

DISEÑO DE UN MODELO DE NEGOCIO PARA VIVIENDA ESTUDIANTIL EN LA  
CIUDAD DE PEREIRA Y PROPUESTA DE UNA HOJA DE RUTA ESTRATÉGICA  
PARA SU EJECUCIÓN

DESIGN OF A BUSINESS MODEL FOR STUDENT HOUSING IN THE CITY OF PEREIRA AND  
PROPOSAL OF A STRATEGIC ROADMAP FOR EXECUTION

JULIAN DAVID TORO DUQUE

Trabajo de grado

Asesor, docente

ALEJANDRO ROZO VILLEGAS PhD.

UNIVERSIDAD EAFIT  
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN  
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN - MBA  
PEREIRA  
2024

## CONTENIDO

INTRODUCCIÓN .....	6
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	8
JUSTIFICACIÓN.....	9
OBJETIVOS.....	10
GENERAL .....	10
ESPECÍFICOS .....	10
MARCO TEÓRICO O MARCO CONCEPTUAL.....	11
DISEÑO METODOLÓGICO .....	16
DESARROLLO DEL TRABAJO .....	24
CONCLUSIONES .....	36
REFERENCIAS .....	38
ANEXOS .....	40

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Plantilla del lienzo del modelo de negocio. ....	11
Figura 2. Integración propuesta de valor en lienzo del modelo de negocio. ....	12
Figura 3. Representación de las 5 Fuerzas de Porter.....	13
Figura 4. Matriz DOFA. ....	15
Figura 5. Planteamiento del problema. ....	17
Figura 6. Generalidad método mixto. ....	17
Figura 7. Muestras probabilísticas y no probabilísticas.....	18
Figura 8. Diagrama estructura de la muestra.....	19
Figura 9. Toma de la muestra. ....	19
Figura 10. Preguntas diseñadas para la encuesta.....	20
Figura 11. Clases de preguntas en una entrevista.....	21
Figura 12. Formato entrevista semiestructurada.....	23
Figura 13. Modelo de negocio de vivienda estudiantil – Canvas. ....	28
Figura 14. Análisis 5 fuerzas de Porter. ....	29
Figura 15. Fuerzas de la industria.....	30
Figura 16. Tendencias clave. ....	31
Figura 17. Fuerzas del mercado. ....	31
Figura 18. Fuerzas macro - económicas.....	32
Figura 19. Análisis DOFA. ....	33

## RESUMEN

Este trabajo se centró en diseñar un modelo de negocio de vivienda estudiantil en la ciudad de Pereira dentro del área de influencia cercana a la Universidad Tecnológica de Pereira (UTP), siguiendo la teoría de Osterwalder y Pigneur (2011) y otros autores de la estrategia. Inicialmente se recopila información con base en encuestas y entrevistas, brindando una visión más clara del mercado. Luego se utilizó el lienzo del modelo de negocio para identificar los componentes clave, se analizó el entorno gracias al contraste entre las fuerzas de Porter (2008) y las fuerzas del modelo propuesto y se realizó un análisis DOFA (Osterwalder y Pigneur, 2011; Maroto, 2007) evaluando los factores internos y externos que afectan el modelo. Todo esto con el fin de proponer una hoja de ruta estratégica para la ejecución del proyecto. Con este trabajo se proporcionan bases para aplicar las teorías sobre modelo de negocio desde un caso real de emprendimiento. En este orden de ideas, el desarrollo de este trabajo de maestría minimiza posibles riesgos para la puesta en marcha del proyecto de vivienda estudiantil.

**Palabras clave:** modelo de negocio, lienzo modelo de negocio, fuerzas de Porter, fuerzas del mercado, DOFA, entrevista semiestructurada, método mixto, propuesta de valor, segmento del mercado, relaciones con los clientes, canales, actividades clave, recursos clave, asociaciones clave, estructura de costos, fuentes de ingresos, fuerzas del mercado, fuerzas de la industria, tendencias clave, fuerzas macroeconómicas.

## ABSTRACT

This work focused on designing a student housing business model in Pereira city within the area of influence close to the Universidad Tecnológica de Pereira (UTP) following the theory of Osterwalder & Pigneur (2011) and other authors of the strategy. Initially, information is collected based on surveys and interviews, providing a clear view of the market. Then the business model canvas was used to identify the key components, the environment was analyzed thanks to the contrast between Porter's forces (2008) and the forces of the proposed model and a SWOT (Osterwalder & Pigneur, 2011; Maroto, 2007) analysis was carried out evaluating the internal and external factors that affect the model. All this in order to propose a strategic roadmap for the implementation of the project. This work provides bases to apply business model theories from a real entrepreneurship case. In this way, the development of this master's work minimizes possible risks for the implementation of the student housing project.

**Keywords:** business model, business model canvas, Canvas, Porter's forces, market forces, SWOT, semi-structured interview, mixed method, value proposition, customer segment, customer relationships, channels, key activities, key resources, key partners, cost structure, revenue sources, market forces, industry forces, key trends, macroeconomic forces.

## INTRODUCCIÓN

En este trabajo se presenta la construcción de un modelo de negocio para vivienda estudiantil en la ciudad de Pereira, en donde se observa una creciente demanda por alojamiento en el ámbito universitario, debido al incremento de estudiantes matriculados en las diferentes universidades del área metropolitana de la ciudad (Mineducación, 2021). Se propondrá una hoja de ruta que permita ejecutar este modelo de negocio reduciendo los riesgos del emprendimiento, y entregar una propuesta de valor que nos lleve a obtener una adecuada ventaja competitiva. Para lograr esto se definieron los componentes del modelo de negocio según (Osterwalder y Pigneur, 2011), describiendo cómo este negocio crearía, entregaría y capturaría valor con respecto a la necesidad de alojamiento estudiantil. También se analizaron las 5 fuerzas del mercado de Porter (1982) y luego se contrastaron estas fuerzas con el modelo. A continuación, se realizó un diagnóstico de factores internos y externos que impactan el modelo mediante la generación de un DOFA (Talancón, 2007; Osterwalder y Pigneur, 2011; Maroto, 2007). Con todo esto, se presenta una hoja de ruta para la puesta en marcha del modelo de negocio.

Por las experiencias laborales en la industria y con el servicio en proyectos de inversión de quien escribe y otros accionistas, con este proyecto se espera maximizar los resultados. Sin embargo, durante la experiencia en el MBA, han surgido las siguientes preguntas, con respecto a esta idea de negocio: ¿cómo es vivir el proceso desde el emprendimiento? ¿Qué pasaría si toda la energía que se pone como empleado se invierte como emprendedor en proyectos propios? ¿Se tiene la suficiente experiencia para construir una empresa o generar un proyecto propio? ¿Cuánto capital inicial se requiere? ¿De dónde saldrá el capital?, entre otras. Surgen muchos interrogantes que, si bien son necesarios al momento de querer emprender, empiezan a crear paradigmas y temores alrededor de la creación de empresa o proyectos de inversión. El temor a tomar el riesgo de ser emprendedor puede radicar en no tener una nómina fija de una organización y muchas obligaciones fijas que cubrir. Se podría percibir como una irresponsabilidad para aquellos que crecieron en medio del empleo como único ingreso. Por ende, el ánimo de realizar este estudio permite hacer este trabajo de maestría, puesto que con su desarrollo se puede emprender bajo ignorancia parcial, pero no total.

Este trabajo de maestría tiene la siguiente estructura: primero se presenta el planteamiento del problema, donde se identificaron las necesidades que requieren soluciones específicas. A continuación, se presenta la justificación, donde se argumentó la pertinencia de este trabajo desde diferentes puntos de vista: personal, social y académico. Luego se muestra el objetivo general, con el que se declaró el propósito central, y los objetivos específicos, con los que se consiguió. Luego, se presenta el marco teórico, donde se exponen el enfoque y los conceptos más relevantes o claves. A continuación, con el diseño metodológico, se muestra la estrategia que se siguió para recolectar información y analizar datos. Finalmente,

en el desarrollo del trabajo, se presenta el desarrollo de cada uno de los objetivos; y a continuación, los resultados y conclusiones.

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la ciudad de Pereira hay una considerable población estudiantil universitaria, siendo la Universidad Tecnológica de Pereira una de las que más tiene estudiantes matriculados en la región, en el segundo semestre de 2022 tenía matriculados 17.326 estudiantes, tanto de pregrado como de posgrado, según cifras de SNIES (Mineducación, 2021). En esta Universidad (UTP) se centró la investigación, ya que el modelo de negocio que se diseñó, se proyectó cerca a esta institución. Una parte de estos estudiantes universitarios son foráneos, los cuales vienen en su mayoría de municipios del departamento de Risaralda, Valle del Cauca, Quindío, Caldas, Putumayo, Nariño, Tolima y Huila.

Estos estudiantes tienen la necesidad de contar con un adecuado alojamiento estudiantil y necesitan una oferta de vivienda que les ofrezca un ambiente sano, cómodo y apto para su estudio. Es muy importante asegurar que los estudiantes universitarios cuenten con un alojamiento de calidad y buenos recursos para fomentar un entorno propicio para su desarrollo académico. Un lugar de residencia adecuado proporciona comodidad y seguridad, desempeñando un papel crucial en el bienestar mental y emocional de los estudiantes. Espacios tranquilos y bien equipados permiten una buena concentración, facilitando el estudio y las redes colaborativas. Además, un alojamiento que ofrezca espacio para estudio y conexiones a internet confiables, garantiza que puedan acceder sin problemas a recursos tecnológicos y de información, maximizando así su potencial académico y contribuyendo al éxito en su camino educativo. Sin embargo, solo hay una oferta de vivienda en el sector y su capacidad es limitada.

Para contribuir a la solución de este problema es pertinente generar un modelo de negocio y ponerlo a prueba con las fuerzas del entorno que actúan sobre él a través de un análisis DOFA (Talancón, 2007; Osterwalder y Pigneur, 2011; Maroto, 2007). No obstante, no es tan fácil generar el modelo y llevar a cabo el emprendimiento (García, 2022). Por lo general, estas acciones conllevan una serie de miedos y limitaciones que pueden truncar la toma de esa decisión. Uno de los principales temores es la incertidumbre financiera, ya que emprender implica dejar la seguridad de un salario y debe enfrentarse a ingresos y costos variables por lo menos al inicio, hasta que se encuentra una estabilidad o una renta constante de su negocio o empresa. Además, el miedo al fracaso limita el alcance de los objetivos, y la falta de experiencia en la gestión de negocios pone en riesgo todo el proyecto en etapas muy tempranas. Con este trabajo de maestría se encontró un camino para hacer posible este sueño con creatividad, inteligencia financiera y organización personal.

## JUSTIFICACIÓN

Desde el ámbito personal se justifica este trabajo por el espíritu emprendedor de quien lo ejecuta. Por lo general los estudiantes reciben un servicio informal dentro de una casa de familia; el deseo siempre ha sido contrarrestar la informalidad y proporcionar una oferta de alojamiento mejorado.

Desde el ámbito social, el alojamiento estudiantil es un tema bastante importante en cualquier ciudad. Sin embargo, en la ciudad de Pereira se observó que la mayoría de los sitios que operan son informales y no cubren las necesidades requeridas por los estudiantes universitarios, además, sus estándares de calidad y seguridad son cuestionables. La informalidad causa la necesidad de un servicio más estructurado. Con la generación de este modelo de negocio se busca facilitar la calidad de vida de los estudiantes de la Universidad Tecnológica de Pereira durante su formación profesional, y con esto contribuir al desarrollo social y económico del sector y de la ciudad, generando entre otras cosas inversión y empleo, de tal manera que sus familias tengan confianza de que tendrán las mejores condiciones para cumplir con sus deberes académicos. Con la creación de este tipo de iniciativas cerca de las universidades, se contribuye a la movilidad sostenible, impulsando el bajo consumo de combustibles, incluso movilizarse caminando o en bicicleta.

Y, finalmente, desde el ámbito académico, Con este trabajo, se muestra una manera de aplicar algunos conocimientos en estrategia adquiridos el desarrollo del MBA en temas relacionados con administración, estrategia, gestión financiera, marketing entre otros. Podremos investigar más a fondo acerca de las preferencias de los estudiantes respecto a comodidades, ubicación, precio y servicios adicionales. Además, este trabajo proporciona conocimiento sobre el urbanismo en el contexto de la industria de la educación y conocimientos sobre el emprendimiento en este sentido; no solo se presenta la planificación de un emprendimiento, sino también una forma de impulsar el desarrollo de proyectos, minimizando los riesgos y aplicando las diferentes herramientas académicas probadas en la práctica.

## **OBJETIVOS**

### **GENERAL**

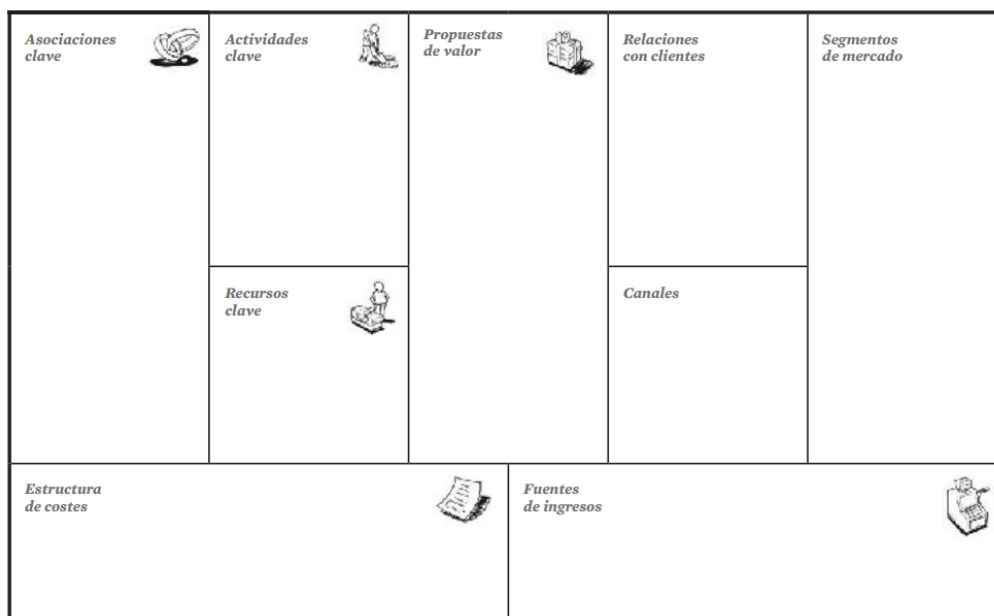
Diseñar un modelo de negocio para vivienda estudiantil en la ciudad de Pereira y proponer una hoja de ruta estratégica para su ejecución

### **ESPECÍFICOS**

1. Definir cada uno de los componentes que constituyen un modelo de negocio según Osterwalder y Pigneur (2011), con el fin de describir cómo el negocio propuesto (entregar una solución de vivienda estudiantil en la ciudad de Pereira) crea, entrega y captura valor.
2. Analizar las 5 fuerzas del mercado propuestas por Porter (1982) y contrastar estas fuerzas con el modelo de negocio propuesto.
3. Generar un análisis de las Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas DOFA (Talancón, 2007; Osterwalder y Pigneur, 2011; Maroto, 2007).
4. Proponer una hoja de ruta con estrategias (acciones funcionales) para la puesta en marcha del modelo de negocio.

## MARCO TEÓRICO O MARCO CONCEPTUAL

Se define **modelo de negocio** como la lógica inmersa en el sustento económico de las corporaciones, es decir, la lógica con la que opera una empresa para obtener ganancias (Clark, 2012). otra definición, según Magretta (2002), es la siguiente: un modelo de negocio es una herramienta que tiene un conjunto de elementos y relaciones que permite expresar la lógica de negocio de una empresa. Existen muchas definiciones de modelo de negocio, pero lo que más nos acerca a lo que se quiere en este trabajo, es la contribución al diseño de los modelos de negocio que han realizado Osterwalder y Pigneur (2011), a través de su herramienta conocida como "lienzo de modelo de negocio". Esta herramienta está constituida por nueve bloques, y de una manera visual y efectiva nos lleva a representar un modelo de negocio. Cada bloque describe y nos encamina a comprender la estructura de un negocio. Los diferentes bloques, son: propuesta de valor, segmentos de mercado, canales de distribución, relaciones con clientes, fuentes de ingresos, recursos clave, actividades claves, asociaciones clave y estructura de costos. Esta herramienta proporciona una visión holística de cómo una empresa crea, entrega y captura valor, lo que facilita la identificación de oportunidades de mejora y la innovación en el modelo de negocio.

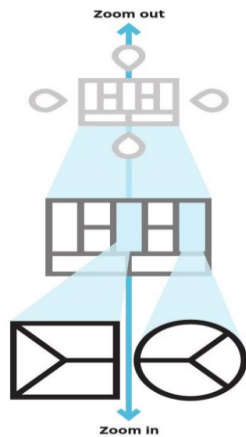


*Figura 1.* Plantilla del lienzo del modelo de negocio.

Lienzo del modelo de negocio con sus nueve bloques. Tomado de (Osterwalder y Pigneur, 2011).

Adicional a los nueve bloques del lienzo del modelo de negocio, Osterwalder y Pigneur (2011) enfatizan la necesidad de crear un "mapa de valor" que muestre cómo se relacionan y se conectan estos bloques. Esto permite visualizar cómo todas las partes de su modelo de negocio trabajan juntas para lograr los objetivos. Osterwalder y Pigneur ofrecen una poderosa herramienta para iniciar, comprender y/o mejorar los modelos de negocio, tanto para futuros emprendimientos como para empresas ya constituidas, lo que es fundamental en un mundo empresarial en constante cambio.

La teoría de modelos de negocio desarrollada por Osterwalder y Pigneur (2011) ha desempeñado un papel fundamental en la forma en que las empresas diseñan, gestionan y evalúan sus estrategias comerciales. Su aporte proporciona una estructura sistemática y altamente visual que permite a las organizaciones comprender de manera más clara cómo generan valor, identificar áreas de mejora y adaptarse de manera ágil a un mercado en constante cambio. Esta metodología potencializa la innovación en los modelos de negocio, lo que es fundamental en un mundo empresarial, cada vez más competitivo. Además, al ofrecer un lenguaje común, Osterwalder y Pigneur (2011) han facilitado la comunicación entre equipos internos y socios externos, lo que ha llevado a la creación de empresas más ágiles para responder de manera efectiva a la demanda del mercado. Su teoría ha revolucionado la forma en que concebimos y gestionamos las empresas en la era digital, promoviendo la innovación. El lienzo de la propuesta de valor es una ampliación de estos dos elementos claves del lienzo de modelo de negocio. Los dos elementos son: propuesta de valor y segmentos del mercado



*Figura 2.* Integración propuesta de valor en lienzo del modelo de negocio.

Imagen tomada (Osterwalder, Pigneur, Smith, Gregory, y Papadacos, 2015).

Existen otras formas de analizar los modelos de negocios, una de ellas es la de Abell (1986), quien expone una teoría que consiste en tres elementos clave: clientes, productos y mercados. Con estos elementos Abell plantea formar la base para la comprensión de la posición competitiva de una empresa y así poder desarrollar las estrategias necesarias basadas en la comprensión del entorno. Sin embargo, se considera más interesante el modelo de Osterwalder y Pigneur (2011), por las siguientes razones: mediante su presentación se cuenta con una visualización clara, amigable y se puede representar todo un modelo de negocio en una sola página, permitiendo entender cómo se conectan los diferentes elementos del negocio. El Canvas de modelo de negocio es muy flexible, pudiéndose aplicar a todo tipo de negocio, adaptándose en diferentes contextos y facilitando los ajustes para la toma de decisiones. Con la propuesta de valor se conoce cómo se pueden satisfacer de manera única las necesidades de los clientes, llevando a las empresas a concentrarse en lo que realmente requiere su público objetivo.

A continuación, abordaremos la teoría de las cinco fuerzas de Porter (1982). Las cinco fuerzas de Michael Porter analizan la competencia en una industria específica que puede condicionar la rentabilidad de un sector en particular (Porter, 1982). Porter identificó cinco fuerzas que influyen en la rentabilidad y la estructura competitiva de una industria, las cuales son: la rivalidad entre competidores existentes, la amenaza de nuevos competidores, el poder de negociación con los proveedores, el poder de negociación con los compradores y la amenaza de productos y/o servicios sustitutos o alternativos. Estas fuerzas interactúan y determinan el grado de competencia y la rentabilidad potencial de una industria. Fuerza 1: El poder de negociación con los clientes, Fuerza 2: El poder de negociación con los proveedores, Fuerza 3: La amenaza de nuevos competidores, Fuerza 4: La amenaza de productos sustitutos o alternativos y fuerza 5: La rivalidad entre competidores ya existentes.

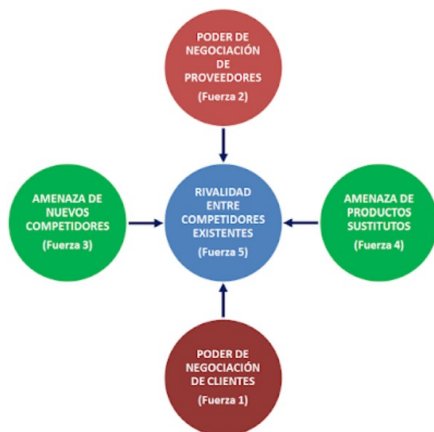
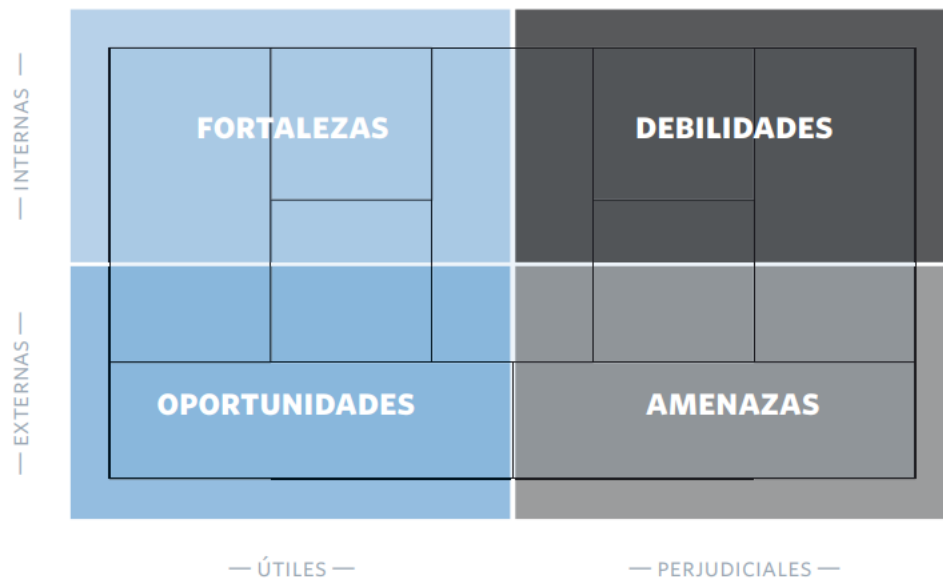


Figura 3. Representación de las 5 Fuerzas de Porter (1982).

La importancia de las cinco fuerzas de Porter (1982) está en su capacidad para proporcionar una comprensión del entorno competitivo en el que operan las empresas. Al analizar estas fuerzas, se pueden identificar oportunidades para mejorar la posición competitiva y desarrollar nuevas estrategias. Además, esta teoría es valiosa para los inversores y los responsables de la toma de decisiones, ya que les permite evaluar y anticipar los cambios en el mercado. Las cinco fuerzas de Porter contribuyen al buen desarrollo de la economía al fomentar la competencia y promover la innovación, lo que beneficia a los consumidores al proporcionar una mayor variedad de productos, servicios a precios competitivos y alta calidad.

Existen varias teorías para realizar un análisis externo e interno de una empresa, entre ellas está la teoría de la dependencia de recursos, la cual examina cómo una empresa depende de los recursos externos y cómo esto afecta sus relaciones comerciales. También está la teoría de cadena de valor, en la cual se enumeran las actividades primarias y de apoyo para poder identificar dónde podrían tener ventajas competitivas. Cada una de estas teorías ofrece una manera particular de analizar las fuerzas internas y externas de una empresa. Para este trabajo utilizaremos las cinco fuerzas de Porter, donde analizaremos el microentorno, identificando las oportunidades del mercado en particular. Además de evaluar la proyección futura del negocio aumentando el potencial de rentabilidad y optimizando la capacidad de tener clientes.

Ahora bien, la matriz DOFA, también conocida como FODA Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas (Talancón, 2007; Osterwalder y Pigneur, 2011; Maroto, 2007), es una herramienta de análisis utilizada en la toma de decisiones estratégicas, además se usa para conocer la situación en que se encuentra una empresa o proyecto. Su importancia está en su capacidad para evaluar de manera sistemática los factores internos y externos. En el análisis interno se identifican las fortalezas y debilidades, que son aspectos controlables, como recursos, capacidades, cultura organizacional, etc. En el análisis externo, se revisan las oportunidades y amenazas, que son factores externos que pueden influir, como cambios en el mercado, tendencias económicas, regulaciones gubernamentales, competidores, entre otros.



*Figura 4. Matriz DOFA.*

Módulos DOFA en lienzo de modelo de negocio (Osterwalder y Pigneur, 2011).

Esta perspectiva es muy interesante, dado que permite aplicar el análisis DOFA a los modelos de negocios (CANVAS) será crucial en la toma de decisiones, pues aporta una visión holística de la situación actual y futura de una empresa o proyecto, permitiendo tomar decisiones e identificando estrategias para capitalizar las fortalezas, mitigar las debilidades, aprovechar las oportunidades y gestionar las amenazas. Al comprender esto de manera integral, se pueden tomar decisiones más informadas y efectivas para alcanzar los objetivos y adaptarse a un entorno en constante cambio. Además, el análisis DOFA fomenta la planificación estratégica, la innovación y la alineación de recursos, lo que contribuye a la eficiencia y la competitividad en el mercado.

Por lo general existen otras formas de evaluar los negocios con respecto a su contexto, una de estas formas es la que se propone con el análisis SOAR (Fortalezas, oportunidades, aspiraciones y resultados). Esta teoría consiste en evaluar e identificar con mayor profundidad las fortalezas y debilidades centrándose en el análisis interno. Sin embargo, consideramos más interesante el modelo DOFA, ya que proporciona una visión más completa al incluir las debilidades y amenazas en la toma de decisiones estratégicas, dando una evaluación equilibrada e informada. A partir de los hallazgos generados por el análisis DOFA para el negocio de vivienda estudiantil en la ciudad de Pereira se construye una hoja de ruta estratégica para su ejecución.

## DISEÑO METODOLÓGICO

El enfoque metodológico de este trabajo de maestría combina técnicas cuantitativas y cualitativas. La primera técnica consiste en la realización de encuestas, mientras que la segunda es la realización de entrevistas a estudiantes de la Universidad Tecnológica de Pereira (UTP). Con inspiración en Sampieri se propone una metodología mixta para tener un enfoque más global en el estudio, cuando combinamos ambas técnicas (cuantitativa y cualitativa), podemos obtener datos numéricos, estadísticos y percepciones, lo que nos lleva a tener mejor calidad e interpretación de los hallazgos.

Las etapas en las que suelen integrarse los enfoques cuantitativo y cualitativo son fundamentalmente: el planteamiento del problema, el diseño de investigación, el muestreo, la recolección de los datos, los procedimientos de análisis y/o interpretación de los datos (Sampieri, 2014, pág. 540).

El enfoque mixto de investigación propuesto por Sampieri muestra una estrategia integradora que combina, tanto elementos cualitativos, como cuantitativos, en un solo estudio. Este enfoque busca aprovechar las fortalezas de las dos metodologías, permitiendo así una comprensión más completa del fenómeno bajo investigación. Se pretende equilibrar la objetividad de los datos cuantitativos con la profundidad y la riqueza interpretativa de los datos cualitativos. El diseño de investigación mixta permite abordar preguntas de investigación desde diferentes perspectivas, utilizando métodos y técnicas variadas. Con el uso del método mixto en esta investigación de modelo de negocio, se obtendrá una visión integral y equilibrada de muchos aspectos que influyen en el éxito del mismo. Al combinar enfoques cuantitativos y cualitativos, se logra capturar tanto los datos numéricos tangibles, como las percepciones y experiencias. La parte cuantitativa permite analizar una base objetiva y cuantificable para la toma de decisiones. Por otro lado, la componente cualitativa ofrece información valiosa sobre las motivaciones de los clientes, las dinámicas del mercado, y factores subjetivos que pueden influir en el comportamiento y la aceptación del modelo de negocio.

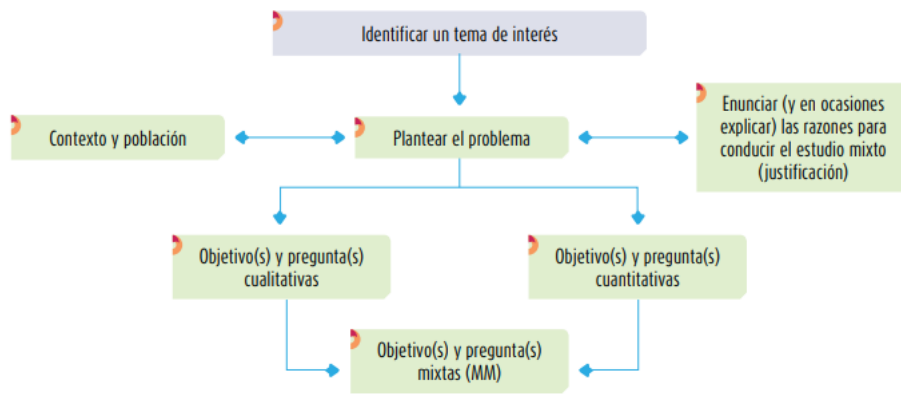


Figura 5. Planteamiento del problema.

Flujo del proceso de plantear problemas de investigación mixta. (Sampieri, 2014).

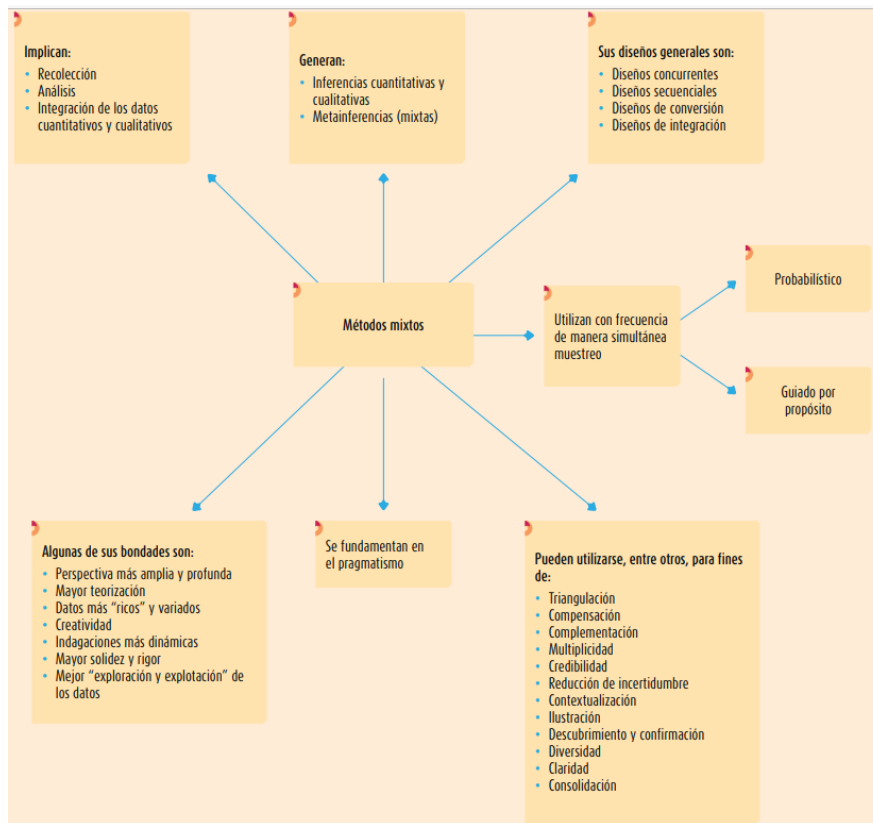


Figura 6. Generalidad método mixto.

Método con enfoque mixto. (Sampieri, 2014).

La muestra en una investigación representa una porción representativa y seleccionada de la población bajo estudio. La toma cuidadosa de la muestra es muy importante, ya que la validez de los resultados dependerá de cuán bien refleje a la población total. Tomar muestras de manera adecuada implica considerar factores como la representatividad, la aleatoriedad y el tamaño de la muestra. Una muestra bien seleccionada garantiza que las conclusiones obtenidas sean aplicables y relevantes. La calidad de una investigación está ligada a la precisión y método para la toma de la muestra.

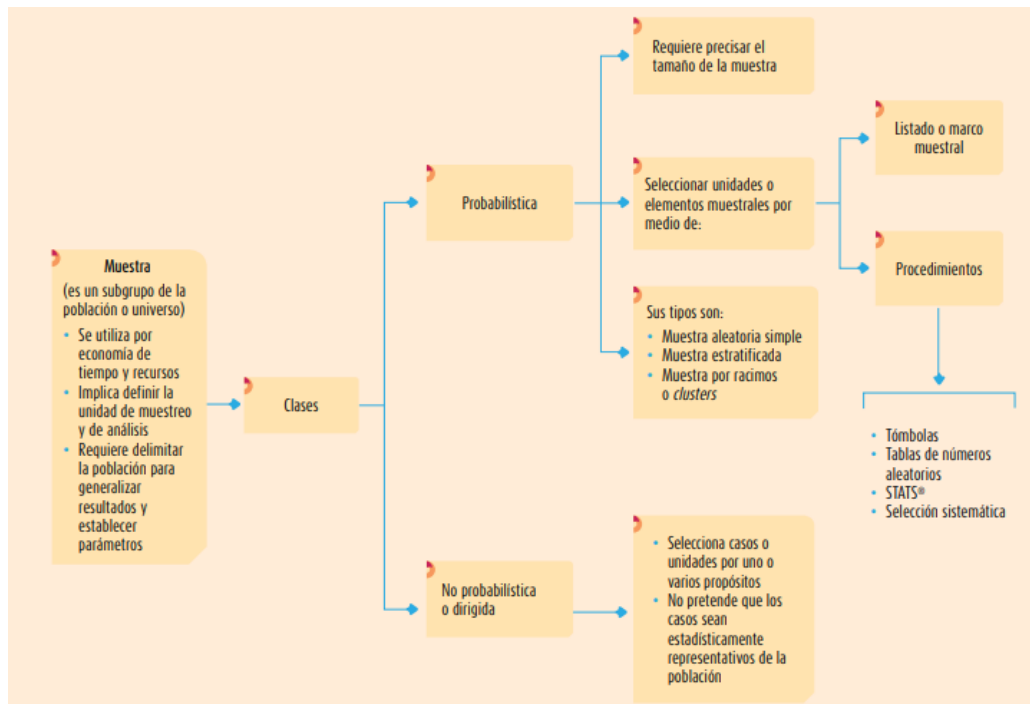


Figura 7. Muestras probabilísticas y no probabilísticas.

Clasificación de una muestra. (Sampieri, 2014).

Las muestras pueden ser probabilísticas y no probabilísticas. La muestra probabilística es un subgrupo de la población en el que todos los elementos tienen la misma posibilidad de ser elegidos. La muestra no probabilística o dirigida es un subgrupo de la población en la que la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de las características de la investigación.

Para el caso de este trabajo de grado, teniendo en cuenta que se usará un enfoque mixto para la investigación, se tomará un muestreo, lo cual significa seleccionar un subconjunto de un conjunto mayor, universo o población de interés para recolectar datos a fin de responder a un planteamiento de un problema de investigación

(Sampieri, 2014). Por tanto, se tomará una misma muestra en ambas ramas (cuantitativa y cualitativa). Las muestras de las fases son diferentes, pero serán seleccionadas de la misma población (estudiantes de la universidad tecnológica de Pereira). La muestra que participa en una fase representará un subconjunto de la muestra de la otra fase; se tendrá una muestra X de estudiantes para la fase cuantitativa, a quienes se les realizará una encuesta mediante un enlace enviado a sus redes sociales, de allí obtendremos un número de estudiantes foráneos donde enfocaremos nuestro estudio, y de esta muestra se elegirá un número de entrevistas según el resultado de las encuestas, lo cual nos ayudará a ampliar información.

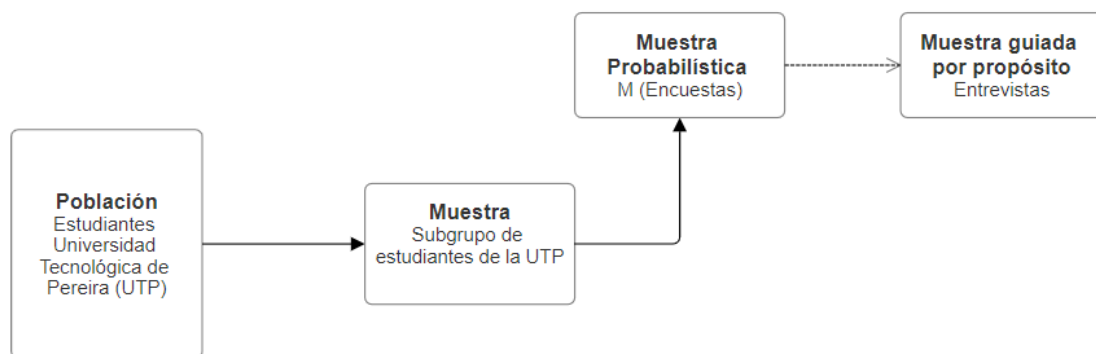


Figura 8. Elaboración propia: diagrama estructura de la muestra.

Muestra respecto a método mixto.

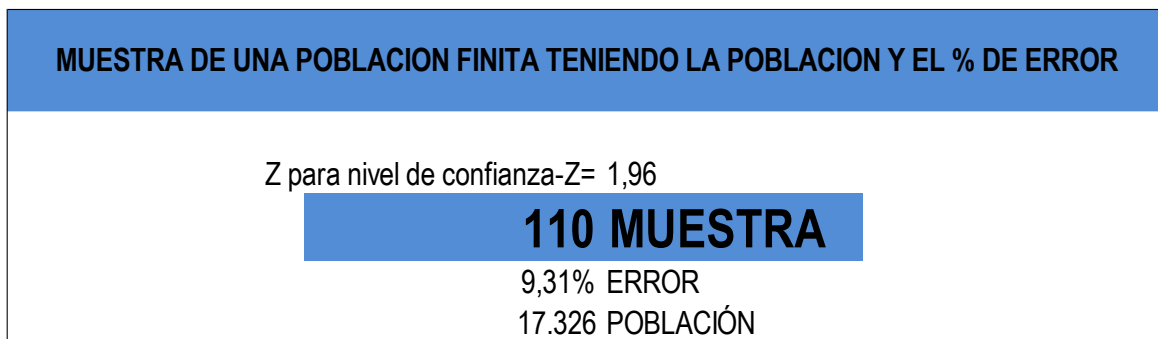


Figura 9. Elaboración propia: toma de la muestra.

Población: P, Tamaño de la muestra: M, Nivel de confianza: Z y Error: E.

Población: 17.326 estudiantes matriculados en la universidad Tecnológica de Pereira en 2022. (Mineducación, 2021)

Muestra: 110 estudiantes de la universidad Tecnológica de Pereira

Numero	Pregunta	Tipo de respuesta	Observación
Q1	¿Es usted estudiante de la Universidad Tecnológica de Pereira (UTP)?	opción múltiple Sí / No	Esta pregunta está diseñada para filtrar solo a los estudiantes de la UTP quienes son la población de la muestra
Q2	¿Usted se mudó a vivir a Pereira para realizar sus estudios universitarios?	opción múltiple Sí / No	Esta pregunta filtra entre los estudiantes de la UTP lo estudiantes foráneos
Q3	¿Vive usted cerca a la UTP?	opción múltiple Sí / No	Esta pregunta filtra a los estudiantes que viven cerca a la UTP y los que no viven cerca para conocer sus necesidades
Q21	¿Necesita vivir cerca a la UTP?	opción múltiple Sí / No	Esta pregunta filtra cuantos estudiantes que no viven cerca a la UTP requieren vivir cerca por algún motivo
Q22	¿Por qué necesita vivir cerca a la UTP?	Tipo texto. Escritura libre	Con esta pregunta se quiere conocer cuál es esa necesidad por la cual el estudiante requiere vivir cerca a la UTP
Q23	Indique la razón por la cual no vive cerca de la universidad:	opción múltiple Respuestas múltiples	Con esta pregunta se quiere conocer cuál es la razón por la cual los estudiantes No viven cerca a la UTP
Q4	Indique el medio por el cual encontró o le gustaría encontrar su alojamiento:	opción múltiple Respuestas múltiples	Con esta pregunta se quiere medir las preferencias de los estudiantes de la UTP para informarse acerca de la oferta de alojamientos
Q5	¿En qué tipo de vivienda se aloja?	opción múltiple única respuesta	Con esta pregunta se quiere conocer el tipo de vivienda disponible en la zona donde se alojan los estudiantes foráneos de la UTP
Q6	Indique el rango del costo de la renta de su alojamiento:	opción múltiple única respuesta	Con esta pregunta se quiere conocer el rango del costo actual de los alojamientos
Q7	De 0 a 100 Indique que tan importante es para usted que su alojamiento tenga las siguientes características:	Sliders	Con esta pregunta se quiere conocer las preferencias de los estudiantes respecto a una serie de opciones posibles en un alojamiento estudiantil
Q8	¿En qué lugar de su alojamiento prefiere su sitio de estudio?	opción múltiple única respuesta	Con esta pregunta se quiere conocer la preferencia respecto a ubicación del sitio de estudio en el alojamiento
Q9	¿Que prefiere usted en su alojamiento?	opción múltiple única respuesta	Con esta pregunta se quiere conocer la preferencia respecto a la ubicación de la cocina en el alojamiento
Q10	¿Está usted dispuesto a pagar por el aseo de su alojamiento?	opción múltiple Sí / No	Con esta pregunta se quiere conocer la disposición para pagar aseo o no en el alojamiento
Q11	¿Le gustaría que su alojamiento contara con recepción?	opción múltiple Sí / No	Con esta pregunta se quiere conocer la preferencia de tener o no recepción en el alojamiento

Figura 10. Elaboración propia: preguntas diseñadas para la encuesta.

Una entrevista es una reunión en la que se conversa y se intercambia información entre un entrevistado y un entrevistador, donde el entrevistado pueden ser una o varias personas al tiempo, como resultado de esa conversación se estructura un tema. Las entrevistas se dividen en estructuradas, semiestructuradas y no estructuradas. En la entrevista estructurada, el entrevistador la realiza siguiendo una guía de preguntas específicas y con un orden determinado. La entrevista semiestructurada se basa en una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener más información. La entrevista abierta se fundamenta en una guía general de contenido y el entrevistador posee toda la flexibilidad para manejarla (Sampieri, 2014).

Para este caso abordaremos la entrevista semiestructurada, con el fin de intentar profundizar durante la entrevista puntos importantes de la investigación para nuestro modelo de negocio.

Clase	Características	Ejemplos
<i>Preguntas generales (gran tour)</i>	Parten de planteamientos globales para dirigirse al tema que interesa. Propias de entrevistas abiertas.	¿Qué opina de la violencia familiar? ¿Cuáles son sus metas en la vida? ¿Cómo ve usted la economía del país? ¿Cómo es la vida aquí en Barranquilla?
<i>Preguntas para ejemplificar</i>	Sirven como disparadores para exploraciones más profundas. Se le solicita al entrevistado que proporcione un ejemplo de evento, suceso o categoría.	Usted ha comentado que la atención médica es pésima en este hospital, ¿podría proporcionarme un ejemplo? ¿Qué personajes históricos han tenido metas claras en su vida? ¿Qué situaciones le generaban ansiedad en la guerra cristera?
<i>Preguntas de estructura o estructurales</i>	El entrevistador solicita al entrevistado una lista de conceptos a manera de conjunto o categorías.	¿Qué tipos de drogas se venden más en este barrio? ¿Qué clase de problemas tuvo al construir este puente? ¿Qué elementos toma en cuenta para decir que la ropa de una tienda departamental tiene buena calidad?
<i>Preguntas de contraste</i>	Al entrevistado se le cuestiona sobre similitudes y diferencias respecto a ciertos temas y se le pide que clasifique símbolos en categorías.	Hay personas a las que les gusta que los dependientes de la tienda se mantengan cerca y al tanto de sus necesidades, mientras que otros quieren que se presenten solamente si se les solicita, ¿usted qué prefiere? ¿Cómo es el trato que recibe de las enfermeras del turno matutino, en comparación con el trato de las enfermeras del turno nocturno? ¿Qué semejanzas y diferencias encuentra?

Figura 11. Clases de preguntas en una entrevista.

Relación de clase de preguntas con sus características y ejemplo de una entrevista general. (Sampieri, 2014).

Las preguntas se pueden clasificar en: preguntas de opinión, de expresión de sentimientos, de conocimientos, sensitivas, de antecedentes y de simulación. Se seguirá un orden específico. Inicialmente se harán preguntas generales y fáciles, luego preguntas un poco más complejas, posteriormente preguntas sensibles y delicadas y se finaliza con preguntas de cierre.

Se filtra la muestra a personas foráneas y posteriormente se realizan preguntas para caracterizar el cliente y se indagan sus frustraciones y alegrías. Las entrevistas se realizarían a un estudiante nuevo foráneo (Perfil A), a un estudiante antiguo foráneo (Perfil B) y a una persona que vive o vivió en vivienda estudiantil formal (Perfil C). En total 3 entrevistas semiestructuradas.

Para perfilar el cliente debemos analizar los trabajos del cliente, lo cual se refiere a lo que intentan resolver en su vida personal, estudiantil y/o laboral. Pueden ser: trabajos funcionales, sociales, personales/emocionales y trabajo de apoyo (compra de valor, cocreador de valor y transferir valor). Es importante reconocer que no todos los trabajos tienen la misma importancia para tu cliente (Osterwalder y Pigneur, 2011). Esto se puede medir en importantes e insignificantes. Otro punto importante para perfilar el cliente es analizar sus frustraciones, que corresponde a lo que los molesta al intentar resolver un trabajo o lo que impide que este se resuelva. Pueden ser: características, problemas y resultados no deseados. Obstáculos y riesgos, estas frustraciones se pueden medir en extrema y moderada. Y finalmente se deben analizar las alegrías del cliente, que son aquellos resultados y beneficios que quieren los clientes. Pueden ser: alegrías necesarias, esperadas, deseadas e inesperadas. Estas pueden ser esenciales o agradables.

Fecha:

Hora:

Lugar (ciudad y sitio específico):

Nombre entrevistador:

Nombre entrevistado:

Edad:

Ocupación:

Objetivo: Con esta entrevista se aportará a la elaboración de un trabajo de grado para MBA de la universidad Eafit, los participantes fueron elegidos por su perfil como población objetiva para el proyecto a estructurar con relación a la vivienda estudiantil. La información recolectada tiene fines solamente académicos.

Introducción del entrevistador

Preguntas:

- 1- ¿Es usted foráneo? ¿De qué lugar del país viene?
- 2- ¿Actualmente se aloja en qué tipo de vivienda? ¿Por qué?
- 3- ¿Cuánto tiempo lleva usando su alojamiento? ¿Ha cambiado de alojamiento varias veces? ¿Por qué?
- 4- ¿Qué tan importante es vivir cerca de la universidad para usted? ¿Qué aspectos de vivir en su actual alojamiento ha disfrutado más y que no?
- 5- ¿Como fue la experiencia para conseguir el alojamiento? ¿Cómo obtuvo la información para conseguirlo?
- 6- ¿Como le parecen los costos de los alojamientos? ¿Cuánto paga actualmente?
- 7- ¿Qué tan importante es para usted contar con un alojamiento amoblado? ¿Qué le gustaría tener en la habitación del alojamiento?
- 8- ¿Le parece mejor tener los servicios incluidos en el costo del alojamiento?
- 9- ¿Cuáles son los servicios que usted requiere para estar cómodo en su alojamiento? ¿Cuáles le hacen falta actualmente?
- 10- ¿Dónde adquiere sus comidas? ¿Dónde prefiere tomarlas?
- 11- ¿Cuenta con algún medio de transporte?
- 12- ¿Dónde lava su ropa? ¿Qué tan importante sería tener una lavandería en su alojamiento?
- 13- ¿Qué tan importante es tener un sitio de estudio en el alojamiento? ¿Si es importante lo prefiere dentro o fuera de la habitación?
- 14- ¿Actualmente usted hace el aseo de su alojamiento o lo hace otra persona? ¿Este aseo está incluido en la tarifa del alojamiento?
- 15- ¿Su alojamiento actual cuenta con zonas sociales?
- 16- ¿Que mejoraría en su actual alojamiento para hacerla más cómoda y satisfactoria?
- 17- ¿Cuáles cree que son los mayores desafíos de vivir en una residencia estudiantil?
- 18- ¿Finalmente, como imagina usted su alojamiento ideal? ¿Qué debería incluir?

Cierre y agradecimientos

*Figura 12.* Elaboración propia: formato entrevista semiestructurada.

## DESARROLLO DEL TRABAJO

Definición de los componentes que constituyen un modelo de negocio según Osterwalder y Pigneur (2011), con el fin de describir cómo el negocio propuesto (entregar una solución de vivienda estudiantil en la ciudad de Pereira) crea, entrega y captura valor. Osterwalder y Pigneur (2011) describen el modelo de negocio en nueve módulos (segmento del mercado, propuesta de valor, canales, relación con clientes, fuentes de ingreso, recursos clave, actividades clave, asociaciones clave y estructura de costos) en cuatro diferentes áreas: clientes, oferta, infraestructura y viabilidad económica. Con esta estructura se obtuvo una estrategia aplicable para el negocio de vivienda estudiantil mediante un Canvas. Ver Figura 13 y Anexo 5 para mejor detalle. Para el módulo del segmento del mercado se identificaron los estudiantes foráneos de la Universidad Tecnológica de Pereira (UTP) como clientes. Estos estudiantes al desplazarse desde sus lugares de origen requieren una vivienda adecuada para cursar sus estudios cerca a la UTP, donde puedan tener comodidad y seguridad, tanto para su tranquilidad como la de sus familias. Estos estudiantes foráneos demandan una serie de servicios adicionales que deben ser suplidos, convirtiendo a este segmento en una posibilidad valiosa para el modelo de negocio. En la propuesta de valor de este modelo de negocio se integran varios conceptos claves para ofrecer un buen servicio y experiencia a sus clientes. Los clientes podrán tener un alojamiento cómodo, asequible, seguro con un entorno y protegido, donde podrán contar con lo necesario para no preocuparse por cosas diferentes a sus responsabilidades académicas. Con la cercanía a la universidad se reduce el tiempo de traslado y se ahorran costos de transporte. Con una modalidad de contratos de corto o largo plazo se podrán tener opciones, según sean las necesidades del cliente y según se ajuste a sus periodos de estudio y estancia en la ciudad. La combinación de estas propuestas de valor se alinean con las necesidades del cliente para satisfacer sus necesidades.

Mediante los siguientes canales se pretende tener una buena comunicación con el cliente y dar a conocer las propuestas de valor ofrecidas con los diferentes productos. Con la página web se ofrecerá la información detallada respecto a opciones de alojamiento, servicios incluidos y servicios adicionales, donde se pueda acceder a la información de contacto, haciendo énfasis en las propuestas de valor. Con la estrategia del voz a voz de los clientes satisfechos se creará una red entre los mismos estudiantes foráneos, quienes poco a poco conocerán los beneficios de la vivienda ofrecida. Buscar la colaboración con la UTP y hacer alianzas estratégicas busca tener visibilidad con la universidad para ser tenido en cuenta para las rentas cortas de estudiantes, profesores y asistentes a eventos académicos. Con las redes sociales se amplifica la visibilidad del negocio y permite interacción continua y actualizada con los clientes. Con la presencia en plataformas de alquiler se visibiliza el negocio en las búsquedas iniciales de los clientes y sus padres, además de conseguir un espectro más amplio para posibles clientes que buscan este tipo de soluciones de vivienda de rentas cortas.

Las relaciones con los clientes deben ser duraderas y lo más sólidas posibles, esto se puede lograr brindando un soporte adecuado, además de tener una buena interacción con este y sus familias, ya que la tranquilidad de los padres de los estudiantes es una de las claves para el éxito del negocio. Con una atención oportuna, brindando respuestas claras para solucionar inconvenientes y dudas se aporta a la calidad y a la confianza. Con las encuestas periódicas se pueden actualizar las necesidades de los clientes, dichas necesidades pueden ir cambiando con el tiempo y el modelo se debe ir ajustando. Con una app propia se podrían gestionar no solo solicitudes, sino también pagos y la interacción con este tipo de cliente joven y tecnológico podría ser más beneficiosa. Al mantener informados a los padres acerca de la seguridad y cambios en normas y condiciones se fomentan las relaciones de largo plazo, incrementando la lealtad de los clientes y estos a su vez aumentar positivamente la reputación del negocio.

Para poder contar con opciones de ingreso diversificadas, se plantea como principal fuente de ingreso tener el alquiler de habitaciones con diferentes opciones que se acomoden a las necesidades de los clientes, tanto en espacio como en opciones de mobiliario. Los servicios adicionales también representan una importante fuente de ingresos en el modelo, pues se ofrecerán opciones como alquiler de parqueadero, depósitos con espacios de almacenamiento, lavado de ropa y diferentes frecuencias de limpieza, esto no solo mejora la experiencia del cliente, sino que también puede aportar a obtener una mayor rentabilidad. Además, se piensa obtener una serie de alianzas con restaurantes de la zona, donde se podrían obtener algunas comisiones por referidos y esto amplía la capacidad de opciones para los clientes. Finalmente, se plantean como otra fuente de ingresos los depósitos iniciales de alquiler, lo cual sería proporcional al monto del contrato y con esto se podría tener un colchón financiero, asegurando el mantenimiento de la propiedad, posibles daños y aportaría a garantizar la calidad de lo ofrecido.

En este modelo de negocio se definen los siguientes recursos claves: la propiedad inmobiliaria, clave debido a su espacio y ubicación dentro del área de influencia de la Universidad Tecnológica de Pereira, además que es un recurso con el cual se cuenta dentro de una posible sociedad para iniciar el proyecto. El personal administrativo, mantenimiento y limpieza son un recurso que representa la eficiencia operativa y la calidad del servicio. El capital inicial es clave para la construcción o renovación de la propiedad y para solventar los primeros meses de operación. El sistema de gestión es muy importante, pues con él se coordinan actividades, se gestionan reservas y se tiene comunicación con los clientes. La atención al cliente permite que este se sienta valorado y lleva a una fidelización y oportunidades de marketing. Dentro de las actividades clave del negocio se define el mantenimiento y limpieza esencial para entorno confortable. La gestión de la propiedad y la seguridad son importantes para garantizar que todo sea fluido y eficiente en el alojamiento, además de un entorno seguro y confiable. La atracción de clientes mediante marketing, la gestión de contratos para que todo sea claro y legal y La

gestión del cliente para tener una atención personalizada y oportuna, serán a su vez aspectos fundamentales.

Las asociaciones clave son básicas para el éxito del proyecto. Los proveedores de servicios públicos, como: agua, electricidad y gas, son críticos para garantizar un ambiente cómodo para los clientes. Los inversionistas aportan el capital necesario para financiar el proyecto. La contratación de un proveedor de telecomunicaciones asegura que los residentes tengan acceso a Internet de alta velocidad, fundamental para la actual vida académica y conexiones de red necesarias para la gestión de la propiedad y el negocio. Los contratistas de mantenimiento y limpieza son vitales para mantener las instalaciones, asegurando el espacio limpio y saludable. Una empresa de seguridad es crucial para la protección de los clientes e instalaciones, ya sea seguridad física o mediante tecnología. El proveedor del terreno juega un papel fundamental, facilitando el espacio donde se desarrollará el proyecto con una ubicación privilegiada para este tipo de negocio. La constructora y los proveedores de materiales de construcción deben garantizar que se cumplan los estándares de calidad, normas, licencias y seguridad en la construcción del edificio. Finalmente, se identificó la siguiente estructura de costos, la cual es bastante importante, pues determina la viabilidad financiera y la competitividad. Los costos del lote y de construcción son la base de la infraestructura física. Los costos de mantenimiento y limpieza son básicos y constantes, los costos del mobiliario para equipar las habitaciones y demás espacios variarán con el tiempo. Los costos del montaje de servicios adicionales, dichos servicios son claves para la propuesta de valor. Con los costos de marketing se harán estrategias para retención y atracción de clientes para mantener el máximo nivel de ocupación. Los salarios corresponden a esa inversión en personal encargado para que todo el modelo opere sin dificultad y se saque la mayor rentabilidad con el mejor servicio.

Canvas - Modelo de negocio vivienda estudiantil

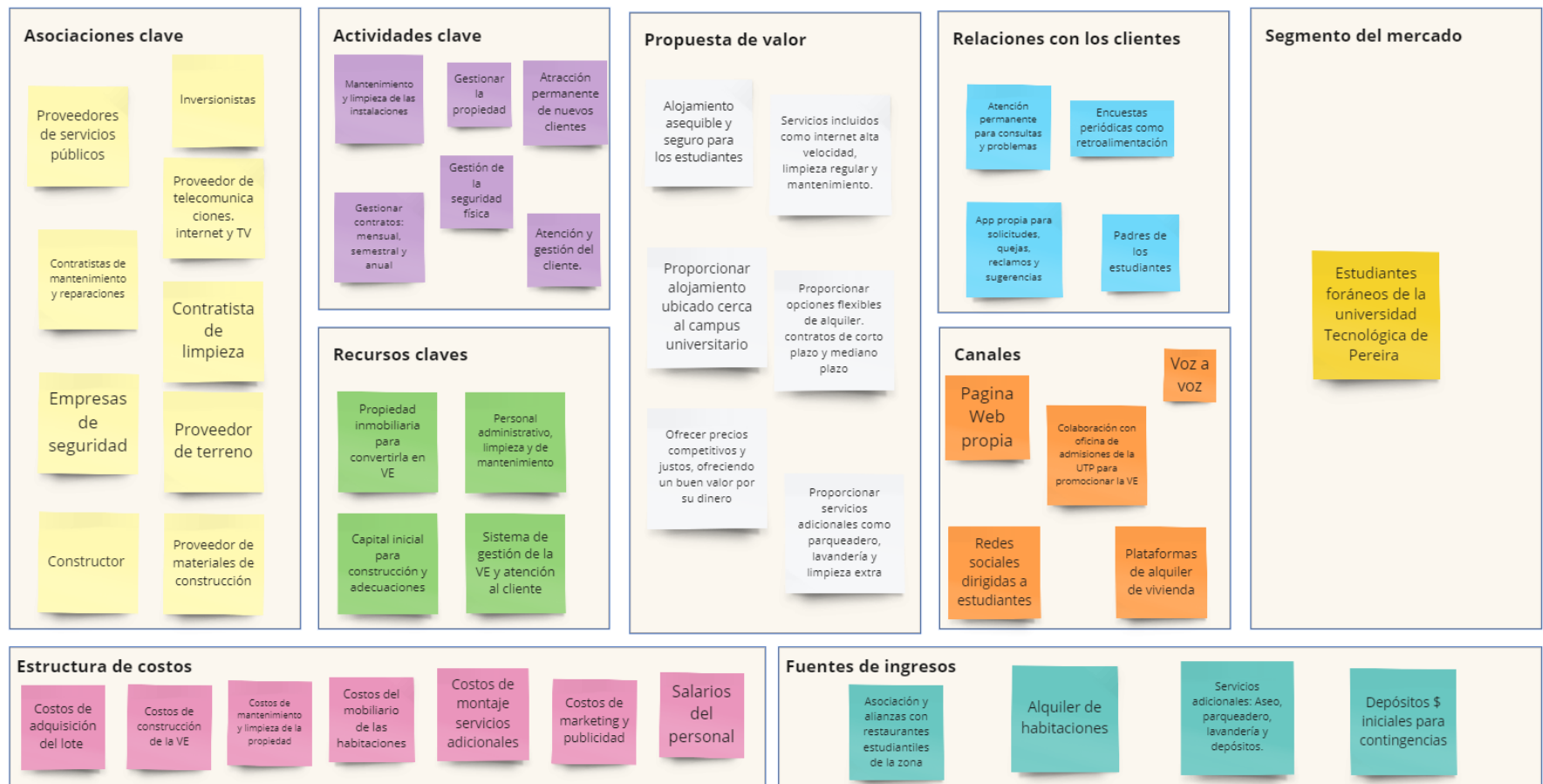
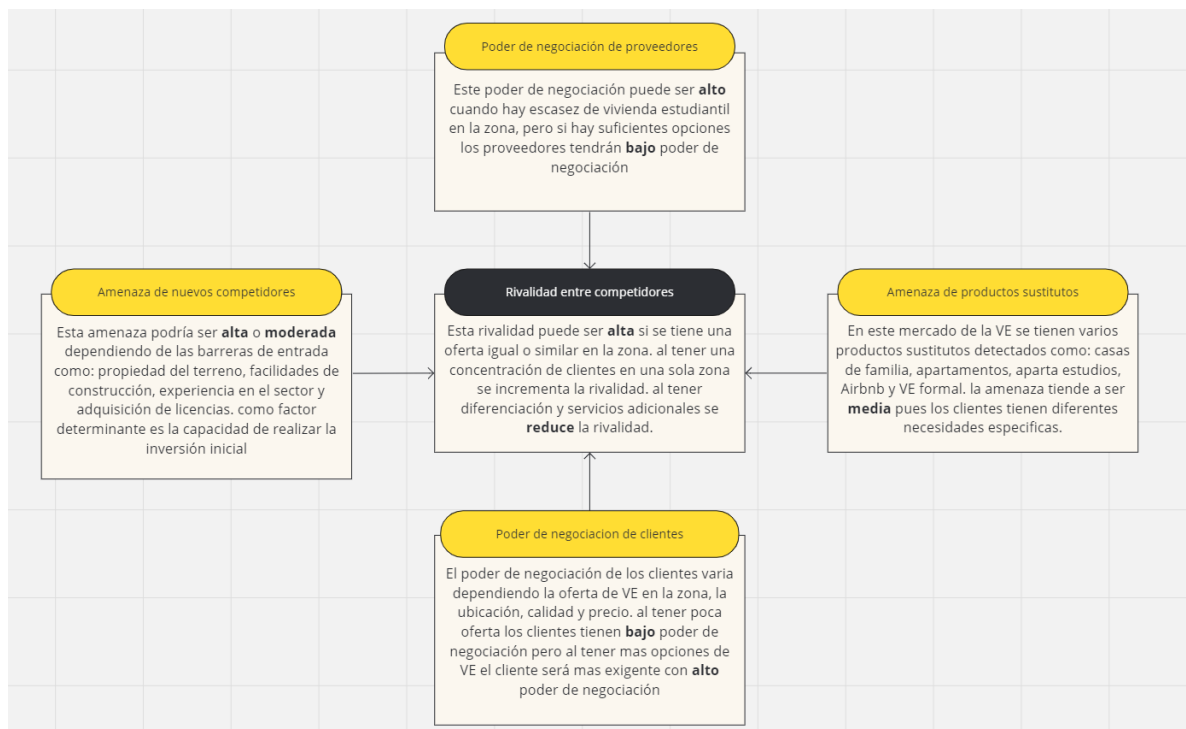


Figura 13. Elaboración propia: modelo de negocio de vivienda estudiantil – Canvas.

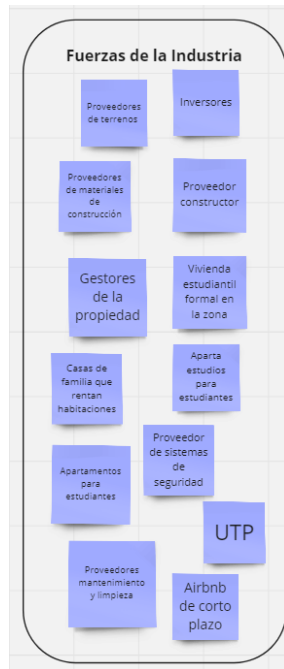
Con el análisis de las cinco fuerzas de Porter (figura 14) nos enfocamos en las dinámicas competitivas de la industria y con el mapa del entorno se amplió la visión externa del negocio. Al contrastar estos enfoques se identificaron diferentes fuerzas del entorno agrupadas en Fuerzas de la industria, tendencias clave, fuerzas del mercado y fuerzas macroeconómicas.



*Figura 14.* Elaboración propia: análisis 5 fuerzas de Porter.

Inicialmente analizamos las fuerzas de la industria ver Figura 15 y Anexo 5, donde encontramos competidores, proveedores y sustitutos, estas fuerzas son: proveedores de terrenos, inversores, proveedores de materiales de construcción, proveedor constructor, gestores de la propiedad, vivienda estudiantil formal en la zona, casa de familia que rentan habitaciones, aparta estudios para estudiantes, apartamentos para estudiantes, proveedores de sistemas de seguridad,

proveedores de mantenimiento y limpieza, la Universidad Tecnológica de Pereira (UTP) y los Airbnb de corto plazo.



*Figura 15.* Elaboración propia: fuerzas de la industria.

En segundo lugar encontramos las tendencias clave, ver Figura 16 y Anexo 5, que incluyen cambios demográficos, sociales, normativos y tecnológicos, estas tendencias son: plataformas de alquiler en la web, seguridad, vivienda inteligente, coworking, app de gestión de propiedad, sostenibilidad, estudio y trabajo remoto, bienestar y equilibrio físico – emocional, normas de seguridad, asequibilidad, normas de calidad, flexibilidad financiera y diversidad e inclusión.

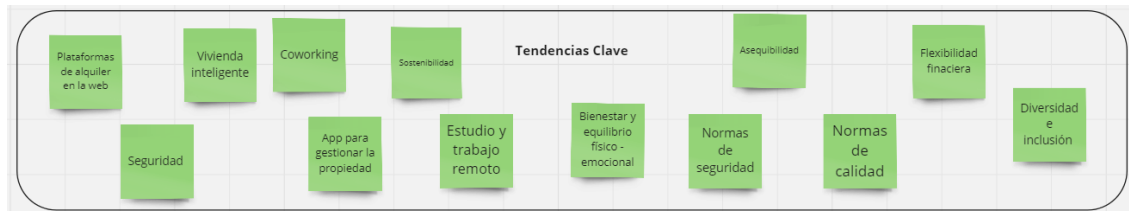


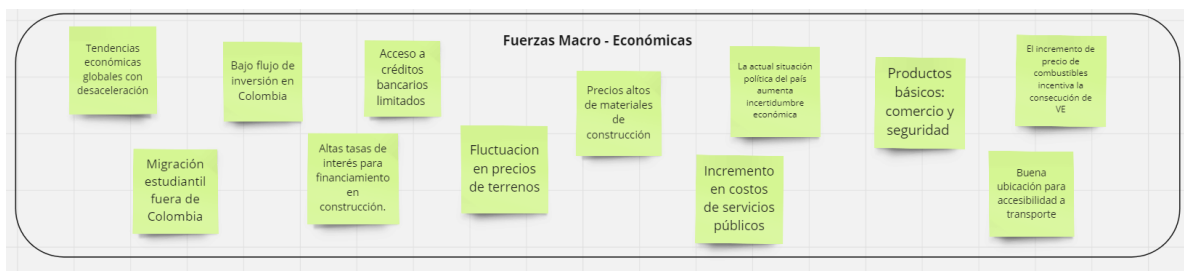
Figura 16. Elaboración propia: tendencias clave.

Tercero, las fuerzas del mercado, ver Figura 17 y Anexo 5, que consideran las necesidades del cliente y la demanda, dentro de estas fuerzas encontramos: la demanda estudiantil, tendencia demográfica, demanda estacional, estabilidad financiera de padres y estudiantes, desarrollo inmobiliario de la zona, la ubicación de la vivienda estudiantil, las políticas y las regulaciones, innovación y competencia con diferenciación.



Figura 17. Elaboración propia: fuerzas del mercado.

Finalmente se identifican algunas fuerzas macroeconómicas, ver Figura 18 y Anexo 5, que afectan el modelo de negocio y engloban algunos factores económicos, estas fuerzas son: las tendencias económicas globales con desaceleración, la migración estudiantil fuera de Colombia, el bajo flujo de inversión en Colombia, las altas tasas de interés, el acceso limitado a créditos bancarios, la fluctuación de los precios de los terrenos, los altos precios del materiales de construcción, el incremento de costos en servicios públicos, la incertidumbre generada por la situación política del país, algunos productos básicos como el comercio y la seguridad, los altos precios de combustibles lo cual puede incentivar la vivienda estudiantil cerca a la UTP y por último la buena ubicación del proyecto con excelente acceso a transporte.



*Figura 18.* Elaboración propia: fuerzas macro - económicas.

Se genera un análisis de las Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas DOFA (Figura 19), combinando estos cuatro grupos con el lienzo del modelo de negocio se consigue un análisis más profundo en el modelo y sus módulos. Para el análisis de las debilidades se tuvieron en cuenta el segmento del mercado, la relación con los clientes, los canales y la propuesta de valor. Para el análisis de las oportunidades se cruzaron las asociaciones clave, los recursos clave, estructura de costos y propuesta de valor. Al analizar las fortalezas del modelo se revisaron las asociaciones clave, las actividades clave, los recursos claves y la propuesta de valor. Y, finalmente, para el análisis de las amenazas, se tuvieron en cuenta el segmento del mercado, los canales, las fuentes de ingreso y la propuesta de valor.

Análisis DOFA		
A n á l i s i s	<b>Fortalezas</b> * Ubicación estratégica a menos de 1km de la UTP * Buen servicio al cliente ya se cuenta con experiencia de 5 años en VE * Conocimiento amplio de la zona * Tener socio propietario de terreno * Tener socio constructor * Flexibilidad de contratos de renta	<b>Debilidades</b> * Alta competencia * Bajo crecimiento de la población estudiantil * Dependencia de un solo perfil de cliente * Rotación de clientes * Dependencia estacional * Inestabilidad económica de clientes * Relacionamiento efectivo con padres
	<b>Oportunidades</b> * Diversificar productos ofrecidos * Adaptación al trabajo y estudio remoto * Tecnología en la gestión del negocio * Oferta de servicios adicionales * Fidelización y referidos * Innovación en financiación * Gestionar adecuadamente los costos operativos con el fin de fortalecer la presencia como sustituto de Airbnb, apartamentos y casas de familia * Dependencia de proveedores externos * Variedad de competencia * Implementar sistemas de seguridad	<b>Amenazas</b> * Baja demanda de servicios adicionales * Recortes presupuestales a universidades * Inestabilidad política * Cambio en las preferencias de los clientes * Fluctuaciones económicas del país * Reputación y gestión de la propiedad * Regulaciones y normativas * Riesgo económico - financiero
	Útiles	Perjudiciales

Figura 19. Elaboración propia: análisis DOFA.

Con base en el análisis DOFA se genera una serie de estrategias u hoja de ruta para la puesta en marcha del modelo de negocio. A continuación, se muestra el análisis interno con ideas para aprovechar las fortalezas e ideas para reducir las debilidades. Además, se muestra el análisis externo con ideas para investigar y aprovechar las oportunidades e ideas para minimizar o superar amenazas:

### Análisis interno

#### Ideas para aprovechar las fortalezas

- \* Destacar y promocionar la cercanía a la universidad y la oportunidad de contar con restaurantes, supermercados y sitios de esparcimiento en la zona a menos de 1Km de distancia de la UTP
- \* Implementar mejoras al servicio al cliente, donde se cuente con respuestas rápidas y oportunas, con ayuda de la tecnología e implementando mejoras en lo ya construido.
- \* Aprovechar el conocimiento de la experiencia y antigüedad en la zona para generar alianzas con vecinos empresarios, dueños de restaurantes, papelerías y sitios de esparcimiento.

- \* Acelerar el proyecto debido a eliminación de negociaciones del terreno, facilitar la obtención de financiamiento, al tener el terreno como una garantía solida ante la banca.
- \* Mitigar altos costos y riesgos durante la construcción, garantizar la calidad y reducción de costos sin intermediarios.
- \* Ofrecer contratos cortos, medianos y largo plazo que se adapten a cada cliente. Opciones de transferencia de contrato.

### **Ideas para reducir las debilidades**

- \* Tener diferenciación mediante variedad de servicios incluidos y adicionales. Contar con diferentes tipos de alojamientos que se adapten a la necesidad del cliente.
- \* Analizar las tendencias demográficas educativas en bases de datos e identificar las zonas del país que aportan más estudiantes y enfocar allí el marketing.
- \* Considerar adaptar la oferta para atraer jóvenes profesionales, empresas y eventos.
- \* Programas de fidelización y descuentos. Atender las solicitudes oportunamente con un buen servicio al cliente.
- \* Diseñar estrategias para atraer clientes todo el año, tener alojamiento Airbnb en temporada de vacaciones. Realizar promociones en periodos de baja demanda.
- \* Ofrecer opciones de pago flexibles y programas de pagos escalonados.
- \* Establecer canales de comunicación con padres para brindarles tranquilidad y responder a sus inquietudes y preocupaciones. Esto genera confianza y fidelidad.

### **Análisis externo**

#### **Ideas para investigar y aprovechar las oportunidades**

- \* Realizar encuestas permanentes sobre preferencias de los clientes y adaptar la oferta incluyendo variedad de opciones que satisfagan las nuevas necesidades que van surgiendo.
- \* Investigar las tendencias del trabajo remoto y cómo están influyendo en los estudiantes. Considerar tener espacios de coworking o espacios privados adecuados.
- \* Investigar y adoptar tecnologías de gestión de propiedad, reservas, app para los clientes sistemas de acceso inteligentes.
- \* Investigar cuáles son los servicios adicionales que más requieren los clientes e implementarlos de tal manera que sean cómodos y atractivos.
- \* Creación de programas de fidelización mediante recompensas por renovaciones de contratos o referir nuevos clientes. Tener descuentos y exclusividad.
- \* Investigar formas de financiación que se adapten al negocio y al cliente. Acuerdos de pagos programados que se adapten a los ingresos de los clientes.

\* Implementar un software de control de gastos e investigar constantemente el mercado y los costos operativos de los Airbnb, apartamentos y casas de familia a 1 km alrededor de la UTP.

\* Desarrollar relaciones estratégicas de largo plazo con proveedores, pero también tener visualizados otros proveedores que cumplan con el suministro de servicio e insumos.

\* Diferenciarse, destacando las características únicas. Monitorear e investigar permanentemente la competencia y ajustar la oferta para estar acordes al mercado.

\* Revisar las opciones del mercado en seguridad, con tecnología que se adecue al modelo de negocio y al cliente, brindando un ambiente seguro y agradable.

### **Ideas para minimizar o superar las amenazas**

\* Enfocarse en los servicios adicionales que demanda el perfil del cliente.

Aumentar la utilización de los servicios ofreciendo paquetes personalizados.

Realizar promociones y ofertas.

\* Diversificar el mercado objetivo y tener otras opciones de renta de alojamiento y espacios útiles.

\* Ajustar estrategias, según se mueva el espectro político. Estar muy informados de los cambios políticos y públicos para buscar alternativas y ajustar los servicios.

\* Tener flexibilidad y adaptabilidad para los cambios, según las necesidades de los clientes. Realizar encuestas y tener una buena comunicación para tener datos de mercado.

\* Tener fondo de reserva para enfrentar posibles crisis. Diversificar fuentes de ingreso. Posible alquiler de espacios para otros usos en las propiedades.

\* Priorizar la seguridad y el bienestar del cliente con buena calidad en el servicio, esto construye una reputación positiva. Invertir en estrategias de imagen.

\* Establecer reglamentos y normativas internas. Estar al tanto de las regulaciones y cambios en normativas que afecten el negocio y la propiedad.

\* Hacer análisis de riesgos permanentes para identificar este tipo de amenazas. Tener una estructura financiera sólida y gestionar la deuda y la cartera.

## CONCLUSIONES

A través de este trabajo se concluyó que la aplicación y la combinación de las herramientas estratégicas que se utilizaron en el desarrollo de la investigación permiten aterrizar las lógicas preconcebidas del emprendedor con respecto a las inversiones del proyecto; se comprendió que ciertas inversiones que se creía que eran obvias, no eran viables en esta etapa del proyecto. Además, permitieron descubrir que en los emprendimientos relacionados con residencias estudiantiles no solo se está limitado al servicio de alojamiento como tal, sino que también el negocio se puede expandir con otros modelos de negocio periféricos y relacionados cerca de la residencia (por ejemplo, alimentación, lavandería).

Con este trabajo se identificaron las siguientes áreas claves para tener una buena eficiencia operativa y mejor ventaja competitiva: gestión de la propiedad, gestión del cliente y generar modelos de negocios periféricos y relacionados. Todo esto con el fin de construir el proyecto ubicado cerca a la UTP con base en el modelo de negocio analizado, contribuyendo a la viabilidad financiera y cumplimiento de las expectativas del cliente y de los inversionistas.

Este trabajo de grado se llevó a cabo inicialmente con una metodología mixta, que comprendió un número de encuestas (figura 9) y entrevistas (Anexo 2,3 y 4) a una muestra de la población estudiantil de la UTP, de donde se recopiló información cuantitativa y cualitativa, lo que condujo a una visión más detallada del mercado y las necesidades de los clientes. Posteriormente se realizó un análisis del modelo de negocio mediante un Canvas, lo que facilitó una visualización de sus nueve módulos, permitiendo definir los componentes claves del modelo. Luego se realizó un análisis DOFA, identificando factores internos y externos que impactan el modelo de negocio de vivienda estudiantil con relación a sus nueve módulos del Canvas, proporcionando información más profunda y clara para ajustar el modelo a lo que realmente requiere el segmento de mercado (estudiantes foráneos de la Universidad Tecnológica de Pereira). Finalmente, con el contraste de las fuerzas de Porter y las fuerzas del entorno se encontró información clave para la comprensión del mercado y los factores que influyen en el negocio. Todo esto aportó para la realización de una hoja de ruta o estrategias para la puesta en marcha del modelo de negocio de vivienda estudiantil en la ciudad de Pereira.

Con el análisis exhaustivo del modelo de negocio y siguiendo la metodología aplicada en este trabajo un emprendedor podría identificar y desarrollar estrategias para la puesta en marcha de un modelo de negocio basado en datos sólidos y en análisis integrales, permitiendo construir negocios sostenibles y acordes al mercado en el que se intenta posicionar. Esta metodología reduce el riesgo y también proporciona información de crecimiento y cambio, según la demanda del mercado.

Con la elaboración de este trabajo de grado se muestra la importancia y aplicación de los conocimientos adquiridos durante el curso del MBA para el análisis de un modelo de negocio y su pronta puesta en marcha. Con la información aquí contenida, gracias al análisis realizado y a las herramientas empleadas se espera aportar en el desarrollo de soluciones que impacten positivamente la sociedad, incentivando la adquisición y aplicación práctica de conocimientos.

Este trabajo aportó bases para la comprensión más detallada y crítica del modelo de negocio analizado, aplicando los conceptos teóricos a la práctica para solucionar la problemática real. Combinando estos dos conceptos (teoría y trabajo de grado) se pudo reducir la ignorancia inicial o total a una ignorancia parcial con lo cual se obtuvo una ventaja para iniciar y sostener el emprendimiento.

## REFERENCIAS

- Abell, D. (1986). *Strategic Market Planning: Problems and Analytical Approaches*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Calidad Total*. (16 de 08 de 2016). Obtenido de <https://ctcalidad.blogspot.com/2016/08/las-5-fuerzas-de-porter-estrategia.html>
- Garcia, I. (28 de 10 de 2022). *emprendedores.es*. Obtenido de <https://emprendedores.es/gestion/miedos-del-emprendedor-superacion-automotivacion-psicologia/>
- [http://aie.utp.edu.co/tablero\\_facultad/](http://aie.utp.edu.co/tablero_facultad/). (s.f.).
- Magretta, J. (5 de 2002). *Why business models matter*. Boston, USA.
- Maroto Carrión, J (2007). *Estrategia de la visión a la acción*. Alfaomega ESIC
- Mineducación. (20 de Noviembre de 2021). *Sistema Nacional de Información de la Educación Superior*. Obtenido de Sistema Nacional de Información de la Educación Superior: <https://snies.mineducacion.gov.co/portal/ESTADISTICAS/Bases-consolidadas/>
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2011). *Generación de modelo de negocio*. Barcelona: Deusto.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Smith, A., Gregory, B., & Papadakos, P. (2015). *Diseñando la propuesta de valor*. Grupo Planeta Spain.
- Pigneur, A. O. (2011). *Generación de modelos de negocio*. Barcelona (España): Centro Libros PAPF, S. L. U.

- Porter, M. (1982). *Estrategia Competitiva*. San Juan Tliluaca, Mexico: PATRIA S.A DE C.V.
- Porter, M. E. (2008). *Estrategia Competitiva*. Mexico: Patria.
- Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico DF: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Talancón, H. P. (1 de 12 de 2007). *La matriz foda: alternativa de diagnóstico y determinación de estrategias de intervención en diversas organizaciones*.  
Obtenido de [www.redalyc.org](http://www.redalyc.org):  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29212108>
- Tim Clark, e. c. (2012). *Tu modelo de negocio*. Hoboken, Nueva Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

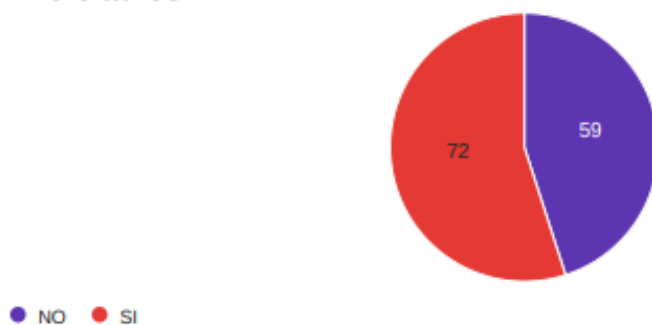
## ANEXOS

### Anexo 1. Resultados encuestas

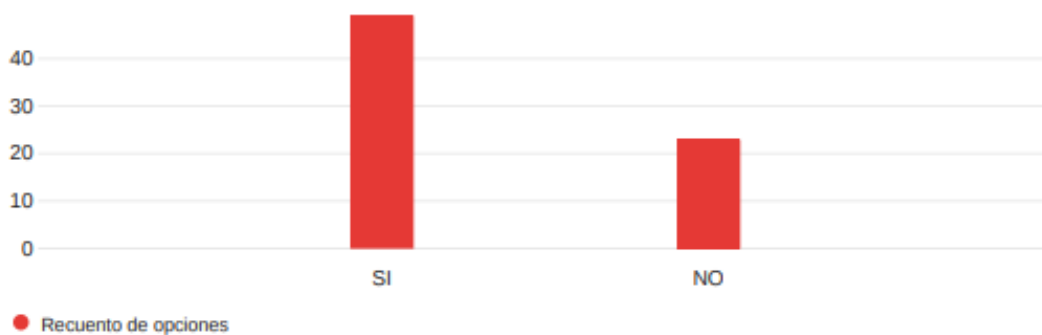
Q1 - ¿Es usted estudiante de la Universidad Tecnológica de Pereira (UTP)?



Q2 - ¿Usted se mudo a vivir a Pereira para realizar sus estudios universitarios?



Q3 - ¿Vive usted cerca a la UTP?



## Q21 - ¿Necesita vivir cerca a la UTP?



## Q22 - ¿Por que necesita vivir cerca a la UTP?

Por que necesita vivir cerca a la UTP?

Tiempo

Por la realización de mis estudios universitarios y la buena propuesta laboral que hay en la zona.

Por mi trabajo

Por mis estudios universitarios y trabajo

Para ahorrar costos de transporte

Porque vivo en un municipio y debo gastar más horas en desplazarme y menos horas en estudiar o descansar

Para tener tiempo suficiente para estudiar

Porque vivo en un pueblo, donde me toca viajar 2 horas, para poder tomar clases, con costos muy elevados

El tiempo en transporte es un despropósito

Los gastos de transporte Inter municipales y bus urbano de la ciudad, son muy costosos

Para que me quede más cerquita

Soy de un pueblo, viajar todos los días me gasto 4 horas y 20.000 pesos diarios

El transporte está muy caro y no me alcanza la suficiente

Economizar gastos de transporte diarios

Por qué vivo muy lejos de ella

Por su fácil movilidad, comodidad

para llegar rapido

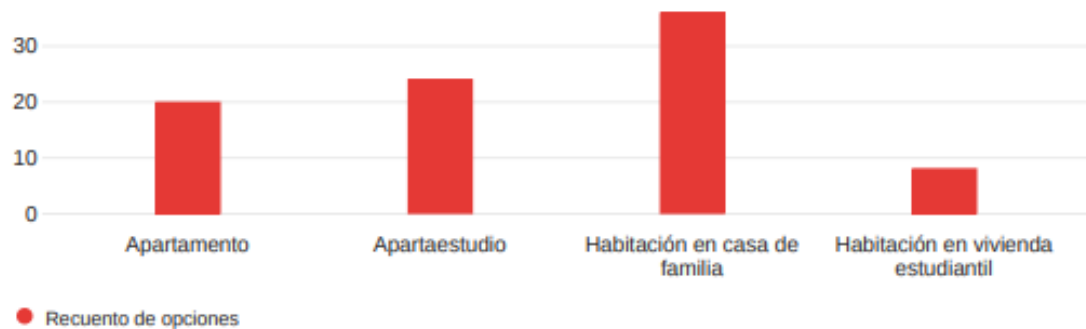
Q23 - ¿Indique la razón por la cual no vive cerca a la universidad:



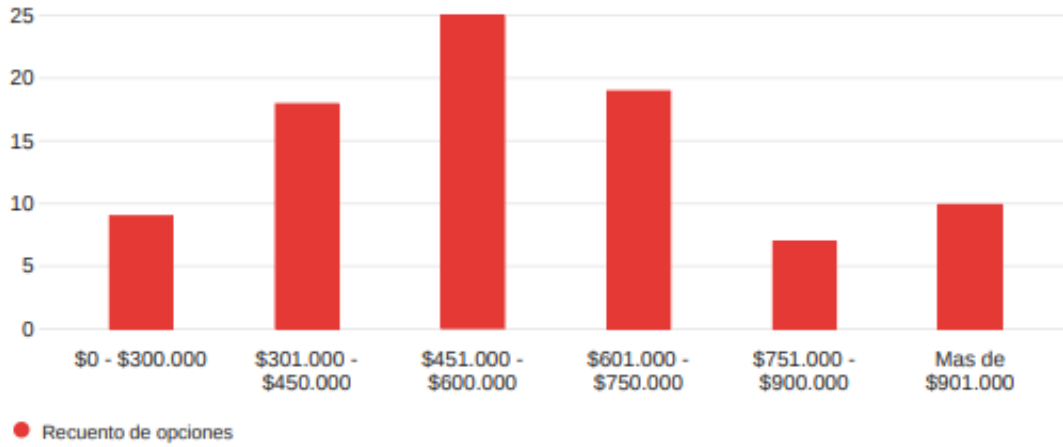
Q4 - ¿Indique el medio por el cual encontró o le gustaría encontrar su alojamiento:



Q5 - ¿En que tipo de vivienda se aloja?



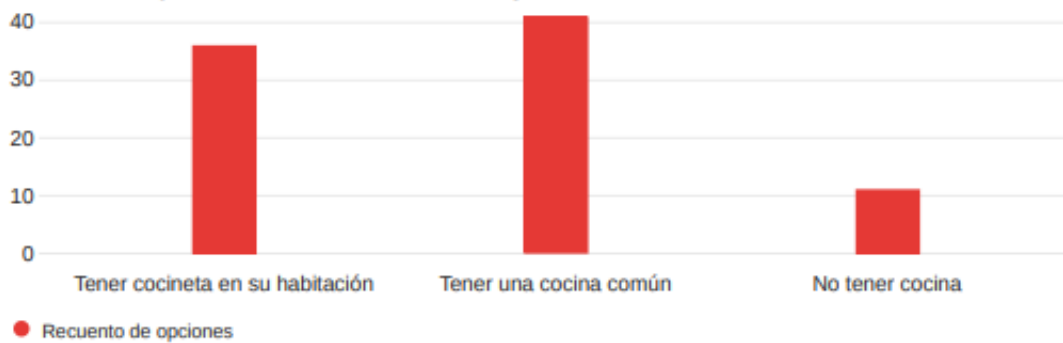
Q6 - Indique el rango del costo de la renta de su alojamiento:



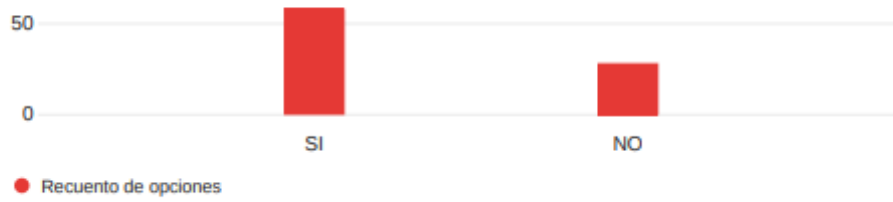
Q8 - ¿En que lugar de su alojamiento prefiere su sitio de estudio?



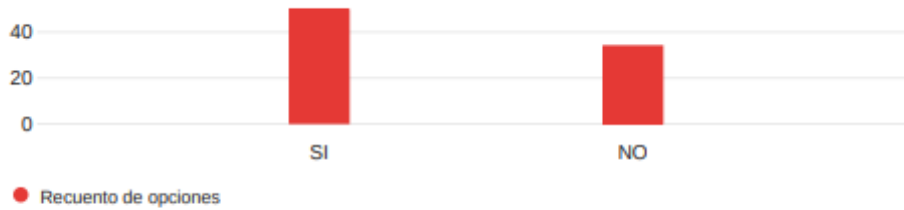
Q9 - ¿Que prefiere usted en su alojamiento?



Q10 - ¿Esta usted dispuesto a pagar por el aseo de su alojamiento?



Q11 - ¿Le gustaría que su alojamiento contara con recepción?



De 0 a 100 Indique que tan importante es para usted que su alojamiento tenga:

Campo	Media
El alojamiento debe estar amoblado	65.78
El alojamiento debe contar con lavandería	73.98
El alojamiento debe contar con cocina	82.10
El alojamiento debe contar con parqueadero	53.70
El alojamiento debe estar cerca a la Universidad	80.29
El alojamiento cuente con un sitio destinado al estudio	74.30
El alojamiento tenga un lugar de esparcimiento	58.77
El alojamiento tenga una buena conexión a internet	89.20

## Anexo 2. Resultado entrevista perfil A

Fecha: 27-04-24

Hora: 5:00 pm

Lugar (ciudad y sitio específico): Barrio ciudad jardín, Pereira

Nombre entrevistador: Julian Toro

Nombre entrevistado: Yeison Fuel

Edad: 19 años

Ocupación: Estudiante UTP

Objetivo: Con esta entrevista se aportará a la elaboración de un trabajo de grado para MBA de la universidad Eafit, los participantes fueron elegidos por su perfil como población objetiva para el proyecto a estructurar con relación a la vivienda estudiantil. La información recolectada tiene fines solamente académicos.

Introducción del entrevistador

Preguntas:

- 1- ¿Es usted foráneo? ¿De qué lugar del país viene?
- 2- ¿Actualmente se aloja en qué tipo de vivienda? ¿Por qué?
- 3- ¿Cuánto tiempo lleva usando su alojamiento? ¿Ha cambiado de alojamiento varias veces? ¿Por qué?
- 4- ¿Qué tan importante es vivir cerca de la universidad para usted? ¿Qué aspectos de vivir en su actual alojamiento ha disfrutado más y qué no?
- 5- ¿Cómo fue la experiencia para conseguir el alojamiento? ¿Cómo obtuvo la información para conseguirlo?
- 6- ¿Cómo le parecen los costos de los alojamientos? ¿Cuánto paga actualmente?
- 7- ¿Qué tan importante es para usted contar con un alojamiento amoblado? ¿Qué le gustaría tener en la habitación del alojamiento?
- 8- ¿Le parece mejor tener los servicios incluidos en el costo del alojamiento?
- 9- ¿Cuáles son los servicios que usted requiere para estar cómodo en su alojamiento? ¿Cuáles le hacen falta actualmente?
- 10- ¿Dónde adquiere sus comidas? ¿Dónde prefiere tomarlas?
- 11- ¿Cuenta con algún medio de transporte?
- 12- ¿Dónde lava su ropa? ¿Qué tan importante sería tener una lavandería en su alojamiento?
- 13- ¿Qué tan importante es tener un sitio de estudio en el alojamiento? ¿Si es importante lo prefiere dentro o fuera de la habitación?
- 14- ¿Actualmente usted hace el aseo de su alojamiento o lo hace otra persona? ¿Este aseo está incluido en la tarifa del alojamiento?
- 15- ¿Su alojamiento actual cuenta con zonas sociales?
- 16- ¿Qué mejoraría en su actual alojamiento para hacerla más cómoda y satisfactoria?
- 17- ¿Cuáles cree que son los mayores desafíos de vivir en una residencia estudiantil?
- 18- ¿Finalmente, ¿cómo imagina usted su alojamiento ideal? ¿Qué debería incluir?

Cierre y agradecimientos

Respuestas:

- 1- Sí soy foráneo, vengo desde el sur del país puntualmente de Ipiales. Bueno pues yo llego aquí gracias a la oportunidad que me dio la universidad para estudiar con algunos beneficios.
- 2- Actualmente me alojé en una casa de familia en una habitación privada con baño. Me estoy alojando ahí porque mis padres me ayudaron a conseguir la habitación y están más tranquilos que yo esté en una casa de familia con un adulto y responsable todo el tiempo con el cual puedan hablar.
- 3- El alojamiento lo estoy usando desde este semestre. Apenas llegue este año a la ciudad. No he cambiado de alojamiento, estoy cómodo y tranquilo.
- 4- Bueno es importante para mí vivir cerca de la universidad pues el traslado lo puedo hacer caminando, realmente encuentro muchas cosas alrededor entonces es bastante cómodo, tengo compañeros cerca, puedo usar mejor mi tiempo y puedes dedicarle el tiempo al estudio qué es lo que a lo que vinimos a la ciudad. Bueno de lo que más he disfrutado en el alojamiento: creo que es esa independencia de vivir solo por primera vez y dedicar todo el tiempo al estudio puntualmente el alojamiento es tranquilo no es muy privado, pero me da seguridad y la tranquilidad que tienen mis padres.
- 5- La experiencia para conseguir el alojamiento fue un poco difícil porque vine con mis padres desde muy lejos con muy poco tiempo para conseguir el alojamiento porque mis padres se tenían que regresar y dejarme ubicado entonces fue un poco difícil. empezamos a buscar puerta a puerta mirando cerca de la universidad no tuvimos mucha información porque no conocíamos a nadie entonces prácticamente llegamos por recomendaciones puerta a puerta al sitio donde estoy alojado actualmente.
- 6- Bueno los costos del alojamiento pues yo creo que aún justos hoy estoy pagando \$450.000, ese costo incluye la vivienda, ocasionalmente puedo usar la cocina también ocasionalmente puedo usar la lavandería todo esto pues bajo autorización previa de la persona que rentó entonces creo que es justo sólo el presupuesto para este tipo de alojamiento.
- 7- El alojamiento amoblado es una gran ventaja por lo menos para las personas que venimos desde muy lejos. que es lo malo pues que el costo se aumenta un poco, pero la verdad entre menos tenga uno que poner en la habitación que las cosas estén ahí pues mucho mejor. A mí me gustaría tener una cocineta donde pueda cocinar algo por lo menos en la mañana para mi desayuno o algo en la noche para la cena.
- 8- Sí, es mucho mejor tener todos los servicios incluidos en el alojamiento para no tener que preocuparse por ello, que el costo sea general, sería como pactar inicialmente que incluye, pero los servicios básicos lo que es agua energía internet en gas si uno va a tener cocineta y va a utilizar cocineta incluso la lavandería si uno la llegara a utilizar. lo mejor sería incluirlo, y lo digo porque digamos que la mayoría de los estudiantes venimos con los recursos de nuestros padres entonces es mucho más fácil que nuestros padres sepan exactamente qué es lo que van a gastar mensualmente.
- 9- Para hacer cómodo el alojamiento yo creo que necesito lo básico pienso que sería agua, energía e internet. Internet es lo más importante para mí en este momento, una buena conexión por las cuestiones de estudio y comunicación. Cuáles me hacen falta actualmente: el gas, ese creo que es muy importante,

pues teniendo la cocineta incluso sería interesante poder tener agua caliente y el otro servicio sería el servicio de lavado de ropa quisiera hacerlo por mi propia cuenta para no tener que pagar la lavada de ropa sino solo lo que use, me refiero a lavadora patio y secadora.

- 10- Bueno actualmente tomo mis comidas donde unos vecinos que prestan ese servicio. En el alojamiento actual no tengo ese servicio me gustaría tomarlo. pero pues también quisiera poder cocinar por lo menos mi desayuno y mi comida. quisiera tener contratado solamente mi almuerzo y que fueran el propio alojamiento.
- 11- En la actualidad no tengo medio de transporte porque me muevo de la universidad al alojamiento caminando. Aunque quiero poder tener una bicicleta pronto y tener donde guardarla.
- 12- Bueno mi ropa la lavó también externamente donde otra vecina que tiene ese servicio eventualmente, o algunas cosas en el alojamiento cuando pidió la autorización o la misma persona que me alquila me hace el favor de lavarme algunas cosas, pero realmente sí es un problema no tener ese servicio completo en el alojamiento. En ese sentido sería supremamente importante tener esa lavandería dentro del alojamiento.
- 13- Para mi tener un sitio de estudio en el alojamiento es básico ya que muchas veces llego a estudiar y no tengo como ese espacio porque estoy en una habitación pequeña y no tengo el escritorio ahí disponible, me gustaría mucho tener un sitio para estudiar ojalá fuera la habitación donde también pudiera ingresar a algunos amigos a estudiar allí y no tener es el límite por parte de la persona que renta de que no puedo estar ahí con varias personas.
- 14- Bueno el aseo lo debo hacer yo, no está incluido pero muchas veces la persona que me alquila el alojamiento me hace aseo sin ningún costo, pero pues el aseo debería ser yo.
- 15- No, mi alojamiento no cuenta con zonas sociales es una casa de familia incluso realmente no puedo hacer mayor ruido luego de las 9:00 pm, pues eso molesta a la persona dueña de la casa entonces no cuento con esa posibilidad.
- 16- El actual alojamiento yo mejoraría el tema de las zonas sociales y zonas de estudio, aunque estoy cómodo en una casa de familia y mi familia está tranquila porque yo estoy ahí, lo mejor para mí sería tener más espacios. Espacios donde pueda estudiar y donde pueda interactuar con otras personas. Aunque la universidad se está muy cerca y uno puede usar la universidad para eso, pero muchas veces uno quiere llegar a la casa y hacer las cosas en su mismo alojamiento, y no estaría mal poder reunirme con algunos compañeros y amigos en algún sitio en mi propio alojamiento.
- 17- Bueno, uno de los principales desafíos de vivir en una vivienda estudiantil es poder sentir la libertad de hacer las cosas por uno mismo y que no haya un exceso de control sobre sobre lo que se haga en el alojamiento obviamente tienen que haber algunas reglas, pero sería bastante bueno que no tenga una persona permanentemente vigilando lo que se hace o que deja de hacer. lo otro es poder hacer o poder tener la oportunidad de cubrir todas esas responsabilidades extras a que uno puede tener como estudiantes lavar ropa la alimentación que todo eso esté cubierto sería bastante importante.

18- Bueno el alojamiento ideal para mí sería una habitación con un espacio razonable que pueda tener una cama para mí solo que pueda tener tal vez un escritorio closet una cocineta obviamente un baño que tenga todo ahí para mis primeras necesidades de estudio y para mí necesidades alimenticias poder tener esa posibilidad me interesaría mucho tener una nevera si sea una nevera pequeña. Que tuviera una pequeña zona social para interactuar con los compañeros del lugar. Bueno y que se tengan unas reglas claras.

### Anexo 3. Resultado entrevista perfil B

Fecha: 27-04-24

Hora: 5:45 pm

Lugar (ciudad y sitio específico): Barrio ciudad jardín, Pereira

Nombre entrevistador: Julian Toro

Nombre entrevistado: Daniel Quesada

Edad: 21 años

Ocupación: Estudiante UTP

Objetivo: Con esta entrevista se aportará a la elaboración de un trabajo de grado para MBA de la universidad Eafit, los participantes fueron elegidos por su perfil como población objetiva para el proyecto a estructurar con relación a la vivienda estudiantil. La información recolectada tiene fines solamente académicos.

Introducción del entrevistador

Preguntas:

- 1- ¿Es usted foráneo? ¿De qué lugar del país viene?
- 2- ¿Actualmente se aloja en qué tipo de vivienda? ¿Por qué?
- 3- ¿Cuánto tiempo lleva usando su alojamiento? ¿Ha cambiado de alojamiento varias veces? ¿Por qué?
- 4- ¿Qué tan importante es vivir cerca de la universidad para usted? ¿Qué aspectos de vivir en su actual alojamiento ha disfrutado más y qué no?
- 5- ¿Cómo fue la experiencia para conseguir el alojamiento? ¿Cómo obtuvo la información para conseguirlo?
- 6- ¿Cómo le parecen los costos de los alojamientos? ¿Cuánto paga actualmente?
- 7- ¿Qué tan importante es para usted contar con un alojamiento amoblado? ¿Qué le gustaría tener en la habitación del alojamiento?
- 8- ¿Le parece mejor tener los servicios incluidos en el costo del alojamiento?
- 9- ¿Cuáles son los servicios que usted requiere para estar cómodo en su alojamiento? ¿Cuáles le hacen falta actualmente?
- 10- ¿Dónde adquiere sus comidas? ¿Dónde prefiere tomarlas?
- 11- ¿Cuenta con algún medio de transporte?
- 12- ¿Dónde lava su ropa? ¿Qué tan importante sería tener una lavandería en su alojamiento?
- 13- ¿Qué tan importante es tener un sitio de estudio en el alojamiento? ¿Si es importante lo prefiere dentro o fuera de la habitación?
- 14- ¿Actualmente usted hace el aseo de su alojamiento o lo hace otra persona? ¿Este aseo está incluido en la tarifa del alojamiento?
- 15- ¿Su alojamiento actual cuenta con zonas sociales?
- 16- ¿Qué mejoraría en su actual alojamiento para hacerla más cómoda y satisfactoria?
- 17- ¿Cuáles cree que son los mayores desafíos de vivir en una residencia estudiantil?
- 18- ¿Finalmente, ¿cómo imagina usted su alojamiento ideal? ¿Qué debería incluir?

Cierre y agradecimientos

Respuestas:

- 1- Sí soy foráneo, vengo de un municipio cercano, de la Tebaida Quindío, pero se me imposibilita viajar a diario por complicaciones en transporte y el tiempo que me demoro en hacer el recorrido.
- 2- Actualmente me alojo en casa de familia, rento un cuarto amoblado básico. Desde de que llegue a Pereira encontré el sitio y allí me quede. Me agrada el ambiente y la persona que renta está muy pendiente de mí.
- 3- El alojamiento lo uso desde que llegue a Pereira ya unos 2 años y medio aproximadamente. No he cambiado de alojamiento. Estoy bien cómodo y seguro, apenas para lo que necesito.
- 4- Es importante para mí vivir cerca de la universidad por el tiempo que ahorro en traslados, el dinero que ahorro y el sector me parece seguro. Es un ambiente muy universitario. Lo que he disfrutado más es la cercanía a la Universidad y lo seguro del sector.
- 5- La experiencia para conseguir el alojamiento fue un poco larga, vinimos varias veces a Pereira a ver el sector a averiguar, finalmente conseguí una recomendación de un conocido para alojarme al lado de donde estoy actualmente pero no me gusto el sitio entonces me recomendaron el sitio en donde estoy hoy.
- 6- Los costos de los alojamientos en la zona son muy variables y dependen mucho de las cosas que tengan incluidas, creo que con lo que me incluye el mío está bien. Hoy estoy pagando \$500.000. tengo el cuarto amoblado básico y el lavado de la ropa.
- 7- Es muy importante tener el cuarto amoblado, por lo menos lo básico: cama, mesa de noche, closet, escritorio y tv. Me gustaría contar con TV con plataformas, full internet, escritorio, silla, cama cómoda, closet y baño privado.
- 8- Si, lo mejor es tener todo incluido para estar claros en el alcance del alojamiento.
- 9- Para estar bien creo que necesito: agua, energía, internet, plataformas, aseo, lavado ropa y acceso a cocina. Ahora no tengo plataformas ni el lavado de ropa.
- 10- Actualmente preparo algunas de mis comidas en la cocina del alojamiento y a veces como en los restaurantes cercanos donde realmente la comida es a buen precio.
- 11- No, no tengo medio de transporte, no lo veo necesario.
- 12- La ropa me la lavan en el alojamiento una parte y lo demás lo llevo a mi casa cada fin de semana que viaje a la Tebaida.
- 13- Pues creo importante tener un escritorio en la habitación para hacer algunas cosas, pero realmente la universidad esta muy cerca y allí hago casi todo lo académico.
- 14- El aseo está incluido en el costo del alojamiento, lo hace la señora que me renta.
- 15- El alojamiento no cuenta con zonas sociales, es una casa de familia y pues lo que tiene social es prácticamente privado, aunque creo que con autorización podría usar algunas cosas y hacer algunas cosas extras. Pero no está incluido.
- 16- Mejoraría la cocina, me gusta hacer de comer un poco y siento que es muy limitado el acceso a muchos utensilios. Definitivamente pondría agua caliente

y me gustaría estar mas aislado de la duela del alojamiento, tener mas privacidad.

- 17- El mayor desafío es la responsabilidad pues ya uno se empieza a independizar y no tiene que ser mas adulto en muchas cosas. Por eso me parece importante tener un manual de convivencia para no tener problemas ni con el que renta ni con los compañeros que también viven allí.
- 18- Definitivamente pienso que uno como estudiante requiere solo lo básico para hacer su vida universitaria bien, para tampoco incurrir mucho en costos altos pues eso lo paga mi familia. Creo que seria un alojamiento privado, con reglas claras y con las cosas que ya indiqué en una pregunta anterior.

## Anexo 4. Resultado entrevista perfil C

Fecha: 28-04-24

Hora: 04:15 pm

Lugar (ciudad y sitio específico): Barrio Álamos, Pereira

Nombre entrevistador: Julian Toro

Nombre entrevistado: Angela Correa

Edad: 19 años

Ocupación: Estudiante UTP

Objetivo: Con esta entrevista se aportará a la elaboración de un trabajo de grado para MBA de la universidad Eafit, los participantes fueron elegidos por su perfil como población objetiva para el proyecto a estructurar con relación a la vivienda estudiantil. La información recolectada tiene fines solamente académicos.

Introducción del entrevistador

Preguntas:

- 1- ¿Es usted foráneo? ¿De qué lugar del país viene?
- 2- ¿Actualmente se aloja en qué tipo de vivienda? ¿Por qué?
- 3- ¿Cuánto tiempo lleva usando su alojamiento? ¿Ha cambiado de alojamiento varias veces? ¿Por qué?
- 4- ¿Qué tan importante es vivir cerca de la universidad para usted? ¿Qué aspectos de vivir en su actual alojamiento ha disfrutado más y qué no?
- 5- ¿Cómo fue la experiencia para conseguir el alojamiento? ¿Cómo obtuvo la información para conseguirlo?
- 6- ¿Cómo le parecen los costos de los alojamientos? ¿Cuánto paga actualmente?
- 7- ¿Qué tan importante es para usted contar con un alojamiento amoblado? ¿Qué le gustaría tener en la habitación del alojamiento?
- 8- ¿Le parece mejor tener los servicios incluidos en el costo del alojamiento?
- 9- ¿Cuáles son los servicios que usted requiere para estar cómodo en su alojamiento? ¿Cuáles le hacen falta actualmente?
- 10- ¿Dónde adquiere sus comidas? ¿Dónde prefiere tomarlas?
- 11- ¿Cuenta con algún medio de transporte?
- 12- ¿Dónde lava su ropa? ¿Qué tan importante sería tener una lavandería en su alojamiento?
- 13- ¿Qué tan importante es tener un sitio de estudio en el alojamiento? ¿Si es importante lo prefiere dentro o fuera de la habitación?
- 14- ¿Actualmente usted hace el aseo de su alojamiento o lo hace otra persona? ¿Este aseo está incluido en la tarifa del alojamiento?
- 15- ¿Su alojamiento actual cuenta con zonas sociales?
- 16- ¿Qué mejoraría en su actual alojamiento para hacerla más cómoda y satisfactoria?
- 17- ¿Cuáles cree que son los mayores desafíos de vivir en una residencia estudiantil?
- 18- ¿Finalmente, como imagina usted su alojamiento ideal? ¿Qué debería incluir?

Cierre y agradecimientos

Respuestas:

- 1- Si, soy foránea, vengo de Marsella Risaralda
- 2- Actualmente me alojo en aparta estudio. Porque me parece más como, es más espacioso que otros tipos de alojamientos.
- 3- Llevo viviendo 1 año aproximadamente, ya cambié de alojamiento, anteriormente vivía en un coliving. Cambie por que el aparta estudio me cuesta menos por más espacio y en la misma zona.
- 4- Vivir cerca de la universidad es básico para cualquier foráneo, es muy importante. He disfrutado tener más espacio, realmente todo está bien. La ubicación y el costo está bien para mí.
- 5- La experiencia ha sido sencilla ya que en redes pude encontrar mi primer alojamiento y una vez vi la oportunidad de cambiarme a algo más grande lo hice sin dificultad. Los contratos son cómodos y se pueden hacer mes a mes, semestral o anual.
- 6- El costo del alojamiento inicial del coliving me pareció un poco alto, pero ahora en el apartamento que estoy me parece bien. Antes en el coliving pagaba por la habitación más básica \$1.200.000 y en el apartamento pago \$1.000.000.
- 7- Pienso que todo alojamiento para estudiantes debe estar amoblado, uno no puede estar trayendo cosas desde su lugar de origen. Me gustaría tener: cama, escritorio pequeño, cocina equipada, mesa de noche y closet.
- 8- Si, lo mejor es tener todo incluido respecto a servicios básicos, pero pienso que hay unos servicios que se deben cobrar extra si se usaran como: lavandería, parqueadero y alimentación. Para mí el aseo es básico.
- 9- Los servicios que me brindan comodidad son: energía, agua, gas, aseo e internet. No me hace falta ninguno y están todos incluidos en mi canon mensual.
- 10- Algunas comidas las preparo en la cocina de mi apartamento y algunas veces como afuera donde se tienen restaurantes para todos los gustos y bolsillos. La oferta gastronómica es bastante amplia en la zona universitaria. Cuando hablo de la zona universitaria me refiero a Álamos y Ciudad Jardín.
- 11- No, no tengo transporte y no es necesario pues todo está muy cerca incluso el terminal de transportes cuando uno va a su sitio de origen. Al terminal se pude llegar caminando sin ningún problema.
- 12- La ropa la lavo en Marsella cada fin de semana, aunque en la zona también hay varias lavanderías y a veces hago uso de ellas.
- 13- Pues sí me parece importante el escritorio básico en el apartamento, pero realmente por la cercanía a la Universidad casi todo lo académico lo realizado allá incluyendo las reuniones académicas con mis compañeros. El escritorio lo prefiero dentro de la habitación.
- 14- Actualmente el aseo lo realizo yo, pero en el coliving lo hacen una vez por semana y está dentro de la tarifa mensual. Si se quiere más días se paga extra.
- 15- Cuenta con una zona social muy básica y creo que tampoco son tan necesarias porque la mayoría de gente se encuentra en los sitios que quedan alrededor de la universidad.
- 16- Lo único que le colocaría sería la lavandería, de resto todo está bien para mí.
- 17- Aprender a hacer las cosas por uno mismo, pero si uno tiene la posibilidad de ayudarse con servicios extras mejor aún, me refiero a alimentación, lavandería y aseo.

18- Mi alojamiento ideal tendría: un precio cómodo que no supere \$1.000.000, que este amoblado, que tenga una cocina, escritorio, servicios básicos, aseo extra, parqueadero extra, baño privado siempre (esto es básico dentro de todos los alojamientos), nevera y seguridad (cámaras y alguien responsable). Un dato super importante es que tenga muy buena ventilación.

## Anexo 5. Canvas, modelo de negocio vivienda estudiantil con análisis de fuerzas.

