre oferta de productos y servicios que originó la pandemia. Cada vez es menos la gente que ve nuestros contenidos.

Respecto a los avisos de venta, aquí mis razones para no depender únicamente de ellos:

- Dañan la estética del inmueble.
- De diez llamadas que entran, siete son de asesores inmobiliarios.
- Son una invitación para que un ladrón ingrese haciéndose pasar por comprador.
- Son obsoletos; hoy en día los compradores inician su proceso por Internet, no en el carro con la familia como hace 30 años.
- Una buena estrategia comercial debe dejarse preferiblemente en manos de una inmobiliaria.
- ¿Qué ofrece una buena inmobiliaria?
- Tecnología para fijar el precio sin necesidad de un avalúo.
- Fotografía profesional del inmueble. Nada de foticos con celular.
- Promoción en el portal inmobiliario, emailing, Google y redes sociales.
- Un CRM, disponibilidad y disciplina para recibir y hacer seguimiento a los prospectos.
- Pericia técnica en asuntos notariales, bancarios, tributarios y legales del cierre.
- Y muy importante, bróker con estructura académica y entrenamiento en ventas de primer nivel (Finca Raiz, 2021).

Empresa 2.

Rv Inmobiliaria.

Actualmente, RV Inmobiliaria es líder en el sector inmobiliario gracias a su solidez, expansión, respaldo y excelencia en sus procesos. Desde 1976, año de su fundación, su principal objetivo ha sido satisfacer las necesidades inmobiliarias de los clientes, a través de un servicio especializado y de un equipo de profesionales altamente capacitados.

RV Inmobiliaria se ha caracterizado a través del tiempo por ser una empresa confiable que responde de forma objetiva, ágil y oportuna a todos los requerimientos que demanda el mercado y por contar con colaboradores comprometidos con el crecimiento de la empresa (Rv Inmobiliaria, 2021).

Renegociación de contratos, la nueva alternativa en tiempos de covid-19.

Buscar soluciones que atiendan a las necesidades de los clientes, esa es una de las principales prioridades del área Corporativa de RV Inmobiliaria. Desde el inicio de la pandemia el sector inmobiliario como muchos otros ha sufrido el inminente impacto que supone una situación como esta, justo en los primeros meses de la emergencia, RV Comercial, la unidad de Servicios Corporativos de RV Inmobiliaria, le apostó a una metodología con la que se busca consolidar los contratos mientras que a su vez apoya tanto a clientes arrendatarios como propietarios (Rv Inmobiliaria, 2020).

Diego Almeyda, Director de Servicios Corporativos en RV Comercial, resalta la experiencia de su equipo de trabajo en la renegociación de contratos de arrendamiento, y asegura que la labor es apoyar al cliente dando un alivio a su flujo de caja en el corto plazo e impactar positivamente su PyG. Paralelamente, así lo han hecho muchas empresas del sector, que trabajan para sacar de esta situación las mejores soluciones para sus negocios y clientes (Rv Inmobiliaria, 2020).

En una entrevista con una revista nacional el presidente de Colliers Internacional en Colombia, Roberto Cáceres, afirmó que una de las rutas ante esta crisis es renegociar los contratos para fortalecer el sector. De manera que la tarea en tiempos de COVID, es brindar alternativas que sean coherentes con las necesidades de los clientes (Rv Inmobiliaria, 2020).

Capítulo III. Estándares o indicadores que miden los procesos económicos de las inmobiliarias de Bogotá para afrontar las restricciones del covid-19

En este capítulo, se encuentran hallazgos sobre indicadores de ventas y de arriendo de las inmobiliarias, dónde se miden los procesos económicos de las mismas, adaptando la situación económica durante las restricciones efectuadas por el covid-19.

Ahora bien, cabe resaltar qué son indicadores clave para la actividad comercial anteriormente mencionada, sin embargo se efectuará en este mismo apartado la recomendación de algunos indicadores para medir la eficiencia de la misma actividad comercial. Dicho lo anterior estas son los indicadores más importantes para el sector inmobiliario en Bogotá:

Participación Ventas en el Portafolio Total de Ronda: Indicador que mide la oferta de ventas respecto a la oferta comercial general de la inmobiliaria (Rincón & Ronderos, 2018).

$$\text{Partici. Ventas Portafolio Ronda} = \frac{\text{Inmuebles inscritos a la venta}}{\text{Total inmueb. a venta} + \text{Total inmueb. arriendo}} \times 100$$

Gestión de Administración Inmuebles a la Venta: Indicador que mide en términos porcentuales la eficiencia en la administración de los inmuebles inscritos a la venta a través de la actualización de inmuebles realizada en la base de datos común para entregar a todos los vendedores o personas que pueden tener primer contacto con los clientes interesados (Rincón & Ronderos, 2018).

$$\text{Adm. Inmuebles Venta} = \frac{\text{Inmuebles a la venta en la base de datos}}{\text{Total inmuebles a la venta}} \times 100$$

Preparación Preventa para Formalización Legal en caso de Venta: Indicador que mide en términos porcentuales la gestión de recolección documentos principales que deben presentarse con cada inmueble inscrito para la venta (Certificado de tradición y Libertad, Pago recibo predial último año, Fotocopia de la cédula de ciudadanía del propietario, linderos de la escritura pública), permite medir qué tan efectivo es el seguimiento de cada predio preventa y qué tan preparados estamos para formalizar ante notaria en el corto tiempo un Contrato de Promesa de Compraventa (Rincón & Ronderos, 2018).

$$\text{Prep. preventa y formalización} = \frac{\text{T. Cert Trad} + \text{T. prediales} + \text{T. Fot C. C.} + \text{T. Escrí}}{4 \times \text{Total inmuebles a la venta}} \times 100$$

Participación Virtual Ventas: Indicador porcentual que mide la participación de los inmuebles inscritos a la venta ante los principales portales virtuales que se entrelazan con otros de menor posicionamiento en el mercado, a saber: FincaRaiz.com.co, MetroCuadrado.com y RondaVirtual.com (Rincón & Ronderos, 2018).

$$\text{Part. Virtual} = \frac{\text{Total FincaRaiz} + \text{Total MetroCuadrado} + \text{Total RondaV.}}{3 \times \text{Total inmuebles a la venta}} \times 100$$

Gestión De Administración Datos Propietarios Venta: Indicador que mide en términos porcentuales la eficiencia en la administración de los datos de los propietarios que tienen inmuebles inscritos para la venta a través de la actualización de Datos Propietarios realizada en la base de datos dinámica Excel (Rincón & Ronderos, 2018).

$$\text{Partici. Arriendos Oferta Ronda} = \frac{\text{Inmuebles disponibles arriendo}}{\text{Total inmueb. a venta} + \text{Total inmueb. arriendo}} \times 100$$

Gestión de Administración Inmuebles en Arriendo: Indicador que mide en términos porcentuales la eficiencia en la administración de los inmuebles inscritos para arriendo a través de la actualización de inmuebles realizada en la base de datos común para entregar a todos los vendedores o personas que pueden tener primer contacto con los clientes interesados (Rincón & Ronderos, 2018).

$$\text{Adm. Inmuebles arriendo} = \frac{\text{Inmuebles para arriendo en la base de datos}}{\text{Total inmuebles en arriendo}} \times 100$$

Gestión Administración Datos Propietarios Arriendo: Indicador que mide en términos porcentuales la eficiencia en la administración de los datos de los propietarios que tienen inmuebles arrendados a través de la actualización de Datos Propietarios realizada en la base de datos dinámica Excel. (Rincón & Ronderos, 2018).

$$\text{Adm. Datos Propietarios Arriendo} = \frac{\text{Propietarios en la base de datos de arriendos}}{\text{Total propietarios de inmuebles arrendados}} \times 100$$

Participación Inmuebles Asegurados: Indicador porcentual que mide la participación de los inmuebles arrendados a través de contrato de mandato por Ronda Virtual Inmobiliaria S.A.S. y que están asegurados en caso de incumplimiento de canon de arrendamiento y de daños y faltantes (Rincón & Ronderos, 2018).

$$\text{Partic. Inmuebles Asegurados} = \frac{\text{Total inmuebles de arriendo asegurados}}{\text{Total de inmuebles arrendados}} \times 100$$

Los indicadores para afrontar el covid-19

Teniendo en cuenta el capítulo anterior, se denota la relevancia que tuvo la tecnología para las empresas inmobiliarias en tiempos de pandemia, en ese sentido, los indicadores que se proponen para conocer el cómo se afrontaron las restricciones.

El comercio electrónico, sin duda alguna, ha sido uno de los sectores más relevantes durante la actual crisis sanitaria y económica. El cierre de los canales físicos, como una medida de contención para reducir el contagio de la pandemia del COVID-19, llevó a que tanto las empresas como los usuarios hicieran uso de los canales digitales rápidamente, trasladando sus transacciones del mundo físico al virtual. Las transacciones realizadas en enero de 2019 se realizaban en promedio 176 transacciones por minuto, mientras que en julio de 2020 se efectuaron 479 transacciones de compra cada minuto (Cámara Colombiana de Comercio Electrónico, 2020).

Los indicadores se basan desde la venta o arriendo tomado a través de las redes sociales.

Tráfico (fuente de tráfico google analytics).

Es una herramienta de Google que se encarga de obtener estadísticas de un lugar web y de sus distintas campañas de marketing digital, sirve para medir y analizar el rendimiento de un sitio web (González, 2012).

Google Analytics ofrece el mejor servicio estadístico del mercado gracias a su gran calidad, su interfaz amigable y su gratuidad.– Analytics permite distintos niveles de profundización en sus datos.

Analytics son una herramienta para poder tomar decisiones en relación con el rendimiento económico de la web, el retorno de la inversión. “Gane clientes, no visitantes” es uno de sus lemas

Visitas que se convierten en clientes.

- Diferenciación entre visitas naturales o de pago.
- Palabras clave que consiguen más conversiones.
- Seguimiento de nuevas tecnologías como el flash.

- Palabras clave importantes pero escondidas en el longtail (el montón).
- Rutas que siguen los usuarios antes de realizar una compra u otra conversión.
- Fidelización de los usuarios.
- Comparativa por períodos de tiempo.
- Tendencia (Rodríguez, 2009, pág. 69).

Seguidores.

Para poder generar una red de influencia online. Así que cuida de buscar integrar personas con el perfil que buscas, pero el número de éstas puede ser un indicador en una primera fase de lanzamiento de cómo de bien lo estás haciendo. Los seguidores de una marca en las redes sociales constituyen una forma de comunidad virtual de marca, ya que se trata de un grupo de individuos con intereses comunes en una marca y que se comunican entre ellos electrónicamente (Rodríguez, 2009, pág. 69).

El objetivo de las empresas es conseguir seguidores o fans para su marca, de ahí que todos los esfuerzos hasta ahora se hayan centrado principalmente en aumentar el tamaño de la comunidad a través de diversas estrategias promocionales y de comunicación. los seguidores dejan de ser un simple número para ser considerados como clientes actuales o potenciales con sentimientos y capacidad para interactuar y valorar la marca (Palazón, Sicilia y Delgado, 2014, pág. 20)

Interacciones con los usuarios.

Mientras más grande sea tu comunidad el número de contenido compartido o en el caso de otras redes que “guste” es mayor. Un indicador importante es medir qué tanto gusta tu contenido, qué tanto lo comparte tu comunidad en sus propias redes. Buscas viralidad, así que esta acción debe ser muy importante a medir. Si no comparten tu contenido no vas bien, punto.

En concreto, favorecen la interacción entre usuarios y empresa, integran diferentes canales de comunicación dentro de una misma red y, la información por parte de clientes y empresa se ofrece de una manera más rápida que por medios convencionales y captación e interacción con sus fans y clientes potenciales con la finalidad de incrementar las ventas y aumentar el conocimiento de su marca. Todos estos clubes dependen en gran medida de los patrocinadores, los cuales precisan a su vez de una gran masa social que tenga un vínculo

emocional con sus equipos, que los sientan como suyos, que quieran interactuar con el club e incluso comprometerse con su marca (Herrera, Pérez, García y Fernández, 2016, pág. 176)

Klout.

Klout es una herramienta de content marketing que te ayudará a investigar sobre los temas que le interesan a tu comunidad. Podrás ver las últimas tendencias en contenido de acuerdo a intereses definidos, medir el impacto y detectar los usuarios a quienes podría interesarle

Klout determina los temas sobre los que ejerce su liderazgo. Con ello elabora listados con las personas más influyentes en cada uno de los temas, que sirven a las marcas externas interesadas para detectar potenciales prescriptores. Además, Klout permite a las marcas que ofrezcan productos y ventajas en exclusiva a las personas más influyentes en los temas relacionados con ellas (Serrano, 2017).

Conclusiones

Los indicadores en los procesos B las ventas y alquileres en el proceso administrativo inmobiliaria en Bogotá, han tenido un importante crecimiento durante la cuarentena sanitaria frente al covid-19, reestructurando los procesos de la organización y las áreas administrativas; y el uso adecuado de estrategias basadas en la tecnología para mitigar los impactos sobre los efectos de las cuarentenas.

El primer proceso que se lleva a cabo es la identificación de las tecnologías utilizadas en las empresas inmobiliarias en Bogotá, dónde se describen las características de cada una de estas tecnologías que tienen relevancia en este tipo de sector, mencionando las TICs, como un aliado estratégico para el avance y la innovación de las empresas, en el manejo de las plataformas que atienden las necesidades tanto de la organización como del mercado. En este caso se mencionan algunas de las plataformas sociales para interactuar empresa a persona, cómo se identifica Facebook, Twitter y WhatsApp, cómo las principales herramientas en los últimos años para las empresas.

Así mismo, en el presente documento se determinaron los procesos operativos y administrativos de las empresas inmobiliarias en Bogotá y de cómo, estos procesos se enfocan mediante las estrategias de acuerdo a las necesidades dentro de los procesos. Cabe destacar, qué se realiza un análisis de las empresas más importantes en el sector inmobiliario para realizar un análisis de las falencias y fortalezas que tiene este sector y la importancia y aplicación de nuevas tecnologías para acoplarse en los procesos de ventas o alquileres.

Finalmente se estipulan los indicadores, de acuerdo a la necesidad que se identificó en el capítulo número 2, para afrontar los procesos económicos de las inmobiliarias impactados por las cuarentenas o restricciones a causa del covid-19, dónde se proponen indicadores clave para identificar detalladamente la parte administrativa y económica de las compañías para las actividades comerciales de cada una, a través de redes sociales y medios digitales, qué pueden posicionar las compañías como competitivas en este sector.

Recomendaciones

Cabe resaltar, que los indicadores propuestos en el capítulo número 3, como su frase se identifica, son propuestas para que las compañías evalúa en estas alternativas saquen provecho de la investigación exploratoria que se realiza en este documento.

Así mismo, mediante los diferentes documentos e investigación, se extrajo información vital para el desarrollo de los capítulos.

Referencias

- Aldana, E. (2019). *Sector inmobiliario, un activo atractivo para los inversionistas en el 2020*. Obtenido de <https://www.larepublica.co/especiales/en-que-invertir-octubre-2019/sector-inmobiliario-un-activo-atractivo-para-los-inversionistas-en-el-2020-2924978>
- Alves, P., & San Juan, L. (2021). *El impacto de la crisis sanitaria del covid-19 sobre el mercado de la vivienda en españa*. Obtenido de <https://www.bde.es/f/webbde/SES/Secciones/Publicaciones/InformesBoletinesRevistas/ArticulosAnaliticos/21/T2/Fich/be2102-art16.pdf>
- Asobancaria. (2019). *E-Commerce, crecimiento y ecosistema digital en Colombia*. Obtenido de Documento web: <https://www.asobancaria.com/wp-content/uploads/1213.pdf>
- Cámara Colombiana de Comercio Electrónico . (2020). *Informe comportamiento en Colombia durante 2020 y perspectivas para 2021*. Obtenido de documento web: <https://www.ccce.org.co/wp-content/uploads/2020/10/informe-comportamiento-y-perspectiva-ecommerce-2020-2021.pdf>
- Carranza, J., & Mariño, J. (2020). *Análisis de la cartera y del mercado inmobiliario en Colombia*. Obtenido de <https://repositorio.banrep.gov.co/bitstream/handle/20.500.12134/9866/informes-especiales-analisis-de-cartera-del-mercado-de-vivienda-primer-semester-2020?sequence=1&isAllowed=y>
- Carranza, Juan; Mariño, Juan. (2020). *Análisis de la cartera y del mercado inmobiliario en Colombia*. Obtenido de documento web: <https://repositorio.banrep.gov.co/bitstream/handle/20.500.12134/9866/informes-especiales-analisis-de-cartera-del-mercado-de-vivienda-primer-semester-2020?sequence=1&isAllowed=y>
- Cazau, P. (2006). *Introducción a la investigación en ciencias sociales. Tercera edición*. Obtenido de www.galeon.com/pcazau
- Colmena Seguros. (2020). *Guía protocolo de bioseguridad-Sector inmobiliario*. Obtenido de <https://www.colmenaseguros.com/imagenesColmenaARP/contenido/coronavirus/boletin2>

6/p7-Gu%C3%ADa%20protocolo%20de%20bioseguridad%20-%20Sector%20inmobiliario.pdf

Comisión de regulación de comunicaciones. (2017). *Comercio electrónico*. Obtenido de documento web: https://www.crcom.gov.co/recursos_user/2017/ComElecPtd_0.pdf

Congreso de la república. (2001). *Ley 675*. Obtenido de http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0675_2001.html

Congreso de la república. (2003). *Ley 820*. Obtenido de http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0820_2003.html

Congreso de la república. (2013). *Ley 1673*. Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=53881>

Consultoría inmobiliaria Tinsa. (2019). *Mercado inmobiliario 2019*. Obtenido de <https://www.tinsa.co/wp-content/uploads/2020/02/ESPECIAL-TINSA-MERCADO-INMOBILIARIO-2019-BOGOT%C3%81-Y-SABANA.pdf>

Cortés, J. (2020). *Recomendaciones para propietarios, inquilinos e inmobiliarias por el coronavirus*. Obtenido de Web: <https://bogota.gov.co/mi-ciudad/salud/coronavirus/coronavirus-tips-para-propietarios-inquilinos-e-inmobiliarias>

Criollo, L., & Saenz, M. (2018). *Diseño de un modelo de negocio inmobiliario con asesorías estructurales y adecuación de espacios interiores en Bogotá*. Obtenido de <https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/22873/7/MODELO%20DE%20NEGOCIO.pdf>

Deloitte. (2019). *Impacto del Covid-19 en el mercado inmobiliario*. Obtenido de Documento web: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/cr/Documents/tax/documentos/impacto-del-covid19-en-el-mercado-inmobiliario.pdf>

Deloitte Colombia. (2020). *Impacto del covid-19 en el mercado inmobiliario*. Obtenido de <https://www2.deloitte.com/co/es/pages/consumer-business/articles/impacto-covid19-en-el-mercado-inmobiliario.html>

- Diario El Espectador. (2020). *¿Cómo ha reaccionado el sector inmobiliario a la pandemia en Colombia?* Obtenido de <https://www.elespectador.com/economia/como-ha-reaccionado-el-sector-inmobiliario-a-la-pandemia-en-colombia-article/>
- Díaz, F., & Toro, A. (2020). *SARS-CoV-2/COVID-19: el virus, la enfermedad y la pandemia.* Obtenido de <https://docs.bvsalud.org/biblioref/2020/05/1096519/covid-19.pdf>
- Díaz, M. (2021). *Real Estate: sector de las posibilidades en Colombia.* Obtenido de Web: <https://blog.fincaraiz.com.co/noticias-fincaraiz/sector-inmobiliario-colombia/>
- Duarte, F. (2021). *La covid-19 quizás no se vaya nunca: ¿cómo aprendemos a convivir con ella?* Obtenido de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-57888582>
- Duque, O. (s.f). *Procesos administrativos.* Obtenido de https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/2050/RP_eje2.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- El marketing relacional frente a los avances tecnológicos en el sector inmobiliario en la ciudad de Medellín.* (s.f). Obtenido de <http://repositorio.esumer.edu.co/bitstream/esumer/1703/1/MARKETING%20RELACIONAL%20REVISADO%20DICIEMBRE%2017%20-%202019.pdf>
- Fernández, A., & Hellín, P. (2018). *Relaciones públicas y sector inmobiliario. Nuevas estrategias de comunicación digital.* Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6549244>
- Finca Raiz . (2021). *Real Estate: sector de las posibilidades en Colombia.* Obtenido de Web: <https://blog.fincaraiz.com.co/noticias-fincaraiz/sector-inmobiliario-colombia/>
- Finca Raiz. (2021). *Cómo vender inmuebles en tiempos COVID-19.* Obtenido de Web: <https://blog.fincaraiz.com.co/academia-finca-raiz/inmobiliarias/consejos-para-vender-inmuebles-en-tiempos-de-covid-19/>
- Fonseca, L., Morales, M., & Montenegro, I. (2021). *Cambios y beneficios en la aplicación de la IFRS 15 “Ingresos por contratos con clientes” en las empresas de arrendamiento y finca raíz afectadas por el COVID 19 en Colombia.* Obtenido de

https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/34547/1/2021_cambios_beneficios_aplicaci%C3%B3n.pdf

González, A. (2012). *Introducción a Google Analytics*. Obtenido de documento web: <http://www.alfongonzalez.com/wp-content/uploads/2012/05/GoogleAnalytics.pdf>

Herrera, Pérez, García, & Fernández. (2016). *El uso de las redes sociales y el engagement de los clubes de la Liga Endesa ACB*. Obtenido de Documento web: <https://revistas.um.es/cpd/article/view/313981/220991>

Icontec. (2015). *NTC 6162*. Obtenido de <https://docplayer.es/55380561-Norma-tecnica-colombiana-6162.html>

Inversión inmobiliaria. (2020). *La tecnología en el sector inmobiliario*. Obtenido de <https://www.inversioninmobiliariacr.com/images/noticias2021/tec0121.pdf>

Jiménez, V. (2012). *El estudio de caso y su implementación en la investigación*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3999526>

Kloter, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2018). *Marketing 4.0*. Obtenido de <https://www.lideditorial.com/libros/marketing-40>

La República. (2020). *La pandemia en el mercado inmobiliario*. Obtenido de <https://www.larepublica.co/infraestructura/la-pandemia-en-el-mercado-inmobiliario-3074632>

Loaiza, M., Tamayo, A., & Zuluaga, J. (2019). *El marketing relacional frente a los avances tecnológicos en el sector inmobiliario en la ciudad de Medellín*. Obtenido de <http://repository.esumer.edu.co/bitstream/esumer/1703/1/MARKETING%20RELACIONAL%20REVISADO%20DICIEMBRE%2017%20-%202019.pdf>

Mallar, M. (2010). *La gestión por procesos: un enfoque de gestión eficiente*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3579/357935475004.pdf>

Min hacienda y crédito público. (2020). *Decreto 401*. Obtenido de <https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/DECRETO%20401%20DEL%2013%20DE%20MARZO%20DE%202020.pdf>

- Min salud y protección social. (2020). *Resolución 385*. Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=119957>
- Ministerio de vivienda, ciudad y territorio. (2020). *Decreto 579*. Obtenido de <https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/DECRETO%20579%20DEL%2015%20DE%20ABRIL%20DE%202020.pdf>
- Mintrabajo. (2020). *Circular 0021*. Obtenido de <https://www.mintrabajo.gov.co/documents/20147/0/Circular+0021.pdf/8049a852-e8b0-b5e7-05d3-8da3943c0879?t=1584464523596>
- MinVivienda. (2021). *A pesar de los bloqueos, el de 2021 es el mejor mayo en compra de vivienda de la historia*. Obtenido de web: <https://minvivienda.gov.co/sala-de-prensa/pesar-de-los-bloqueos-el-de-2021-es-el-mejor-mayo-en-compra-de-vivienda-de-la-historia>
- MUBRICK. (2021). *Quiénes somos*. Obtenido de web: <https://mubrick.com/asesores-inmobiliarios-bogota/>
- OMS. (2020). *Información básica sobre la COVID-19*. Obtenido de <https://www.who.int/es/news-room/q-a-detail/coronavirus-disease-covid-19>
- Orozco, A., & Muñoz, M. (2018). *Propuesta de comunicación digital para la inmobiliaria Casascol S.A.S*. Obtenido de <https://red.uao.edu.co/bitstream/handle/10614/10610/T08275.pdf;jsessionid=F6CBA214C36C9EFF5DFB4EB598C4B494?sequence=5>
- Palazón, M., Sicilia, M., & Delgado, E. (2014). *El papel de las redes sociales como generadoras de amor a la marca*. Obtenido de Documento web: <https://core.ac.uk/download/pdf/25648135.pdf>
- Presidente de la república. (1996). *Decreto 2223*. Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=1534>
- Presidente de la república. (2015). *Decreto 1077*. Obtenido de <https://minvivienda.gov.co/sites/default/files/normativa/1077%20-%202015.pdf>

- Presidente de la república. (2020). *Decreto 797*. Obtenido de funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=127486
- Revista Semana. (2020). *Proptech: la industria que promete revolucionar el sector inmobiliario*. Obtenido de <https://www.semana.com/emprendimiento/articulo/que-es-propotech-y-por-que-transformara-al-sector-inmobiliario/301790/>
- Rincón, C., & Ronderos, L. (2018). *Diagnóstico y estandarización de procesos críticos para la optimización de recursos y mejora de resultados en ronda virtual inmobiliaria S.A.S*. Obtenido de Documento web: <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/23215/Lida%20Marcela%20Ronderos%20Cifuentes.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rodríguez, J. (2009). *Google Analytics: bueno, bonito y gratis*. Obtenido de Documento web: <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/epi.2009.ene.09/21347>
- Rueda, D. (2020). *El mercado inmobiliario de la mano del e-commerce*. Obtenido de web: <https://www.asuntoslegales.com.co/analisis/daniel-rueda-restrepo-3050933/el-mercado-inmobiliario-de-la-mano-del-e-commerce-3050931>
- Ruiz, M. (2020). *Así se preparan las inmobiliarias para la vuelta a las actividades tras el covid-19*. Obtenido de Web: <https://www.larepublica.co/empresas/asi-se-preparan-las-inmobiliarias-para-la-vuelta-a-las-actividades-despues-del-covid-19-3016106>
- Rv Inmobiliaria. (2020). *Renegociación de contratos, la nueva alternativa en tiempos de covid*. Obtenido de Web: <https://www.rvinmobiliaria.com/Public/Inspiracion/Detalle/3>
- Rv Inmobiliaria. (2021). *Quienes somos*. Obtenido de web: <https://www.rvinmobiliaria.com/Public/QuienesSomos>
- Serrano, J. (2017). *Klout, la medición de la influencia digital*. Obtenido de documento web: https://www.academia.edu/1543727/Klout_la_medici%C3%B3n_de_la_influencia_digital
- Solerium. (2021). *Cifras relevantes del sector inmobiliario en Colombia*. Obtenido de <https://www.gruposolerium.com/cifras-relevantes-del-sector-inmobiliario-en-colombia/>

- Tellez, J., Llanes, M., & Hernández, M. (2021). *Colombia | Situación inmobiliaria Colombia 2021*. Obtenido de <https://www.bbvaresearch.com/publicaciones/colombia-situacion-inmobiliaria-colombia-2021/>
- Torres, M., & Arias, J. (2017). *Modelo de medición de impacto para los proyectos sociales de la facultad de Ingeniería en la Universidad Católica de Colombia*. Obtenido de https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/14742/1/Modelo-de-medicion-de-Impacto-Social_Ucatolica.pdf
- Val Román, J. (2016). *Industria 4.0: la transformación digital de la industria*. Obtenido de Documento web: <http://coddii.org/wp-content/uploads/2016/10/Informe-CODDII-Industria-4.0.pdf>
- Vargas , L. (2021). *Recuperación del sector inmobiliario estará jalonada por vivienda de bajo y medio valor*. Obtenido de web: <https://www.larepublica.co/finanzas/recuperacion-del-sector-inmobiliario-estara-jalonada-por-vivienda-de-bajo-y-medio-valor-3150753>
- Villareal, O. (2007). *La Estrategia de Internacionalización de la Empresa. Un Estudio de Casos de Multinacionales Vascas*. Obtenido de <https://gestion-servicios.ehu.es/ikertuRS/fichaCurriculum/07134>
- Ynzunza, C., Izar, J., & Bocarando, J. (2017). *El entorno de la industria 4.0*. Obtenido de web: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6405835>
- Zikmund, W. (1999). *Exploring Marketing Research 7th Edición*. Obtenido de <https://www.amazon.com/Exploring-Marketing-Research-William-Zikmund/dp/0030262186>