



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE LA MIXTECA**

**PROPUESTA DE UN MODELO DE NEGOCIOS DE SERVICIOS DE  
ARRENDAMIENTO INMOBILIARIO APLICANDO LA METODOLOGÍA  
CANVAS PARA ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS EN LA AGENCIA  
ACATLIMA, OAXACA**

**TESIS  
PARA OBTENER EL GRADO DE  
MAESTRA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS**

**PRESENTA  
L. C. E. TANIA MÓNICA YESCAS PACHECO**

**DIRECTOR DE TESIS  
M. D. F. JUAN ARTURO VARGAS SANTIAGO**

**HEROICA CIUDAD DE HUAJUAPAN DE LEÓN, OAXACA, NOVIEMBRE DE 2023**



## DEDICATORIA

*A Dios.*

*A mi esposo, Didier.*

*A mis tíos, Iván y Carla.*

*A mis abuelos Antonia y Julio.*

*A Garu, Bagheera y Benito.*



## AGRADECIMIENTOS

A la Universidad Tecnológica de la Mixteca por ser mi casa durante siete años.

A los alumnos de las carreras de Ciencias Empresariales, Física, Ingeniería Industrial, Diseño y Mecatrónica por su confianza y amabilidad.

A mi director de tesis, M. D. F. Juan Arturo Vargas Santiago, por su tiempo, profesionalismo y amistad.

A mis sinodales: M. A. María del Carmen Bartolo Moscosa, por sus comentarios, dedicación, profesionalismo y amistad. A la Dra. Ivonne Maya Espinoza, por su apoyo, paciencia y valiosos consejos. A la Dra. Cecilia Ibarra Cantú, por sus aportaciones para el enriquecimiento de esta tesis. Al M. A. C. Itzcóatl Bolaños Gómez, por sus acertados comentarios. Al M. A. N. Martín Reyes García por sus comentarios.

A mis tíos, Dr. Iván Antonio García Pacheco y Dra. Carla Leninca Pacheco Agüero por su amor y apoyo incondicional.

A mi abuelita, Prof. Antonia Agüero Méndez por su apoyo y cariño.

A Didier, por su apoyo, compañía e inmenso amor.

A mis profesoras, Dra. Mónica Teresa Espinosa Espíndola, Dra. Yannet Paz Calderón y Dra. María de Rosario Barradas Martínez, por los valiosos conocimientos transmitidos.

A mis amigos por su compañía, compañerismo y apoyo: Héctor Alfredo, Eduardo Alberto, Luis Diego, Cynthia, Brallan y Miguel Ángel.

Al Consejo Nacional de Humanidades, Ciencias y Tecnologías (CONAHCYT) por el otorgamiento de una beca para la realización de mis estudios de maestría.



# ÍNDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO 1. METODOLOGÍA.....	4
1.1.    PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	4
1.2.    JUSTIFICACIÓN.....	10
1.2.1.    RELEVANCIA .....	10
1.2.2.    PERTINENCIA .....	11
1.3.    OBJETIVOS .....	12
1.3.1.    OBJETIVO GENERAL.....	12
1.3.2.    OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	12
1.4.    METODOLOGÍA .....	13
1.4.1.    DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN .....	13
1.4.2.    POBLACIÓN Y MUESTRA.....	14
1.4.3.    INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN.....	14
1.4.4.    RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN Y PROCESAMIENTO DE LOS DATOS .....	15
1.5.    CONSIDERACIONES DEL CAPÍTULO.....	21
CAPÍTULO 2. MODELO DE NEGOCIOS .....	22
2.1.    CONCEPTO.....	22
2.2.    MODELO CANVAS .....	23
2.3.    ELEMENTOS.....	26
2.3.1.    SEGMENTO DE MERCADO.....	26
2.3.2.    PROPUESTA DE VALOR.....	30
2.3.3.    CANALES DE DISTRIBUCIÓN.....	33
2.3.4.    RELACIÓN CON CLIENTES.....	34
2.3.5.    FUENTES DE INGRESOS.....	34
2.3.6.    RECURSOS CLAVE .....	35
2.3.7.    ACTIVIDADES CLAVE .....	36

2.3.8.	ASOCIACIONES CLAVE .....	37
2.3.9.	ESTRUCTURA DE COSTOS .....	38
2.4.	REVISIÓN DE TRABAJOS ANÁLOGOS .....	39
2.5.	CONSIDERACIONES DEL CAPÍTULO.....	45
<b>CAPÍTULO 3. ARRENDAMIENTO .....</b>		<b>46</b>
3.1.	CONCEPTO Y CARACTERÍSTICAS .....	46
3.2.	TIPOS DE ARRENDAMIENTO .....	47
3.3.	NORMATIVIDAD DE ARRENDAMIENTO A NIVEL FEDERAL.....	48
3.4.	NORMATIVIDAD DE ARRENDAMIENTO A NIVEL ESTATAL .....	52
3.5.	NORMATIVIDAD DE ARRENDAMIENTO A NIVEL MUNICIPAL .....	53
3.6.	CONSIDERACIONES DEL CAPÍTULO.....	54
<b>CAPÍTULO 4. NORMATIVIDAD DE CONSTRUCCIÓN PARA VIVIENDAS EN MÉXICO.....</b>		<b>55</b>
4.1.	CONCEPTO DE VIVIENDA .....	55
4.2.	ASPECTOS POR CONSIDERAR PARA UNA VIVIENDA ADECUADA.....	56
4.3.	NORMATIVIDAD DE VIVIENDA A NIVEL FEDERAL .....	58
4.4.	NORMATIVIDAD DE VIVIENDA A NIVEL ESTATAL .....	65
4.5.	NORMATIVIDAD DE VIVIENDA A NIVEL MUNICIPAL .....	71
4.6.	CONSIDERACIONES DEL CAPÍTULO .....	71
<b>CAPÍTULO 5. RESULTADOS .....</b>		<b>73</b>
5.1.	ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	73
<b>CAPÍTULO 6. PROPUESTA DE MODELO DE NEGOCIOS .....</b>		<b>94</b>
6.1	PROPUESTA .....	94
•	6.1.1 SEGMENTO DE CLIENTES .....	95
•	6.1.2. PROPUESTA DE VALOR .....	97
•	6.1.3 CANALES DE DISTRIBUCIÓN.....	119
•	6.1.4 RELACIÓN CON CLIENTES.....	121

• 6.1.5 ACTIVIDADES CLAVE.....	121
• 6.1.6 RECURSOS CLAVE .....	125
• 6.1.7 SOCIOS CLAVE.....	141
• 6.1.8 ESTRUCTURA DE COSTOS .....	142
• 6.1.9 FUENTES DE INGRESO .....	145
CONCLUSIÓN.....	149
REFERENCIAS .....	152
APÉNDICE 1 .....	161
APÉNDICE 2 .....	164
APÉNDICE 3 .....	171
APÉNDICE 4 .....	177
APÉNDICE 5 .....	184
APÉNDICE 6 .....	188



## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.1 <i>Mapa de Instituciones de Educación Superior en México y la Densidad Poblacional</i> .....	5
Figura 1.2 <i>Mapa de Instituciones de Educación Superior y Densidad poblacional en Oaxaca</i> .....	7
Figura 1.3 <i>Metodología del análisis de contenido</i> .....	16
Figura 1.4 <i>Fases del design thinking</i> .....	18
Figura 1.5 <i>Lienzo de la propuesta de valor del modelo Canvas</i> .....	19
Figura 1.6 <i>Metodología utilizada</i> .....	20
Figura 2.1 <i>Modelo de negocios Canvas</i> .....	25
Figura 5.1 <i>Redes sociales utilizadas con mayor frecuencia</i> .....	74
Figura 5.2 <i>Zona de arrendamiento en Acatlima</i> .....	75
Figura 5.3 <i>Zona de arrendamiento en Acatlima actual y preferida</i> .....	76
Figura 5.4 <i>Nivel de satisfacción de los entrevistados respecto al lugar que arriendan actualmente</i> .....	77
Figura 5.5 <i>Tiempo que los entrevistados tienen viviendo en el mismo lugar</i> .....	78
Figura 5.6 <i>Relación costo beneficio de los espacios arrendados</i> .....	79
Figura 5.7 <i>Diagrama de afinidad sobre la experiencia de los entrevistados arrendando en Acatlima</i> .....	81
Figura 5.8 <i>Tipo de establecimientos de los que los entrevistados preferirían recibir cupones</i> .....	82
Figura 5.9 <i>Orden de importancia de los servicios dentro del pago de renta</i> .....	83
Figura 5.10 <i>Espacios comunes sugeridos por los entrevistados para un edificio de arrendamiento</i> .....	84

Figura 5.11 <i>Importancia de las tareas del consumidor</i> .....	85
Figura 5.12 <i>Alegrías del consumidor</i> .....	87
Figura 5.13 <i>Frustraciones del consumidor</i> .....	89
Figura 5.14 <i>Elementos del edificio ideal de acuerdo con las percepciones de los entrevistados</i> .....	91
Figura 5.15 <i>Elementos de la habitación ideal de acuerdo con las percepciones de los entrevistados</i> .....	92
Figura 6.1 <i>Propuesta de modelo de negocios</i> .....	94
Figura 6.2 <i>Perfil del cliente</i> .....	97
Figura 6.3 <i>Diagrama de la planta baja del edificio</i> .....	100
Figura 6.4 <i>Diagrama de la planta alta del edificio</i> .....	101
Figura 6.5 <i>Diagrama de la azotea</i> .....	102
Figura 6.6 <i>Diagrama del edificio en 3D</i> .....	103
Figura 6.7 <i>Diagrama de la habitación en 2D</i> .....	104
Figura 6.8 <i>Prototipo de la habitación en 3D</i> .....	105
Figura 6.9 <i>Diagrama del cuarto de baño en 2D</i> .....	106
Figura 6.10 <i>Prototipo del cuarto de baño</i> .....	107
Figura 6.11 <i>Diagrama del cuarto de lavado en 2D</i> .....	108
Figura 6.12 <i>Prototipo del área de lavado en 3D</i> .....	109
Figura 6.13 <i>Prototipo de la azotea: área de tendederos</i> .....	110
Figura 6.14 <i>Diagrama de la cocina común en 2D</i> .....	111
Figura 6.15 <i>Prototipo de la cocina común en 3D</i> .....	112
Figura 6.16 <i>Diagrama de la oficina en 2D</i> .....	113
Figura 6.17 <i>Prototipo de la oficina en 3D</i> .....	114

Figura 6.18 <i>Diagrama del local en 2D</i> .....	115
Figura 6.19 <i>Prototipo del local en 3D</i> .....	116
Figura 6.20 <i>Prototipo de la terraza en 3D</i> .....	117
Figura 6.21 <i>Flyer promocional del edificio</i> .....	120



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 2.1 <i>Canales de distribución de acuerdo con Osterwalder y Pigneur</i> .....	33
Tabla 2.2 <i>Revisión de trabajos análogos</i> .....	41
Tabla 4.1 <i>Criterios para considerar que se cuenta con un espacio vital suficiente, acceso a agua mejorada y saneamiento adecuado</i> .....	57
Tabla 4.2 <i>Medidas generales aplicadas a cada espacio de la edificación</i> .....	62
Tabla 4.3 <i>Criterios mínimos de predios, dimensiones, iluminación y ventilación, circulaciones, accesos y salidas</i> .....	66
Tabla 6.1 <i>Perfil del cliente</i> .....	95
Tabla 6.2 <i>Cuadro resumen de los elementos de la propuesta de valor</i> .....	98
Tabla 6.3 <i>Comparación de servicios de streaming</i> .....	118
Tabla 6.4 <i>Recursos clave de habitación</i> .....	125
Tabla 6.5 <i>Recursos clave de baño</i> .....	129
Tabla 6.6 <i>Recursos clave de oficina</i> .....	131
Tabla 6.7 <i>Recursos clave de terraza</i> .....	134
Tabla 6.8 <i>Recursos clave del área de lavado</i> .....	135
Tabla 6.9 <i>Recursos clave del área de cocina</i> .....	138
Tabla 6.10 <i>Proveedores de servicios de internet</i> .....	141
Tabla 6.11 <i>Estructura de costos</i> .....	143
Tabla 6.12 <i>Determinación de la inversión inicial</i> .....	144
Tabla 6.13 <i>Determinación de ingresos por el arrendamiento de habitaciones y locales</i> ..	147
Tabla A1.2 <i>Operacionalización de variables del modelo Canvas</i> .....	161
Tabla A3.1 <i>Cédula de depreciación de activos</i> .....	171
Tabla A3.2 <i>Cédula de amortización</i> .....	171

Tabla A3.3 <i>Determinación del costo de prestación del servicio</i> .....	172
Tabla A3.4 <i>Determinación de gastos de administración</i> .....	173
Tabla A3.5 <i>Determinación de gastos de venta</i> .....	173
Tabla A3.6 <i>Cotización de activos</i> .....	174
Tabla A3.7 <i>Determinación del capital de trabajo</i> .....	175

## **GLOSARIO DE ABREVIATURAS**

CCEO: Código Civil del Estado de Oaxaca.

CCF: Código Civil Federal.

CEV: Código de Edificación de Vivienda.

CFDI: Comprobantes Fiscales Digitales por Internet.

CFE: Comisión Federal de Electricidad.

CONAVI: Comisión Nacional de Vivienda.

CONEVAL: Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social.

CPEUM: Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

DOF: Diario Oficial de la Federación.

INEGI: Instituto Nacional de Estadística y Geografía.

ISR: Impuesto Sobre la Renta.

ITESM: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey.

IVA: Impuesto al Valor Agregado.

LISR: Ley del Impuesto Sobre la Renta.

MAN: Maestría en Administración de Negocios.

ONU: Organización de las Naciones Unidas.

SCIAN: Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte.

SEDESOL: Secretaría de Desarrollo Social.

SEP: Secretaría de Educación Pública.

SIC: Sistema de Información Cultural.

UTM: Universidad Tecnológica de la Mixteca.

# INTRODUCCIÓN





## INTRODUCCIÓN

En México las Instituciones de Educación Superior (IES) se concentran en las ciudades principalmente, mientras que una gran parte de la población se encuentra dispersa (Sistema de Información Cultural, 2021; INEGI, 2008). Lo que motiva a los jóvenes a migrar de su lugar de origen hacia las ciudades donde se localizan las instituciones que ofertan la carrera de su preferencia y es ahí donde pasan la mayor parte del tiempo para culminar sus estudios, si bien, dejan su casa, su familia y en muchas ocasiones, las comodidades del hogar, ahora requieren de un espacio que reúna los servicios básicos, y que esté en condiciones adecuadas en cuanto a tamaño, color, ventilación e iluminación, para que los estudiantes se sientan cómodos y puedan aprovechar mejor su estancia.

La Universidad Tecnológica de la Mixteca (UTM) se ubica en la Heroica Ciudad de Huajuapán de León, Oaxaca, cuenta con una matrícula total de 1,798 alumnos, de los cuales, el Departamento de Servicios Escolares de dicha institución estima que entre un 65-70% proceden de un lugar diferente de la ciudad de Huajuapán de León (Servicios Escolares UTM, mediante una entrevista, 20 de octubre de 2021).

Adicionalmente, en octubre de 2021 se encuestó a cincuenta alumnos a nivel licenciatura, considerando el semestre que cursan, elegidos por conveniencia, sumando un total de cincuenta personas, de las cuales 84% viven en la agencia Acatlima, lugar donde se ubica la universidad y 90% manifestó que las condiciones no son óptimas ya que, presentan deficiencias en cuestión de servicios, tamaño, ubicación, diseño de espacios y relación calidad- precio. Además, se aplicaron entrevistas semiestructuradas a diez arrendadores de Acatlima sobre su experiencia, quienes manifestaron de manera general que ofrecen el servicio de manera empírica y que no toman en cuenta las necesidades de los usuarios.

El objetivo de la presente investigación fue diseñar una propuesta de modelo de negocios aplicando la metodología Canvas a servicios inmobiliarios para estudiantes universitarios que radiquen en la Agencia Acatlima, Oaxaca. La investigación fue de tipo cualitativa y descriptiva, ya que se conocieron necesidades y preferencias de los alumnos foráneos a nivel licenciatura de la UTM en cuanto a servicios de arrendamiento y se formuló una propuesta acorde a ello. Además, es sincrónica debido a que se recolectaron y analizaron las variables en un solo momento.

Se trata de una propuesta original porque los estudios publicados hasta el día de hoy se orientan hacia el servicio de intermediación entre arrendadores y arrendatario. Mientras que, en la presente propuesta no se recurre a intermediarios. Asimismo, no existen investigaciones al respecto en un contexto socioeconómico parecido al de Huajuapán de León, Oaxaca. La aportación al conocimiento radica en un nuevo modelo de negocios para servicios de arrendamiento inmobiliario considerando la situación actual que se presenta en Acatlima.

Los principales resultados obtenidos marcaron la pauta para establecer los nueve módulos del lienzo Canvas que se espera sea de utilidad para las personas que piensan construir un edificio de renta en Acatlima, y como una referencia de consulta para que los arrendadores existentes puedan detectar las áreas de oportunidad que pueden mejorar en el servicio que actualmente están ofertando.

El presente documento está integrado por cinco capítulos, el primero de ellos titulado Metodología, donde se aborda el planteamiento del problema, la justificación que está dividida en pertinencia y relevancia, el objetivo general, los objetivos específicos y la metodología.

Posteriormente se encuentra el Capítulo II, el cual aborda el concepto de modelo de negocios

y las generalidades del Modelo Canvas. El Capítulo III se refiere al concepto de arrendamiento, sus características y los tipos de arrendamiento.

En el Capítulo IV se describe lo relacionado a la normativa de construcción para viviendas en México, a nivel federal, estatal y local.

El Capítulo V corresponde al reporte de los resultados y a la propuesta del modelo de negocios.

Por último, se incluyen las conclusiones donde se destaca la importancia de haber conjuntado los elementos señalados por los entrevistados con la normatividad de construcción vigente en México, con la finalidad de diseñar un espacio que satisfaga adecuadamente las necesidades de los usuarios, propicie su desenvolvimiento académico y aporte a su calidad de vida.



# **CAPÍTULO 1.**

## **METODOLOGÍA**





## **CAPÍTULO 1. METODOLOGÍA**

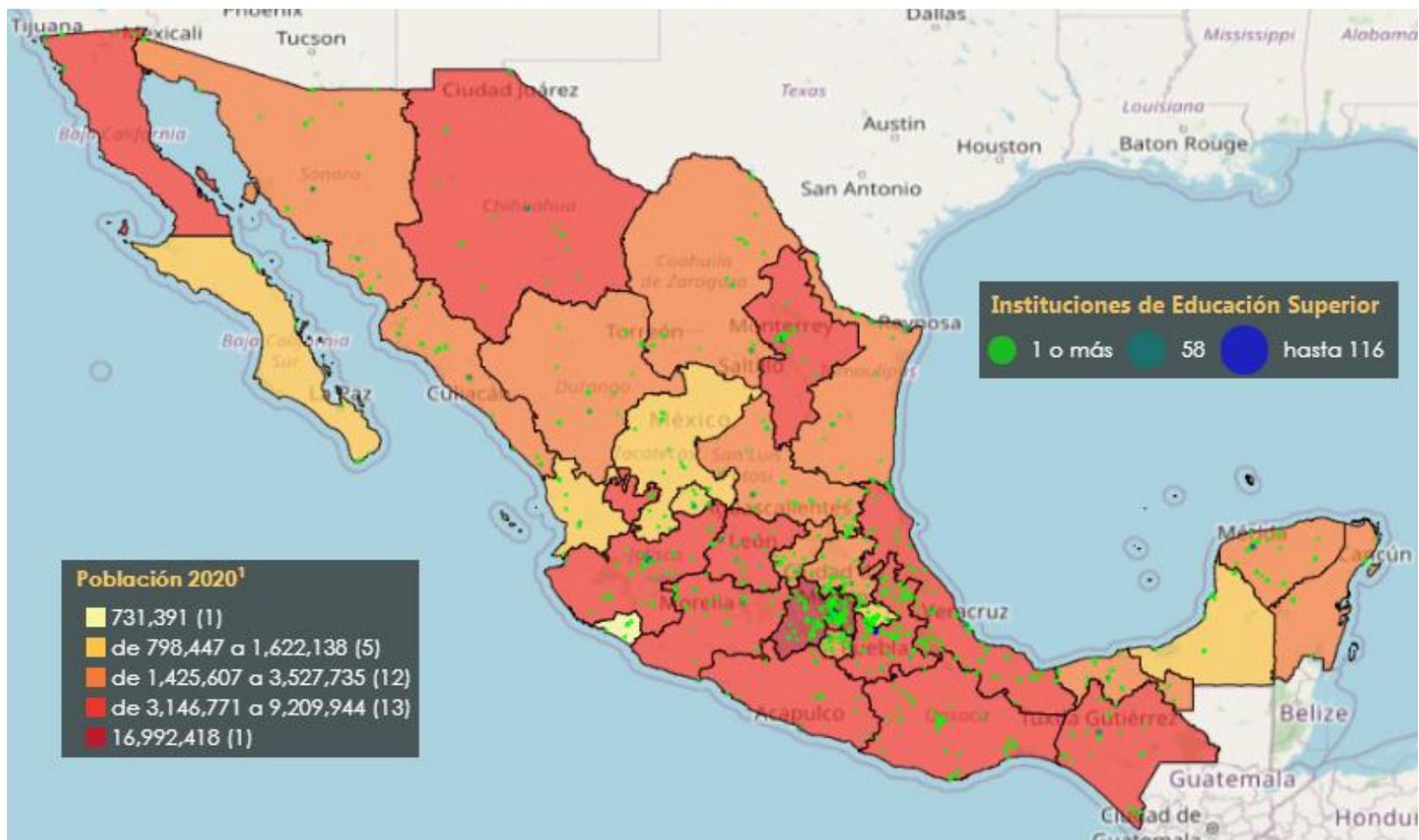
### **1.1. Planteamiento del problema**

De acuerdo con la Secretaría de Educación Pública (SEP, 2021), durante la última década comprendida entre los años 2010 a 2020, en México la matrícula de estudiantes de educación superior pasó de 2,981,313 alumnos a 4,030,616, lo que equivale a una tasa de crecimiento de 35.20%. Encabezando la lista a nivel nacional la Ciudad de México con una matrícula en el ciclo escolar 2019-2020 de 554,990 alumnos, seguida por Estado de México con 447,737 alumnos y en tercer lugar Jalisco con 252,355 estudiantes.

De acuerdo con el Sistema de Información Cultural (SIC, 2021), México cuenta con 1300 Instituciones de Educación Superior, de las cuales, la mayoría se encuentran concentradas alrededor de los centros urbanos o capitales de cada Estado como se puede observar en la figura 1.

**Figura 1.1**

*Mapa de Instituciones de Educación Superior en México y la Densidad Poblacional*



Nota. Adaptado de Mapa de Universidades en México, de Sistema de Información Cultural México, 2020, SIC (<https://sic.cultura.gob.mx/mapa.php?table=universidad>).

En cambio, la población se encuentra atomizada, de tal manera que el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2015) afirma que una de las características predominantes en el país es la dispersión de los habitantes en comunidades rurales pequeñas y aisladas, así como la acentuada y constante concentración en las áreas urbanas, esto debido a la desigualdad de recursos naturales y económicos, además de las marcadas diferencias sociales y políticas que se presentan en cada lugar geográfico.

Dada esta situación, los jóvenes se ven en la necesidad de migrar de su lugar de origen hasta las ciudades donde se ubican las universidades que ofertan las carreras de su interés. En dichos lugares deberán buscar el espacio que habitarán durante los años que dure su formación académica, el cual, debe proveer mínimamente los servicios básicos (agua, luz, gas e internet), tener las condiciones de color, ventilación, e iluminación adecuados, estar equipado con muebles para las actividades propias de un estudiante, y contar con áreas de esparcimiento y de uso común, así como contribuir para que el estudiante tenga una buena calidad de vida.

En el Estado de Oaxaca, de acuerdo con cifras de INEGI (2020) la densidad poblacional es de 44 personas por kilómetro cuadrado, se encuentra dentro de los diez estados con mayor dispersión de la población en relación con el espacio territorial. La mayor parte de la población se encuentra en zonas rurales aisladas de la capital del Estado. En cambio, la mayor parte de las instituciones de educación superior se encuentran concentradas alrededor de la capital, y de manera escasa en el resto de la entidad como en la figura 1.2.



En el noroeste del Estado de Oaxaca está ubicada la Heroica Ciudad de Huajuapán de León, Oaxaca, aproximadamente a 192.65 km de la capital de este, cuenta con una población de 77,547 habitantes y se posiciona como la quinta ciudad más poblada de la entidad.

En dicha ciudad se encuentra ubicada la Universidad Tecnológica de la Mixteca (UTM), una institución pública de educación superior que fue fundada en 1991 y que está localizada en la Agencia Acatlímica. La Asociación Nacional de Universidades e Instituciones Educación Superior (ANUIES) señala que en el ciclo escolar 2018-2019 esta universidad contaba aproximadamente con una matrícula de 1,798 estudiantes. Se estima que entre un 65-70% son foráneos, es decir, que proceden de un lugar de origen distinto a la Heroica Ciudad de Huajuapán de León (Servicios Escolares UTM, comunicación personal, 20 de octubre de 2021).

En octubre de 2021 se realizó un sondeo con alumnos y arrendadores de Acatlímica con la finalidad de conocer las condiciones actuales de los inmuebles, las áreas de oportunidad de estos, la experiencia y percepciones de los arrendadores. Se encuestó a cincuenta estudiantes foráneos de la Universidad Tecnológica de la Mixteca, diez de cada semestre impar a nivel licenciatura, elegidos por conveniencia. Aproximadamente 84% de los estudiantes encuestados se establecen en Acatlímica, y en dicho lugar rentan cuartos, departamentos e incluso casas, de acuerdo con sus necesidades y posibilidades económicas. Además, indican que, en su experiencia los diferentes lugares que han arrendado, incluso los edificios donde el monto de la renta es mayor presentan en algún momento escasez de servicios básicos (agua, gas o internet).

La Secretaría de Bienestar de Gobierno de México en 2022 señala que, en el municipio de Huajuapán de León, Oaxaca, aproximadamente 5,164 viviendas no cuentan con agua

entubada de la red pública, 200 viviendas no tienen acceso a la energía eléctrica y 345 no disponen de drenaje.

En una entrevista realizada a diez arrendadores de Acatlima en octubre de 2021, se obtuvo que los espacios de vivienda que actualmente se ofrecen en renta originalmente no estaban diseñados para tal fin ya que eran casas habitacionales que se fueron adecuando, conforme se incrementaba la matrícula universitaria, para satisfacer la demanda de estudiantes de un sitio donde habitar y para que sus dueños generaran un ingreso extra. De esta manera surgió una oportunidad de negocio para los dueños de inmuebles de convertirse en arrendadores, manteniendo por años el privilegio de ofertar los espacios habitacionales bajo sus propios términos y condiciones, ante la necesidad de los estudiantes.

La percepción de los alumnos sondeados que radican en Acatlima, el 90% considera que las condiciones no han sido óptimas, puesto que, presentan diversas deficiencias en cuestión de servicios, tamaño, ubicación, diseño de espacios y relación calidad- precio.

De la información proporcionada por los alumnos y las experiencias observadas durante los cinco años de hacer uso de los servicios de arrendamiento en Acatlima, se señala que, a pesar de no contar con un lugar que cumpla las características mínimas necesarias, los estudiantes se ven en la necesidad de contar con un espacio donde vivir, por lo que, rentan estos lugares sin importar las condiciones en las que se encuentren y de esta manera durante el ciclo escolar el cupo de los edificios en renta se encuentra normalmente lleno. Esto no incentiva a los arrendadores a mejorar su oferta de espacios de vivienda.

Las consecuencias de vivir en espacios no adecuados son un incremento en los niveles de depresión y estrés, llegando a propiciar las actitudes violentas y disminuye la autoestima de las personas e incrementa la posibilidad de sufrir trastorno por estrés postraumático (Banco Mundial, 2020). Situación que es perjudicial para jóvenes estudiantes que experimentan frecuentemente situaciones de tensión derivadas de sus labores académicas regulares.

Además, ONU- Hábitat (2023) menciona que vivir en un espacio con filtraciones de agua, propenso a deslaves, con muros de materiales débiles, piso de tierra o techo frágil; son factores que influyen en la salud física y psicológica de quienes ahí habitan a tal grado que puede desencadenar padecimientos como asma, depresión o tuberculosis (ONU Hábitat, 2023).

De lo anterior, se desprende el objetivo del presente trabajo, que es diseñar un modelo de negocios de servicios de arrendamiento para estudiantes universitarios, que combine el diseño de los espacios de arrendamiento y las necesidades de los estudiantes con la finalidad de generar un valor agregado para el mercado meta, en este caso, los universitarios foráneos.

## **1.2. Justificación**

### ***1.2.1. Relevancia***

La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM, 2021) en su artículo 4° establece el derecho de toda familia a disponer de una vivienda digna y decorosa; sin embargo, en la Ley de Vivienda no se especifican las características mínimas con las que ésta debe contar, tampoco existen actualmente normas u ordenamientos de las características indispensables para que un espacio sea adecuado para habitar.

En ese mismo sentido, esta investigación es relevante puesto que tiene valor teórico en tanto pretende conjuntar la norma y legislación existente para espacios habitacionales en general y aplicarlo para subsanar los vacíos doctrinales en cuanto a habitaciones estudiantiles.

La investigación que aquí se propone también tiene una relevancia social, ya que, contar con un modelo que permita diseñar espacios adecuados de vivienda estudiantil, puede beneficiar a aquellas personas que migran de sus comunidades de origen para estudiar.

La aplicación práctica de esta investigación es constituir un modelo de negocios que permita el diseño de espacios habitacionales, por lo que, resulta útil para los arrendadores.

### ***1.2.2. Pertinencia***

La pertinencia de la presente investigación se aborda bajo dos enfoques: su importancia en el contexto actual y la relación que tiene el tema con la Maestría en Administración de Negocios (MAN).

Es pertinente en el contexto actual de la pandemia por Covid-19 la propuesta de modelo de negocios, ya que se considerarán las disposiciones emitidas por las autoridades sanitarias para evitar la propagación de virus. Considerando la situación económica actual, derivada de la crisis sanitaria se pueden conceder facilidades de pago a los estudiantes, tarifas accesibles y descuentos por pago anticipado.

El tema de investigación que se plantea en este documento es pertinente dentro de la MAN, ya que se relaciona con las siguientes materias: Introducción a la Administración, Entorno Económico de la Empresa, Administración de Empresas Familiares, Ética para los Negocios y Responsabilidad Social, Investigación de Mercado y Mercadotecnia Estratégica, Aspectos

Legales para la Administración de Negocios y Administración Estratégica de la Cadena de Valor.

### **1.3. Objetivos**

#### ***1.3.1. Objetivo general***

Diseñar una propuesta de modelo de negocios de servicios de arrendamiento inmobiliario para estudiantes universitarios en la Agencia Acatlima, Oaxaca, aplicando la metodología Canvas.

#### ***1.3.2. Objetivos específicos***

1. Realizar investigación teórica sobre el concepto de modelo de negocios, la metodología Canvas, el concepto de arrendamiento y su clasificación.
2. Conocer el marco normativo de la construcción de vivienda en México a nivel federal, estatal y municipal.
3. Identificar los requerimientos generales de habitabilidad de un espacio de arrendamiento para estudiantes de nivel superior por medio de entrevistas semi estructuradas.
4. Diseñar una propuesta de modelo de negocios utilizando la metodología Canvas para satisfacer las necesidades del segmento de clientes.

## **1.4. Metodología**

### ***1.4.1. Diseño de la investigación***

La presente investigación es de tipo cualitativa porque se recabaron datos sobre las características más importantes para los estudiantes universitarios en cuanto a servicios inmobiliarios. Esto debido a que “el método cualitativo se enfoca en comprender los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con su contexto” (Hernández et al., 2014, p. 358), de igual manera, la investigación cualitativa coadyuvará a comprender los fenómenos sociales, estos tienen distintas formas de entenderse mediante las diferentes formas de interpretar a las personas a las que se investigan, y marca la pauta para sumergirse en la intimidad de los individuos, develando información que permanecía oculta (Izcara, 2014).

Su alcance es descriptivo ya que su objetivo es configurar un modelo de negocios que reúna las características que satisfagan las necesidades del segmento de clientes a atender, la relación que se busca con los mismos, los recursos clave y las actividades necesarias que constituyan una propuesta de valor diferenciada. El alcance descriptivo de acuerdo con Hernández et al. (2014) busca determinar las propiedades, las características y los perfiles de los individuos, comunidades, grupos, objetos, procesos o algún fenómeno que sean susceptibles de análisis.

El estudio es de corte transeccional dado que se recolectaron datos y se analizaron las variables recabadas en un solo momento. Al respecto, Hernández et al. (2010) mencionan que el propósito de este tipo de estudio es describir los elementos y analizar la incidencia e interrelación en un momento determinado en el tiempo.

#### ***1.4.2. Población y muestra***

La población objeto de estudio son los alumnos de licenciatura de la Universidad Tecnológica de la Mixteca, con el fin de apreciar las características que son más importantes para ellos al arrendar, su experiencia y percepciones en espacios de arrendamiento. El muestreo fue intencional. La cantidad de informantes se conoció hasta el momento en que se llegó a saturación, es decir, cuando el discurso de los nuevos informantes comenzó a ser repetitivo y no aportó nueva información (Morse, 2005).

#### ***1.4.3. Instrumento de investigación***

Para esta investigación se elaboró un guion de preguntas para conocer datos sobre el perfil del cliente, de manera general y específica, en cuanto a sus necesidades, preferencias y deseos sobre el servicio de arrendamiento (Apéndice 1 y 2). Se realizaron preguntas abiertas para empatizar, de acuerdo con Rubinovicz (2022), señala que para entender un fenómeno no sólo es necesaria la recolección de datos y estadísticas, sino también, se requiere de analizar situaciones, buscando identificar tareas del usuario y su entorno, y comprender la vida de los usuarios, así como, los diferentes problemas y necesidades que poseen. Estos elementos convergen con el perfil del cliente del modelo Canvas donde se detallan las tareas del usuario, sus alegrías y frustraciones (Osterwalder, 2015).

Los elementos que se consideraron para la entrevista por arrendamiento son: el tipo de inmueble arrendado, la ubicación actual, la ubicación que considera con mayores ventajas, su experiencia rentando, el nivel de satisfacción, aspectos que creen pertinentes mejorar y la modalidad del pago de renta.

En cuanto a la propuesta de valor, se consideraron los aspectos más importantes que influyen en la elección del lugar donde arrendar, el grado de importancia de cada servicio para los estudiantes, los espacios comunes básicos, la descripción de la habitación ideal donde rentar, aspectos del edificio, la importancia de la atención personalizada y el monto que estarían dispuestos a pagar por un cuarto o departamento con las características solicitadas.

El modelo Canvas planteado por Osterwalder (2010) presenta de manera esquemática nueve elementos que debe contener la propuesta a fin de crear valor para los clientes, sin embargo, no indica cómo se deben interpretar los datos recolectados. Por ello, fue necesario conjuntar dos metodologías<sup>1</sup> para el ordenamiento de los datos, el análisis e interpretación. Dichas metodologías son: el análisis de contenido y el design thinking.

Para el análisis de datos obtenidos, se empleó el análisis de contenido, que de acuerdo con Fernández (2002) es una metodología centrada en entender las acciones humanas mediante las relaciones descriptivas de la realidad que resultan del análisis textual, que procede de la transcripción de las entrevistas aplicadas. Es decir, que la realidad es producida por los sujetos y el investigador sociológico hace un gran esfuerzo por interpretarla, con la finalidad de lograr una teoría.

#### ***1.4.4. Recolección de la información y procesamiento de los datos***

Se realizó la recolección de datos mediante entrevistas semiestructuradas a 18 estudiantes de la Universidad Tecnológica de la Mixteca (UTM), de noveno, séptimo y quinto semestre,

---

<sup>1</sup> Metodología se refiere al conjunto de procedimientos racionales utilizados para alcanzar el objetivo o la gama de objetivos que rigen una investigación científica, una exposición doctrinal o tareas que requieren habilidades, conocimientos o cuidados específicos.

con la finalidad de conocer sus necesidades, experiencias y preferencias sobre arrendamiento de vivienda en Acatlima, Huajuapán de León, Oaxaca.

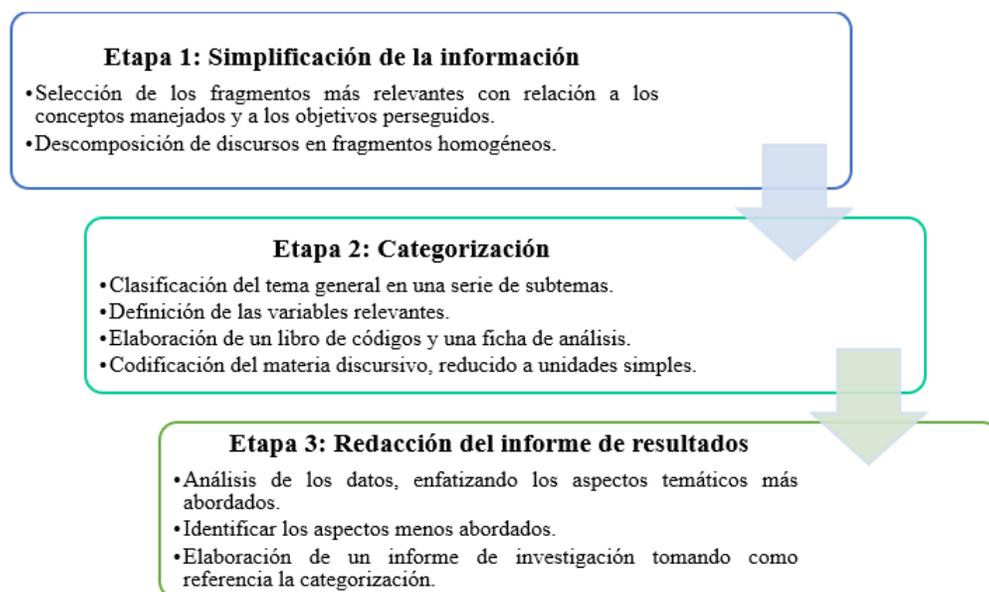
Se decidió seleccionar como informantes a los alumnos de dichos semestres por contar con la experiencia suficiente para poder brindar mayor cantidad de información que los alumnos de los primeros semestres.

Las entrevistas se llevaron a cabo del 16 al 22 de noviembre de 2022 en las instalaciones de la misma institución. Las carreras que se tomaron en cuenta a conveniencia son Ciencias Empresariales, Matemáticas, Física, Diseño, Ingeniería Industrial e Ingeniería en Alimentos.

Se realizó un análisis de contenido de acuerdo con las tres etapas que señala Izcara (2014) que son: la simplificación de la información, la categorización de la información y la redacción de un informe de resultados, como se muestra en la figura 1.3.

### Figura 1.3

#### *Metodología del análisis de contenido*



*Nota.* Elaboración propia con lo establecido por Izcara (2014).

En la primera etapa de simplificación de la información, se leyó de forma detenida todo el material de la entrevista, se seleccionaron aquellos fragmentos más relevantes con relación a los conceptos manejados y los objetivos perseguidos (Babbie, 2010).

Se rescataron estos textos mediante la utilización de una matriz de relación de códigos y categorías (apéndice 1) y se agruparon a través de una descomposición de discursos en fragmentos homogéneos (Ibáñez, 1998, p.580).

En la siguiente etapa de categorización de la información, tal como señala Izcara (2014) se ordenó toda la diversidad temática que refleja la información, mediante una categorización y ordenamiento de los diferentes temas. Se clasificó el tema general en una serie de subtemas cuidando que tuvieran una dimensión adecuada para el análisis. Se definió conceptualmente a las variables relevantes y se realizó la operacionalización de dichas variables. Se elaboró un libro de códigos y una ficha de análisis, se codificó el material discursivo, quedando reducido a unidades simples, fácilmente manejables y perfectamente orquestadas.

En la última etapa se llevó a cabo la redacción del informe de resultados, para ello, se analizaron los datos, haciendo énfasis es los aspectos temáticos más abordados frecuentemente, se identificaron los aspectos temáticos con menor intensidad (indicando porcentajes) y finalmente, se elaboró el informe de investigación tomando como referencia la categorización de los datos cualitativos (Izcara, 2014).

## Design thinking

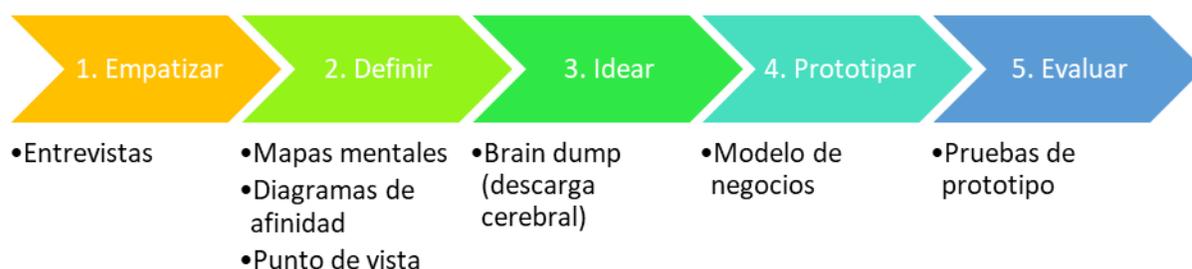
El design thinking es una metodología implementada principalmente en empresas que tienen el objetivo de generar ideas innovadoras para la creación de productos o servicios, dichas ideas son acertadas al estar enfocadas en satisfacer las necesidades de los usuarios finales (Rubinovicz, 2022).

Se utilizó como una metodología auxiliar en el análisis de la información por representar una intersección entre las necesidades de las personas y su viabilidad como negocio (Brown, 2009).

El design thinking se compone de cinco fases como se muestra en la figura 1.4, los aspectos que se recuperaron de esta metodología son las primeras cuatro fases, debido a que la quinta se refiere a poner en marcha y evaluar los resultados, lo que está fuera del alcance de esta investigación. Además, se indican algunas herramientas utilizadas en cada fase.

**Figura 1.4**

*Fases del design thinking*

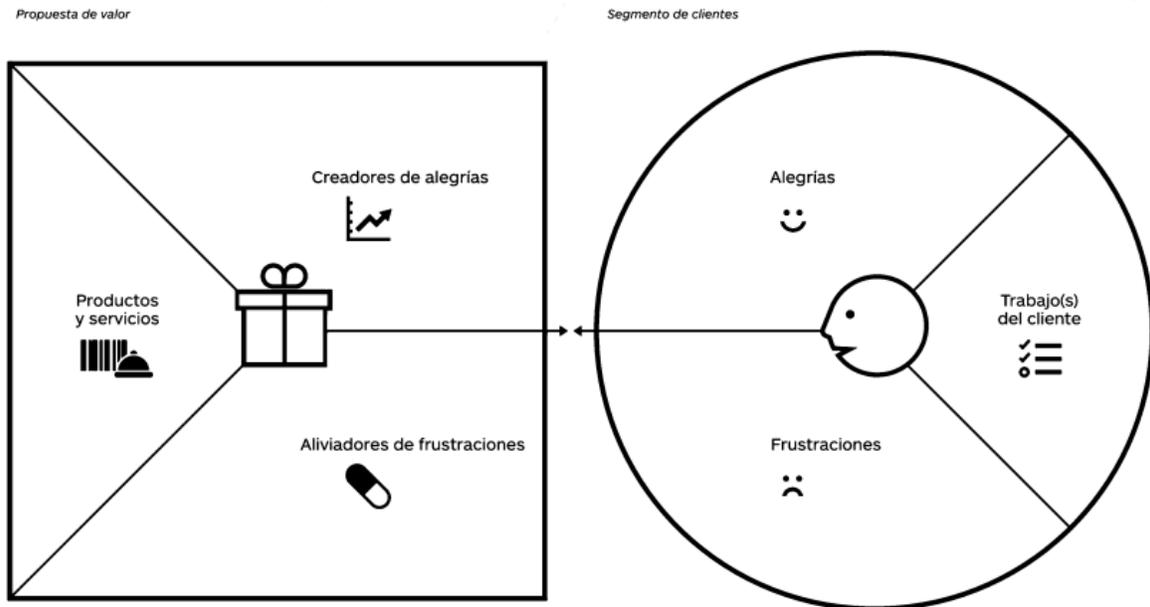


*Nota.* Elaboración propia con información de Rubinovicz, N. (2022).

Asimismo, se retomaron los elementos que señalan Osterwalder et al. (2015) para definir el segmento de clientes que debe tomarse como punto de partida para la propuesta de valor, asociando cada aspecto del perfil del cliente con una solución, así como se muestra en la figura 1.5.

**Figura 1.5**

*Lienzo de la propuesta de valor del modelo Canvas*



*Nota.* Osterwalder et al. (2015).

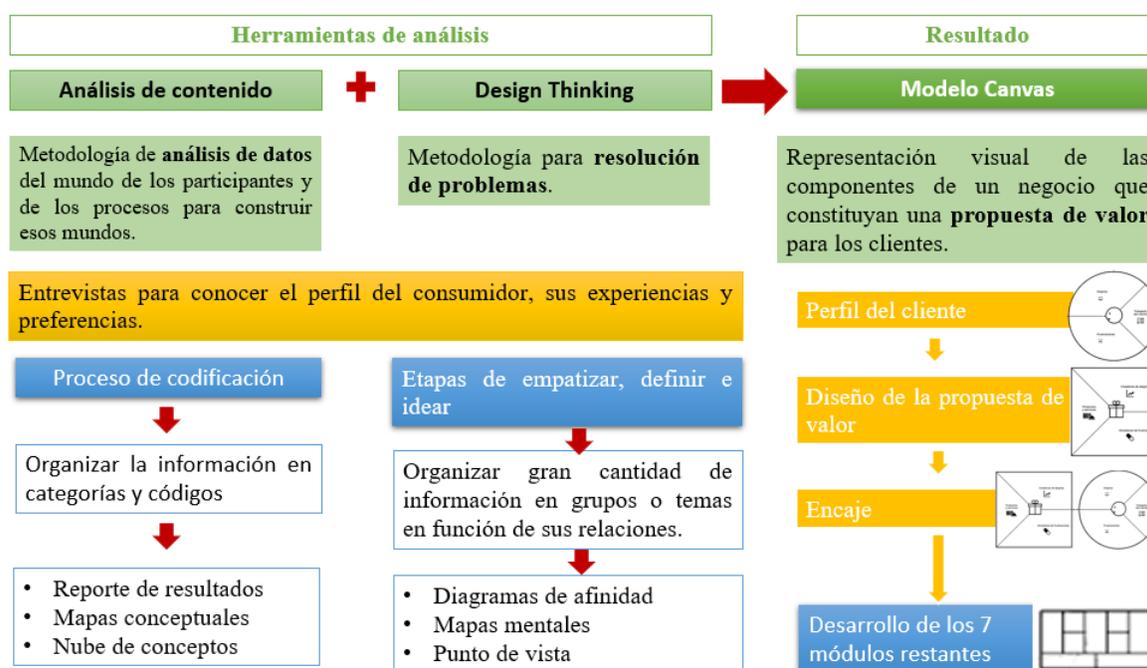
El modelo Canvas muestra una forma de esquematizar las ideas para estructurar un negocio, sin embargo, no especifica cómo realizar el análisis de la información, por ello, se utilizó el análisis de contenido como un proceso de ordenamiento y análisis que facilitara la interpretación, además se utilizaron las herramientas empleadas en el design thinking para

presentar los resultados, como son los diagramas, mapas mentales y conceptuales (Osterwalder et al., 2015; Rubinovicz, 2022; Andréu, 2007).

La manera en que se conjuntaron estas metodologías se detalla en la figura 1.6.

**Figura 1.6**

*Metodología utilizada*



*Nota.* Elaboración propia con información de Osterwalder et al. (2015)., Rubinovicz, N. (2022) y Andréu, J. (2007).

Rubinovicz (2022) afirma que en el design thinking es esencial que los elementos sean visuales y tangibles, por ello se busca representar la visión general y así poder crear una visión amigable del flujo de información en el cerebro.

Esta orientación es similar a la del modelo Canvas, que sugiere la utilización de un conjunto de herramientas integradas con la finalidad de conformar un lienzo de los módulos fundamentales de un negocio, destacando los elementos de manera que sean visibles y tangibles para que sean más fáciles de analizar y gestionar (Osterwalder, 2015). Por ello, los resultados se presentan en diagramas de afinidad, los cuales fueron creados por Jiro Kawakita y son una excelente herramienta para organizar una gran cantidad de información en grupos o temas en función de sus relaciones (Raymond, 1997).

El diagrama de afinidad consiste en agrupar notas o imágenes de temas similares con la finalidad de sintetizar información y poder establecer conexiones entre estos elementos individuales, o nodos, para conectar los puntos y desarrollar ideas nuevas y más profundas, que ayuden a definir el problema y desarrollar soluciones (Rubinovicz, 2022).

### **1.5. Consideraciones del capítulo**

Una vez establecida la metodología a seguir, se procedió a la realización del cuestionario que se encuentra en el apéndice 2 y a la aplicación de las entrevistas semiestructuradas.

Con los diagramas presentados se procedió con el análisis de contenido, en el que, se destacaron los elementos comunes en los discursos de los entrevistados, se agruparon en categorías, se establecieron relaciones y se midió el enraizamiento de dichos datos, es decir, su frecuencia relativa.

## **CAPÍTULO 2.**

# **MODELO DE NEGOCIOS**

---

---



## CAPÍTULO 2. MODELO DE NEGOCIOS

### 2.1. Concepto

El modelo de negocios es un concepto que ha ganado popularidad en los años recientes. Por lo que, se aborda la definición de modelo de negocios de acuerdo con diferentes autores, las partes o elementos que lo componen y su importancia.

El modelo de negocios es definido por Osterwalder y Pigneur (2019) como aquel que “describe las bases sobre las que una empresa crea, proporciona y capta valor” (p. 14). La clave de este concepto es la palabra valor, que es a fin de cuentas lo que se entregará al cliente.

Timmers (1998) amplía la definición indicando que el modelo de negocios es la arquitectura de productos, servicios, flujos de información, fuentes de ingreso, los actores involucrados en el negocio, el papel que desempeña cada uno y el beneficio que ellos podrían obtener. A diferencia de la primera definición, en esta no hace referencia al valor, pero se incorporan los elementos indispensables en un modelo de negocios.

Para Svejnova et al. (2010) el modelo de negocios es el conjunto de actividades, organización y recursos estratégicos que generan una propuesta de valor distintiva que le permite a la empresa crear y capturar valor. En contraste con las anteriores definiciones, en esta se considera la forma en la que la empresa crea valor y que la distingue del resto, es decir, porque le comprarán a ella y no a otra.

En tanto que Rajala y Westerlund (2005) conciben al modelo de negocios como “La manera de crear valor para los clientes y la manera en que, el negocio convierte las oportunidades de

mercado en beneficio a través de grupos de actores, actividades y colaboraciones” (p. 3). Rajala y Westerlund van más allá al señalar que es la forma en la que un área de oportunidad detectada en el mercado se traduce en un beneficio.

Es importante recalcar que el éxito de un modelo de negocios se obtiene cuando, se resuelve cómo satisfacer a un cliente real que necesita completar una tarea real (Clayton, et al., 2020). En esta definición va implícito otro elemento importante que es la satisfacción de las necesidades de un cliente por medio de un conjunto de actividades.

Retomando los elementos más importantes de cada una de las definiciones presentadas anteriormente para fines de esta investigación se entenderá como un modelo de negocios al conjunto de actividades, recursos estratégicos y organización con que una empresa crea una propuesta de valor diferenciada para los clientes y que se constituye en su fuente de ingresos.

## **2.2. Modelo Canvas**

El modelo Canvas o también conocido como lienzo Canvas fue desarrollado por el teórico Alexander Osterwalder y es una herramienta sencilla, inmediata y gratuita, que a manera de esquema fomenta una reflexión por parte de un emprendedor o empresa sobre el valor real que el producto/servicio proporcionará a los clientes (Región Emprendedora Europea, 2017).

Dada la definición anterior, se puede señalar que la importancia del lienzo Canvas radica en que en él se plasma la estructura necesaria para conceptualizar la idea de negocios de manera clara, simple y fácilmente comprensible.

Osterwalder (2010) identifica nueve módulos para desarrollar: segmento de mercado, propuesta de valor, canales, relaciones con cliente, fuentes de ingresos, recursos clave, actividades clave, asociaciones clave y estructura de costos.

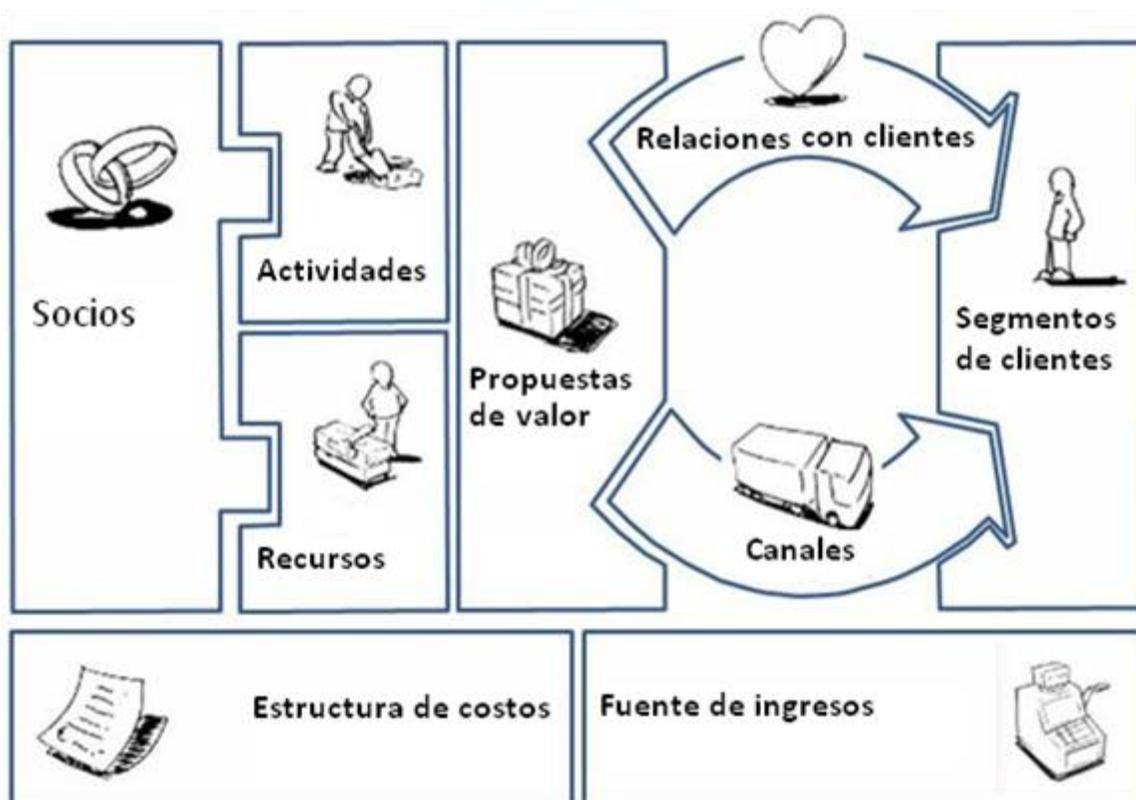
Para fines de este trabajo se entenderá al modelo Canvas como una representación visual de las principales actividades para poner en marcha una idea de negocio con la finalidad de innovar la forma en la que se agrega valor para los clientes.

En cuanto al producto final que se obtiene después de seguir esta metodología es menester enfatizar que “El modelo Canvas genera como resultado un Producto Mínimo Viable (PMV), flexible a cambios y modificaciones” (Ferreira- Herrera, 2015, p.79).

En la figura 2.1 se observan los nueve módulos que componen al modelo Canvas de acuerdo con Osterwalder. En ella se muestran a los socios, las actividades y los recursos como engranes, debido a que son partes esenciales e íntimamente relacionadas entre sí, para generar una propuesta de valor. En el centro se aprecia a la propuesta de valor conectada al segmento de clientes por medio de las relaciones con los mismos y los canales por los cuales se hará llegar el producto o servicio al consumidor final. En la parte inferior se pueden observar la estructura de costos y la fuente de ingresos, que representan la base sobre la que se sustentará el negocio.

**Figura 2.1**

*Modelo de negocios Canvas*



Nota. Tomado de Evaluar un nuevo negocio en una página: Modelo Canvas, de BySide Management, 2020, BYSYDE (<https://byside.management/evaluar-un-nuevo-negocio-en-una-pagina-modelo-canvas/>).

En este trabajo se hará una propuesta considerando los nueve módulos que componen al modelo Canvas, es decir, se describirá qué segmento de clientes va dirigido, qué necesidad se va a satisfacer, a través de qué medios se les contactará a los clientes, la relación que se busca generar, cuál será la forma en la que se obtienen los ingresos, qué recursos clave se requerirán, qué actividades clave hay que desarrollar, qué socios o proveedores pueden enriquecer el modelo de negocios y cuál será la estructura de costos más conveniente.

## 2.3. Elementos

### 2.3.1. Segmento de mercado

El primer paso de un modelo de negocios es el definir a qué segmento atender, ya que los clientes son el centro de cualquier modelo de negocio, ninguna empresa puede sobrevivir durante mucho tiempo si no tiene clientes (rentables), y es posible aumentar la satisfacción de estos, agrupándolos en varios segmentos con necesidades, comportamientos y atributos comunes. Un modelo de negocio puede definir uno o varios segmentos de mercado, ya sean grandes o pequeños. Las empresas deben seleccionar, con una decisión fundamentada, los segmentos a los que se van a dirigir y, al mismo tiempo, los que no tendrán en cuenta. Una vez que se ha tomado esta decisión, ya se puede diseñar un modelo de negocio basado en un conocimiento exhaustivo de las necesidades específicas del cliente objetivo.

Los grupos de clientes pertenecen a segmentos diferentes si:

- Sus necesidades requieren y justifican una oferta diferente.
- Son necesarios diferentes canales de distribución para llegar a ellos.
- Requieren un tipo de relación diferente.
- Su índice de rentabilidad es muy diferente.
- Están dispuestos a pagar por diferentes aspectos de la oferta.

Existen diferentes segmentos de mercado de acuerdo con Osterwalder y Pigneur (2011), tales como:

**Mercado de Masas.** Los modelos de negocio enfocados a un público general no distinguen segmentos de mercado, ya que los canales de distribución, propuesta de valor y la relación con los clientes están centrados a problemas y necesidades similares, por ejemplo, la electrónica de gran consumo maneja este tipo de modelo de negocios.

**Nicho de Mercado.** Este tipo de orientación orientado a segmentos específicos y especializados los canales de distribución, propuesta de valor y la relación con los clientes se concentra en la adaptación de los requisitos específicos de un pequeño porcentaje del mercado. Asimismo, este enfoque se presenta principalmente cuando hay una relación entre el cliente y el proveedor, un ejemplo son las empresas que fabrican autopartes que son dependientes de las empresas de autos.

**Mercado Segmentado.** Este enfoque muestra que existen diferentes segmentos de mercado con problemas y necesidades distintas entre ellos. Por ejemplo, un banco podría hacer la distinción de sus clientes cuando los clientes del banco tienen dinero mayor a cien mil dólares y los que tienen dinero mayor a los quinientos mil dólares. En este caso, sin importar los niveles de dinero que tengan tienen los problemas y las necesidades similares, pero de cierta manera fluctuantes

**Mercado Diversificado.** Está centrado en atender las necesidades y problemas no relacionados del mercado. Este es el caso de Amazon en el año 2006 con servicios de computación en la nube, así la empresa dio servicios a mercados no atendidos con una propuesta de valor diferente, esto deriva de la infraestructura de Amazon que le permite realizar este tipo de operaciones.

**Plataformas Multilaterales (o Mercados Multilaterales).** Para el modelo de negocios se orienta a dos o más segmentos de mercados independientes. Por ejemplo, un banco que vende tarjetas de crédito necesita establecimientos que acepten sus tarjetas como forma de pago, asimismo, una empresa que tenga que ofrecer periódicos gratuitos necesitan muchas personas que lean y de esta manera obtengan ganancias por empresas que deseen anunciarse con ellos. Ambas cosas son necesarias para que el modelo de negocio funcione y más adelante se explica de manera más específica.

Además de estas categorías, el segmento de mercado desde la perspectiva de Kotler (2013), significa la “división de un mercado en diferentes unidades geográficas tales como países, estados, regiones, municipios, ciudades o incluso, vecindarios” (p. 165), y este a su vez menciona las diferentes vertientes que toma el segmento de mercado, tales como:

**Geográfica.** Requiere de hacer divisiones en el mercado por diferentes países regiones, estados, municipios o colonias, esto para que las empresas se ajusten a las necesidades de cada lugar.

**Demográfica.** Es útil para dividir el mercado y dependerá de distintas variables tales como la edad, etapa del ciclo de vida, ingresos, género, ocupación, educación, religión, origen étnico y generación. Todo esto porque son elementos de homogenización de grupos de clientes, porque los deseos y los índices de consumo varían con las variables demográficas. Además de que estas variables sirven como principales bases de medición para este tipo de segmentación. La segmentación demográfica de acuerdo con Kotler (2013) se subdivide en:

- Edad y etapa del ciclo de vida. Como los deseos de los consumidores cambian dependiendo la edad, las empresas utilizan este tipo de segmentación para ofertar sus productos con un enfoque mercadológico para las distintas edades y ciclo de vida.
- Género. Este tipo de segmentación es porque varía los gustos en mayoría dependiendo el género y se puede especificar más la usabilidad del producto.
- Ingresos. Esta segmentación lo utilizan los mercadólogos para definir el nivel de ingresos de consumidores y de ahí partir para cortejar con el cliente.

**Psicográfica.** Permite dividir a los consumidores por diferentes características, tales como su estilo de vida, su personalidad o clase social. Dentro del segmento demográfico varia las características psicográficas de los individuos.

**Conductual.** Consiste en dividir en los conocimientos, actitudes usos o respuestas hacia un producto. Dentro de este segmento se puede subdividir en:

**Ocasiones.** Aquí se suman las ocasiones en los que los compradores tienen la idea de comprar, cuando se compra o se utiliza el producto.

**Beneficios Buscados.** Aquí se agrupan los beneficios que buscan los compradores acerca del producto, es por eso que las personas buscan unas marcas en vez de otras.

**Estatus de Usuario.** Se agrupan los usuarios dependiendo si son potenciales, usuarios vigentes o los que fueron alguna vez usuarios para conservar, reforzar o atraer a los clientes.

**Tasa de Utilización.** Aquí se definen a los usuarios esporádicos, los medios y los constantes.

**Estatus de Lealtad.** Se conglomeran a los usuarios que tienen lealtad a la empresa para el uso de sus bienes o servicios.

Para que la segmentación sea eficiente de acuerdo con Kotler (2013), debe de ser: medibles, accesibles, sustanciales, diferenciable y abarcables. Mientras que para Charles et al. (2014) la segmentación de mercado es “la manera en que una compañía decide agrupar a los clientes, con base en diferencias importantes de sus necesidades o preferencias, con el propósito de lograr una ventaja competitiva” (p. 161).

Los autores Bonta y Farber (2002) mencionan que la segmentación de mercado es:

El proceso por medio del cual se divide el mercado en porciones menores de acuerdo con una determinada característica, que le sea de utilidad a la empresa para cumplir

con sus planes. Al segmentar el mercado se pueden maximizar los esfuerzos de marketing en el segmento elegido y se facilita su conocimiento. (p. 36)

Para Stanton et al (2007) “la esencia de la segmentación de mercado es que los miembros de cada grupo son semejantes respecto de los factores que influyen en la demanda” (p. 167).

Thompson (2005) afirma que la segmentación de mercado es:

El proceso mediante el cual, una empresa subdivide un mercado en subconjuntos de clientes de acuerdo con ciertas características que le son de utilidad. El propósito de la segmentación del mercado es la de alcanzar a cada subconjunto con actividades específicas de mercadotecnia para lograr una ventaja competitiva. (p. 2)

### **2.3.2. Propuesta de valor**

En este módulo se describe el conjunto de productos y servicios que crean valor para un segmento de mercado específico. La propuesta de valor es el factor que hace que un cliente se incline más por una u otra empresa; su finalidad es solucionar un problema o satisfacer una necesidad del cliente. Las propuestas de valor son un conjunto de productos o servicios que satisfacen los requisitos de un segmento de mercado determinado. En este sentido, la propuesta de valor constituye una serie de ventajas que una empresa ofrece a los clientes. Algunas propuestas de valor pueden ser innovadoras y presentar una oferta nueva, mientras que otras pueden ser parecidas a ofertas ya existentes e incluir alguna característica o atributo adicional.

Para determinar la propuesta de valor es necesario responder las siguientes preguntas: ¿Qué valor proporcionamos a nuestros clientes?, ¿Qué problema de nuestros clientes ayudamos a

solucionar?, ¿Qué necesidades de los clientes satisfacemos?, ¿Qué paquetes de productos o servicios ofrecemos a cada segmento de mercado?

Una propuesta de valor crea valor para un segmento de mercado gracias a una mezcla específica de elementos adecuados a las necesidades de dicho segmento. Los valores pueden ser cuantitativos (precio, velocidad del servicio, etc.) o cualitativos (diseño, experiencia del cliente, etc.).

Para Mejía (2003) la propuesta de valor “es esa mezcla única de productos, servicios, beneficios y valores agregados que la institución le ofrece a sus clientes, los cuales la hacen una oferta diferente en el mercado” (p. 1).

Mejía (2003) menciona los elementos de la propuesta de valor tales como descripción del cliente, sus motivaciones, la descripción del producto, sus características, estándares del servicio, precio y condiciones de venta y su comparación con la competencia, fuerza de ventas, canal o canales de acceso a los servicios, sistema de promoción y comunicaciones con el cliente y sistema postventa.

Para Gómez (2017) la propuesta de valor es:

Una declaración que responde al "por qué" la personas debe hacer negocios con usted. Debe convencer al consumidor o al cliente potencial de por qué su servicio o producto será de más valor para ellos que ofertas similares de sus competidores.

Para Kotler (2013) la propuesta de valor es “El posicionamiento completo de una marca: la mezcla completa de los beneficios sobre los que ésta se diferencia y posiciona” (p. 186).

Estos beneficios pueden ser:

**Novedad.** Este elemento contribuye la propuesta de valor en la manera en cómo satisface las necesidades inexistentes, es decir se crea, por ejemplo, el teléfono móvil, siendo esta una industria nueva alrededor de las comunicaciones móviles.

**Mejora del rendimiento.** Otra manera para crear valor es cuando un servicio o producto aumenta su rendimiento. Por ejemplo, el sector de la informática usó este método desde hace mucho tiempo, creando equipos cada vez más potentes.

**Personalización.** La adaptación de los productos y servicios a las necesidades específicas de los diferentes clientes o segmentos de mercado crea valor. En los últimos años, los conceptos de personalización masiva y de creación compartida han cobrado relevancia. Este enfoque da cabida a los productos y servicios personalizados al tiempo que aprovecha las economías de escala.

También se puede crear valor ayudando al cliente a realizar determinados trabajos. Rolls-Royce comprende este concepto a la perfección: sus clientes del sector aeronáutico confían totalmente en Rolls-Royce para la fabricación y el mantenimiento de sus motores de reacción. Su acuerdo permite a los clientes centrarse en la dirección de sus aerolíneas, que pagan a Rolls-Royce una cuota por cada hora de funcionamiento del motor.

**Diseño.** El diseño es un factor importante, aunque difícil de medir. Un producto puede destacar por la superior calidad de su diseño. En los campos de la moda y la electrónica de consumo, el diseño puede constituir una parte esencial de la propuesta de valor.

**Marca/Estatus.** Algunos clientes pueden encontrar valor en el sencillo hecho de utilizar y mostrar una marca específica. Llevar un Rolex, por ejemplo, indica riqueza. En el otro extremo del espectro, los skaters utilizan marcas alternativas para demostrar que van a la última.

**Precio.** Ofrecer un valor similar a un precio inferior es una práctica común para satisfacer las necesidades de los segmentos del mercado que se rigen por el precio. No obstante, las propuestas de valor de bajo precio tienen implicaciones importantes para los demás aspectos de un modelo de negocio. Las compañías aéreas de bajo costo, como Southwest, EasyJet o Ryanair, han diseñado modelos de negocio completos y específicos para permitir los viajes a bajo costo.

### 2.3.3. Canales de distribución

Los canales de distribución de acuerdo con Kotler (2013) sirven “para que los productos y servicios estén disponibles para los clientes de diferentes maneras” (p. 295).

De acuerdo con Osterwalder y Pigneur (2010) los canales de distribución son “puntos de contacto con el cliente que desempeñan un papel primordial en su experiencia” (p. 26). En la tabla 2.1 se muestran como los canales tienen diferentes fases para llegar al cliente y como se mantiene la conexión.

**Tabla 2.1**

*Canales de distribución de acuerdo con Osterwalder y Pigneur*

Tipos de canal		Fases de canal				
Propio	Directo	<b>1. Información</b> ¿Cómo damos a conocer los productos y servicios de nuestra empresa?	<b>2. Evaluación</b> ¿Cómo ayudamos a los clientes a evaluar nuestra propuesta de valor?	<b>3. Compra</b> ¿Cómo pueden comprar los clientes nuestros productos y servicios?	<b>4. Entrega</b> ¿Cómo entregamos a los clientes nuestra propuesta de valor?	<b>5. Posventa</b> ¿Qué servicio de atención posventa ofrecemos?
	Equipo comercial					
Ventas en internet						
Tiendas propias						
Socio	Indirecto					
	Tiendas de socios					
	Mayorista					

*Nota.* Imagen que ilustra los canales de distribución y las fases.

La importancia de los canales de distribución es mantener a los clientes inmersos en la experiencia desde que conocen el producto o servicio hasta que ya lo tienen y se les ofrece una atención posventa.

#### **2.3.4. Relación con clientes**

De acuerdo con Osterwalder y Pigneur (2010) la relación con los clientes “puede ser personal o automatizada. Las relaciones con los clientes pueden estar basadas en los fundamentos siguientes: Captación de clientes, Fidelización de clientes, Estimulación de las ventas (venta sugestiva)” (p. 28).

Es importante mencionar que Hendriyani y Auliana (2018) indican que es importante la relación con los clientes ya que:

La relación con el cliente es una parte de la gestión de relaciones que es como una clasificación de clientes en riesgo, crea clientes rentables y retención de clientes. De acuerdo con este enfoque, las empresas pueden identificar qué cliente es leal y genera importantes valores para la organización a través de una contribución de alto beneficio.

#### **2.3.5. Fuentes de ingresos**

La fuente de ingresos como mencionan Osterwalder y Pigneur (2010) “se refiere al flujo de caja que genera una empresa en los diferentes segmentos de mercado (para calcular los beneficios, es necesario restar los gastos a los ingresos)” (p. 30).

Otros autores mencionan que las fuentes de ingresos son creadas “como consecuencia de la entrega de la propuesta de valor a los clientes. Aquí identificamos la cantidad que están

dispuestos a pagar los clientes a cambio del valor que reciben” (Banchieri et al., 2013, p. 483).

### **2.3.6. Recursos clave**

“Todos los modelos de negocio requieren recursos clave que permiten a las empresas crear y ofrecer una propuesta de valor, llegar a los mercados, establecer relaciones con segmentos de mercado y percibir ingresos” (Osterwalder y Pigenur, 2010, p. 34).

De acuerdo con Tigrero (2021) es necesario:

escoger los recursos necesarios y así establecer un proceso a seguir, por otra parte, los insumos y materiales hacen referencia a los activos más importantes que se requieren para que el modelo de negocios sea funcional, y de este modo alcanzar la meta propuesta, posicionarse en el mercado y generar ingresos. (p. 1)

### **Uso eficiente de los recursos**

La optimización de los recursos clave para el modelo de negocios es importante porque, “constituyen dos aspectos fundamentales para lograr el crecimiento, el desarrollo y la sostenibilidad de una empresa, y es a través de su reconocimiento que se pueden gestionar” (Ruíz, et al. 2017, p. 72).

Asimismo, es importante identificar cuáles son los recursos y capacidades que tiene la empresa para poder satisfacer el entorno, por ello, se debe de contar con herramientas y modelos que permita a la empresa identificarlos (Ruíz, et al. 2017).

Vidales (2016) menciona que los recursos de la empresa deben de tener un control y debe de ser llevada de las manos de las personas adecuadas de tal manera que sea aprovechada y no se generen gastos innecesarios.

### **2.3.7. Actividades clave**

Osterwalder y Pigenur (2010) mencionan que las actividades clave son:

Las acciones más importantes que debe emprender una empresa para tener éxito, y al igual que los recursos clave, son necesarias para crear y ofrecer una propuesta de valor, llegar a los mercados, establecer relaciones con clientes y percibir ingresos. (p. 36)

Los autores Santiago et al. (2017) mencionan que los factores “físicos, económicos, humanos e intangibles son los recursos clave para generar y proporcionar el valor agregado; estos pueden ser adquiridos, arrendados u obtenidos a través de los aliados” (p. 176).

Otra forma en la que una empresa genera valor agregado es mediante su cadena de valor que se conforma por tres elementos como lo son las actividades primarias, actividades de apoyo y de margen (Porter, 1985).

### **Cadena de valor**

Barrios (2010) señala que el modelo de negocios genera valor agregado a través de su cadena de valor, y este a su vez, depende del entorno en donde se desarrolle.

En cuanto al Centro de Competitividad de Monterrey (2022) señala que la cadena de valor es “un modelo que clasifica y organiza los procesos o actividades del negocio, generando valor al cliente”.

Para la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2021) la cadena de valor es definida como:

Una cadena de valor comprende toda la variedad de actividades que se requieren para que un producto o servicio transite a través de las diferentes etapas de producción, desde su concepción hasta su entrega a los consumidores y la disposición final después de su uso.

### **2.3.8. Asociaciones clave**

“Las empresas crean alianzas para optimizar sus modelos de negocio, reducir riesgos o adquirir recursos” (Osterwalder y Pigenur, 2010, p. 38).

También los autores Banchieri et al. (2013) afirman que las asociaciones clave “describe todos aquellos acuerdos con terceros a fin de entregar valor al cliente” además de que “[...] los recursos o capacidades necesarias que no se disponen internamente, pueden obtenerse mediante colaboraciones (entendidas a largo plazo), denominadas en el modelo como *asociaciones clave*” (p. 483).

### **Alianzas estratégicas**

Una alianza estratégica tiende a ligar objetivos de empresas para que en conjunto se alcancen, como menciona Del Prado (2005) “en esencia, es una sociedad que potencia la efectividad de las estrategias competitivas de las empresas participantes a través del intercambio de tecnologías, habilidades o productos basados en ellas” (p. 68).

Para el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM, 2020) una alianza estratégica “se refiere a un acuerdo entre empresas, negocios o personas que

participan en el mismo mercado y comparten recursos, como el conocimiento y la experiencia laboral, con el fin de alcanzar objetivos administrativos, operativos y comerciales”.

En cuanto a Agulló (2000) una alianza estratégica es cuando las empresas “establecen una alianza para alcanzar una serie de objetivos comunes siguen siendo independientes tras la formación de la alianza” (p. 13).

### **2.3.9. Estructura de costos**

Osterwalder y Pigneur (2010) afirman que:

Tanto la creación y la entrega de valor como el mantenimiento de las relaciones con los clientes o la generación de ingresos tienen un costo. Estos costos son relativamente fáciles de calcular una vez que se han definido los recursos clave, las actividades clave y las asociaciones clave. (p. 41)

“Se puede hablar de tipologías del costo, por ejemplo, costos directos e indirectos, fijos y variables. Se debe conocer la estructura básica de costos con el fin principal de determinar elementos importantes, tales como precios de venta” (Chaguay, 2019, p. 93).

### **Costo de mantener la propuesta de valor**

Un componente importante de cualquier modelo de negocios es la propuesta de valor, ya que puede definir el posicionamiento estratégico de una empresa en el mercado (Maqueda, 2015).

La propuesta de valor materializa la estrategia para alcanzar a un determinado segmento de clientes, desarrollando una combinación específica de producto, precios y servicio, por ello, es necesario tener un control riguroso de los costos asociados a dicha propuesta de valor con

la finalidad de que la misma pueda perdurar con el tiempo (Pontificia Universidad Católica de Chile, 2022).

#### **2.4. Revisión de trabajos análogos**

La migración por motivos académicos conduce a los jóvenes a dejar su casa, su familia y en muchas ocasiones, las comodidades del hogar, y como consecuencia requerirán de un espacio para vivir en el que se sientan cómodos y puedan aprovechar mejor su estancia. Por tal motivo, diversos investigadores han propuesto nuevas opciones de arrendamiento para los estudiantes, como es el caso de Cajacuri et al. (2018) en su “Propuesta de negocio para la intermediación de alquileres de habitaciones para estudiantes a través de una plataforma virtual” que va dirigida a un mercado estudiantil en Perú con clasificación A, B y C, que representa aproximadamente el 39% de su población, siendo estos los niveles más altos de ingresos de acuerdo con Perfiles Socioeconómicos Perú (2019).

Mientras que Muñoz (2011) plantea la “Creación y puesta en marcha de una empresa prestadora de servicios integrales de vivienda, enfocada a los estudiantes de la Universidad Javeriana, provenientes de ciudades diferentes a Bogotá”, que consiste en brindar un servicio de intermediación entre propietarios y estudiantes mediante la administración de los inmuebles. En dicha investigación se realizó un estudio de mercados, se describe el proceso de prestación de servicios, los requerimientos organizacionales y la evaluación financiera.

Martín (2019) en la investigación titulada “Plan de negocio emprendedor: roompartir, empresa de alquileres compartidos para estudiantes de intercambio” propone como producto final el servicio de intermediación entre propietarios e inquilinos de viviendas en alquiler con

asesoría personalizada en la búsqueda de personas afines con las que compartir piso en España. El segmento de mercado al que va dirigido son estudiantes de intercambio cuya estadía será máximo de un año.

En la tabla 2.2 es un cuadro comparativo donde se presentan los objetivos, las técnicas de estudio y los principales resultados de otros trabajos análogos consultados.

**Tabla 2.2**

*Revisión de trabajos análogos*

Referencia en APA	Objetivo del estudio	Técnica de recolección de datos	Conclusiones del estudio
Andrade, M. C., Paz de Noboa, A. P., Rodríguez, M. M., y Valdivia, P. G. (2018). Plan de negocio para la creación de una empresa dedicada a brindar hospedaje para estudiantes universitarios en el distrito de La Molina. <a href="https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/1642/2018_MAGDI_15-">https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/1642/2018_MAGDI_15-</a>	Desarrollar un plan de negocios para el lanzamiento y puesta en marcha de una empresa dedicada a brindar servicios de hospedaje en el distrito de La Molina orientados a la	Recolección de información bibliográfica, trabajo de campo y trabajo de gabinete.	En este estudio se concluyó que la demanda no ha sido satisfecha en la ciudad de Molina en la capital del Perú, en cuanto a la demanda de hospedaje de estudiantes, sin embargo, solo se satisface el 4% del mercado. Asimismo, esto se debe a que los arrendadores no ofrecen infraestructura, seguridad, no está

<p>1_03_T.pdf?sequence=5&amp;isAllowed=y</p>	<p>población universitaria.</p>	<p>amueblado, solo ofrecen servicios básicos, no complementarios, no son espacios modernos ni eficientes, además de que deben de contar con servicio de internet como una oferta básica.</p>
<p>Calderón, F., y Mojoyovich De Lozano, O. L. (2020). Plan de negocios para la implementación de una residencia estudiantil para alumnos de la Universidad Católica San Pablo, Arequipa 2020. <a href="http://54.213.100.250/bitstream/20.500.12590/16417/1/CALDERON_HURTADO_FIO_PLA.pdf">http://54.213.100.250/bitstream/20.500.12590/16417/1/CALDERON_HURTADO_FIO_PLA.pdf</a></p>	<p>Proponer un Plan de Negocios para la implementación de una residencia estudiantil para estudiantes de la Universidad Católica San Pablo, Arequipa año 2020.</p>	<p>Si es viable un emprendimiento para residencia de estudiantes, ya que la economía ha crecido favorablemente en el Perú. Además de que es necesario la diferenciación, además de cubrir las necesidades básicas de la demanda de estudiantes que renten, también de servicios complementarios para dar un valor agregado al servicio de</p>

					arrendamiento, tales como seguridad, limpieza, y servicios extras que aportan beneficios al arrendatario.
Córdova, L. A. (2016). Espacios innovadores en arrendamiento para población estudiantil como propuesta de negocio. <a href="https://dspace.itcolima.edu.mx/jspui/bitstream/123456789/326/1/Espacios%20Innovadores%20en%20Arrendamiento%20para%20poblacion%20estudiantil%20como%20propuesta%20de%20negocio.pdf">https://dspace.itcolima.edu.mx/jspui/bitstream/123456789/326/1/Espacios%20Innovadores%20en%20Arrendamiento%20para%20poblacion%20estudiantil%20como%20propuesta%20de%20negocio.pdf</a>	Objetivo Principal: Demostrar que una encuesta a 200 estudiantes que arrendamiento con rentan mientras establezca una expansión de cuartos para estudiantes es en la Universidad de Colima y Villa de Álvarez.	Se realizó una encuesta a 200 estudiantes que cursan sus estudios en la Universidad de Colima y Villa de Álvarez.	Es un proyecto viable para poder emprender, asimismo, es necesario que la proyección que se tiene a 8 años se establezca una expansión de cuartos para poder cubrir la demanda, además de una locación privilegiada.		
Muñoz, F. A. (2018). Plan de negocios para la implementación de	Desarrollar un estudio de mercado con el	Encuesta y entrevista	La oferta en cuestión de renta no		satisface la demanda, ya que se

---

una residencia de estudiantes en la ciudad de Riobamba (Doctoral dissertation, Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra). <http://dspace.pucesi.edu.ec/bitstream/11010/190/1/FABIANA%20MU%C3%91OZ%20TESIS.pdf>

apoyo de técnicas de investigación para lograr determinar la necesidad existente en la Ciudad de Riobamba de implementar una residencia de estudiantes.

requiere servicio personalizado, seguridad, y lugares disponibles cerca de la institución educativa.

---

*Nota.* Elaboración propia.

## **2.5. Consideraciones del capítulo**

El diseño de un modelo de negocios es un proceso vital para que una empresa pueda innovar, entregar valor y diferenciarse de la competencia. Un factor decisivo en el éxito del negocio es la originalidad. Al realizar la revisión de trabajos análogos se puede advertir que los estudios de corte académico publicados hasta el día de hoy, sólo se han limitado a plantear modelos de intermediación entre arrendadores y arrendatarios, o de administración de inmuebles, y lo que en esta investigación se realizará es una propuesta de modelo de negocios susceptible a ser utilizada por los propios arrendadores. Sin mencionar que, al tratarse de otros países, el contexto social y económico son distintos, por lo tanto, las condiciones no son plenamente comparables con las de México.

# **CAPÍTULO 3.**

## **ARRENDAMIENTO**





## CAPÍTULO 3. ARRENDAMIENTO

En el presente capítulo se integran las normas jurídicas aplicables a la actividad del arrendamiento, que constituyen disposiciones de observancia obligatoria en el ámbito territorial de su aplicación.

### 3.1. Concepto y características

El Código Civil Federal (CCF, 2023) en el artículo 2398 considera que “Hay arrendamiento cuando las dos partes contratantes se obligan recíprocamente, una a conceder el uso o goce temporal de una cosa, y la otra a pagar por ese uso o goce un precio cierto”.

De la definición anterior se puede identificar a las partes que intervienen en el contrato de arrendamiento, por un lado, el arrendador que es la persona que se obliga a conceder temporalmente el uso o goce de un bien, y, por otro lado, la persona llamada arrendatario, quien se obliga a pagar por ese uso un cierto precio.

González (2000) identifica que el arrendamiento es un contrato consensual, bilateral, oneroso, conmutativo y principal.

Se considera consensual debido a que se perfecciona por el mero consentimiento sin que requiera la entrega del bien. Es bilateral, porque surgen obligaciones correlativas a cargo de ambas partes (CCF, 2023, artículo 1836).

Oneroso, lo que indica que se estipulan provechos y gravámenes recíprocos, ya que, si se entrega el bien sin una contraprestación, no sería arrendamiento, sino comodato (CCF, 2023, artículos 1837 y 2497).

Es conmutativo, porque las prestaciones que se deben las partes son ciertas desde que se celebra el contrato, de tal suerte que ellas pueden apreciar inmediatamente el beneficio de la pérdida que les cause éste (CCF, 2023, artículo 1838). Se denomina un contrato principal porque existe y subsiste por sí mismo, tiene una finalidad jurídica y económica propia en tanto su existencia no depender de otro contrato u obligación preexistente (González, 2000).

### **3.2. Tipos de arrendamiento**

Existen diferentes tipos de arrendamiento, cada uno con características propias que lo distinguen del resto, dentro de ellos destacan el arrendamiento mercantil, el arrendamiento administrativo, el financiero y el civil, para este trabajo se tomará en cuenta el arrendamiento civil.

Se considera arrendamiento civil cuando el contrato recae sobre bienes inmuebles y dichos bienes no pertenecen a la Federación, a los Estados o Municipios (González, 2000). La Real Académica Española (2021) define un bien inmueble como la porción de suelo o parcela enclavada y delimitada en el ámbito espacial del derecho de propiedad de dicha parcela y, en su caso, de las construcciones situadas en la misma.

De acuerdo con Alcántara (2016) en el contrato debe estar determinado el tiempo en el acto jurídico ya que es un acto traslativo de dominio, que para inmuebles como departamentos el período máximo de duración del arrendamiento es de 10 años. Además, se especifica el precio calculado por el tiempo, como hora, día, mes, trimestres, semestre o año.

### **3.3. Normatividad de arrendamiento a nivel federal**

En el CCF (2023) se presenta el título sexto denominado “Del arrendamiento”, los capítulos contenidos en el mismo son relativos a las disposiciones generales del arrendamiento, derechos y obligaciones, tanto del arrendador como del arrendatario, del arrendamiento de fincas urbanas destinadas a la habitación, del arrendamiento de fincas rústicas, del arrendamiento de bienes muebles, disposiciones especiales respecto de los arrendamientos por tiempo indeterminado, del subarriendo y del modo de terminar el arrendamiento. A continuación, se presentan los aspectos normativos relevantes para este trabajo de investigación en materia de arrendamiento.

El contrato cumple dos funciones, económica y jurídica, y se sustenta en los siguientes artículos del CCF (2023):

- Artículo 2408: especifica que el contrato de arrendamiento no se rescinde por la muerte del arrendador o arrendatario, a menos que se convenga otra cosa.
- Artículo 2409: si se traspasa el bien a otro propietario, se le sigue considerando el contrato de arrendamiento al arrendatario y se tiene que cumplir las normas de pagos, plazos y condiciones.
- Artículo 2419: el arrendatario debe de mantener al tanto al propietario, cualquier daño, se pagan los daños causados. También el arrendatario tiene derecho de defenderse ante esta situación.
- Artículo 2446: si se arrienda más de dos veces se considera el de la primera fecha del contrato celebrado.

- Artículo 3042: en la fracción II menciona que los contratos de arrendamiento que superan los seis años o superan anticipos mayores a los tres años se inscribe el Registro Público de la Propiedad.

El CCF (2023) menciona las obligaciones del arrendador y arrendatario.

En cuanto a las obligaciones del arrendador se encuentran los siguientes puntos importantes, contenidos en el artículo 2412:

- Transmitir el uso o goce del bien.
- Entregar el bien inmueble en condiciones óptimas para su uso y goce.
- No interferir en el uso o goce del bien.
- Debe garantizar el uso y goce del bien inmueble de manera pacífica.
- Otorgar el bien en el tiempo especificado.
- Garantizar el uso y goce al arrendatario sin vicios o defectos.
- Responder en caso de evicción.
- Cubrir el monto de las mejoras que haya realizado el arrendatario.
- Devolver el saldo a favor al arrendatario en caso de que exista.
- Respetar al arrendatario.
- Pagar impuesto predial.

Las obligaciones de acuerdo con lo dispuesto en el CCF (2023) en su artículo 2425 para el arrendatario que contempla son:

- Cubrir el importe de la renta en tiempo y forma.
- Responder por los daños que llegue a ocasionar al bien.

- Usar el bien para el fin que se estipuló en el contrato.
- Cuidar el bien inmueble.
- Regresar la propiedad del bien que arrendó en las condiciones que le fue otorgado.
- Dar conocimiento al arrendador en el momento que sea su deseo terminar el contrato.
- Si hay saldo a favor para el arrendador, devolverlo.
- Responder si hubo incendio o daño causado por su culpa, excepto si hubo medidas precautorias.
- Dar parte al arrendador si hay usurpación u otras situaciones que perjudiquen el bien.

Los elementos del arrendamiento de acuerdo con el CCF (2023) son:

- Las partes (elementos personales), que son el arrendador (propietario) y el arrendatario (beneficiario).
- El bien arrendado: siendo corpóreo o incorpóreo, mueble o inmueble.
- Las obligaciones de ambas partes.
- La contraprestación, es decir, el precio cierto y determinado.
- El tiempo determinado.

También el CCF (2023) en su artículo 2400 señala que un bien es susceptible de arrendarse mientras no sea consumible y que es capaz de crear una obligación para ambas partes.

En el artículo 1794 del mismo código, se especifica que para que exista el contrato debe de cumplir con: el consentimiento de ambas partes y tener un objeto que es materia del contrato.

También, se especifica que para que cuente con el elemento de validez en el contrato se debe

contar con dos aspectos, la capacidad de ejercicio y la capacidad de contratar como arrendador y como arrendatario. Se entiende que tienen capacidad para arrendar, las personas con plena propiedad o facultad del bien para ceder el uso o goce del bien a un ajeno.

Por otra parte, la Ley del Impuesto Sobre la Renta (LISR, 2023) indica en su artículo 118 que en materia tributaria las obligaciones del arrendador son:

- Inscribirse al Registro Federal de Contribuyentes y mantener su información actualizada respecto a:
  - a) *Cambio de domicilio.* Se deberá presentar un aviso de cambio de domicilio por internet, en el que se presentarán los datos de la nueva dirección.
  - b) *Aumento o disminución de obligaciones.* Este trámite se realiza en caso de cambiar de actividad económica o si existe una modificación acerca de una obligación como la presentación de declaraciones o cambio de periodicidad de cumplimiento diferente.
  - c) *Suspensión de actividades.* En caso de interrumpir las tus actividades económicas que desempeña el arrendador.
- Llevar su contabilidad de conformidad con lo estipulado en el CFF, con la posibilidad de deducir los conceptos establecidos en el artículo 115 de la LISR.
- Expedir comprobantes fiscales digitales por internet (CFDI) al recibir las contraprestaciones, en ellos, se deberá anotar el número de cuenta predial del inmueble correspondiente. En caso de que se presentara un juicio de arrendamiento inmobiliario en el que se determine la obligación del arrendatario

de pagar las rentas vencidas, el arrendador deberá acreditar haber emitido los CFDI correspondientes ante la autoridad judicial.

- Presentar declaraciones provisionales y anuales en términos de la LISR. Se realizarán declaraciones provisionales de Impuesto Sobre la Renta (ISR) y realizar el pago del impuesto de forma mensual o en su caso trimestral, si los ingresos mensuales, no superan los \$26,411.52.
- Realizar el pago del Impuesto al Valor Agregado (IVA) mensualmente en el caso de que se rente un local comercial o casa habitación amueblada.
- En el supuesto de que los ingresos totales del ejercicio inmediato anterior no excedieron de 4 millones de pesos, se queda relevado de presentar la información de operaciones con terceros (DIOT) y de enviar la contabilidad electrónica.
- Informar si se reciben otros ingresos en efectivo, en moneda nacional, así como en piezas de oro o de plata, cuyo monto sea superior a 100,000.00 pesos.

### **3.4. Normatividad de arrendamiento a nivel estatal**

Para el Código Civil del Estado de Oaxaca (CCEO, 2023), el arrendamiento tiene su propia definición, tal como lo indica en su Título Sexto llamado “Del arrendamiento” y en su Capítulo I nombrado “Disposiciones generales”, dentro de este apartado se encuentra el artículo 2273 donde menciona que hay arrendamiento cuando “las dos partes contratantes se obligan recíprocamente, una a conceder el uso o goce temporal de una cosa, y la otra, a pagar por ese uso o goce un precio cierto” (p. 236). Como se observa, tiene la misma definición que el CCF.

En el CCEO (2023) no se hace mención acerca de la formalidad del contrato de arrendamiento, tal como lo menciona el CCF en su artículo 2406, donde se menciona que se le imputa la formalidad al arrendador mediante un contrato escrito de arrendamiento.

Otras diferencias entre el CCEO y CCF se encuentran en el Capítulo IX llamado “Del modo de terminar el arrendamiento” y es que en el caso del CCEO (2023) en su artículo 2366 menciona que, una vez vencido el contrato, si el arrendatario va al corriente de sus cuentas se le puede prorrogar el contrato por un año más, excepto si los propietarios ya tienen la necesidad de habitar u ocupar el inmueble. Asimismo, el CCEO en el artículo 2371 hace mención de que el arrendatario puede rescindir el contrato siempre y cuando haya pérdidas totales o parciales aun cuando supere los dos meses por reparaciones. Por último, otro aspecto que se menciona el CCEO en el artículo 2372 es que, si el arrendatario no ejercita el derecho contenido en el artículo 2371 del mismo código, una vez realizada la reparación el arrendador podrá seguir haciendo uso del bien, pagando la renta correspondiente hasta por el plazo que se ha convenido.

### **3.5. Normatividad de arrendamiento a nivel municipal**

En la Heroica Ciudad de Huajuapán de León, hasta el momento no se cuenta con lineamientos específicos respecto al arrendamiento, tomando como fundamento legal al Código Civil del Estado de Oaxaca y al Código Civil Federal.

### **3.6. Consideraciones del capítulo**

Es importante que los arrendadores conozcan aspectos básicos de la normatividad aplicable al arrendamiento, para que estén conscientes de los derechos y obligaciones que por ley tienen tanto ellos como los arrendatarios. En el sondeo inicial realizado con los arrendadores, la totalidad manifestó que les resulta complejo buscar, leer y comprender sobre estos temas. Por ello, en este capítulo se realizó una síntesis que puede ser utilizada como fuente de consulta por los arrendatarios



**CAPÍTULO 4.**

**NORMATIVIDAD DE**

**CONSTRUCCIÓN PARA**

**VIVIENDAS EN MÉXICO**

---

---



## **CAPÍTULO 4. NORMATIVIDAD DE CONSTRUCCIÓN PARA VIVIENDAS EN MÉXICO**

### **4.1. Concepto de vivienda**

El Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL, 2018)

define a la vivienda como:

Estructura física o espacio construido donde se alojan y desarrollan funciones humanas básicas; es el escenario de interacción más antiguo e importante, tanto en lo individual como en lo colectivo. Es el elemento que constituye el uso predominante del espacio urbano (entre 50 y 75%) y el sitio donde se construyen las redes del tejido social de las comunidades rurales. (p. 19)

Esta definición resalta la importancia de la vivienda, siendo el lugar donde habita el individuo o la familia que forman parte del tejido social y la forma en que estos se agrupan en un espacio urbano de convivencia para su desarrollo.

El INEGI (2020) define a la vivienda como un espacio delimitado por paredes y techos de cualquier material, que se construye con la finalidad de que las personas vivan ahí, duerman, preparen alimentos, los consuman y se protejan del medio ambiente.

La Organización de las Naciones Unidas (ONU) por medio de su programa ONU-Hábitat en 2019, destacó que la vivienda adecuada está reconocida como un derecho en los instrumentos internacionales como son la Declaración de los Derechos Humanos y el Pacto Internacional de los Derechos Económicos, Sociales y Culturales.

## **4.2. Aspectos por considerar para una vivienda adecuada**

La ONU- Hábitat (2019) advierte que la vivienda adecuada debe proveer más que cuatro paredes y un techo, es decir, debe de cumplir con siete elementos para poder considerarse como tal “Vivienda adecuada”, los cuales se presentan a continuación:

***Seguridad de la tenencia:*** Implica que las personas estén protegidas ante cualquier situación jurídica con lo cual, puedan evitar que sean desalojados, hostigados o ser sujetos de cualquier otra amenaza.

***Disponibilidad de servicios, materiales, instalaciones e infraestructura:*** La vivienda debe de contar con agua potable, instalaciones sanitarias, energía eléctrica y para la cocina, espacio para conservar alimentos, iluminación y un sistema de eliminación de desechos.

***Asequible:*** la vivienda debe ser accesible a la población y que esto no signifique que pueda poner en riesgo otros satisfactores o que impida ejercer sus derechos.

***Habitabilidad:*** este aspecto significa que la vivienda debe de ser segura y protegerlos del frío, humedad, calor o lluvia, además de otros riesgos similares y estructurales.

***Accesibilidad:*** respecto a este rubro, se señala que la vivienda debe de contar con diseños y materiales que consideren necesidades de grupos marginados o con discapacidad.

***Ubicación:*** la zona en donde se encuentre la vivienda debe de estar cerca de servicios de salud, escuelas, guarderías, empleo o lugares de acceso social, evitando lugares contaminados o de riesgo.

***Adecuación cultural:*** toma aspectos y expresiones culturales la vivienda.

Además de los elementos anteriores, es necesario contar con un espacio vital suficiente, acceso a agua mejorada y saneamiento adecuado, para saber si un espacio provee dichos elementos se deben considerar los criterios de la tabla 4.1.

**Tabla 4.1**

*Criterios para considerar que se cuenta con un espacio vital suficiente, acceso a agua mejorada y saneamiento adecuado*

Elemento	Criterio
<b>Espacio vital suficiente</b>	Una vivienda provee un espacio vital suficiente para sus habitantes si cuenta con menos de cuatro personas por cuarto disponible.
<b>Acceso a agua mejorada</b>	<p>Una vivienda cuenta con acceso a agua potable mejorada, si abastece una cantidad suficiente de agua para el uso de la familia de por lo menos de 20 litros por persona diarios. Los siguientes criterios son utilizados para determinar el acceso a agua mejorada:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conexión de acueducto a la vivienda o lote.</li> <li>• Pozo de agua.</li> <li>• Ducto público que beneficie a no más de 5 viviendas.</li> <li>• Pozo profundo protegido.</li> <li>• Fuente de agua protegida.</li> <li>• Recolección de agua de lluvia.</li> <li>• Agua embotellada.</li> </ul>

---

<b>Acceso</b>	<b>a</b>	Se considera que una vivienda tiene acceso a un saneamiento
<b>saneamiento</b>		adecuado siguiendo estos criterios:
<b>adecuado</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conexión directa al alcantarillado público.</li> <li>• Conexión directa a pozo séptico.</li> <li>• Letrinas de sifón (poor flushlatrine) .</li> <li>• Letrina de pozo con mejorada ventilación.</li> <li>• Letrina de pozo con losa (esta condición tiene un peso del 50% del total del criterio) .</li> </ul>

---

Nota. Elaboración propia con datos de ONU Hábitat, consultado en: <https://onuhabitat.org.mx/index.php/elementos-de-una-vivienda-adecuada>.

### **4.3. Normatividad de vivienda a nivel federal**

Las leyes y normas que rigen la construcción para viviendas a nivel federal son (Gobierno de México, 2017):

- ***Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos:***

El artículo séptimo en la reforma publicada en el Diario Oficial de la Federación (DOF) el 7 de febrero de 1983, consagró el derecho a la vivienda como una garantía individual de segunda generación.

- ***Ley de vivienda:***

Para dar cumplimiento a lo establecido en el artículo séptimo de la CPEUM, se crea la Ley de vivienda publicada en el DOF el 27 de junio de 2006 que tiene por objeto establecer y regular la política nacional, los programas, los instrumentos y apoyos para que toda familia

pueda disfrutar de vivienda digna y decorosa.

El artículo 2 señala que se considerará vivienda digna y decorosa a:

...la que cumpla con las disposiciones jurídicas aplicables en materia de asentamientos humanos y construcción, salubridad, cuente con espacios habitables y auxiliares, así como, los servicios básicos y brinde a sus ocupantes seguridad jurídica en cuanto a su propiedad o legítima posesión, y contemple criterios para la prevención de desastres y la protección física de sus ocupantes ante los elementos naturales potencialmente agresivos (Ley de vivienda, 2006).

- ***Programa Sectorial de Desarrollo Agrario, Territorial y Urbano 2013-2018:***

El programa fue publicado en el DOF el 16 de diciembre de 2013, donde se determinan las directrices a seguir en materia de desarrollo urbano, y tiene como uno de sus principales objetivos, fomentar el acceso a la vivienda mediante soluciones habitacionales bien ubicadas, dignas y de acuerdo con estándares de calidad.

- ***Programa Nacional de Vivienda 2019-2024:***

El programa fue publicado en el DOF el 30 de abril de 2014 y determina el ordenamiento territorial y administración del suelo que considere la vivienda adecuada como un elemento central de planeación de territorio.

- ***Código de Edificación de Vivienda 2017:***

En Oaxaca se toma como referencia el Código de Edificación de Vivienda (CEV), y sirve como “modelo que al adoptarse normativamente provee a los gobiernos locales de México

un instrumento actualizado y armonizado con los ordenamientos jurídicos que rigen la edificación en el ámbito nacional” (Gobierno de México, 2017).

De acuerdo con el CEV (2017) la vivienda digna “es considerado como el límite inferior al que se pueden reducir las características de la vivienda, sin sacrificar su eficacia como satisfactor de las necesidades básicas, no suntuarias, habitacionales de sus ocupantes” (p. 58).

Además, menciona que vivienda digna deberá de: “a) estar ocupada por una familia; b) no tener más de 2.5 habitantes por cuarto habitable; c) no estar deteriorada; d) contar con agua entubada en el interior; e) contar con drenaje; f) contar con energía eléctrica” (p. 58).

El CEV es un ordenamiento público que tiene por objeto aplicarse a la construcción, modificación, ampliación, conservación, reconstrucción y mejoramiento de viviendas de hasta 5 niveles de altura, en su carácter unifamiliar o multifamiliar y de unidades habitacionales (Comisión Nacional de Vivienda [CONAVI], 2017).

El propósito del CEV es el de regular el proceso de la edificación de vivienda, en el contexto urbano, con una adecuada infraestructura en su conjunto, con el fin de salvaguardar la seguridad de los usuarios, la salud y el bienestar en general, a través de la accesibilidad económica, resistencia estructural, facilidades de medios de salida, estabilidad, higiene, iluminación y ventilación, uso eficiente de la energía, seguridad para las personas y los bienes contra el fuego y otros elementos atribuidos al medio ambiente.

Para llevar a cabo la construcción de una vivienda el CEV (2017) señala que, se debe de contar con los siguientes documentos:

- Título de la propiedad, ubicación y polígono envolvente con el área respectiva.
- Constancia de uso del suelo.
- Alineamiento y número oficial.

- Levantamiento topográfico.

### **Requisitos de ingeniería urbana aplicables:**

Los servicios mínimos requeridos para una vivienda que menciona el CEV (2017) son agua potable, alcantarillado sanitario y pluvial, así como electrificación.

En la sección 805.2 del CEV referente a espacios habitables básicos, se señala que los espacios habitables deben contar con las dimensiones mínimas de superficie, altura, ventilación e iluminación natural establecidas en la sección 805. Dichos espacios son recámara, alcoba, estancia y comedor.

En la sección 805.3, se definen los espacios auxiliares básicos, como un lugar de la vivienda donde se desarrollan actividades de trabajo, higiene y circulación tales como cocinar, asearse, lavar, planchar, almacenar y desplazarse. Son cocina, baño, lavandería, pasillo, escalera y patio.

### **Criterios de diseño para espacios interiores de la vivienda**

De acuerdo con el CEV (2017) para poder establecer el diseño interno de la vivienda las medidas y características que deben de considerarse se mencionan en la tabla 4.2.

**Tabla 4.2**

*Medidas generales aplicadas a cada espacio de la edificación*

<b>ESPACIO HABITABLE</b>	<b>ÁREA MÍNIMA (m<sup>2</sup>)</b>	<b>LADO MÍNIMO (m)</b>
<b>Estancia</b>	7.29	3.5
<b>Comedor</b>	4.41	2.10
<b>Recámara<sup>2</sup></b>	7.29	2.70
<b>Espacio auxiliar</b>		
<b>Patio</b>	1.96	1.40
<b>Patio- lavandería<sup>3</sup></b>	2.66	1.40

*Nota.* Medidas recuperadas del CEV (2017).

El CEV señala las siguientes consideraciones que deberán cumplir los elementos de la vivienda.

**Recámara:** este debe de ubicarse en un lugar que permita una entrada de la luz solar, ventilación y vista al exterior, también porque puede haber personas con discapacidad y requieren de un largo tiempo de uso de la recámara. Es importante que la recámara no sea paso a otra parte de la casa, como a un baño común o a un pasillo, entre otras áreas.

**Baño:** debe de contar con inodoro, una regadera y accesorios como portapapeles, porta cepillos con jabonera, jabonera, toallero y percha de gancho.

<sup>2</sup> Más clóset mínimo de 0.60 m por 1.50m.

<sup>3</sup> Cuando se requiera de recipientes de gas en el patio-lavandería, la distancia entre la salida del recipiente de gas y cualquier punto de ignición, dentro o fuera de la vivienda, debe ser de 1.50 m como mínimo

**Cocina:** cada vivienda debe de tener un área de cocina con estufa, fregadero, refrigerador, área de preparación y circulación.

**Lavandería o lavadero:** esta área debe de contener un lavadero, una lavadora de ropa, secadora de ropa, calentador de agua, cilindro de gas o contrario a esto un calentador de agua solar.

**Almacenaje temporal de basura:** la edificación debe de contar con un espacio para que se almacene la basura de manera temporal, el tamaño dependerá de la cantidad de personas que vivan en el predio.

Las personas que administren la edificación deben contemplar los siguientes puntos con relación a la basura y desechos. Primeramente, se deben tomar acciones para el manejo de residuos sólidos urbanos clasificándolo mínimamente en orgánico e inorgánico, a bien de acuerdo con el Manual Técnico sobre Generación, Recolección y Transferencia de Residuos Sólidos Municipales, editado por la Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL) en donde se explica más a detalle otros tipos específicos de clasificación manejo de residuos sólidos urbanos. Otro punto importante por considerar es que se debe de identificar físicamente los residuos, y, por último, debe de estar conciliado para que las autoridades competentes del municipio puedan acceder para su recolección o manejo.

**Salidas de emergencia:** Para edificaciones se debe de contar con una salida para emergencia en caso de desalojo, asimismo, con señalamientos, instructivos visibles y legibles en las rutas de evacuación, así como tener puntos de reunión seguros.

**Iluminación y ventilación:** debe de contar con iluminación para interiores y exteriores como patios, vía pública o algún espacio externo a los cuartos, ya sea natural o artificial. También debe ser de fácil acceso al uso de la iluminación para las personas que vivan en la edificación.

**Patio:** esta área debe de contar con un mínimo de 1.96 metros y un lado mínimo de 1.40 metros. Además, puede ser techado con cubiertas transparentes con transmisión de luz solar a un 85% de iluminación, se puede pavimentar con un mínimo de 5 centímetros por debajo del piso del interior.

**Escaleras:** las escaleras deben de tener un peralte de 18 centímetros, huella mínima de 25 centímetros, chaflán de 2 centímetros de ancho como máximo. Los pasamanos deben estar a 10 centímetros hacia adentro de la escalera, y debe tener una altura de 85 a 95 centímetros de alto como máximo, además, debe de ser la escalera de 90 centímetros de ancho total como medida mínima.

**Estancia:** estas áreas no son necesarias que cumplan con requisitos de equipamiento, o al menos no lo establece el código, sin embargo, establece una opción en donde tiene que existir por lo menos un área de 7.29 metros y un lado de 3.5 metros para 4 a 6 personas, una distancia de 2.1 a 2.7 metros entre sofás para una conversación.

**Ventanas:** las ventanas deben de mantener una ventilación constante de 0.4 m<sup>3</sup> por minuto por ocupante y sus vidrios deben de cumplir con la norma NOM-146-SCFI-2016.

- ***Normas oficiales mexicanas:***

Las edificaciones para vivienda deben cumplir con las normas mexicanas en materia de materiales, diseño estructural, procesos constructivos, instalaciones, entre otras. Asimismo, deberán cumplir con la normatividad estatal.

#### **4.4. Normatividad de vivienda a nivel estatal**

El Reglamento de Construcción y Seguridad Estructural para el Estado de Oaxaca, es una referencia fundamental de desarrollo urbano y seguridad de construcción de la entidad. El reglamento tiene como objeto controlar las obras de construcción, instalaciones, modificaciones, ampliación, reparación, conservación, restauración y demolición, así como, el uso de edificaciones y los destinos y reservas de los predios y los centros de población del territorio del Estado. Las disposiciones de este reglamento son de orden público e interés social y regirán en todo el Estado de Oaxaca, de acuerdo con lo establecido en la Ley de Desarrollo Urbano del Estado, sin perjuicio de las que expresamente se encuentran establecidas en leyes federales sobre la materia.

En el Reglamento de Construcción y Seguridad Estructural del Estado de Oaxaca”, el Título cuarto denominado “Proyecto Arquitectónico e Instalaciones” establece los criterios mínimos de predios, dimensiones, iluminación y ventilación, circulaciones, accesos y salidas.

En la tabla 4.3 se presenta una síntesis de los artículos representativos para esta investigación.

**Tabla 4.3**

*Criterios mínimos de predios, dimensiones, iluminación y ventilación, circulaciones, accesos y salidas*

<b>Fundamento legal</b>	<b>Concepto</b>	<b>Descripción</b>
<b>Artículo 76</b>	Coeficiente de ocupación del suelo y áreas libres descubiertas	Coeficiente de ocupación del suelo no deberá ser mayor de 75% de su área útil, debiendo destinar el 25% restante para áreas libres descubiertas.
<b>Artículo 78</b>	Dimensión de superficies descubiertas	Los patios o áreas libres para dar iluminación y ventilación naturales tendrán una dimensión mínima de 6.00 m <sup>2</sup> , con un lado mínimo de 2.00 m cuando las piezas habitacionales que los limiten tengan una altura hasta de 3.00 m. En el caso de piezas con altura hasta de 6.00 m, el área mínima será de 9.00 m <sup>2</sup> y el lado mínimo de 2.50 m.
<b>Artículo 79</b>	Iluminación y ventilación	Las habitaciones destinadas a dormitorios alcobas, salas o estancias, tendrán iluminación y ventilación naturales por medio, de vanos <sup>4</sup> que den directamente a la vía pública. La superficie total de ventanas para iluminación, libre de obstrucción, será equivalente por lo menos a la quinta parte de la superficie del piso de la habitación. La superficie libre para la ventilación será cuando menos una tercera parte de la superficie mínima de iluminación.
<b>Artículo 81</b>	Denominación de circulaciones	La denominación de “circulaciones” comprende los corredores, túneles, pasillos, escaleras y rampas.

<sup>4</sup> Vano: Se refiere al espacio que se deja en las construcciones en obra para identificar dónde irán ubicadas puertas y ventanas en exteriores o interiores o aquellos espacios que se dejan para que entre luz natural.

---

<b>Artículo 82</b>	Características y dimensiones de las circulaciones horizontales	y I.- Todos los locales de un edificio deberán tener salidas, pasillos o corredores que conduzcan directamente a las puertas de salida o a las escaleras. II.- El ancho mínimo de los pasillos y de las circulaciones para el público, será de un metro, veinte centímetros, excepto en interiores de viviendas unifamiliares y de oficinas, donde podrá ser de noventa centímetros. III.- Los pasillos y los corredores no deberán tener salientes o tropezones que disminuyan su anchura, a una altura inferior a 2.50 m. IV.- La altura mínima de los barandales, cuando se requieran, será de noventa centímetros y se construirán de manera que impidan el paso de niños a través de ellos. En los casos de edificios para habitación colectiva y escuelas de primera y segunda enseñanza, los barandales que sean calados deberán ser solamente de elementos verticales, con excepción del pasamanos; V.- Cuando los pasillos tengan escalones, deberán cumplir con las disposiciones sobre escaleras, establecidas en el artículo 83° del Reglamento de Construcción y Seguridad Estructural del Estado de Oaxaca.
--------------------	---	---

---

<b>Artículo 83</b>	Requisitos de escaleras	I.- Los edificios tendrán siempre escaleras que comuniquen todos sus niveles, aun cuando existan elevadores. II.- Las escaleras serán en tal número que ningún punto servido del piso o planta se encuentre a una distancia mayor de veinticinco metros de alguna de ellas.
--------------------	-------------------------	--

---

---

III.- Las escaleras en casas unifamiliares o en el interior de departamentos unifamiliares tendrán una anchura mínima de 0.90m excepto las de servicio que podrán tener una anchura mínima de 0.60 m. En cualquier otro tipo de edificio, la anchura mínima será de 1.20m en los centros de reunión y salas de espectáculos, las escaleras tendrán una anchura mínima igual a la suma de las anchuras de las circulaciones a las que den servicio.

IV.- El ancho de los descansos deberá ser, cuando menos, igual a la anchura reglamentaria de la escalera.

V.- Solo se permitirán escaleras compensadas y de caracol, para casas unifamiliares, comercios u oficinas con superficie menor de cien metros cuadrados.

VI.- La huella de los escalones tendrá un ancho mínimo de veinticinco centímetros y sus peraltes un máximo de dieciocho centímetros. La dimensión de la huella se medirá entre las proyecciones verticales de dos narices contiguas. Las medidas de los escalones deberán cumplir con la siguiente expresión:  $61 \text{ cm.} (2p+h) 65 \text{ cm.}$

VII.- Las escaleras contarán con un máximo de trece peraltes entre dos descansos, excepto las compensadas y las de caracol.

VIII.- En cada tramo de escaleras las huellas serán todas iguales; la misma condición deberán cumplir los peraltes.

IX.- La altura mínima de los barandales, cuando sean necesarios será de noventa centímetros, medidos a partir de la nariz del escalón y se construirán de manera que impidan el paso de niños a través de ellos; en los casos de

---

		edificios para habitación colectiva y escuelas de primaria y segunda enseñanza, los barandales que sean calados deberán ser solamente de elementos verticales, con excepción del pasamanos.
<b>Artículo 84</b>	Requisitos de rampas para peatones	<p>I.- Tendrán una anchura mínima igual a la suma de las anchuras reglamentarias de las circulaciones a quien servicio.</p> <p>II.- La pendiente máxima será del 10%.</p> <p>III.- Los pavimentos serán antiderrapantes; y</p> <p>IV.- La altura mínima de los barandales, cuando se requieran será de noventa centímetros y se construirán de manera que impidan el paso de niños a través de ellos. En los casos de edificios para habitación colectiva y escuelas de primaria y segunda enseñanza, los barandales que sean calados deberán ser solamente de elementos verticales, con excepción del pasamanos.</p>
<b>Artículo 86</b>	Dimensiones de accesos y salidas.	Las puertas de acceso a casa habitación unifamiliares, departamentos u oficinas ubicadas en el interior de edificios y las aulas en edificios destinados a la educación, podrán tener una anchura libre, mínima de 0.90m. Asimismo, en estos edificios las puertas interiores de comunicación o de áreas de servicio podrán tener una anchura libre mínima de 0.60m.
<b>Artículo 88</b>	Salidas de emergencia	Cuando la capacidad de los hoteles, casa de huéspedes, hospitales, centros de reunión salas de espectáculos y edificios para espectáculos y/o actividades deportivas, sea superior a 40 concurrentes o cuando el área de ventas de

---

locales y centros comerciales sea superior a 1000 m<sup>2</sup>, deberán contar con los siguientes requisitos:

I.- Serán en número y dimensiones tales que, sin considerar las salidas de uso normal, permitan el desalojo del local, en un máximo de tres minutos.

II.- Estarán libres de toda oscuridad y en ningún caso tendrán acceso o cruzarán a través de locales de servicio, tales como cocinas, bodegas y otros similares.

---

**Artículo 89** Puertas

Las puertas de salida de emergencia de hoteles, casas de huéspedes, hospitales, centros de reunión, salas de espectáculos, instalaciones deportivas, locales y centros comerciales deberán satisfacer los siguientes requisitos:

I. Siempre serán abatibles al exterior sin que sus hojas obstruyan pasillos o escaleras.

II.- El claro que dejen las puertas al abrirse no será en ningún caso menor que la anchura mínima que fija el artículo 86 del Reglamento de Construcción y Seguridad Estructural para el Estado de Oaxaca.

III.- Contarán con dispositivos que permitan su apertura en el simple empuje de los concurrentes.

IV.- Cuando comuniquen con escaleras, entre la puerta y el peralte inmediato, deberá haber un descanso con una longitud mínima de 1.20m;

V.- No habrá puertas simuladas ni se colocarán espejos en las puertas.

---

*Nota.* Elaboración propia con información del Reglamento de Construcción y Seguridad Estructural para el Estado de Oaxaca.

#### **4.5 Normatividad de vivienda a nivel municipal**

En el municipio de Huajuapán de León, Oaxaca, no se cuenta con una ley local, que regule las edificaciones, por lo que, toma como referencia las leyes estatales o federales, por ejemplo, para la construcción de fraccionamientos la ciudad, se consulta el Reglamento de Fraccionamientos para el Estado De Oaxaca, también, la ciudad toma como referencia el Reglamento de Construcción y Seguridad Estructural para el Estado de Oaxaca y el Código de Edificación de Vivienda que es a nivel federal una referencia para la vivienda digna.

#### **4.6. Consideraciones del capítulo**

La vivienda representa la estructura o espacio donde el ser humano se desenvuelve en familia, considerada como la célula de la sociedad y tiene un impacto directo en la calidad de vida de los habitantes. Primero, para que las personas puedan desarrollarse como individuos dentro una vivienda, en México se estableció un marco normativo de vivienda a nivel federal, en donde se explican, definen y conjuntan los elementos necesarios que debe tener una vivienda para construirse. La CONAVI es la encargada de dar soluciones de ubicación, que sean viviendas dignas y que cumplan los estándares de calidad internacionales. El Código de Edificación de Vivienda y la Ley de Vivienda regulan las construcciones y que sean óptimas para los usuarios. A nivel estatal, se debe de cumplir el Reglamento de Construcción y Seguridad Estructural del Estado de Oaxaca, así como de normas federales en casos especiales o por la naturaleza del proyecto, para tener un marco legal, el cual funciona como una referencia en la construcción de viviendas. Considerar el marco legal de la vivienda en México permite crear una propuesta de valor que se distinga por cumplir con aspectos importantes en la edificación o construcción de vivienda, así como, la seguridad de los

arrendatarios de que no serán desalojados ni sufrirán ninguna otra clase de amenaza, además de que, tenga disponibilidad de servicios básicos y trabajo, precios accesibles, así mismo, que los proteja de las adversidades de la naturaleza, es decir, que sea habitable, que sea accesible, que implica que puedan los individuos acceder a todas las zonas de la vivienda de manera más fácil, otro aspecto es que la ubicación no debe amenazar la integridad de la vivienda y de los usuarios, asimismo la vivienda puede dar una expresión que refleje identidad cultural con respeto.

Cabe mencionar que el Reglamento de Construcción y Seguridad Estructural de Oaxaca establece porcentajes mínimos de iluminación y ventilación necesarios para un espacio en función de sus dimensiones, así como, alturas mínimas, lados mínimos, niveles de iluminación, entre otros aspectos.

La normatividad en este rubro indica los requerimientos mínimos, para brindar espacios de vivienda dignos, funcionales, seguros, y en la medida de lo posible asequibles, sobre todo en el de arrendamiento para estudiantes, ya que existen espacios físicos para renta que no cumplen con dimensiones y características funcionales, donde los arrendadores priorizan el fin lucrativo y dejan de lado la habitabilidad.

Es importante tener en cuenta los criterios mínimos en las construcciones para arrendamiento estudiantil, ya que tienen un fundamento legal, solo que existen casos de propietarios, sobre todo en agencias como Acatlima, que se rigen por usos y costumbres, por lo que dejan a un lado la normativa, dándose la libertad de disponer del diseño del espacio con fines más lucrativos que funcionales

# **CAPÍTULO 5.**

# **RESULTADOS**

---

---



## **CAPÍTULO 5. RESULTADOS**

El presente capítulo consta de dos apartados, el reporte de resultados y la propuesta del modelo de negocios formulada con base a ellos.

### **5.1. Análisis de resultados**

El 22.22% de los entrevistados señalaron ser originarios de Oaxaca de Juárez, un 11.11% de del Istmo de Tehuantepec, y 11.11% de Asunción Nochixtlán, mientras que el resto de los alumnos provienen de municipios como Nejapa de Madero, Santo Domingo Tonalá, Pinotepa Nacional, Santa María Huazolotitla, Villa de Zaachila y San Pedro Juchatengo, 5.56% respectivamente.

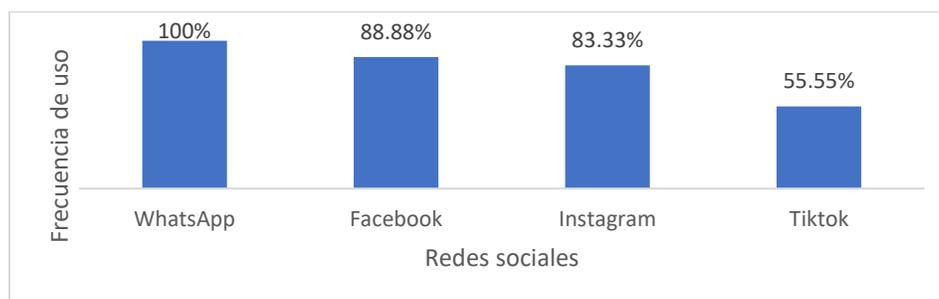
En cuanto a la edad, un 33.33% manifestó tener 22 años, 27.78% con 24 años, 22.22% de 23 años y 16.67% con 21 años. De los cuales, el 72.22% se encuentran cursando noveno semestre, 22.22% séptimo y 5.55% el quinto semestre.

Al preguntarles sobre su ocupación, el 83.33% únicamente es estudiante, mientras que 16% además, se dedica al comercio.

Las redes sociales que utilizan con mayor frecuencia son: WhatsApp, Facebook, Instagram y Tiktok como se muestra en la figura 5.1.

**Figura 5.1**

*Redes sociales utilizadas con mayor frecuencia*



*Nota.* Elaboración propia con datos de la entrevista.

Respecto a la ubicación, se presentó a los entrevistados un mapa de Acatlima dividido en cuadrantes para que señalaran la zona en la que rentan actualmente y aquella que consideraban como la mejor para vivir.

A continuación, se presenta en la figura 5.2 el mapa, en el cual se presentan cuatro zonas, tomando como origen la fuente. La zona I se encuentra en la parte posterior de la UTM, en la II se ubica el centro de distribución de Lala, la zona III colinda con el Núcleo Rural Universitario y en la zona IV se encuentra la UTM.

**Figura 5.2**

*Zona de arrendamiento en Acatlima*

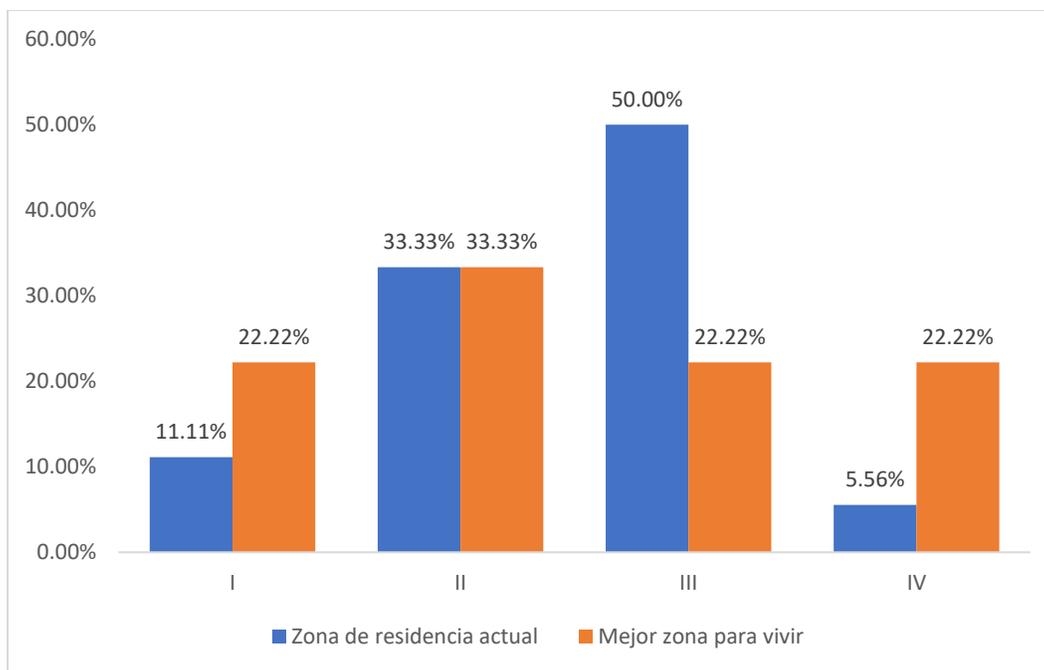


*Nota.* Elaboración propia con un mapa de Acatlima consultado en Google Maps.

Como se muestra en la figura 5.3, el 50% de alumnos identifican a la III como la mejor zona para vivir por su cercanía tanto con la universidad como con los servicios, sin embargo, el 33.33% mencionó que vive en la II debido a que la renta es más baja y por la facilidad de acceso a tiendas, fondas y lavanderías y por último, el 33.33% considera la zona II como la mejor para vivir.

**Figura 5.3**

*Zona de arrendamiento en Acatlima actual y preferida*

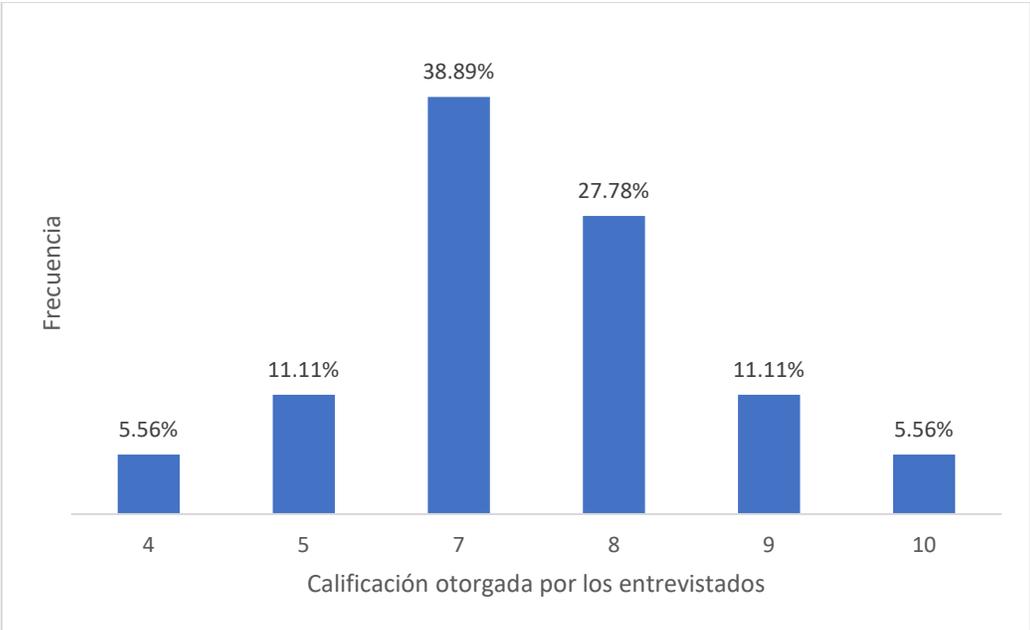


*Nota.* Elaboración propia con datos de la entrevista.

Se preguntó a los dieciocho entrevistados que otorgaran una calificación del 0-10 del nivel de satisfacción con el espacio que rentan actualmente se presenta en la figura 5.4, siendo la calificación más repetida el 7, con una frecuencia relativa de 38.89%, seguido del 8 con 27.78%, lo que indica que existe un área de oportunidad para crear una propuesta de valor que satisfaga las necesidades de los arrendatarios.

**Figura 5.4**

*Nivel de satisfacción de los entrevistados respecto al lugar que arriendan actualmente*

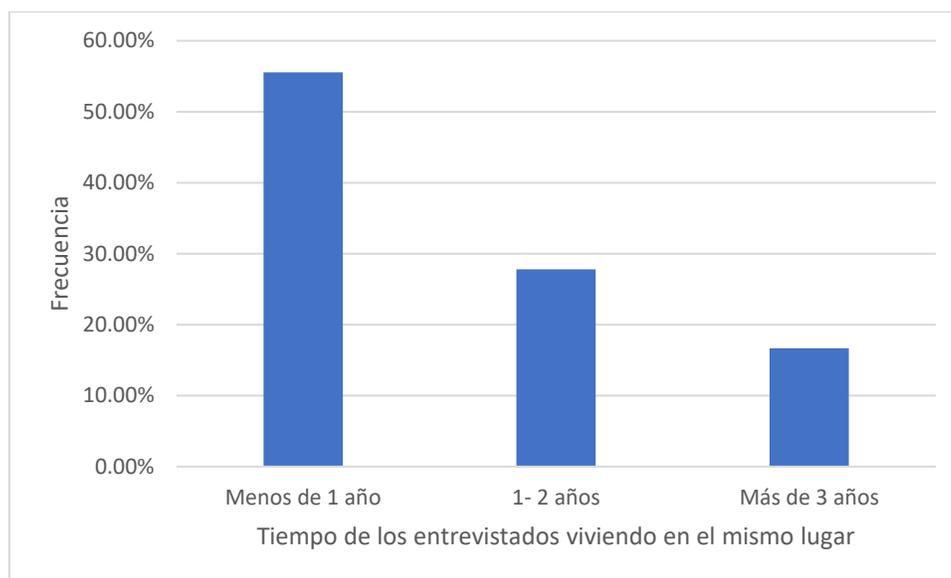


*Nota.* Elaboración propia con datos de la entrevista.

En la figura 5.5 se muestra el tiempo que tienen viviendo en el mismo lugar los entrevistados, el 55.56% tiene menos de un año.

### Figura 5.5

*Tiempo que los entrevistados tienen viviendo en el mismo lugar*

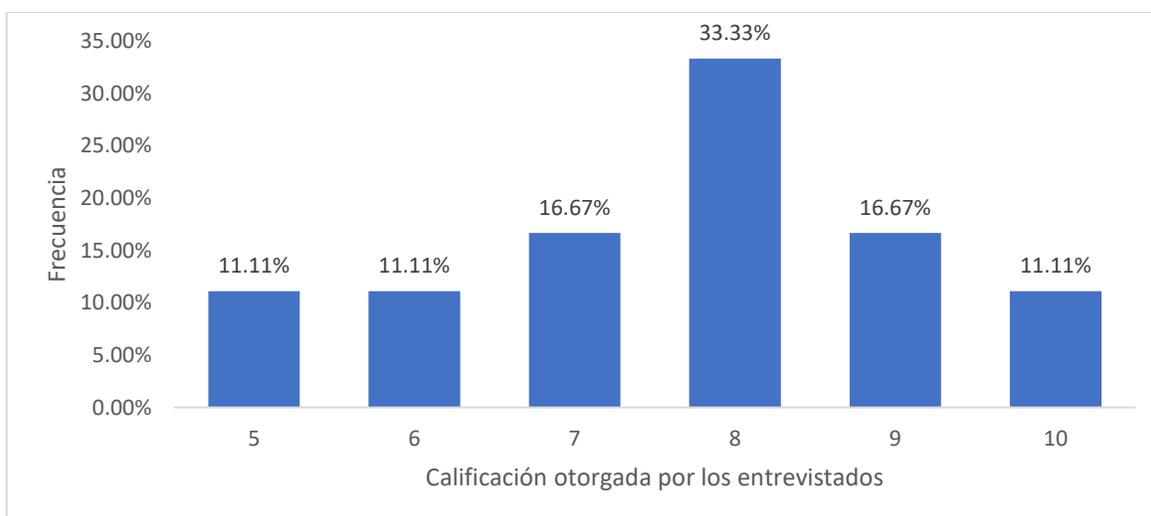


*Nota.* Elaboración propia con datos de la entrevista.

Se solicitó a los alumnos que otorgaran una calificación a la relación costo-beneficio del espacio que arriendan actualmente, que se muestra en la figura 5.6. Donde la puntuación de 8 tiene una frecuencia relativa de 33.33%, y las calificaciones iguales o menores a 7 concentran el 38.89%. Los alumnos que asignaron una calificación igual o mayor a 8 señalaron como principal motivo el bajo monto de renta.

**Figura 5.6**

*Relación costo beneficio de los espacios arrendados*



*Nota.* Elaboración propia con datos de la entrevista.

Los entrevistados coincidieron en su totalidad que realizan el pago de renta de manera mensual.

El monto de renta promedio pagado mensualmente por los estudiantes es de \$1,317 para un cuarto y \$2,750 para una casa pequeña.

El 77.77% de los estudiantes señala que el arrendador les solicitó un depósito inicial equivalente a un mes de renta, mientras que el 22.22% indica haber entregado una cantidad menor a un pago de renta.

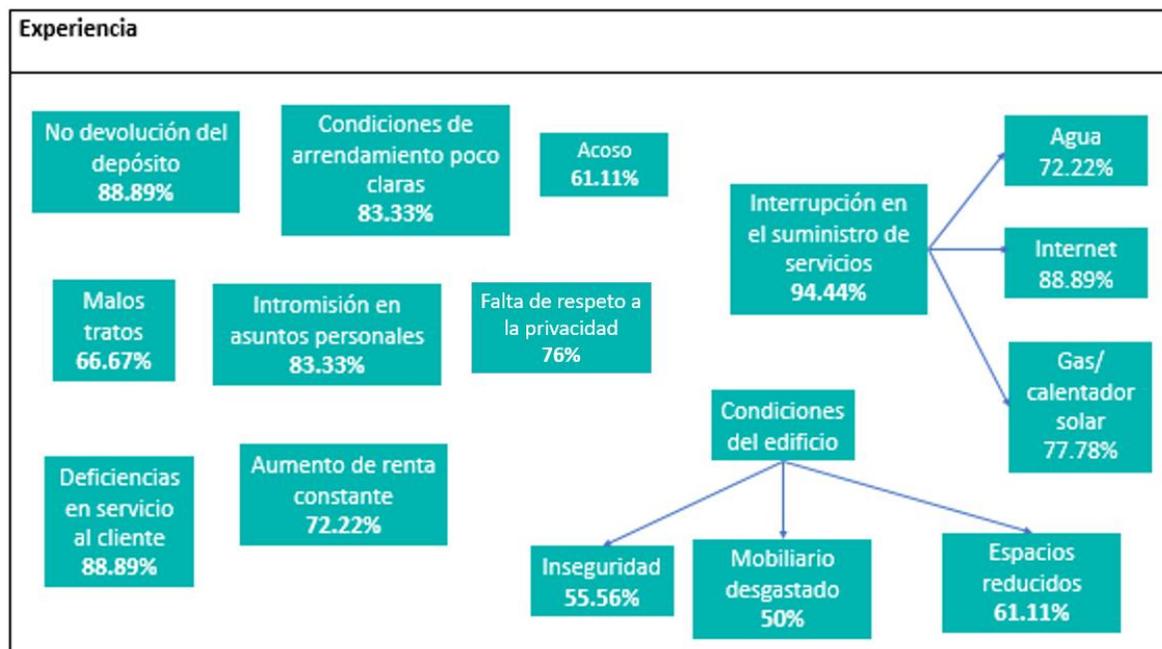
Al preguntar sobre el color que preferirían que estuviera pintada la habitación para arrendar, indicaron el color blanco, beige y tonos pastel, de la misma manera para el color del edificio de renta.

Los servicios que contempla el pago de la renta fueron en la totalidad de los casos, internet y agua, mientras que el 55.55% incluye el servicio de recolección de basura y el 22.22% el pago de recibo de luz.

En la figura 5.7 se presenta un diagrama de afinidad con los elementos identificados de la experiencia de los entrevistados desde que comenzaron a rentar en Acatlima a la fecha. Al preguntar a los entrevistados sobre su experiencia rentando en Acatlima, 38.89% indicó que su experiencia ha sido buena y el resto que han tenido por lo menos una situación desfavorable en los lugares de arrendamiento. Ahondando en la experiencia de este grupo de personas, mencionan como principales causas la falta de servicios mínimos indispensables, confrontaciones con el responsable del edificio, robo de pertenencias y falta de seguridad en el edificio.

**Figura 5.7**

*Diagrama de afinidad sobre la experiencia de los entrevistados arrendando en Acatlima*



*Nota.* Elaboración propia con datos de la entrevista.

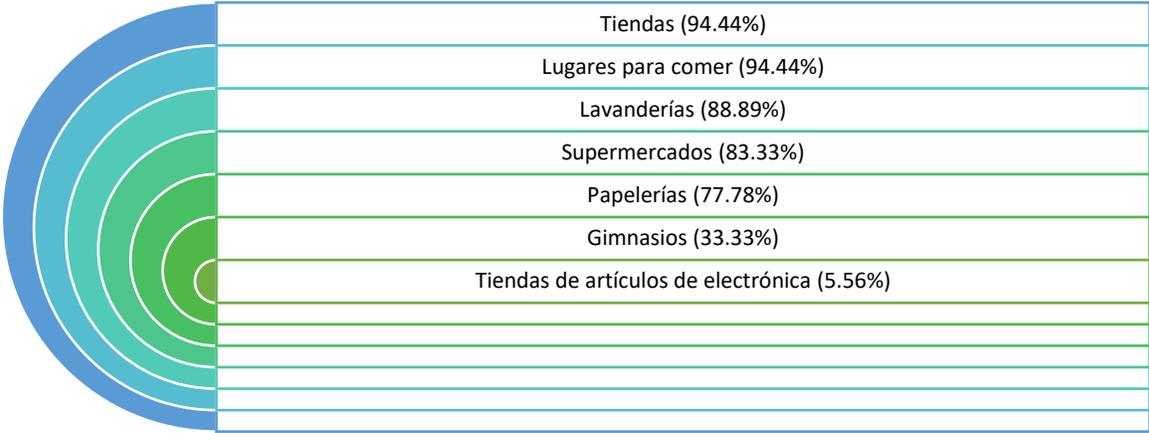
Como se observa en la figura 5.7, la experiencia de los estudiantes en los lugares donde rentan tiene aspectos en común como son: la falta de suministros básicos, espacios reducidos, el aumento constante de la renta y falta de suministro constante de servicios. Además, 76% de los entrevistados señalan que no hay respeto a su privacidad, y que en algún momento de su estadía en Acatlima han recibido malos tratos e inclusive acoso por parte del casero.

Para los estudiantes es fundamental optimizar sus recursos, de manera que, se ven en la necesidad de que durante su estancia en la universidad puedan obtener los mayores beneficios con una menor cantidad de recursos. Se les preguntó a los alumnos en una escala del 1 al 10 que calificaran qué tan importante sería para ellos recibir cupones, la calificación promedio

otorgada fue de 9.1. Los establecimientos de los que preferirían dichos cupones se indican en la figura 5.8.

**Figura 5.8**

*Tipo de establecimientos de los que los entrevistados preferirían recibir cupones*

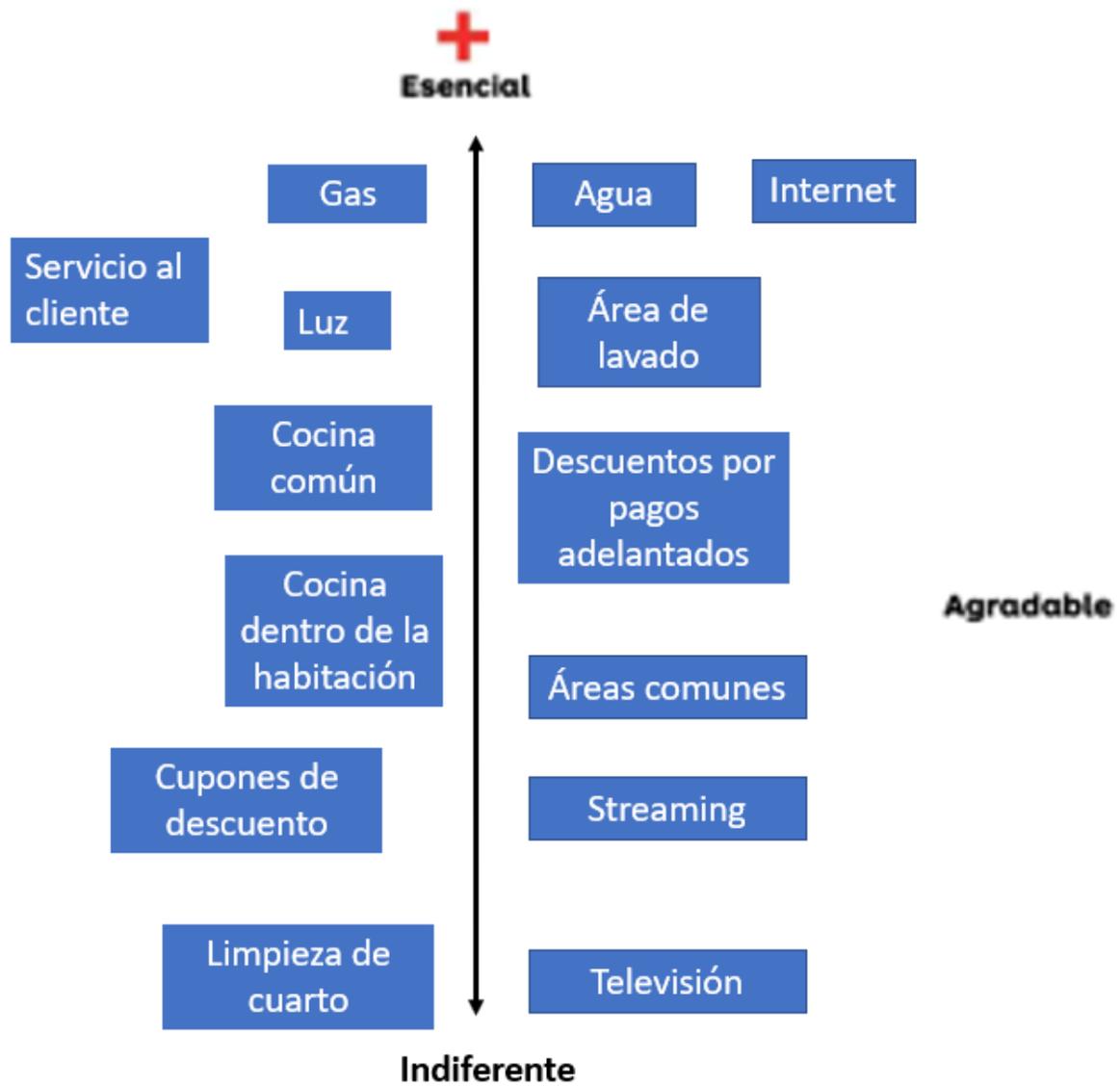


*Nota.* Elaboración propia con datos de la entrevista.

Los alumnos entrevistados mencionaron que es importante que la renta ya incluya algunos servicios, como el gas, agua e internet principalmente; y no consideran prioritarios la limpieza al cuarto y un servicio de television de paga. En el caso de la luz, no es considerado esencial, debido a que los alumnos prefieren que cada cuarto tenga su medidor y se pague el servicio de manera individual. En la figura 5.9 se clasificaron en orden de importancia los servicios mencionados en una escala de esencial, agradable e indiferente, esto fue posible ya que los entrevistados evaluaron del 0 al 10 la importancia de que cada uno de estos servicios fuera incluido dentro del pago de renta.

**Figura 5.9**

*Orden de importancia de los servicios dentro del pago de renta*



*Nota.* Elaboración propia con datos de la entrevista y usando la estructura propuesta por Osterwalder (2015) para el modelo Canvas.

Los espacios comunes que los alumnos consideran importantes son: el patio, terraza, entre otros como se muestra en la figura 5.10. De esta manera, pueden tener una amplia opción más allá de sólo tener un cuarto como dormitorio, es importante para los entrevistados los espacios comunes ya que necesitan esparcimiento y hacer uso de áreas básicas como de lavado y cocina.

### Figura 5.10

*Espacios comunes sugeridos por los entrevistados para un edificio de arrendamiento*



*Nota.* Elaboración propia con datos de la entrevista.

El monto que estarían dispuestos a pagar los informantes por un departamento que cumpliera con sus expectativas es de \$2,411.00 y de \$1,576.00, en caso de ser un cuarto.

El perfil del consumidor se describe en tres perspectivas, las tareas que realiza con regularidad, sus alegrías y frustraciones. La propuesta de valor debe de atender esos tres

aspectos, facilitando sus tareas, potenciando u otorgando alegrías y aliviando sus frustraciones, es de esta manera, como se realiza el “encaje”<sup>5</sup> de la propuesta de valor con el perfil del cliente en el modelo Canvas (Osterwalder, 2015).

Las principales tareas que desempeña el usuario en su lugar de residencia son dormir, alimentarse, bañarse y descansar, como se muestra en la figura 5.11.

**Figura 5.11**

*Importancia de las tareas del consumidor*



*Nota.* Elaboración propia con datos de la entrevista.

<sup>5</sup> El “encaje” representa la intersección entre la propuesta de valor y el perfil del cliente (tareas, alegrías y frustraciones)

Las principales causas de alegrías son aspectos que se relacionan directamente con el arrendador, como la existencia de un contrato de arrendamiento con la finalidad de que queden establecidos los derechos, las obligaciones y anexar fotos de las condiciones en que se recibe la habitación para que, en el momento de terminar el contrato, se pueda determinar si procede la devolución del depósito.

Al respecto, una de las entrevistadas señala:

Quisiera que hubiera un contrato, donde sepamos que derechos y obligaciones tiene cada quién, o qué hacer en ciertas situaciones. También que pongan evidencia de cómo entregan el cuarto y ver cómo lo devolvemos nosotros. (E221122-14)

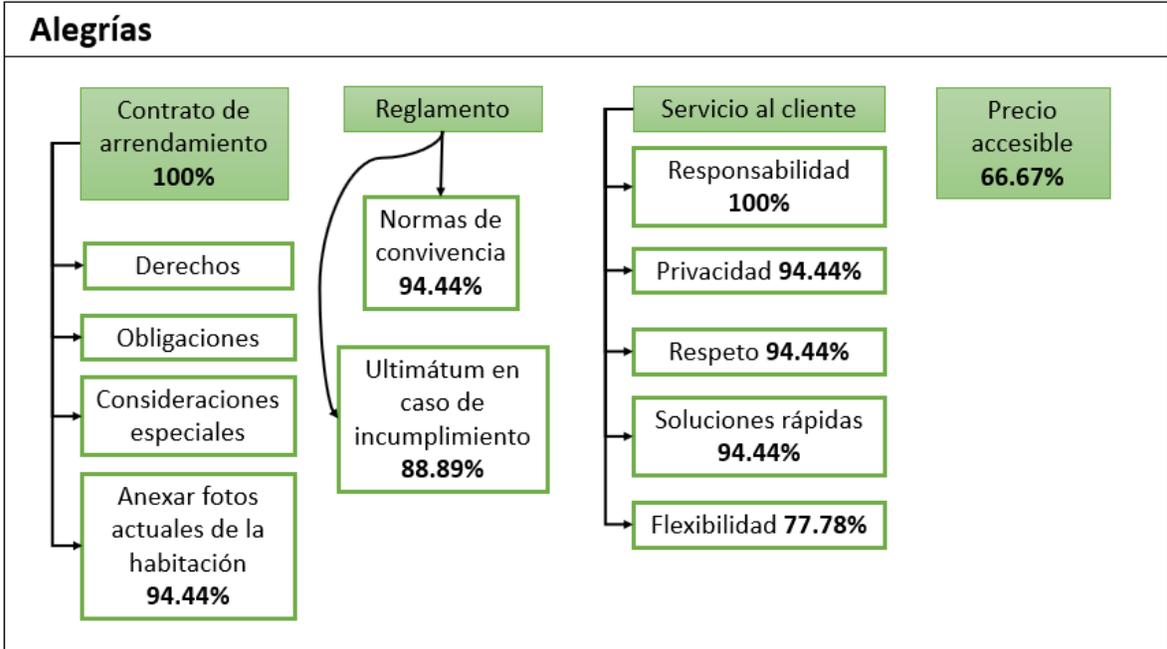
El 94.44% de los entrevistados indica que desearían que existiera un reglamento en el edificio donde se establezcan normas de convivencia. Otros aspectos importantes manifestados por los entrevistados en cuanto al servicio que requieren por parte del casero, es la flexibilidad (77.78%), la privacidad (94.44%), la responsabilidad en el servicio que están brindando (100%), el respeto (94.44%) y soluciones rápidas (94.44%). Además, el 66.67% de los entrevistados indica un precio accesible como una variable de decisión a la hora de elegir un lugar de arrendamiento.

Estos son algunos de los aspectos a atender por medio de la propuesta de valor con la finalidad de ofrecer un servicio que cumpla con la mayoría de los requisitos.

En la figura 5.12 se muestra el diagrama de afinidad que contiene las alegrías del consumidor.

**Figura 5.12**

*Alegrías del consumidor*



*Nota.* Elaboración propia con datos de la entrevista.

Las frustraciones se presentan en tres categorías que son a) interrupción en el suministro de servicios, b) deficiencias en el servicio al cliente y c) condiciones del edificio. En la primera categoría, el 88.89% mencionó internet, mientras que el 77.78% se refirió a que les es molesto que el calentador de agua (sea de gas o solar) no funcione adecuadamente y el 72.22% señaló la falta de agua. En cuanto a las deficiencias en el servicio al cliente, en el 88.89% de los casos, los arrendadores no devuelven el depósito cuando los arrendatarios entregan la

habitación, incluso cuando se encuentre en buenas condiciones, argumentando que se debió avisar con varios meses de anterioridad que se dejaría de arrendar en ese lugar. Esto se relaciona con el siguiente punto, que son las condiciones de arrendamiento poco claras, ya que, al no existir un contrato de arrendamiento, los jóvenes están expuestos a que los caseros impongan reglas y condiciones nuevas a conveniencia, como aumentos de renta constantes (72.22%).

Asimismo, los entrevistados manifiestan la molestia que les causa la intromisión en asuntos personales (83.33%), los malos tratos por parte de los caseros (66.67%) e incluso el acoso (61.11%).

Al preguntarle sobre la experiencia que ha tenido rentando en Acatlima, una de las entrevistadas señaló “Mi relación es mala con el casero que no es el dueño, no permite visitas, ni que vayan compañeros hombres. Pero no están al pendiente cuando no hay servicios. Siento que vivo acoso por parte de la administradora del edificio...” (L181122-14). En la narración se pone de manifiesto la inconformidad que se tiene en cuanto a la intromisión en asuntos personales.

Respecto al mismo tema otra entrevistada afirmó:

Los caseros sobrepasan el límite de la privacidad. Una vez estaba estudiando con una amiga para un examen, estudiamos toda la noche, su novio le llevó de cenar a las dos de la mañana. Se salió de mi edificio a comprar de cenar, mi casera a las dos de la mañana le cerró el portón para que no pudiera entrar al edificio. En otra ocasión llegué a las cuatro de la mañana de una fiesta y mi casera estaba sentada en el patio, a ese punto, son muy entrometidos... (C181122-14).

En cuanto a las condiciones del edificio que causan frustración en los arrendatarios, manifestando que, se tienen espacios reducidos en 61.11% de los casos, en el 55.56% mencionaron la inseguridad y el 50% señaló el mobiliario desgastado.

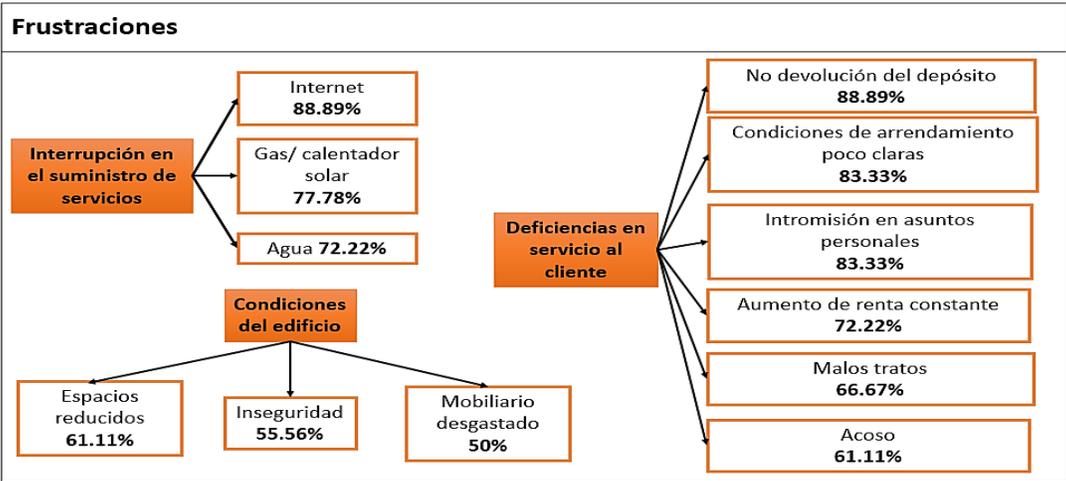
Acerca del mobiliario desgastado un informante indica que:

Calificaría mi experiencia con un cinco. Hay varias cosas que mejorar en el edificio donde estoy. Está muy descuidado, no le dan mantenimiento, los calentadores ya están picados, el gas no lo surten constantemente, así que no hay agua caliente. Y con el frío, pues hay que usar una resistencia para calentar el agua. La señal de internet es mala. (R231122-10)

En la figura 5.13 se presenta el diagrama de afinidad sobre las frustraciones de los entrevistados en relación con el servicio de arrendamiento.

**Figura 5.13**

*Frustraciones del consumidor*



Nota. Elaboración propia con datos de la entrevista.

En el rubro de seguridad una entrevistada expuso lo siguiente:

El casero me robó la computadora, las autoridades no procedieron, después de eso sentí acoso de su parte porque sabía que había tomado mi computadora. Eso genera una falta de confianza. Los caseros suelen ser estrictos. Quisiera que hubiera un contrato, donde sepamos que derechos y obligaciones tiene cada quién, o qué hacer en ciertas situaciones. También que pongan evidencia de cómo entregan el cuarto y ver cómo lo devolvemos nosotros. (S221122-14)

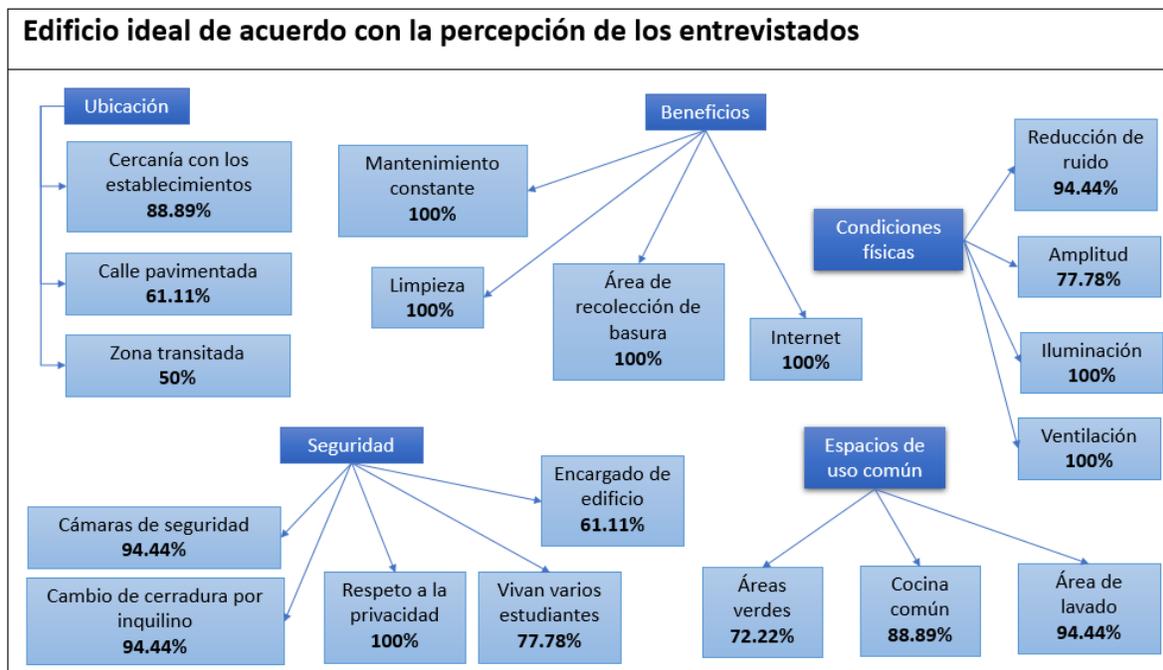
En la figura 5.14 se muestran aspectos que los alumnos consideran que son importantes para que sea un edificio ideal y en donde desearían rentar. Los elementos que se consideran están agrupados en las categorías de ubicación, beneficios, seguridad, espacios de uso común y condiciones físicas, para ello, se retomaron los códigos con mayor repetición en los discursos de los estudiantes.

Uno de los entrevistados señaló lo siguiente:

Quiero que sea segura la zona, como yo camino para llegar al edificio, también debe ser céntrico partiendo de la fuente. Además que, el edificio esté limpio y que haya seguridad para los estudiantes, por ejemplo, cámaras de seguridad y cambio de chapas por inquilino cuando se vayan de ahí para evitar que las personas que ya no viven en el edificio hagan mal uso de ellas... (O161122-41)

**Figura 5.14**

*Elementos del edificio ideal de acuerdo con las percepciones de los entrevistados*



*Nota.* Elaboración propia con datos de la entrevista.

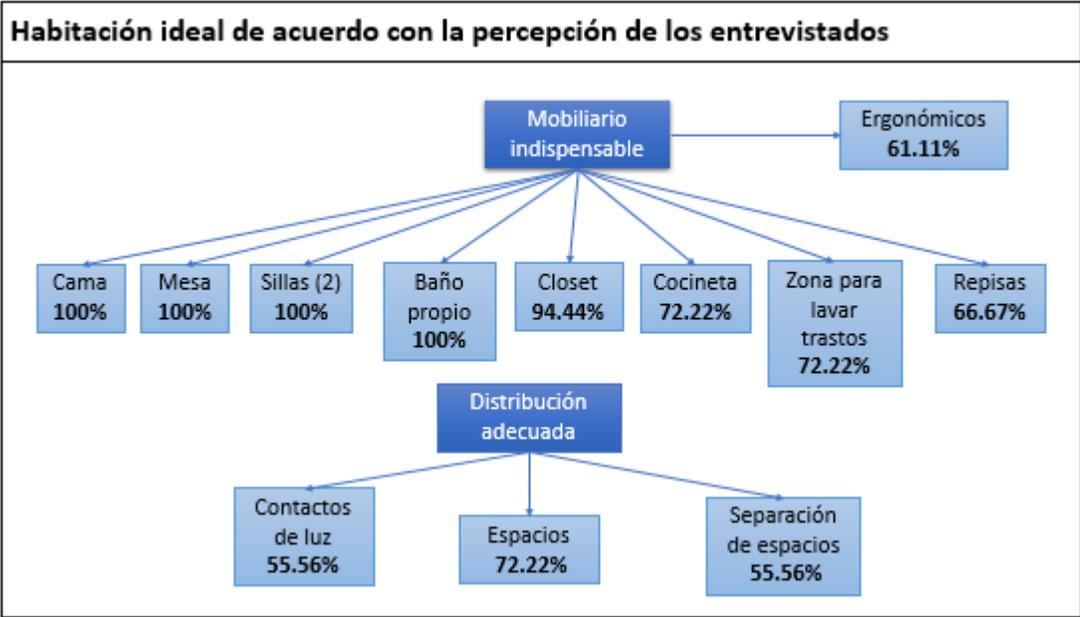
En la figura 5.15 se muestran los elementos mínimos que debe de tener un cuarto al momento de vivir ahí, se divide en dos categorías como mobiliario indispensable y distribución adecuada.

El 55.56% de los informantes manifestaron su deseo de que la habitación cuente con una separación entre el lugar donde duermen y la mesa donde realizan su tarea. Una de la entrevistadas advirtió “Prefiero que haya separación de espacios, porque luego veo mi cama mientras estudio y me quiero dormir o el desorden y eso me impide concentrarme” (L171122-41). Mientras que otro entrevistado respondió “Busco espacios con colores claros, amplitud,

buena distribución de contactos de luz, repisas, espacios ergonómicos y bien distribuidos. Que estén separados por tablaroca o algo, para tener un lugar donde dormir y otro donde hacer la tarea.” (A201122-41).

**Figura 5.15**

*Elementos de la habitación ideal de acuerdo con las percepciones de los entrevistados*



*Nota.* Elaboración propia con datos de la entrevista.

Los resultados advierten que los entrevistados no están plenamente satisfechos con el servicio que reciben actualmente, debido principalmente a la interrupción en el suministro de los servicios, deficiencias en el servicio al cliente y condiciones físicas de los edificios donde actualmente arrendan.

Fue quizás inesperado el haber encontrado que los estudiantes, a pesar de encontrarse en un rango de edad de 21 a 24 años, demanden la existencia de un contrato y normas de convivencia.

El servicio de arrendamiento debe representar un conjunto de beneficios y atributos para los usuarios, desde el diseño del espacio, hasta aspectos igual de importantes como el servicio al cliente, ya que, aunque el edificio pueda encontrarse en condiciones óptimas y los servicios ofrecidos sean atractivos, es fundamental considerar que el servicio a brindar debe de ser el mejor, para que los arrendatarios se sientan satisfechos



**CAPÍTULO 6.**

**PROPUESTA DE**

**MODELO DE NEGOCIOS**

---

---



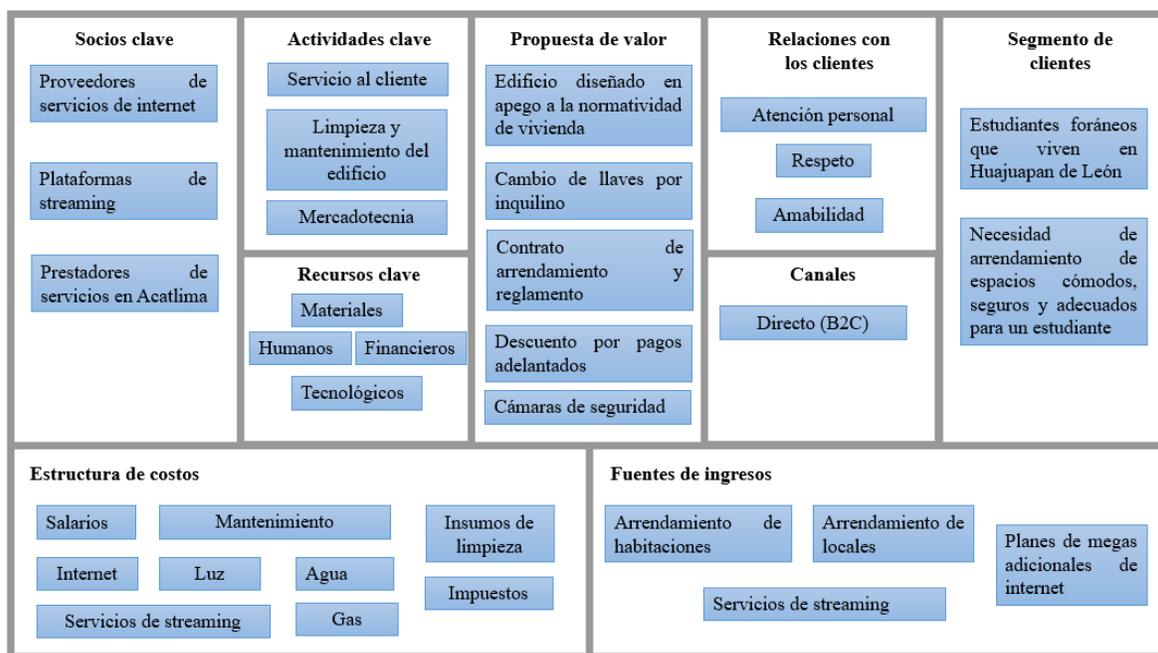
## CAPÍTULO 6. PROPUESTA DE MODELO DE NEGOCIOS

### 6.1 Propuesta

A continuación, se presenta la propuesta de modelo de negocios de servicios de arrendamiento utilizando la metodología Canvas, a partir del análisis de la información obtenida en las entrevistas semiestructuradas. La propuesta consta de nueve módulos que se presentan en la figura 6.1.

**Figura 6.1**

*Propuesta de modelo de negocios*



*Nota.* Elaboración propia.

A continuación, se presenta la propuesta de cada uno de los nueve módulos.

- **6.1.1 Segmento de clientes**

El segmento de clientes está conformado por estudiantes de la UTM que sean originarios de lugares distintos a la Heroica Ciudad de Huajuapán de León, y que se vean en la necesidad de arrendar un lugar para vivir.

En la tabla 6.1 se presenta el perfil del cliente diferenciando el general y el específico, tomando en consideración las variables de segmentación señaladas por Kotler (2017).

**Tabla 6.1**

*Perfil del cliente*

<b>Perfil del cliente</b>	<b>Variable de segmentación</b>	<b>Atributo</b>		
<b>General</b>	Segmentación geográfica	Lugar de residencia	Huajuapán de León	
	Segmentación demográfica	Edad	18 a 30 años	
		Género	Indistinto	
		Nivel socioeconómico	D a C+	
		Ocupación	Estudiante universitario	
		Nivel educativo	Preparatoria concluida	
	Segmentación psicográfica	Estilo de vida	Adulto joven que vive solo y realiza actividades académicas	

<b>Específico</b>	Segmentación conductual	Beneficios buscados	Edificio con mantenimiento constante, limpieza, área de recolección de basura, internet, amplitud, iluminación, ventilación, espacios de uso común y seguridad (Ver figura 5.14).
		Estatus del usuario por frecuencia de uso	Usuarios habituales del servicio
		Estatus de lealtad	Se puede esperar lealtad por parte de los usuarios al cumplir con las expectativas del servicio, ya que el costo por cambiar de opción incluye tiempo, dinero y esfuerzo.

---

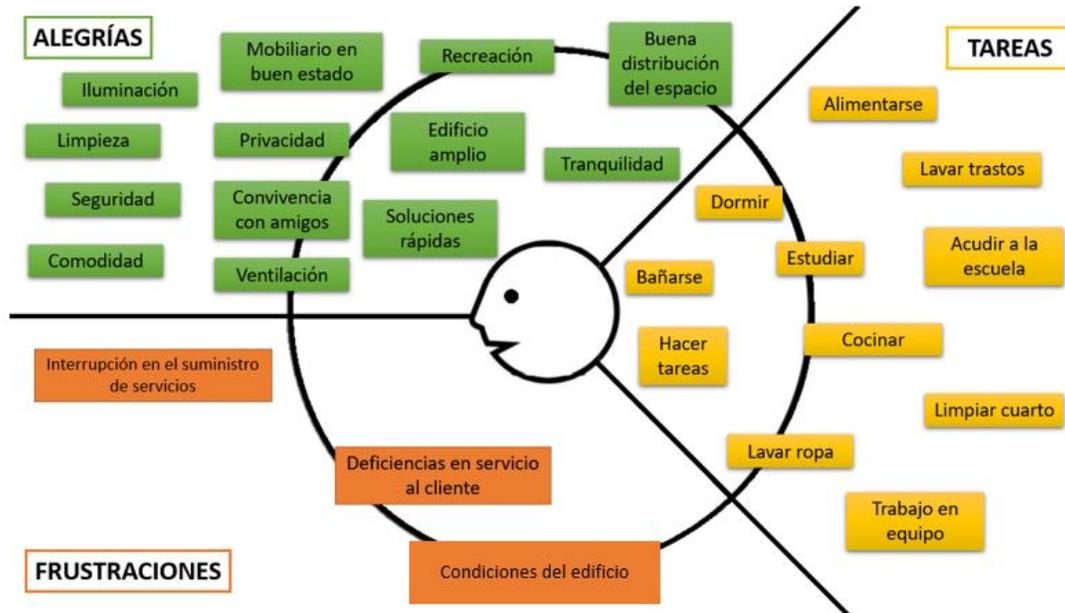
Nota. Elaboración propia.

El perfil del cliente desde la perspectiva del modelo Canvas queda acotado por las tareas, alegrías y frustraciones de las personas que conforman el mercado potencial.

En la figura 6.2 se muestran las principales tareas de un estudiante universitario, así como las alegrías y las frustraciones que le puede ocasionar un servicio de arrendamiento. Los elementos contemplados en alegría son aquellos que facilitarán la ejecución de sus tareas y mejorarán su experiencia, mientras que las frustraciones son aquellas áreas de oportunidad relevantes para los alumnos y que deben ser solventadas, esto de acuerdo con la entrevista.

**Figura 6.2**

*Perfil del cliente*



Nota. Elaboración propia.

• **6.1.2. Propuesta de valor**

La propuesta de valor radica en el diseño de un edificio considerando la normatividad vigente de construcción que se revisó en el capítulo 4, así como los atributos más importantes para los entrevistados. Dentro de ellos, destacan aspectos puntuales respecto a la seguridad, la atención al cliente, la existencia de espacios de uso común y habitaciones que cuenten con ventilación e iluminación natural.

En esta sección se presentan la propuesta del diseño del edificio, el contrato de arrendamiento y el reglamento de convivencia, que para los entrevistados son aspectos importantes.

En la tabla 6.2 se muestran los principales elementos que destacan la propuesta de valor del modelo de negocios objeto del presente trabajo.

**Tabla 6.2**

*Cuadro resumen de los elementos de la propuesta de valor*

<b>Elementos de la propuesta de valor</b>
<b><i>Edificio diseñado en apego a la normatividad vigente de construcción en México</i></b>
✓ Dimensiones mínimas de la habitación, elementos básicos, iluminación y ventilación natural.
✓ Dimensiones de accesos, salidas, circulaciones horizontales y escaleras.
✓ Coeficiente de ocupación del suelo y superficies descubiertas.
<b><i>Elementos del edificio considerando las preferencias de los entrevistados</i></b>
✓ Área de lavado.
✓ Cocina común.
✓ Terraza (área verde destinada al estudio).
✓ Espacio de almacenaje temporal de basura.
✓ Cámara de seguridad.
✓ Oficina de administración.
✓ Locales comerciales.
✓ Servicio de streaming y plan de internet con megas adicionales.
✓ Habitaciones con bases de cama multifuncionales (escritorio y estante integrados).

*Nota.* Elaboración propia.

## **Distribución del espacio**

a) Edificio. En un terreno con dimensiones de 30 x 36 m, es decir, de 1080 m<sup>2</sup>, se tendrá la edificación de dos pisos y con un área techada de aproximadamente 456.36 m<sup>2</sup>. Cada habitación contará con medidores de luz individuales.

Los espacios de uso común serán una terraza ubicada en el techo de la planta baja, un área verde con dimensión de 623.64 m<sup>2</sup>, que supera el área mínima libre de construcción que indica el Reglamento de Construcción y Seguridad Estructural para el Estado de Oaxaca en su artículo 72 que debe ser de por lo menos el 25% del terreno.

El edificio contará con cuarenta y cuatro habitaciones y cuatro locales comerciales<sup>6</sup> al frente. Tanto las habitaciones como los locales tendrán un baño propio. Se proponen como áreas de uso común con dos cocinas, una terraza y dos áreas de lavado. Es decir, que existirá una cocina y un área de lavado tanto para planta baja como para planta alta. Además, se tendrá una oficina para la administración del edificio.

---

<sup>6</sup> Los locales se incluyen debido a que el 88.89% de los entrevistados indicó la cercanía con establecimientos y servicios como un elemento importante. Al momento de arrendar los locales se dará prioridad a negocios de los servicios más requeridos por los estudiantes, como son comida, lavanderías, tiendas de abarrotes y papelerías.

En la figura 6.3 se muestra el diagrama del edificio en 2D, especificando la ubicación de los espacios de la planta baja. Este nivel cuenta con cuatro locales, veinte habitaciones, un área de almacenamiento temporal de basura, una terraza, una cocina común y cuatro escaleras con acceso a la planta alta.

**Figura 6.3**

*Diagrama de la planta baja del edificio*



*Nota.* Elaboración propia con el programa RoomPlanner.

En la figura 6.4 se muestra el diagrama de la planta alta que cuenta con veinticuatro habitaciones, una cocina común y tres escaleras que dan acceso a la azotea.

### Figura 6.4

*Diagrama de la planta alta del edificio*



*Nota.* Elaboración propia con el programa RoomPlanner.

En la figura 6.5 se muestra la azotea donde se encuentra el área de lavado, los tendederos y los calentadores solares.

**Figura 6.5**

*Diagrama de la azotea*



*Nota.* Elaboración propia con el programa RoomPlanner.

En la figura 6.6 se presenta el diseño del edificio en tercera dimensión.

### **Figura 6.6**

*Diagrama del edificio en 3D*



*Nota.* Elaboración propia con el programa RoomPlanner.

b) Habitación. Se trata de una habitación dimensiones de 4x5 m de color blanco.

Para optimizar el espacio se consideraron muebles multifuncionales. El primer mueble integra una base de cama alta con colchón que tiene un escritorio en la parte inferior y repisas.

Los demás elementos de la habitación son un closet, dos sillas, una mesa y un baño.

El color de las habitaciones será blanco, y la iluminación de tonalidad cálida para crear un balance visual. Cada habitación contará con iluminación natural proveniente de una ventana.

Como decoración estará una planta y un cuadro de pintura.

De acuerdo con Eva Heller (2016) el color blanco simboliza la honradez y el bien, además es asociado al bien, la perfección, la paz mental y la tranquilidad, por lo que es ideal para espacios habitacionales destinados a estudiantes.

Para los arquitectos, el color blanco formó parte de un diseño minimalista dentro de los edificios, además de que formó parte de un diseño posmodernismo, es así como este color forma parte de un diseño moderno (Eva Heller, 2016).

El diagrama de la distribución de la habitación se encuentra en la figura 6.7, en él se muestra la distribución del espacio, con un dormitorio, un baño y los muebles.

**Figura 6.7**

*Diagrama de la habitación en 2D*



*Nota.* Elaboración propia con el programa RoomPlanner.

En la figura 6.8 se muestra la habitación y los muebles con los que contará. La habitación cuenta con una base de cama con colchón, dos sillas, una mesa, un closet, una planta y un cuadro decorativo. La base de cama tiene integrado un escritorio y un pequeño estante.

### **Figura 6.8**

*Prototipo de la habitación en 3D*

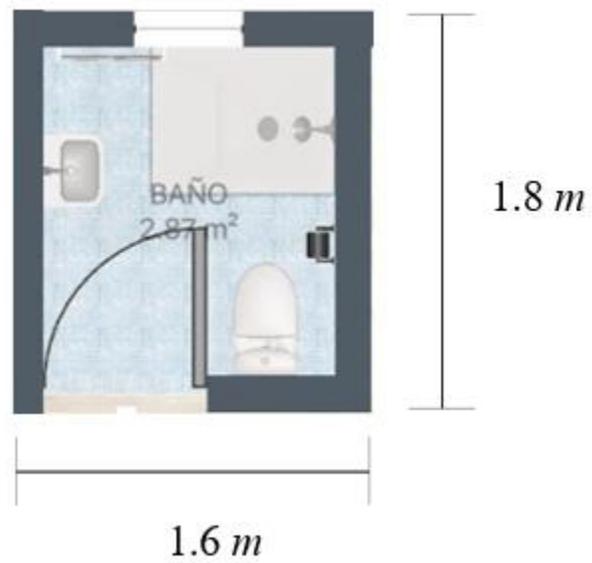


*Nota.* Elaboración propia con el programa RoomPlanner.

En la figura 6.9 se muestra el diagrama del cuarto de baño en 2D, con un área de  $3.60 \text{ m}^2$ .

### Figura 6.9

*Diagrama del cuarto de baño en 2D*



*Nota.* Elaboración propia con el programa RoomPlanner.

En la figura 6.10 se presenta el prototipo en 3D del cuarto de baño, que contará con una regadera, colgador de toalla, porta rollos, una taza de baño, un lavabo y una ventila.

**Figura 6.10**

*Prototipo del cuarto de baño*

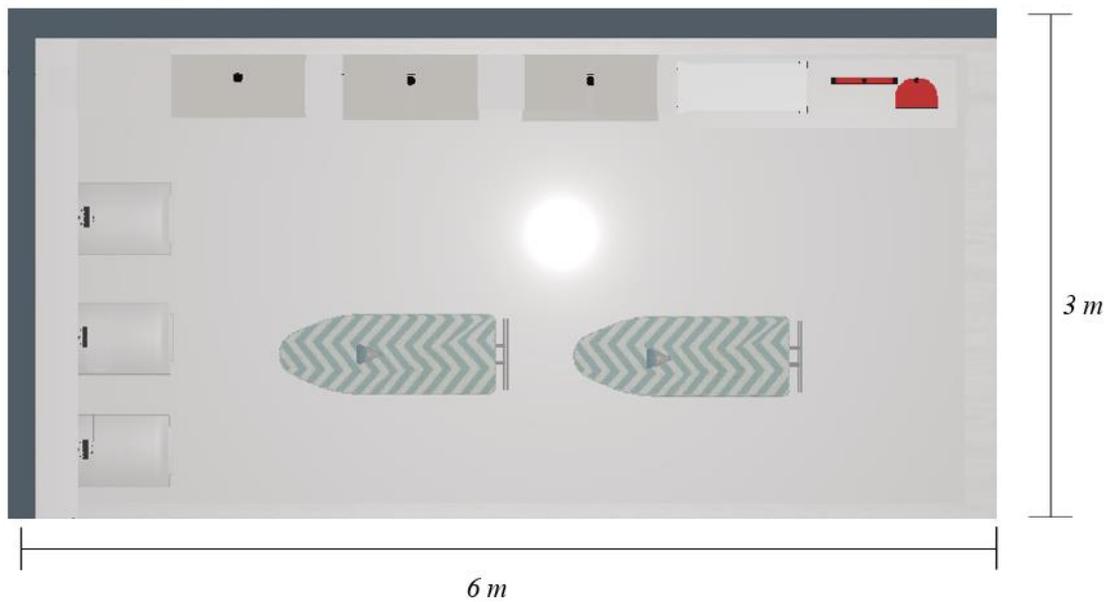


*Nota.* Elaboración propia con el programa RoomPlanner.

En la figura 6.11 se presenta el plano del cuarto de lavado 2D. Dicho cuarto contará con dos burros de planchar, dos planchas, un estante, tres lavadoras por cuarto de lavado, tendedero y un lavadero.

### Figura 6.11

*Diagrama del cuarto de lavado en 2D*



*Nota.* Elaboración propia con el programa RoomPlanner.

En la figura 6.12 se presenta el prototipo del área de lavado, existirán dos áreas de lavado en la azotea del edificio. Cada una cuenta con tres lavadoras, tres lavabos, un estante, dos burros de planchar y dos planchas.

### **Figura 6.12**

*Prototipo del área de lavado en 3D*



*Nota.* Elaboración propia con el programa RoomPlanner.

En la figura 6.13 se muestra el área de tendederos, que estará ubicada en la azotea del edificio.

### **Figura 6.13**

*Prototipo de la azotea: área de tendederos*



*Nota.* Elaboración propia con el programa RoomPlanner.

En la figura 6.14 se muestra el prototipo de la cocina común en 2D, cuya área es de  $23.8 \text{ m}^2$ , cuenta con una puerta y dos ventanas.

**Figura 6.14**

*Diagrama de la cocina común en 2D*



*Nota.* Elaboración propia con el programa RoomPlanner.

En la figura 6.15 se presenta el prototipo de la cocina común en 3D. Contará con un microondas, una estufa, un refrigerador, una campana de cocina, un fregadero, cuatro mesas con cuatro sillas y una cafetera.

### **Figura 6.15**

*Prototipo de la cocina común en 3D*

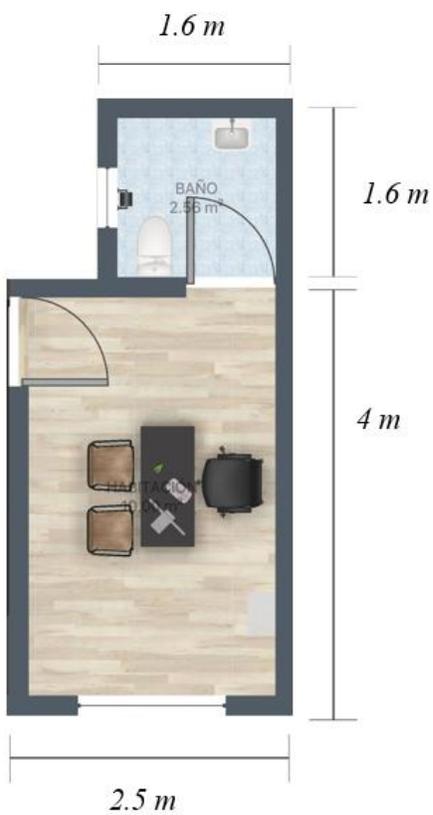


*Nota.* Elaboración propia con el programa RoomPlanner.

En la figura 6.16 se muestra el prototipo de la oficina en 2D, misma que contará con un cuarto de baño.

### Figura 6.16

*Diagrama de la oficina en 2D*



*Nota.* Elaboración propia con el programa RoomPlanner.

En la figura 6.17 se presenta el prototipo de la oficina en 3D. En ella se contaría con un escritorio, una silla ejecutiva, dos sillas comunes, un estante, una computadora con sus respectivos gadgets.

### **Figura 6.17**

*Prototipo de la oficina en 3D*



*Nota.* Elaboración propia con el programa RoomPlanner.

En la figura 6.18 se muestra el prototipo del local en 2D, cuya área es de 20 m<sup>2</sup> y cuenta con un acceso por medio de cortina al frente y un baño al fondo.

**Figura 6.18**

*Diagrama del local en 2D*



*Nota.* Elaboración propia con el programa RoomPlanner.

En la figura 6.19 se presenta el prototipo del local en 3D, el cual no tendrá muebles debido a que es susceptible a la personalización que cada arrendador haga.

**Figura 6.19**

*Prototipo del local en 3D*



*Nota.* Elaboración propia con el programa RoomPlanner.

En la figura 6.20 se presenta el prototipo de la terraza en 3D, el cual constará de 10 sombrillas con mesas y serán distribuidas de acuerdo con la figura 6.3.

### **Figura 6.20**

*Prototipo de la terraza en 3D*



*Nota.* Elaboración propia con el programa RoomPlanner.

Los resultados muestran la importancia que tiene para los entrevistados, el establecimiento de condiciones claras, acerca del servicio que están recibiendo, así como, la existencia de normas que faciliten la convivencia entre los inquilinos. Por tal motivo, al inicio del servicio de arrendamiento se celebrará un contrato con la finalidad de establecer las condiciones del arrendamiento, y de esta manera se da seguridad jurídica a los arrendatarios. La propuesta del contrato de arrendamiento civil se encuentra en el apéndice 4.

Además, se propone un reglamento del edificio que regule el comportamiento de los arrendatarios y asegura una sana convivencia, el cual se encuentra en el apéndice 5. Dicho reglamento se encontrará colocado en la pizarra de anuncios en la entrada del edificio.

En cuanto al servicio, los arrendatarios tendrán acceso a los servicios básicos, teniendo la opción de contar con servicios adicionales como el servicio de streaming o paquetes de internet con megas adicionales.

### **Servicios básicos**

Dentro del pago de la renta se consideran agua caliente e internet las 24 horas del día. Cada habitación tendrá un medidor de luz asignado y el inquilino deberá cubrir el importe oportunamente de manera bimestral en Comisión Federal de Electricidad (CFE).

### **Servicios adicionales**

Se ofrecerá el servicio de cuentas de streaming, sujeto a una cuota extra mensual.

En la tabla 6.3 se muestra un cuadro comparativo de los principales servicios de streaming disponibles.

**Tabla 6.3**

*Comparación de servicios de streaming*

<b>Plataforma</b>	<b>Paquetes</b>	<b>Resolución máxima</b>	<b>Pantallas simultáneas</b>	<b>Modo offline</b>	<b>Contenido propio</b>	<b>Precio</b>
<b>Netflix</b>	Plan básico	Definición estándar	1	Sí	Sí	\$139.00
	Plan estándar	Full HD	2	Sí	Sí	\$219.00

	Plan premium	Ultra HD (4K)	4	Sí	Sí	\$299.00
<b>Prime video</b>	Mensual	Ultra HD (4K)	3	Sí	Sí	\$99.00
	Anual	Ultra HD (4K)	3	Sí	Sí	\$899.00
<b>HBO GO</b>	Mensual	Full HD	2	Sí	Sí	\$169.00
<b>Apple tv</b>	Mensual	Ultra HD (4K)	6	Sí	Sí	\$69.00
<b>Claro video</b>	Mensual	Full HD	2	Sí	Sí	\$115.00

*Nota.* Elaboración propia con información de <https://www.regionvalles.com/guia-de-streaming-de-video-cual-te-conviene-netflix-amazon-o-hbo/>.

Las plataformas que se ofrecerán son Netflix, Prime Video y HBO GO, porque son las de mayor preferencia de los alumnos de acuerdo a los resultados. Para el uso de la plataforma de Netflix se cobraría a cada inquilino un precio de \$100 pesos. Los precios se calcularon con base a lo que cobran las plataformas en marzo de 2023.

En cuanto a la plataforma de Prime Video se cobraría \$330 pesos anuales por cada inquilino.

En relación con HBO GO, se cobraría individualmente \$90 pesos.

- **6.1.3 Canales de distribución**

Se trata de un modelo directo (B2C), es decir, que el arrendador prestará el servicio al arrendatario sin intermediarios.

Los canales de comunicación que se emplearán con los clientes son las redes sociales, para comunicar la propuesta de valor. Ya que, estas funcionan para conectar con las personas, asimismo, se genera una interacción entre el cliente y el prestador de servicios. Además, el propósito fundamental de las redes es que por este medio se conozcan los servicios que se ofrecen al consumidor, también, los clientes pueden expresar sus quejas y tener

comunicación con el arrendador. Las redes sociales que se emplearán serán WhatsApp Business, Facebook, Instagram y Tiktok, en el perfil de cada una de ellas se creará contenido acerca de los atributos que se ofrecen.

En la figura 6.21 se muestra la propuesta del flyer promocional para dar a conocer a la empresa, este se presentará en las plataformas digitales de la misma, así como en volantes y lonas.

**Figura 6.21**

Flyer promocional del edificio



*Nota.* Elaboración propia.

- **6.1.4 Relación con clientes**

Las relaciones con los clientes se sustentarán en la atención personal, para ello se contará con un administrador del edificio y en caso de emergencia, se podrá contactar vía WhatsApp. De esta manera los inquilinos pueden plantear sus problemas oportunamente y el personal podrá proporcionar soluciones rápidas y concretas a los arrendatarios acerca de los servicios que se ofrecen o de los problemas relacionados con el inmueble.

El edificio contará con un buzón de quejas y sugerencias, el cual permitirá que los inquilinos puedan expresar sus observaciones, recomendaciones e inquietudes, de tal manera que sirvan de retroalimentación para mejorar la calidad de los servicios.

- **6.1.5 Actividades clave**

La estructura organizacional que se llevarán a cabo en la empresa será distribuida por los siguientes puestos.

### **Descripción de puestos**

#### **Administrador del edificio**

##### **I. Identificación del puesto**

1. Nombre del puesto: Administrador del edificio
2. Área de adscripción: Administración
3. Jefe inmediato: Propietario del inmueble.
4. Subordinados: Intendente

##### **II. Descripción genérica**

1. Objetivo: Supervisar el correcto funcionamiento de los procesos al interior del edificio.
2. Funciones:

- a. Cobrar la renta
- b. Hacer corte de caja diariamente.
- c. Elaborar facturas.
- d. Elaborar la nómina.
- e. Reclutar, seleccionar y capacitar al personal.
- f. Determinar y mantener el monto del fondo fijo de caja.
- g. Depositar el monto excedente a la cuenta bancaria de la empresa.
- h. Elaborar los estados financieros de la empresa.
- i. Llevar a cabo la planeación, organización, dirección y control.
- j. Formular los planes y estrategias que permitan el logro de los objetivos organizacionales.
- k. Monitorear la cámara del edificio.
- l. Cumplir con las obligaciones legales.
- m. Atender quejas y solicitudes de mantenimiento.
- n. Responder llamadas y mensajes (SMS y Whatsapp Business) de clientes.
- o. Realizar publicaciones en redes sociales para promocionar las habitaciones disponibles
- p. Mostrar habitaciones disponibles a prospectos de inquilinos
- q. Cerrar la oficina con candado al finalizar la jornada laboral y activar la alarma.
- r. Elaborar planes de protección civil.

### **III. Especificaciones del puesto**

#### **1. Requisitos específicos**

- a) Edad: 20-50 años.
- b) Sexo: Indistinto.

c) Estado civil: Indistinto.

**2. Requerimientos del puesto**

a) Escolaridad: Licenciatura en Ciencias Empresariales o afín.

b) Experiencia: 2 años de experiencia en puesto similar.

c) Rasgos de personalidad: Facilidad de palabra, liderazgo, poder de negociación, trabajo en equipo, orientación al logro, responsabilidad, disciplina, buen trato y actitud de servicio.

**3. Responsabilidad**

a) Trámites y procesos: Proceso de ventas.

b) Documentos: Estados financieros y registro de inquilinos.

c) Dinero disponible en caja.

d) Bienes: Computadora, impresora, silla, escritorio y edificio.

## **Intendente**

### **I. Identificación del puesto**

1. Nombre del puesto: Intendente
2. Área de adscripción: Administración
3. Jefe inmediato: Administrador del edificio
4. Subordinados: Ninguno

### **II. Descripción genérica**

1. Objetivo: Realizar las actividades de limpieza en las instalaciones, manteniéndolas en óptimas condiciones de higiene.
2. Funciones:
  - a) Realizar diariamente la limpieza de oficinas, mobiliario, y edificio en general.
  - b) Informar cualquier anomalía, daño o desperfecto al jefe inmediato.
  - c) Atender las indicaciones en relación con el aseo o alguna observación de su jefe superior inmediato a efecto de mantener en óptimas condiciones las instalaciones.
  - d) Solicitar de manera oportuna los artículos y materiales de limpieza requeridos para el desarrollo de las actividades.
  - e) Las demás que su jefe superior inmediato determine.

### **III. Especificaciones del puesto**

#### **1. Requisitos específicos**

- a) Edad: 20- 50 años.
- b) Sexo: Indistinto.
- c) Estado civil: Indistinto.

## 2. **Requerimientos del puesto**

- a) Escolaridad: Preparatoria.
- b) Experiencia: Sin experiencia.
- c) Rasgos de personalidad: orden, limpieza y responsabilidad.

## 3. **Responsabilidad**

- a) Trámites y procesos: Proceso de limpieza.

### • **6.1.6 Recursos clave**

En las tablas 6.4, 6.5, 6.6, 6.7, 6.8 y 6.9 se muestran los recursos requeridos para el edificio clasificados en materiales, humanos, tecnológicos y financieros.

**Tabla 6.4**

*Recursos clave de habitación*

<b>Descripción</b>	<b>Imagen</b>
Nombre: Cama alta Marca: Sin marca Proveedor: Carpintería de Tecamac, Edo. México Modelo: Arizona Precio de unidad con IVA: \$13,000 Unidades requeridas: 44	

<p>Nombre: Colchón individual.</p> <p>Marca: ColorDreams</p> <p>Proveedor: Somos Reyes</p> <p>Modelo: Dreamer One</p> <p>Precio de unidad con IVA: \$1,829</p> <p>Unidades requeridas: 44</p>	
<p>Nombre: Silla</p> <p>Marca: DMO</p> <p>Proveedor: Coppel</p> <p>Modelo: Neiva</p> <p>Precio de unidad con IVA: \$499</p> <p>Unidades requeridas: 88</p>	
<p>Nombre: Clóset</p> <p>Marca: MOBI</p> <p>Proveedor: Coppel</p> <p>Modelo: Firenze</p> <p>Precio de unidad con IVA: \$7,399</p> <p>Unidades requeridas: 44</p>	

<p>Nombre: Mesa portafolio</p> <p>Marca: Stay Elit</p> <p>Proveedor: Elektra</p> <p>Modelo: Mimbre</p> <p>Precio de unidad con IVA: \$1,099</p> <p>Unidades requeridas: 44</p>	
<p>Nombre: Planta</p> <p>Marca: Sin marca</p> <p>Proveedor: Vivero local</p> <p>Modelo: Margaritas</p> <p>Precio de unidad con IVA: \$20</p> <p>Unidades requeridas: 44</p>	
<p>Nombre: Maceta</p> <p>Marca: Vinde</p> <p>Proveedor: Amazon</p> <p>Modelo: Redondo</p> <p>Precio de unidad con IVA: \$15.75</p> <p>Unidades requeridas: 44</p>	

<p>Nombre: Cuadro decorativo</p> <p>Marca: Haus and Hues</p> <p>Proveedor: Amazon</p> <p>Modelo: Lienzo decorativo</p> <p>Precio de unidad con IVA: \$15.75</p> <p>Unidades requeridas: 44</p>	
--	--

*Nota.* Información obtenida de las plataformas de Amazon, Mercado Libre, Elektra, Coppel y negocios locales.

**Tabla 6.5**

*Recursos clave de baño*

<b>Descripción</b>	<b>Imagen</b>
<p>Nombre: Paquete lavabo, taza y accesorios</p> <p>Marca: Cato</p> <p>Proveedor: Mercado Libre</p> <p>Modelo: 3 pulgadas</p> <p>Color: Blanco</p> <p>Capacidad: 5 litros</p> <p>Precio de unidad con IVA: \$2,649</p> <p>Unidades requeridas: 44</p>	 A photograph showing a white toilet on the left and a white corner sink on the right. Below the sink are several small white plastic accessories, including a drain cover, a overflow cover, and a long horizontal pipe with a stopper.
<p>Nombre: Mezcladora para baño</p> <p>Marca: Rugo</p> <p>Proveedor: Home Depot</p> <p>Modelo: 4 pulgadas</p> <p>Precio de unidad con IVA: \$299</p> <p>Unidades requeridas: 44</p>	 A photograph of a chrome faucet with a curved spout and two handles, mounted on a rectangular base.

<p>Nombre: Regadera</p> <p>Marca: Foset Basic</p> <p>Proveedor: Amazon</p> <p>Modelo: Regadera redonda</p> <p>Precio de unidad con IVA: \$126</p> <p>Unidades requeridas: 44</p>	
<p>Nombre: Calentador solar</p> <p>Marca: Solaris</p> <p>Proveedor: Home Depot</p> <p>Modelo: 18 tubos, 6 personas, 206 litros</p> <p>Precio de unidad con IVA: \$9,599</p> <p>Unidades requeridas: 8</p>	

*Nota.* Información obtenida de las plataformas de Amazon, Mercado Libre, Elektra, Coppel, Home Depot y negocios locales.

**Tabla 6.6**

*Recursos clave de oficina*

<b>Descripción</b>	<b>Imagen</b>
<p>Nombre: Silla</p> <p>Marca: DMO</p> <p>Proveedor: Coppel</p> <p>Modelo: Neiva</p> <p>Precio de unidad con IVA: \$499</p> <p>Unidades requeridas: 72</p>	
<p>Nombre: Silla ejecutiva</p> <p>Marca: Sin marca</p> <p>Proveedor: Mercado Libre</p> <p>Modelo: BM001-Negro</p> <p>Precio de unidad con IVA: \$1,185</p> <p>Unidades requeridas: 1</p>	
<p>Nombre: Escritorio</p> <p>Marca: TABA</p> <p>Proveedor: Amazon</p> <p>Modelo: Baltimore</p> <p>Precio de unidad con IVA: \$1,999</p> <p>Unidades requeridas: 1</p>	

<p>Nombre: Computadora de mesa</p> <p>Marca: HP</p> <p>Proveedor: HP</p> <p>Modelo: All in One HP 22</p> <p>Precio de unidad con IVA: \$8,899</p> <p>Unidades requeridas: 1</p>	
<p>Nombre: Teclado y mouse de computadora</p> <p>Marca: ACTECK</p> <p>Proveedor: Amazon</p> <p>Modelo: MK450</p> <p>Precio de unidad con IVA: \$299</p> <p>Unidades requeridas: 1</p>	
<p>Nombre: Impresora multifuncional</p> <p>Marca: Canon</p> <p>Proveedor: Coppel</p> <p>Modelo: Can2370</p> <p>Precio de unidad con IVA: \$1,869</p> <p>Unidades requeridas: 1</p>	

<p>Nombre: Estante</p> <p>Marca: Exhibidores y Estantería RIV</p> <p>Proveedor: Mercado Libre</p> <p>Modelo: 30 cm por 60 cm por 120 cm</p> <p>Material: Metal</p> <p>Precio de unidad con IVA: \$962</p> <p>Unidades requeridas: 1</p>	
---	--

*Nota.* Información obtenida de las plataformas de Amazon, Mercado Libre, Elektra, Coppel, Home Depot, HP y negocios locales.

**Tabla 6.7**

*Recursos clave de terraza*

Descripción	Imagen
<p>Nombre: Juego de Jardín</p> <p>Marca: CONGO</p> <p>Proveedor: Coppel</p> <p>Modelo: Tulum</p> <p>Precio de unidad con IVA: \$3,699</p> <p>Unidades requeridas: 10</p>	
<p>Nombre: Cámara de seguridad</p> <p>Marca: TP-Link</p> <p>Proveedor: Amazon</p> <p>Modelo: Tapo C200</p> <p>Precio de unidad con IVA: \$539</p> <p>Unidades requeridas: 10</p>	

*Nota.* Información obtenida de las plataformas de Amazon, Mercado Libre, Elektra, Coppel, Home Depot, HP y negocios locales.

**Tabla 6.8***Recursos clave de área de lavado*

<b>Descripción</b>	<b>Imagen</b>
<p>Nombre: Lavadora</p> <p>Marca: Whirlpool</p> <p>Proveedor: Coppel</p> <p>Modelo: 8MWTW1813MJM 18KG BL</p> <p>Precio de unidad con IVA: \$8,999</p> <p>Unidades requeridas: 6</p>	
<p>Nombre: Lavadero</p> <p>Marca: VERSAPLAS</p> <p>Proveedor: Bodega Aurrera</p> <p>Modelo: LD71B12Z</p> <p>Precio de unidad con IVA: \$1,399</p> <p>Unidades requeridas: 6</p>	
<p>Nombre: Burro de planchar</p> <p>Marca: Mainstays</p> <p>Proveedor: Bodega Aurrera</p> <p>Modelo: Burro de planchar con porta planchas</p> <p>Precio de unidad con IVA: \$459</p>	

<p>Unidades requeridas: 4</p>	
<p>Nombre: Plancha</p> <p>Marca: Oster</p> <p>Proveedor: Amazon</p> <p>Modelo: GCSTBS3803</p> <p>Precio de unidad con IVA: \$265</p> <p>Unidades requeridas: 4</p>	
<p>Nombre: Tendederos</p> <p>Marca: Sin marca</p> <p>Proveedor: Tienda local de venta de plásticos</p> <p>Modelo: Hilo de cáñamo</p> <p>Precio de unidad con IVA: \$30</p> <p>Unidades requeridas: 44</p>	
<p>Nombre: Anaquel</p> <p>Marca: ITALHOME</p> <p>Proveedor: Coppel</p> <p>Modelo: Rack 4 chico</p> <p>Precio de unidad con IVA: \$429</p> <p>Unidades requeridas: 1</p>	

Nombre: Mesa de plástico

Marca: AG INNOVACIONES

Proveedor: Mercado Libre

Modelo: Mesa plegable

Precio de unidad con IVA: \$875

Unidades requeridas: 2



*Nota.* Información obtenida de las plataformas de Amazon, Mercado Libre, Elektra, Coppel, Home Depot, HP y negocios locales.

**Tabla 6.9**

*Recursos clave del área de cocina*

<b>Descripción</b>	<b>Imagen</b>
<p>Nombre: Estufa de piso 30”</p> <p>Marca: MABE</p> <p>Proveedor: Coppel</p> <p>Modelo: EM7622BAPS0/1</p> <p>Precio de unidad con IVA: \$6,999</p> <p>Unidades requeridas: 2</p>	
<p>Nombre: Campana extractora de cocina 60 cm</p> <p>Marca: Avera</p> <p>Proveedor: Avera</p> <p>Modelo: CA60</p> <p>Precio de unidad con IVA: \$1,511</p> <p>Unidades requeridas: 2</p>	

<p>Nombre: Refrigerador Grafito 360 litros</p> <p>Marca: MABE</p> <p>Proveedor: MABE</p> <p>Modelo: RME360FXMRE0</p> <p>Precio de unidad con IVA: \$9,824</p> <p>Unidades requeridas: 2</p>	
<p>Nombre: Mesa de plástico</p> <p>Marca: AG INNOVACIONES</p> <p>Proveedor: Mercado Libre</p> <p>Modelo: Mesa plegable</p> <p>Precio de unidad con IVA: \$875</p> <p>Unidades requeridas: 2</p>	
<p>Nombre: Microondas 0.7 pies (20 litros), 120 v, Blanco</p> <p>Marca: MABE</p> <p>Proveedor: MABE</p> <p>Modelo: HMM70SW</p> <p>Precio de unidad con IVA: \$1,424</p> <p>Unidades requeridas: 2</p>	

<p>Nombre: Cafetera de goteo</p> <p>Marca: T-fal</p> <p>Proveedor: Amazon</p> <p>Modelo: CM1408MX Heliora de 12 tazas con filtro permanente</p> <p>Precio de unidad con IVA: \$483</p> <p>Unidades requeridas: 2</p>	
<p>Nombre: Comedor</p> <p>Marca: IKAL</p> <p>Proveedor: Coppel</p> <p>Modelo:</p> <p>Precio de unidad con IVA: \$3,699.00</p> <p>Unidades requeridas: Surinam con 4 Sillas</p>	

*Nota.* Información obtenida de las plataformas de Amazon, Mercado Libre, Elektra, Coppel, Home Depot, HP y negocios locales.

- **6.1.7 Socios clave**

En la tabla 6.10 se muestra un cuadro comparativo de los proveedores de servicios de internet existentes en México, de los cuales, destaca la oferta de Total Play debido a una mayor velocidad de descarga, de subida, tiempo de respuesta, dando como resultado un puntaje nPerf de 94 876 puntos

**Tabla 6.10**

*Proveedores de servicios de internet*

<b>Criterios</b>	<b>Prestadores de servicios</b>			
	<b>Izzi</b>	<b>Megacable</b>	<b>Telmex</b>	<b>Totalplay</b>
<b>Velocidades de descarga</b>	21.92 Mb/s	24.24 Mb/s	22.56 Mb/s	49.78 Mb/s
<b>Velocidades de subida</b>	3.79	7.01	8.42	21.46
<b>Latencia (tiempo de respuesta)</b>	99.05 ms	92.18 ms	102.75 ms	84.17 ms
<b>Puntuación nPerf</b>	66719	73 758	72 871	94 876
	nPoints	nPoints	nPoints	nPoints

*Nota.* Información obtenida de Barómetro nPerf 2023. Conexiones a internet fijas en México.

El único proveedor que cuenta con fibra óptica es Telmex, además de ser el más mencionado por los entrevistados como proveedor de su preferencia.

## **Plataformas de servicios de streaming**

Se trata de plataformas con las que se estarán contratando servicios de streaming que constituyen parte de los beneficios que el conjunto habitacional universitario ofrecerá a sus arrendatarios.

## **Prestadores de servicios en Acatlima**

Se consideran como socios clave a los prestadores de servicios en Acatlima por dos motivos, el primero, por la posibilidad de establecer convenios para otorgar cupones de sus negocios a los arrendatarios del edificio y de esta manera, los negocios de Acatlima estarán incentivando la demanda de su producto o servicio, mientras que el edificio obtiene un atributo diferenciador que beneficia a los consumidores.

- ***6.1.8 Estructura de costos***

En la tabla 6.11 se presentan los elementos considerados para el cálculo del costo unitario, que son el costo de prestación del servicio, así como, la proporción de gastos de administración y gastos de venta.

En el apéndice 3 se muestra la determinación de los costos antes mencionados, así como las cédulas de amortización y depreciación.

Posteriormente se procedió a aplicar un margen de utilidad y el IVA para determinar el precio de la renta mensual.

**Tabla 6.11***Determinación de costo unitario y precio de renta*

	<b>Habitaciones</b>	<b>Locales</b>
<b>Número de piezas</b>	44	4
<b>Costo de prestación del servicio de arrendamiento</b>	\$52,304.18	\$4,574.07
<b>Suma de gastos de administración</b>	\$10,566.43	\$960.17
<b>Suma de gastos de venta</b>	\$605.02	\$54.98
<b>Costo total</b>	\$63,475.64	\$5,589.22
<b>Costo unitario</b>	\$1,442.63	\$1,397.30
<b>Margen de utilidad</b>	7.60%	54.21%
<b>IVA</b>	16%	16%
<b>Precio de renta</b>	\$1,800.00	\$2,500.00

Nota. Elaboración propia con información.

En el costo de prestación del servicio se incluye el sueldo del administrador del edificio, el sueldo del intendente, los servicios de luz, agua potable, gas, telefonía e internet. Además, la cooperación para la comunidad y para el alumbrado público, el impuesto predial, los insumos de limpieza, la amortización de los gastos diferidos y la depreciación tanto del edificio como de la maquinaria y equipo.

La autoridad de la agencia Acatlima estipula el importe del servicio de agua, así como las cooperaciones por concepto de alumbrado y apoyo a la comunidad. En el caso de los sueldos se considera una carga de seguridad social del 35%<sup>7</sup>. En los gastos de administración se tiene la depreciación de mobiliario y equipo de oficina, la depreciación del equipo de cómputo y

<sup>7</sup> Se consideran las cuotas y aportaciones vigentes para 2023, los cuales incluyen: riesgo de trabajo, enfermedad y maternidad, invalidez y vida, retiro, cesantía en edad avanzada y vejez, así como, guarderías, prestaciones sociales e Infonavit.

los consumibles de papelería. En los gastos de venta se consideró una campaña de publicidad en Facebook.

En la tabla 6.12 se muestran los elementos que componen a la inversión inicial, que son inversión fija, inversión diferida y capital de trabajo.

**Tabla 6.12**

*Determinación de la inversión inicial*

<b><i>Inversión fija</i></b>	<b>Importe</b>
Terreno	\$800,000.00
Edificio	\$8,000,000.00
Equipo de cómputo	\$16,457.00
Mobiliario y equipo	\$1,309,821.00
<i>Suma de inversión fija</i>	\$10,126,278.00
<b><i>Inversión diferida</i></b>	
Software empresarial	\$10,549.00
Registro de marca	\$2,457.00
Contrato de energía eléctrica	\$6,048.00
Contrato de internet	\$6,993.00
Campaña de publicidad	\$15,000.00
Integración al padrón municipal	\$102.00
Cédula fiscal inmobiliaria	\$197.20
Dictamen de protección civil para apertura de establecimientos comerciales	\$1,288.00
Incorporación al padrón predial municipal	\$77.55
<i>Suma de inversión diferida</i>	\$42,711.75
<b><i>Capital de trabajo</i></b>	
<i>Suma de capital de trabajo</i> <sup>8</sup>	\$129,144.00
<b>Inversión inicial</b>	\$10,298,133.75

Nota. Elaboración propia.

<sup>8</sup> La determinación del capital de trabajo se muestra en el apéndice 3.

El capital de trabajo considerado es el equivalente a seis meses de operación. La inversión fija se determinó considerando un terreno ubicado en la Av. Dr. Modesto Seara Vázquez esquina con la calle Dalia de la agencia Acatlima, Oaxaca. En cuanto al edificio, éste fue cotizado con una empresa constructora de la Heroica Ciudad de Huajuapán de León. El costo del mobiliario fue estimado por un carpintero de la misma ciudad. De la misma manera, se realizó la cotización con una empresa que se dedica a instalar calentadores solares en la región.

Los elementos de la inversión diferida referentes a permisos fueron consultados en el municipio de Huajuapán de León. Se recomienda asumir la figura jurídica de una Sociedad por Acciones Simplificada por no requerir de gastos de constitución.

Es importante señalar que la presupuestación que se realizó en este trabajo es con los precios vigentes en mayo de 2023 y que pueden variar con el transcurso del tiempo.

- **6.1.9 Fuentes de ingreso**

**Actividad principal:**

La principal actividad a desempeñar es el arrendamiento de habitaciones, por lo que se agrupa dentro de la categoría 53111 del Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN) que corresponde a unidades económicas cuya actividad principal es el alquiler sin intermediación de bienes raíces, a la intermediación en las operaciones de venta y alquiler de bienes raíces propiedad de terceros, y a brindar servicios relacionados con los inmobiliarios, como administración de bienes raíces y valuación, promoción y consultoría inmobiliaria (INEGI, 2022).

La modalidad de pago será mensual, y se tendrá la opción de pagar rentas anticipadas para obtener un descuento, en el caso de que sean 3 meses, el descuento será de 5%, mientras que al pagar por adelantado 6 meses, el descuento será del 7% y en caso de cubrir la renta de un año, el descuento será del 10% del importe total.

**Actividades secundarias:**

a) Arrendamiento de locales

Se arrendarán cuatro locales comerciales, esto debido a que los estudiantes manifestaron la necesidad de tener lo más cerca posible los negocios a los que acuden habitualmente, tales como, tiendas misceláneas, comedores, lavanderías y papelerías.

b) Servicios de Streaming

Se propone ofertar planes de servicios de streaming para el entretenimiento de los arrendatarios, dichos planes se cobrarían mensualmente como un cargo extra al importe de la renta de la habitación.

c) Internet:

Se trata de proporcionar servicios de acceso a internet mediante el acceso a infraestructura alámbrica que utilizarán normalmente en el edificio, añadiendo megabytes al paquete básico incluido dentro del pago de su renta. Para ello, se controlará el uso del internet por medio de un router.

En la tabla 6.13 se presenta la determinación de los ingresos por la renta de las habitaciones y locales, considerando un aumento del precio de la renta del 5% anual.

**Tabla 6.13**

Determinación de ingresos por el arrendamiento de habitaciones y locales

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Precio de renta por habitación</b>	\$1,800.00	\$1,890.00	\$1,984.50	\$2,083.73	\$2,187.91
<b>Precio de renta por local</b>	\$2,500.00	\$2,625.00	\$2,756.25	\$2,894.06	\$3,038.77
<b>Ingreso mensual por la renta de habitaciones</b>	\$79,200.00	\$83,160.00	\$87,318.00	\$91,683.90	\$96,268.10
<b>Ingreso mensual por la renta de locales</b>	\$10,000.00	\$10,500.00	\$11,025.00	\$11,576.25	\$12,155.06
<b>Ingreso mensual total</b>	\$89,200.00	\$93,660.00	\$98,343.00	\$103,260.15	\$108,423.16
<b>Ingreso total anual</b>	\$1,070,400.00	\$1,123,920.00	\$1,180,116.00	\$1,239,121.80	\$1,301,077.89

Nota. Elaboración propia.

Con la información presentada anteriormente se estimó el estado de resultados a cinco años, con un incremento en los costos y gastos del 5%. El primer año no se considera el pago de reparto de utilidades.

**Casa Acatlima, S. A. S.**  
**Estado de resultados**

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por el arrendamiento de habitaciones	\$950,400.00	\$997,920.00	\$1,047,816.00	\$1,100,206.80	\$1,155,217.14
Ingresos por el arrendamiento de locales	\$120,000.00	\$126,000.00	\$132,300.00	\$138,915.00	\$145,860.75
Ingresos totales	\$1,070,400.00	\$1,123,920.00	\$1,180,116.00	\$1,239,121.80	\$1,301,077.89
Menos: Costo de prestación del servicio	\$682,539.05	\$716,666.00	\$752,499.30	\$790,124.27	\$829,630.48
Igual: Utilidad bruta	\$387,860.95	\$407,254.00	\$427,616.70	\$448,997.53	\$471,447.41
Menos: Gastos operativos					
Gastos de administración	\$138,319.20	\$145,235.16	\$152,496.92	\$160,121.76	\$168,127.85
Gastos de venta	\$7,920.00	\$8,316.00	\$8,731.80	\$9,168.39	\$9,626.81
Suma gastos operativos	\$146,239.20	\$153,551.16	\$161,228.72	\$169,290.15	\$177,754.66
Igual: Utilidad operativa	\$241,621.75	\$253,702.84	\$266,387.98	\$279,707.38	\$293,692.75
Impuestos (35%)	\$84,567.61	\$88,795.99	\$93,235.79	\$97,897.58	\$102,792.46
PTU (10%)		\$25,370.28	\$26,638.80	\$27,970.74	\$29,369.27
Igual: Utilidad neta	\$157,054.14	\$139,536.56	\$146,513.39	\$153,839.06	\$161,531.01

*Nota.* Elaboración propia.

Como se puede apreciar, en los cinco años analizados el proyecto genera utilidad contable. Es importante señalar, que en este momento los activos de la empresa poseen un valor de rescate de \$6,730,954.00. Esto debido a que el monto a depreciar al inicio de la vida del proyecto, considerando el valor del edificio, mobiliario y equipo de oficina, equipo de cómputo, así como de maquinaria y equipo asciende a \$9,478,365.00. Y al finalizar el quinto año, la depreciación acumulada es de \$2,747,411.00.



# CONCLUSIÓN





## CONCLUSIÓN

Los jóvenes en Oaxaca que desean estudiar migran hacia las ciudades donde se ubican las universidades que ofertan las carreras de su interés. En dichos lugares deberán buscar el espacio que habitarán durante los años que dure su formación académica, el cual, debe proveer los servicios de agua, luz, gas e internet, del mismo modo, tener las condiciones de color, ventilación, e iluminación adecuados, estar equipado con muebles para las actividades propias de un estudiante, y contar con áreas de esparcimiento y de uso común, así como contribuir para que el estudiante tenga una calidad de vida adecuada. Es así como surge el objetivo general de esta tesis que fue diseñar una propuesta de modelo de negocios de servicios de arrendamiento inmobiliario para estudiantes universitarios en la Agencia Acatlima, Oaxaca, aplicando la metodología Canvas. Para el cumplimiento de dicho objetivo se desarrolló una investigación documental y de campo, mediante los cuatro objetivos específicos planteados.

El primer objetivo específico consistió en realizar una investigación teórica sobre modelo de negocios, la metodología Canvas y arrendamiento, lo que se cumplió con la realización del capítulo I y II de esta tesis. El capítulo I presenta la manera en que se integran cada uno de los nueve módulos del lienzo Canvas, en tanto que el capítulo II muestra las leyes aplicables al arrendamiento a nivel federal, estatal y municipal.

El segundo objetivo específico fue conocer el marco normativo de la construcción de vivienda en México a nivel federal, estatal y municipal. Dicho objetivo se cumplió debido a que se realizó el capítulo IV, en donde se destaca la importancia de la vivienda en la calidad de vida del individuo, al representar la estructura donde el ser humano se desenvuelve.

El tercer objetivo específico consistió en identificar los requerimientos generales de habitabilidad de un espacio de arrendamiento para estudiantes, por medio de la investigación de campo que consistió en la recolección de la información y su procesamiento a través de un análisis de contenido. Los principales hallazgos indican la interrupción constante en el suministro de servicios básicos, deficiencias en el servicio al cliente y condiciones deficientes del edificio. Además, los alumnos plantearon la necesidad de que exista un contrato de arrendamiento, un reglamento, mejora en aspectos del servicio al cliente y un precio conveniente. Los estudiantes, a pesar de encontrarse en un rango de edad de 21 a 24 años, demanden la formalidad de las operaciones de arrendamiento y de normas por escrito.

Asimismo, el espacio ideal propuesto por los entrevistados está en función de las categorías de ubicación, beneficios, condiciones físicas, espacios de uso común y seguridad.

Se puede concluir que los estudiantes requieren de un espacio con un diseño, hasta aspectos igual de importantes como el servicio al cliente, ya que, aunque el edificio pueda encontrarse en condiciones óptimas y los servicios ofrecidos sean atractivos, es fundamental considerar un servicio al cliente eficiente a brindar para que los arrendatarios se sientan satisfechos.

El cuarto objetivo específico se alcanzó mediante el diseño de la propuesta de modelo de negocios de servicios de arrendamiento para estudiantes retomando la estructura del lienzo Canvas.

Esta investigación conjunta la norma y legislación existente relativa a espacios habitacionales en general y la aplicación para subsanar los vacíos doctrinales en cuanto a habitaciones estudiantiles. La investigación muestra una relevancia social, ya que permite contar con un modelo que facilite diseñar espacios adecuados de vivienda estudiantil que beneficiará a

aquellas personas que migran de sus comunidades de origen para estudiar. La aplicación práctica de esta investigación es constituir un modelo de negocios que permita la edificación para espacios habitacionales, por lo que, resultará útil para los arrendadores.

El presente trabajo marca la pauta para futuras investigaciones sobre vivienda digna con un enfoque hacia la calidad de vida.



# REFERENCIAS





## REFERENCIAS

- Andréu, J., García-Nieto, A. y Pérez, A. M. (2007). *Evolución de la teoría fundamentada como técnica de análisis cualitativo*. Centro de Investigaciones Sociológicas de la Universidad de Santiago de Compostela.
- Asociación Mexicana de Contadores Públicos. (2018). Boletín Fiscal. Arrendamiento de bienes: Régimen Fiscal. 27 (6), 1-9. <https://amcpdf.org.mx/wp-content/uploads/2018/06/Arrendamiento-de-bienes-1.pdf>
- Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (2020). *Anuario Estadístico de Educación Superior 2019- 2020*. <http://www.anuies.mx/informacion-y-servicios/informacion-estadistica-de-educacion-superior/anuario-estadistico-de-educacion-superior>
- Babbie, E. (2010). *The Practice of Social Research*. Wadsworth Cengage Learning.
- Banchieri, L. C., Blasco, M. J., y Campa-Planas, F. (2013). Auto evaluación de la gestión por parte de pequeñas empresas y microempresas: Estudio exploratorio. *Intangible Capital*, 9(2), 477-490. <https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099/14008/Lucia-Clara%20Banchieri.pdf>
- Banco Mundial. (18 de marzo del 2020). "*¡Hogar, sano hogar!*". <https://blogs.worldbank.org/es/voces/tres-maneras-de-mejorar-las-condiciones-de-vivienda#:~:text=La%20mala%20calidad%20de%20la%20vivienda%20sube%20los%20niveles%20de,ilegar%20a%20la%20violencia%20dom%C3%A9stica>

Brown, Tim (2009). *Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation*. [Cambio por diseño: Cómo el Design Thinking transforma las organizaciones e inspira la innovación] Nueva York: Harper Business.

BySide (2020). *Evaluar un nuevo negocio en una página: Modelo Canvas*.  
<https://byside.management/evaluar-un-nuevo-negocio-en-una-pagina-modelo-canvas/>

Cajacuri, F. D., Medina, C. A., Ordoñez, W. C. J., y Rosales, R. I. (2018). Propuesta de negocio para la intermediación de alquileres de habitaciones para estudiantes a través de una plataforma virtual. [Tesis de Maestría, Esan Graduate School of Business].  
[https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/1406/2018\\_MAF\\_16-1\\_06\\_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/1406/2018_MAF_16-1_06_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Centro de Competitividad de Monterrey. (2022). *¿Qué es una cadena de valor?*.  
<https://ccmtty.com/cadena-de-valor/>

Chaguay, L. L., Flores, J. C., Bayas, T. F., y Zapata, R. O. (2019). El modelo de negocio: metodología Canvas como innovación estratégica para el diseño de proyectos empresariales. *Journal of Science and Research*, 4 (CIEIS2019), 87-99.

Clayton, C., Henning, K., y Johnson, M. (2020). *Reinventar tu modelo de negocios*. Harvard Business Review.

Código Civil del Estado de Oaxaca [CCEO]. Decreto 2888, aprobado por la LXIV Legislatura y publicado en el Periódico Oficial 49 Sexta Sección. 4 de diciembre del 2021 (México).

Código Civil Federal [CCF]. DOF 11-01-2023. 11 de enero del 2023 (México).

Código de Edificación de Vivienda [CEV]. Tercera Edición del 2017. Capítulo 2. Vivienda digna. 25 de abril de 2018.

Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (15 de octubre del 2021). *Cadenas de valor*. <https://biblioguias.cepal.org/c.php?g=159548&p=1044467>

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos [CPEUM]. Artículo 4. 28 de mayo de 2021 (México).

Del Prado, L. (2005). Alianzas estratégicas. *Boletín de lecturas Sociales y Económicas*, 13(1), 68-87.

Farber, P. y Bonta, M. (2002). *199 preguntas sobre marketing*. Editorial Norma.

Fernández, F. (2002) El Análisis de Contenido como ayuda metodológica para la Investigación. *Revista de Ciencias Sociales*. Universidad de Costa Rica. Vol. II. Núm. 96, 35-54.

Ferreira-Herrera, D. C. (2015). *El modelo Canvas en la formulación de proyectos*. Cooperativismo y Desarrollo.

Gobierno de México. (27 de noviembre del 2017). *Normatividad en Materia de Vivienda*. <https://www.gob.mx/conavi/documentos/normatividad-en-materia-de-vivienda>

González, J. L. (2000). *Derechos del arrendador*. Cámara de diputados, LVIII legislatura. <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/1/53/tc.pdf>

Heller, E. (2016). *Psicología del color: Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*. Editorial GG México.

- Hendriyani, C., y Auliana, L. (2018). Transformation from relationship marketing to electronic customer relationship management: A literature study. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 7, 116-124.
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (Vol. 4, pp. 310-386). México: McGraw-Hill Interamericana.
- Hill, C. W., Jones, G. R., y Schilling, M. A. (2014). *Strategic management: Theory & cases: An integrated approach*. Cengage Learning.
- Ibáñez, J. (1998). Cómo se realiza una investigación mediante grupos de discusión. En M. A. García Ferrando, J. Ibáñez y F. Alvira (Eds.), *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación* (pp. 418-434). Alianza Universidad Textos.
- INEGI (2022). *Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte 2018 (SCIAN 2018)*. <https://www.inegi.org.mx/app/scian/>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2020a). Viviendas. <https://cuentame.inegi.org.mx/poblacion/vivienda.aspx?tema=P#:~:text=Una%20vivienda%20es%20un%20espacio,hay%2035%2C219%2C141%20viviendas%20particulares%20habitadas>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2015). *Distribución de la población mexicana por su tamaño de localidad y su relación con el medio ambiente*. <https://www.inegi.org.mx/eventos/2015/poblacion/doc/p-walterrangel.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2020b). *Densidad de población por entidad federativa, serie de años censales de 1990 a 2020*.

[https://www.inegi.org.mx/app/tabulados/interactivos/?px=Poblacion\\_07&bd=Poblacion](https://www.inegi.org.mx/app/tabulados/interactivos/?px=Poblacion_07&bd=Poblacion)

Ipsos. (2020). Características de los niveles socioeconómicos en el Perú. Recuperado el 14 de febrero de 2022, de <https://www.ipsos.com/es-pe/caracteristicas-de-los-niveles-socioeconomicos-en-el-peru>

Izcará, S. P. (2014). Manual de investigación cualitativa. Editorial Fontamara.

Kotler, P. y Armstrong, G. (2017). Fundamentos de marketing. Pearson Educación.

Leal, F. L. A. (2000). Las alianzas estratégicas, una respuesta a la demanda global. *Economía industrial*, (331), 11-15.

Maqueda, C. (2015). *La importancia de la propuesta de valor: aplicación a una Empresa Social* [Tesis de licenciatura, Repositorio de la Universidad Pontificia Comillas]. <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/4546/TFG001318.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Martín, D. (2019). Universidad Valladolid. Plan de negocio emprendedor: roompartir, empresa de alquileres compartidos para estudiantes de intercambio. [Tesis de Licenciatura, Universidad de Valladolid] <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/37917/TFG-N.1237.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Morse, J. M. (2005). Asuntos Críticos en los Métodos de Investigación Cualitativa. Publicaciones de la Universidad de Alicante.

Muñoz, M. (2011). Creación y puesta en marcha de una empresa prestadora de servicios integrales de vivienda, enfocada a los estudiantes de la Universidad Javeriana,

- provenientes de ciudades diferentes a Bogotá. [Tesis de Ingeniería, Pontificia Universidad Javeriana].  
<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/7420/tesis575.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- ONU Hábitat. (2023). *Enfermedades más comunes a causa de una vivienda inadecuada*.  
<https://www.habitatmexico.org/article/enfermedades-mas-comunes-a-causa-de-una-vivienda-inadecuada>
- Osterwalder A. y Pigneur, Y. (2011). *Business Model Generation*. [Generación de Modelo de Negocios] Ediciones Deusto.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., Smith, A., y Papadakos, T. (2015). *Diseñando la propuesta de valor*. Ediciones Deusto.
- Osterwalder, A., y Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation*. [Generación de Modelo de Negocios] John Wiley y Sons, Inc.
- Pontificia Universidad Católica de Chile. (diciembre del 2022). *¿Qué es la propuesta de valor?*. <https://www.claseejecutiva.com.mx/blog/articulos/que-dice-la-propuesta-de-valor/>
- Rajala, R., y Westerlund, M. (2005). *Business Models: A new perspective on knowledge-intensive services in the software industry*. [Modelo de negocios: una nueva perspectiva sobre los servicios intensivos en conocimiento en la industria del software] eLibrary.  
<https://aisel.aisnet.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1060&context=bled2005>

- Real Academia Española. (s.f.). Cultura. En Diccionario de la lengua española. Recuperado en 10 de febrero de 2019, de <https://dpej.rae.es/lema/bien-inmueble>
- Región Emprendedora Europea (2017). *Guía didáctica: Modelo Canvas*. Junta de Extremadura.
- Rubinovicz, N. (2022). *Design Thinking: Guía esencial para comprender e implementar*. Project Management Latin America.
- Ruíz, L. E., y Camargo, D. A. (2017). Propuesta para la evaluación de recursos y capacidades en pymes que hacen gestión del conocimiento. *Cuadernos Latinoamericanos De Administración*, 13(25), 71-91.
- Santiago, L. A. D., Hernández, M. G. S., y Delgado, R. O. (2017). Los modelos de negocios y las tecnologías de la información y comunicación. *Tlatemoani: revista académica de investigación*, 8(26), 170-188.
- Secretaría de Bienestar. (2022). *Informe anual sobre pobreza y rezago social*. [https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/697254/20\\_039\\_OAX\\_Heroica\\_Ciudad\\_de\\_Huajuapán\\_de\\_León.pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/697254/20_039_OAX_Heroica_Ciudad_de_Huajuapán_de_León.pdf)
- Secretaría de Educación Pública. (2021). *Sistema Interactivo de Consulta de Estadística Educativa*. <http://planeacion.sep.gob.mx/principalescifras/>
- Sistema de Información Cultural. (2021). *Mapa de ubicación de las Instituciones de Educación Superior, contexto e infraestructura*. <https://sic.cultura.gob.mx/mapa.php?table=universidad>
- Svejenova, S., Planellas, M., y Vives, L. (2010). An individual business model in the making: a Chef's quest for creative freedom. Long Range Planning. [Un modelo de negocios individual en construcción: la búsqueda de un líder por la libertad creativa.

Planificación a largo plazo.] (43), 408-430.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0024630110000087>

Thompson, I. (2005). La segmentación del mercado. *Promonegocios.net*, 2-5.

Tigrero, J. J. (2021). *Modelo de negocios Canvas-recursos claves caso: mejoramiento de*

*líneas de producción y servicio al cliente del restaurante Gol Planet del cantón*

*Salinas, provincia de Santa Elena, año 2020.* [Tesis de Licenciatura, Universidad

Estatad Península de Santa Elena]

<https://repositorio.upse.edu.ec/xmlui/handle/46000/6145>

Timmers, P. (1998). Business models for electronic markets. *Electronic markets*, 8(2), 3-8.

<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10196789800000016>

Universidad Tecnológica de Monterrey. (2020). *Alianzas estratégicas: una alternativa para*

*hacer valer tu potencial.* [https://egresados.exatec.tec.mx/blog/alianzas-estrategicas-](https://egresados.exatec.tec.mx/blog/alianzas-estrategicas-una-alternativa-para-hacer-valer-tu-potencial)

[una-alternativa-para-hacer-valer-tu-potencial](https://egresados.exatec.tec.mx/blog/alianzas-estrategicas-una-alternativa-para-hacer-valer-tu-potencial)

Vidales, M. L. C. (2016). *Aplicación y optimización de recursos* [ Ensayo, Universidad

Tecnológica de Nuevo Laredo]. Academia.edu.

[https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/51741083/Aplicacion\\_y\\_optimizacion\\_de\\_recursos-libre.pdf?1486790095=&response-content-](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/51741083/Aplicacion_y_optimizacion_de_recursos-libre.pdf?1486790095=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DAPLICACION_Y_OPTIMIZACION_DE_RECursos_30.pdf&Expires=1695108639&Signature=eSqsuc0Nft3C2ZuLfTMyR~KtdG4Uu0h0MSfzmpOhVAJnSM5S~YAQ5-EmIzl~DR5KGIjoQF3ayrTB29et6VLnVX6YPIZDbFUpm~q-2AA6YK0C7jFRbPH5nD3ufLlgm2PN4Rk6h6mbobOTxROc2ZCqCzODVKpxRXi5EGCSQL~PNmuBxi07g3tShlL8~1isi4ss65Q7yEx77SVTnCsSMueWXo~LMu5t)

[disposition=inline%3B+filename%3DAPLICACION\\_Y\\_OPTIMIZACION\\_DE\\_R](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/51741083/Aplicacion_y_optimizacion_de_recursos-libre.pdf?1486790095=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DAPLICACION_Y_OPTIMIZACION_DE_RECursos_30.pdf&Expires=1695108639&Signature=eSqsuc0Nft3C2ZuLfTMyR~KtdG4Uu0h0MSfzmpOhVAJnSM5S~YAQ5-EmIzl~DR5KGIjoQF3ayrTB29et6VLnVX6YPIZDbFUpm~q-2AA6YK0C7jFRbPH5nD3ufLlgm2PN4Rk6h6mbobOTxROc2ZCqCzODVKpxRXi5EGCSQL~PNmuBxi07g3tShlL8~1isi4ss65Q7yEx77SVTnCsSMueWXo~LMu5t)

[ECURSOS\\_30.pdf&Expires=1695108639&Signature=eSqsuc0Nft3C2ZuLfTMyR~](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/51741083/Aplicacion_y_optimizacion_de_recursos-libre.pdf?1486790095=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DAPLICACION_Y_OPTIMIZACION_DE_RECursos_30.pdf&Expires=1695108639&Signature=eSqsuc0Nft3C2ZuLfTMyR~KtdG4Uu0h0MSfzmpOhVAJnSM5S~YAQ5-EmIzl~DR5KGIjoQF3ayrTB29et6VLnVX6YPIZDbFUpm~q-2AA6YK0C7jFRbPH5nD3ufLlgm2PN4Rk6h6mbobOTxROc2ZCqCzODVKpxRXi5EGCSQL~PNmuBxi07g3tShlL8~1isi4ss65Q7yEx77SVTnCsSMueWXo~LMu5t)

[KtdG4Uu0h0MSfzmpOhVAJnSM5S~YAQ5-](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/51741083/Aplicacion_y_optimizacion_de_recursos-libre.pdf?1486790095=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DAPLICACION_Y_OPTIMIZACION_DE_RECursos_30.pdf&Expires=1695108639&Signature=eSqsuc0Nft3C2ZuLfTMyR~KtdG4Uu0h0MSfzmpOhVAJnSM5S~YAQ5-EmIzl~DR5KGIjoQF3ayrTB29et6VLnVX6YPIZDbFUpm~q-2AA6YK0C7jFRbPH5nD3ufLlgm2PN4Rk6h6mbobOTxROc2ZCqCzODVKpxRXi5EGCSQL~PNmuBxi07g3tShlL8~1isi4ss65Q7yEx77SVTnCsSMueWXo~LMu5t)

[EmIzl~DR5KGIjoQF3ayrTB29et6VLnVX6YPIZDbFUpm~q-](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/51741083/Aplicacion_y_optimizacion_de_recursos-libre.pdf?1486790095=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DAPLICACION_Y_OPTIMIZACION_DE_RECursos_30.pdf&Expires=1695108639&Signature=eSqsuc0Nft3C2ZuLfTMyR~KtdG4Uu0h0MSfzmpOhVAJnSM5S~YAQ5-EmIzl~DR5KGIjoQF3ayrTB29et6VLnVX6YPIZDbFUpm~q-2AA6YK0C7jFRbPH5nD3ufLlgm2PN4Rk6h6mbobOTxROc2ZCqCzODVKpxRXi5EGCSQL~PNmuBxi07g3tShlL8~1isi4ss65Q7yEx77SVTnCsSMueWXo~LMu5t)

[2AA6YK0C7jFRbPH5nD3ufLlgm2PN4Rk6h6mbobOTxROc2ZCqCzODVKpxRX](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/51741083/Aplicacion_y_optimizacion_de_recursos-libre.pdf?1486790095=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DAPLICACION_Y_OPTIMIZACION_DE_RECursos_30.pdf&Expires=1695108639&Signature=eSqsuc0Nft3C2ZuLfTMyR~KtdG4Uu0h0MSfzmpOhVAJnSM5S~YAQ5-EmIzl~DR5KGIjoQF3ayrTB29et6VLnVX6YPIZDbFUpm~q-2AA6YK0C7jFRbPH5nD3ufLlgm2PN4Rk6h6mbobOTxROc2ZCqCzODVKpxRXi5EGCSQL~PNmuBxi07g3tShlL8~1isi4ss65Q7yEx77SVTnCsSMueWXo~LMu5t)

[i5EGCSQL~PNmuBxi07g3tShlL8~1isi4ss65Q7yEx77SVTnCsSMueWXo~LMu5t](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/51741083/Aplicacion_y_optimizacion_de_recursos-libre.pdf?1486790095=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DAPLICACION_Y_OPTIMIZACION_DE_RECursos_30.pdf&Expires=1695108639&Signature=eSqsuc0Nft3C2ZuLfTMyR~KtdG4Uu0h0MSfzmpOhVAJnSM5S~YAQ5-EmIzl~DR5KGIjoQF3ayrTB29et6VLnVX6YPIZDbFUpm~q-2AA6YK0C7jFRbPH5nD3ufLlgm2PN4Rk6h6mbobOTxROc2ZCqCzODVKpxRXi5EGCSQL~PNmuBxi07g3tShlL8~1isi4ss65Q7yEx77SVTnCsSMueWXo~LMu5t)

[i5EGCSQL~PNmuBxi07g3tShlL8~1isi4ss65Q7yEx77SVTnCsSMueWXo~LMu5t](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/51741083/Aplicacion_y_optimizacion_de_recursos-libre.pdf?1486790095=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DAPLICACION_Y_OPTIMIZACION_DE_RECursos_30.pdf&Expires=1695108639&Signature=eSqsuc0Nft3C2ZuLfTMyR~KtdG4Uu0h0MSfzmpOhVAJnSM5S~YAQ5-EmIzl~DR5KGIjoQF3ayrTB29et6VLnVX6YPIZDbFUpm~q-2AA6YK0C7jFRbPH5nD3ufLlgm2PN4Rk6h6mbobOTxROc2ZCqCzODVKpxRXi5EGCSQL~PNmuBxi07g3tShlL8~1isi4ss65Q7yEx77SVTnCsSMueWXo~LMu5t)

fWgr63v2ppNPfXUGH0sRRfaoLXpIOKprpqdNG1ZKB1pge7PQx700sWVV3S3X  
qNoQv3sgBHwXDjJVQfdasLW8Jg3VQPS1sUewNCA-RTtoB-ZNvkoQoCe~ew7-  
w\_\_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA

Walker, S. E., Etzel, M., y Stanton, W. (2007). Fundamentos de marketing. *Editorial McGraw Hill*.



# APÉNDICE





## APÉNDICE 1

**Tabla A1.2**

### Operacionalización de variables del modelo Canvas

Variable	Dimensión	Indicadores	Ítems
Perfil general del cliente	Segmentación geográfica	Lugar de nacimiento	1. ¿De dónde eres originario?
		Lugar de residencia de su familia	2. ¿Dónde radica tu familia?
	Segmentación demográfica	Edad	3. ¿Qué edad tienes?
		Género	4. ¿A qué género perteneces?
		Nivel socioeconómico	5. ¿A qué te dedicas?
		Ocupación	6. ¿Cuál es tu nivel académico?
		Educación	7. ¿Qué semestre estás cursando?
		Generación	8. Además de estudiar, ¿tienes alguna otra ocupación?
			9. En caso de ser afirmativa la respuesta anterior, ¿Cuál es tu ocupación?
			10. ¿En qué año ingresaste a la universidad?
			11. ¿Qué tipo de inmueble rentas?
Segmentación Psicográfica	Estilo de vida y percepciones		a. Cuarto
			b. Departamento
			c. Casa
			12. ¿Compartes el inmueble con alguien más?
			13. ¿Cuál consideras que es la mejor zona para rentar en Acatlima?
			a. Centro
			b. Norte

- 
- c. Sur
  - d. Oriente
  - e. Poniente

14. ¿Cuál consideras que es la mejor zona para rentar en Acatlima?

- a. Centro
- b. Norte
- c. Sur
- d. Oriente
- e. Poniente

---

Perfil específico del cliente	Segmentación conductual	Beneficios Estatus de Usuario Estatus de lealtad	15. Del 1 al 10 ¿Cuál es tu nivel de satisfacción con el lugar que rentas actualmente? (Siendo 1 nada satisfecho y 10 plenamente satisfecho)
-------------------------------	-------------------------	--	--

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

16. ¿Cuánto tiempo tienes viviendo en el lugar que estás rentando?

17. ¿Cómo ha sido tu experiencia rentando en Acatlima?

18. ¿Qué aspectos se podrían mejorar?

---

Flujo de ingresos	de ingresos.	Forma para generar ingresos.	19. ¿Qué servicios incluye la habitación que arriendas actualmente?
-------------------	--------------	------------------------------	---

20. ¿Cuánto pagas mensualmente?

---

Propuesta de valor percibida	Propuesta de valor	Preferencias en: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Infraestructura</li> <li>• Servicio</li> <li>• Precio</li> </ul>	<p>21. ¿Qué aspectos tomas en cuenta para elegir un lugar donde arrendar?</p> <p>22. ¿Qué servicios debe cumplir un lugar para arrendar en él?</p> <p>23. Describe cómo sería el edificio ideal donde rentar.</p> <p>24. ¿Qué precio estarías dispuesto a pagar por un servicio mejor al que tienes actualmente?</p>
	Relación con el cliente	Atención personalizada	<p>25. ¿Qué tan importante es para ti la atención personalizada en un servicio de arrendamiento?</p>

*Nota.* Elaboración propia basada en el Modelo Canvas de Alexander Osterwalder (2010).

## APÉNDICE 2

### GUÍA DE ENTREVISTA

#### Datos generales

1. ¿De dónde eres originario(a)?
2. ¿Qué edad tienes?
3. ¿A qué género perteneces?
4. ¿Qué semestre estás cursando?
5. Además de estudiar, ¿tienes alguna otra ocupación? Si es así, ¿cuál es?
6. ¿En qué año ingresaste a la universidad?

#### Arrendamiento

7. ¿Qué tipo de inmueble rentas?
  - a. Cuarto
  - b. Departamento
  - c. Casa
8. ¿Compartes el inmueble con alguien más? Si la respuesta es afirmativa, ¿con cuántas personas lo compartes?

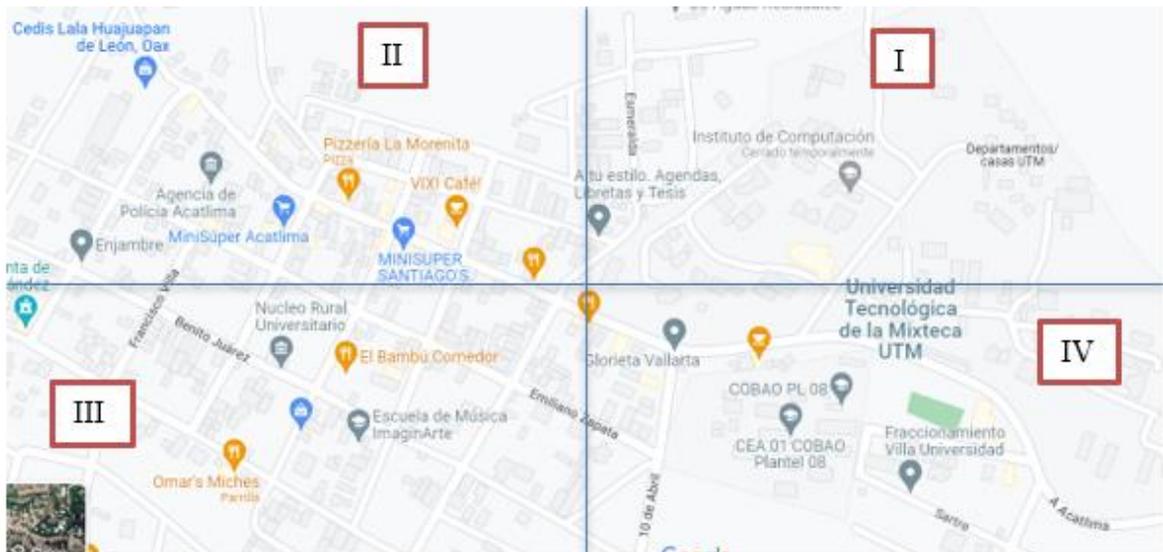
- a. 1
- b. 2
- c. 3
- d. Otro (especificar) \_\_\_\_\_

9. ¿Qué redes sociales usas con mayor frecuencia?

- a. Facebook
- b. Whatsapp
- c. Instagram
- d. Tiktok
- e. Otro \_\_\_\_\_

### Ubicación

10. ¿Cuál consideras que es la mejor zona para rentar en Acatlima?



- a. I
- b. II
- c. III
- d. IV

11. ¿Dónde rentas actualmente?



- a. I
- b. II
- c. III
- d. IV

**Experiencia**

12. Del 1 al 10 ¿Cuál es tu nivel de satisfacción con el lugar que rentas actualmente? (Siendo 1 nada satisfecho y 10 plenamente satisfecho)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

13. ¿Cuánto tiempo tienes viviendo en el lugar que estás rentando?

14. ¿Cómo podrías evaluar la relación costo- beneficio del lugar que rentas actualmente?

(Siendo 1 nada razonable y 10 plenamente razonable)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

15. ¿Cómo ha sido tu experiencia rentando en Acatlima?

16. ¿Qué aspectos se podrían mejorar?

### **Pago de renta**

17. ¿Cómo acostumbras a pagar la renta?

a. Mensualmente

b. Trimestralmente

c. Otro \_\_\_\_\_

18. ¿Cuánto pagas mensualmente?

19. ¿Al empezar a rentar donde vives actualmente te solicitaron un depósito? En caso de ser una respuesta afirmativa, ¿de qué monto fue el depósito?

### **Propuesta de valor**

20. ¿Qué aspectos tomas en cuenta para elegir un lugar donde arrendar?

21. ¿Con qué mobiliario consideras que debe contar mínimamente una habitación de renta?

22. ¿De qué color preferirías que estuviera pintado el edificio?

23. ¿De qué color preferirías que estuviera pintado tu cuarto/departamento?

24. ¿Qué servicios incluye la habitación que arriendas actualmente?

25. ¿Qué actividades realizas normalmente como estudiante?

26. Califica del 1 al 10 qué tan importante sería para ti contar con los siguientes servicios

<b>Servicio</b>	<b>Calificación</b>	<b>Cantidad adicional que estaría dispuesto a pagar</b>
Agua		
Luz		
Gas		
Calentador solar		

Internet		
Televisión		
Streaming		
Lavandería		
Áreas comunes		
Limpieza de cuarto		
Cocina común		
Cocineta dentro de la habitación/ departamento		
Descuento por pagos adelantados		
Cupones para obtener descuentos y beneficios en empresas de Huajuapán		

27. ¿De qué establecimientos te gustaría que fueran esos cupones?
28. ¿Qué tipo de espacios comunes consideras necesarios en un edificio de renta?
29. Describe cómo sería para ti el edificio ideal donde rentar.
30. Describe cómo sería para ti el cuarto o departamento ideal.
31. ¿Qué tan importante es para ti la atención personalizada en un servicio de arrendamiento?
32. ¿Cuánto estaría dispuesto (a) a pagar de renta mensual por un departamento que reuniera todos los servicios que requiere?

33. ¿Cuánto estaría dispuesto (a) a pagar de renta mensual por una habitación que reuniera todos los servicios que requiere?

### APÉNDICE 3

#### CÁLCULOS PARA LA DETERMINACIÓN DEL COSTO UNITARIO POR HABITACIÓN Y LOCAL

**Tabla A3.1**

*Cédula de depreciación de activos*

Clasificación del activo	Porcentaje	Monto por depreciar	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Edificio</b>	5%	\$8,000,000.00	\$400,000.00	\$400,000.00	\$400,000.00	\$400,000.00	\$400,000.00
<b>Mobiliario y equipo de oficina</b>	10%	\$1,309,821.00	\$130,982.10	\$130,982.10	\$130,982.10	\$130,982.10	\$130,982.10
<b>Equipo de cómputo</b>	30%	\$16,457.00	\$4,937.10	\$4,937.10	\$4,937.10	\$1,645.70	
<b>Maquinaria y equipo</b>	10%	\$152,087.00	\$15,208.70	\$15,208.70	\$15,208.70	\$15,208.70	\$15,208.70

*Nota.* Elaboración propia considerando los porcentajes de depreciación indicados en el artículo 34 de la Ley del Impuesto Sobre la Renta.

**Tabla A3.2**

*Cédula de amortización*

<b>Suma de inversión diferida</b>	<b>\$42,711.75</b>
<b>Años de amortización</b>	<b>5</b>
<b>Amortización anual</b>	<b>\$8,542.35</b>

*Nota.* Elaboración propia.

**Tabla A3.3**

*Determinación del costo de prestación del servicio*

	<b>Importe mensual del edificio</b>	<b>Importe anual</b>	<b>Costo correspondiente a las habitaciones</b>	<b>Costo correspondiente a locales</b>
<b>Cargos indirectos</b>			91.67% <sup>9</sup>	8.33%
<b>Sueldo del administrador del edificio</b>	\$9,706.00	\$116,472.00	\$8,897.49	\$808.51
<b>Sueldo de intendente</b>	\$7,312.00	\$87,744.00	\$6,702.91	\$609.09
<b>Servicios de luz</b>	\$600.00	\$7,200.00	\$550.02	\$49.98
<b>Servicio de agua potable</b>	\$80.00	\$960.00	\$73.34	\$6.66
<b>Gas</b>	\$700.00	\$8,400.00	\$700.00	-
<b>Servicio de telefonía e internet</b>	\$1,826.00	\$21,912.00	\$1,673.89	\$152.11
<b>Cooperación de alumbrado público</b>	\$250.00	\$3,000.00	\$229.18	\$20.83
<b>Cooperación para la comunidad</b>	\$800.00	\$9,600.00	\$733.36	\$66.64
<b>Impuesto predial</b>	\$41.67	\$500.00	\$38.20	\$3.47
<b>Insumos de limpieza</b>	\$250.00	\$3,000.00	\$229.18	\$20.83
<b>Amortización de gastos diferidos</b>	\$711.86	\$8,542.35	\$652.56	\$59.30
<b>Depreciación de Edificio</b>	\$33,333.33	\$400,000.00	\$30,556.67	\$2,776.67
<b>Depreciación de Maquinaria y equipo</b>	\$1,267.39	\$15,208.70	\$1,267.39	-
<b>Costo de prestación del servicio de arrendamiento</b>	\$56,878.25	\$682,539.05	\$52,304.18	\$4,574.07

*Nota.* Elaboración propia.

<sup>9</sup> Se cuenta con 44 habitaciones y 4 locales, es decir, 48 unidades. Por ello, se dividió 44 entre 48, obteniendo 91.67% correspondiente a las habitaciones y 8.33% de los locales.

**Tabla A3.4***Determinación de gastos de administración*

<b>Gastos de administración</b>	<b>Proporción mensual</b>	<b>Importe anual</b>	<b>Costo correspondiente a las habitaciones</b>	<b>Costo correspondiente a locales</b>
<b>Depreciación de mobiliario y equipo de oficina</b>	\$10,915.18	\$130,982.10	\$10,005.94	\$909.23
<b>Depreciación de equipo de cómputo</b>	\$411.43	\$4,937.10	\$377.15	\$34.27
<b>Consumibles</b>	\$200.00	\$2,400.00	\$183.34	\$16.66
<b>Suma de gastos de administración</b>	<b>\$11,526.60</b>	<b>\$138,319.20</b>	<b>\$10,566.43</b>	<b>\$960.17</b>

*Nota.* Elaboración propia.**Tabla A3.5***Determinación de gastos de venta*

<b>Gastos de venta</b>	<b>Importe mensual</b>	<b>Importe anual</b>	<b>Costo correspondiente a las habitaciones</b>	<b>Costo correspondiente a locales</b>
<b>Publicidad</b>	\$660.00	\$7,920.00	\$594.00	\$66.00
<b>Suma de gastos de venta</b>	<b>\$660.00</b>	<b>\$7,920.00</b>	<b>\$594.00</b>	<b>\$66.00</b>

*Nota.* Elaboración propia.

**Tabla A3.6***Cotización de activos*

<b>Área</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Clasificación del activo</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Importe</b>
<b>Habitación</b>	44	Cama	Mobiliario y equipo	\$13,000.00	\$572,000.00
	44	Colchón individual	Mobiliario y equipo	\$1,829.00	\$80,476.00
	88	Silla	Mobiliario y equipo	\$499.00	\$43,912.00
	44	Closet	Mobiliario y equipo	\$7,399.00	\$325,556.00
	44	Mesa	Mobiliario y equipo	\$1,099.00	\$48,356.00
	44	Cuadro decorativo	Mobiliario y equipo	\$91.25	\$4,015.00
	44	Maceta	Mobiliario y equipo	\$15.75	\$693.00
<b>Baño</b>	48	Paquete lavabo, taza y accesorios	Mobiliario y equipo	\$2,649.00	\$127,152.00
	48	Mezcladora para baño	Mobiliario y equipo	\$299.00	\$14,352.00
	40	Regadera	Mobiliario y equipo	\$126.00	\$5,040.00
	8	Calentadores solares	Maquinaria y equipo	\$9,599.00	\$76,792.00
<b>Oficina</b>	2	Sillas sencillas	Mobiliario y equipo	\$499.00	\$998.00
	1	Silla ejecutiva	Mobiliario y equipo	\$1,185.00	\$1,185.00
	1	Escritorio	Mobiliario y equipo	\$1,999.00	\$1,999.00
	1	Computadora	Equipo de cómputo	\$8,899.00	\$8,899.00
	1	Kit teclado y mouse	Equipo de cómputo	\$299.00	\$299.00
	1	Impresora multifuncional	Equipo de cómputo	\$1,869.00	\$1,869.00
	1	Estante	Mobiliario y equipo	\$962.00	\$962.00
<b>Terraza</b>	10	Juego de mesa de jardín	Mobiliario y equipo	\$3,699.00	\$36,990.00

	10	Cámara de seguridad	Equipo de cómputo	\$539.00	\$5,390.00
<b>Área de lavado</b>	6	Lavadoras	Maquinaria y equipo	\$8,999.00	\$53,994.00
	6	Lavabos	Mobiliario y equipo	\$1,399.00	\$8,394.00
	4	Burros de planchar	Mobiliario y equipo	\$459.00	\$1,836.00
	4	Planchas	Maquinaria y equipo	\$265.00	\$1,060.00
	36	Tendederos	Mobiliario y equipo	\$30.00	\$1,080.00
	2	Anaqueles	Mobiliario y equipo	\$429.00	\$858.00
	4	Mesas	Mobiliario y equipo	\$875.00	\$3,500.00
	<b>Cocina</b>	1	Estufa	Maquinaria y equipo	\$6,999.00
1		Campana extractora	Maquinaria y equipo	\$1,511.00	\$1,511.00
1		Refrigerador	Maquinaria y equipo	\$9,824.00	\$9,824.00
1		Mesa	Mobiliario y equipo	\$875.00	\$875.00
1		Horno de microondas	Maquinaria y equipo	\$1,424.00	\$1,424.00
1		Cafetera	Maquinaria y equipo	\$483.00	\$483.00
8		Comedores con sillas	Mobiliario y equipo	\$3,699.00	\$29,592.00
<b>Total</b>					\$1,478,365.00

**Tabla A3.7**

*Determinación del capital de trabajo*

<b>Concepto</b>	<b>Importe mensual</b>
Sueldo del administrador del edificio	\$9,706.00
Sueldo de intendente	\$7,312.00
Servicios de luz	\$600.00
Servicio de agua potable	\$80.00
Gas	\$700.00

Servicio de telefonía e internet	\$1,826.00
Cooperación de alumbrado público	\$250.00
Cooperación para la comunidad	\$800.00
Insumos de limpieza	\$250.00
<b>Capital de trabajo correspondiente a un mes de operación</b>	<b>\$21,524.00</b>
<b>Capital de trabajo correspondiente a seis meses de operación</b>	<b>\$129,144.00</b>

## APÉNDICE 4

### CONTRATO DE ARRENDAMIENTO CIVIL

En la ciudad de Huajuapán de León, Oaxaca, siendo el día \_\_\_\_\_ del mes de \_\_\_\_\_ del 202\_\_\_\_, ante la presencia de los testigos que firman al final de este documento, comparecieron por una parte, \_\_\_\_\_, a quien en lo sucesivo se le denominará “EL ARRENDADOR” y, por otra parte, \_\_\_\_\_, a quien en lo sucesivo se le denominará “EL ARRENDATARIO”, mayores de edad, hábiles para contratar y obligarse y manifestaron que es su voluntad, libres de toda coacción, celebrar el presente Contrato de Arrendamiento, mismo que sujetan al tenor de las siguientes:

### CLÁUSULAS

**Primera.** “EL ARRENDADOR” entrega en arrendamiento y “EL ARRENDATARIO” recibe en tal concepto, en perfectas condiciones de uso y a su entera satisfacción, el bien inmueble siguiente: \_\_\_\_\_, el cual se destinará exclusivamente para USO HABITACIONAL.

**Segunda.** El término de duración del presente contrato será de \_\_\_\_\_ meses, por lo que empezando a surtir sus efectos el día \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ del 202\_\_\_\_, y termina el día \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ del 202\_\_\_\_, por tanto, en la fecha de vencimiento “EL ARRENDATARIO” devolverá a “EL ARRENDADOR” la posesión del inmueble objeto de este contrato en el mismo buen estado en que lo recibió, junto con sus mejoras y accesiones.

**Tercera.** “EL ARRENDATARIO” pagará a “EL ARRENDADOR” por concepto de renta, la cantidad de \$ \_\_\_\_\_ ( ), por la totalidad de la vigencia de este contrato; es decir, por el periodo comprendido del día \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ del 202\_\_\_\_ al \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de

202\_\_; esta cantidad deberá ser pagadera en \_\_\_\_\_ mensualidades adelantadas los días \_\_\_\_\_ de cada mes, por valor de \$ \_\_\_\_\_ cada una, en el domicilio de “EL ARRENDADOR”, ubicado en: \_\_\_\_\_.

**Cuarta.** En caso de que “EL ARRENDATARIO” incurra en mora en el pago de las parcialidades mensuales convenidas para pagar la renta total pactada, en el lugar y tiempo convenidos en este contrato, motivará que pague a “EL ARRENDADOR” un interés del \_\_\_\_\_%, por ciento mensual sobre las cantidades que deje de pagar puntualmente, desde la fecha en que debieron pagarse, hasta la fecha en que las liquide y los abonos que, en su caso hiciera, si los acepta “EL ARRENDADOR”, se aplicarán primeramente a intereses y posteriormente a capital, según lo dispone el artículo 1609 del Código Civil del estado de Oaxaca.

**Quinta.** “EL ARRENDATARIO” entrega a “EL ARRENDADOR” y éste recibe a la firma de este contrato, en calidad de depósito, la cantidad de \$ \_\_\_\_\_, con el fin de garantizar el pago de daños al inmueble arrendado o en su caso, renta vencida. Esta cantidad la regresará “EL ARRENDADOR” a “EL ARRENDATARIO” sin intereses, una vez desocupado el inmueble objeto de este contrato y recibido que sea éste, de conformidad con “EL ARRENDADOR”, previa justificación de encontrarse al corriente en el pago de las rentas, internet y streaming, así como las demás consecuencias que se deriven de las obligaciones que a su cargo quedaron con motivo de la celebración de este contrato. Si alguno de estos conceptos no estuviere totalmente pagado, de la cantidad depositada se cubrirán los conceptos correspondientes, regresándose la diferencia a “EL ARRENDATARIO”, si resultare alguna a su favor; más si queda cantidad alguna a su cargo, “EL ARRENDADOR” se la reclamará por separado como en derecho corresponda. El depósito a que se refiere esta cláusula se incrementará cada vez y en la misma proporción o porcentaje en que se

incremente la renta, con el fin de que siempre quede en garantía la cantidad equivalente a un mes de renta vigente, este ajuste deberá realizarse dentro de los cinco días naturales siguientes al incremento de la renta.

En el supuesto de que “EL ARRENDATARIO” desee dar por terminada en forma anticipada la vigencia del presente contrato, queda convenido que tiene la obligación de avisar a “EL ARRENDADOR” un mes antes de desocupar el inmueble. En caso de que esta situación no se cumpla, “EL ARRENDADOR” no devolverá el depósito a el “ARRENDATARIO”.

**Sexta.** “EL ARRENDATARIO” se compromete y obliga a acatar las disposiciones del Reglamento del Edificio.

**Séptima.** “EL ARRENDADOR” y “EL ARRENDATARIO” se deberán comprometer a mantener un trato cordial basado en el respeto mutuo. “EL ARRENDADOR” no deberá intervenir en asuntos personales de “EL ARRENDATARIO”, se limitará a observar y sancionar las faltas al reglamento en las que este pueda incurrir.

En caso de existir algún conflicto entre “EL ARRENDADOR” y “EL ARRENDATARIO”, se tendrá como mediador al agente municipal de Acatlima.

**Octava.** Serán causales de rescisión del presente contrato atribuibles al arrendatario:

- a) Si “EL ARRENDATARIO” destina la finca arrendada a un fin diferente al estipulado en la cláusula Primera.
- b) Si “EL ARRENDATARIO” deja de pagar dos meses consecutivos de renta, en la forma y términos establecidos en la cláusula Tercera.
- c) Si “EL ARRENDATARIO” varía el inmueble arrendado, aun con el carácter de mejora, sin el previo consentimiento dado por escrito por “EL ARRENDADOR”.
- d) Si “EL ARRENDATARIO” guarda, conserva o tiene en la finca arrendada materiales explosivos o inflamables.

- e) Si “EL ARRENDATARIO” se conduce con indecencia o inmoralidad en contra de las buenas costumbres.
- g) Si “EL ARRENDATARIO” causa daños al inmueble arrendado y no realiza la compostura en un lapso de 15 días hábiles.
- i) Si “EL ARRENDATARIO” subarrienda, traspasa el inmueble arrendado, cede los derechos de este contrato, así como las accesiones y mejoras que, en su caso, le hubiere hecho al inmueble arrendado.
- j) Si “EL ARRENDATARIO” da motivo a la rescisión del presente contrato por incurrir en cualesquiera de las causales a que se ha hecho referencia, a las que prevé la ley y, en su caso, por el pago impuntual de las rentas, en el lugar y tiempo convenidos.
- k) Si “EL ARRENDATARIO” tiene en su posesión objetos robados.

**Novena.** Serán causales de rescisión del presente contrato atribuibles al arrendatario:

- a) Si “EL ARRENDADOR” no respeta la privacidad de “EL ARRENDATARIO”.
- b) Si “EL ARRENDADOR” ingresa a la habitación sin autorización de “EL ARRENDATARIO”.

#### **Décima**

El consumo de energía eléctrica del inmueble arrendado será por cuenta de “EL ARRENDATARIO”. “EL ARRENDATARIO” recibirá de parte del administrador del edificio el recibo de luz y deberá pagarlo antes del vencimiento de este. Al inicio de cada mes, “EL ARRENDATARIO” deberá mostrar a “EL ARRENDADOR” los comprobantes de pago. En caso de suspensión del servicio por falta de pago, “EL ARRENDATARIO” deberá hacerse cargo del pago del recibo, recargos y costo de reconexión que pudieran generarse.

“EL ARRENDATARIO” efectuará el pago del servicio de streaming e internet al mismo momento que la renta mensual.

**Décima primera.**

“EL ARRENDATARIO” recibe el inmueble arrendado con las instalaciones eléctricas, hidráulica y demás servicios, en forma adecuada; cualquier desperfecto o rotura de estos, no derivado del desgaste por uso cotidiano del inmueble, será a cargo de “EL ARRENDATARIO”. Al momento de entregar la habitación a “EL ARRENDATARIO” se verificarán las condiciones del inmueble, las cuales quedan plasmadas en el presente contrato por medio de evidencia fotográfica. Al terminar el contrato de arrendamiento, se realizará la verificación de las condiciones actuales del inmueble.

En caso de ocasionar un daño a los componentes de la habitación o del edificio, “EL ARRENDATARIO” deberá hacerse cargo de la reparación o reposición.

“EL ARRENDATARIO” tiene la obligación de mantener limpia la habitación para evitar plagas y de informar al “ARRENDADOR” cualquier desperfecto que detecte en la habitación o en el edificio.

(Insertar fotografía de las condiciones de entrega de la habitación)

**Décima segunda.**

“EL ARRENDATARIO” tiene prohibido facilitar las llaves de la entrada principal a personas ajenas al edificio.

“EL ARRENDATARIO” deberá mantener el nivel de ruido (música, televisión, taladros, lavadoras, etcétera) por debajo de 70 decibeles como lo indica la NOM-011-STPS-2001.

Para realizar una celebraciones y convivencias que impliquen la generación de más decibeles de los permitidos, “EL ARRENDATARIO” deberá solicitar autorización al administrador del edificio.

“EL ARRENDATARIO” tiene prohibido el uso de bebidas alcohólicas en las áreas de uso común.

“EL ARRENDATARIO” tiene prohibido el uso de cualquier sustancia ilegal o alucinógena en cualquier área del edificio. Cualquier persona que posea estas sustancias será reportada inmediatamente a las autoridades correspondientes.

Ante cualquier circunstancia deberá prevalecer el orden, la paz y el respeto.

“EL ARRENDATARIO” deberá asegurarse que sus invitados cumplan los lineamientos del reglamento.

### **Décima Tercera.**

“EL ARRENDATARIO” deberá colocar la basura en el área de recolección, separando la orgánica e inorgánica.

“EL ARRENDATARIO” tiene prohibido dejar basura u otro tipo de objetos en pasillos, escaleras o áreas comunes, deposítalas directamente en el contenedor de basura.

“EL ARRENDATARIO” deberá mantener limpia y ordenada la cocina común después de utilizarla y en ningún momento podrá hacer uso de utensilios o insumos que no le pertenezcan. Los utensilios e insumos son propiedad de cada uno de los arrendatarios.

**Décimo Cuarta.**

“EL ARRENDATARIO” será responsable de los gastos y honorarios que se causen con motivo de cualquier controversia suscitada respecto a la interpretación y cumplimiento del presente contrato, ya sea en forma judicial o extrajudicial.

**Décima Quinta.**

Para la interpretación y/o cumplimiento del presente contrato, las partes se someten a la jurisdicción y competencia de los tribunales de la ciudad de Oaxaca de Juárez.

**Décima Sexta.**

Para cualquier notificación con motivo del presente contrato, las partes señalan como domicilios convencionales los siguientes:

“EL ARRENDADOR”: \_\_\_\_\_.

“EL ARRENDATARIO”: \_\_\_\_\_.

**Décima Séptima.**

Ambas partes manifiestan que mutuamente se reconocen el carácter con que comparecen a la celebración de este contrato, por haberse justificado previamente a satisfacción de ambas partes.

Leído que fue en voz alta el contenido del presente contrato a las partes que en él intervinieron, bien enteradas de su alcance y contenido, se manifestaron conformes con el mismo, estampando su firma en señal de aceptación.

Heroica Ciudad de Huajuapán de León, Oaxaca a \_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 202\_\_\_\_.

“EL ARRENDADOR”

“EL ARRENDATARIO”

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

TESTIGO 1

TESTIGO 2

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

## APÉNDICE 5

### Reglamento del edificio

#### I. Relación arrendador- arrendatario

1. El arrendador y el arrendatario se deberán comprometer a mantener un trato cordial basado en el respeto mutuo.
2. El arrendador no deberá intervenir en asuntos personales del arrendatario, se limitará a observar y sancionar las faltas al reglamento en las que este pueda incurrir.
3. En caso de existir algún conflicto entre el arrendador y arrendatario, se tendrá como mediador al agente municipal de Acatlima.

#### II. Servicios básicos

4. Los servicios básicos a los que tendrán derecho por el pago de la renta todos los arrendatarios serán agua caliente e internet. Existe la opción de contratar servicios de streaming o paquetes de internet con megas adicionales. Cada habitación tendrá su medidor de luz y el arrendatario deberá cubrir el importe de su recibo bimestral.
5. El arrendatario recibirá del administrador del edificio el recibo de luz de la habitación y deberá pagarlo antes de su vencimiento. En caso de suspensión del servicio por falta de pago, el arrendatario deberá hacerse cargo del pago del recibo, recargos, costo de reconexión y otros gastos que pudieran generarse.
6. El arrendatario deberá exhibir al arrendador el comprobante del pago del servicio de luz en los primeros cinco días de cada bimestre.

7. El pago del servicio de streaming e internet se liquidará en el mismo momento que se paga la renta mensual para aquellos arrendatarios que contraten el servicio.

### **III. Pago de renta**

8. El arrendatario se compromete al pago de la renta en los primeros cinco días de cada mes.
9. En caso de no pagar en el lapso establecido, se tendrá un máximo de 20 días de tolerancia para cubrir el importe de la renta vencida.

### **IV. Habitación**

10. Al momento de entregar la habitación al arrendatario se verificarán las condiciones de la habitación, las cuales al iniciar el arrendamiento quedaron plasmadas en el contrato por medio de evidencia fotográfica.
11. El arrendatario deberá avisar al arrendador por lo menos con un mes de anticipación antes de dejar la habitación, en caso contrario, no se le devolverá el depósito inicial.
12. Al terminar el contrato de arrendamiento, se realizará la verificación de las condiciones actuales del inmueble. En caso de que exista un desperfecto provocado por el arrendatario, este deberá cubrir el pago de dicha reparación.
13. En caso de ocasionar un daño a los componentes de la habitación o del edificio, el arrendatario deberá hacerse cargo de la reparación o reposición.
14. Mantener limpia la habitación para evitar plagas.

## **V. Convivencia armónica**

15. Se prohíbe dañar las instalaciones.
16. Se prohíbe facilitar las llaves de la entrada principal a personas ajenas al edificio.
17. Mantener el nivel de ruido (música, televisión, taladros, lavadoras, etcétera) por debajo de 70 decibeles como lo indica la NOM-011-STPS-2001.
18. Para realizar celebraciones y convivencias que impliquen la generación de más decibeles de los permitidos, el arrendatario deberá solicitar autorización al administrador del edificio, quien consultará con los demás inquilinos.
19. Se prohíbe el uso de bebidas alcohólicas en las áreas de uso común.
20. Se prohíbe el uso de cualquier sustancia ilegal o alucinógena en cualquier área del edificio. Cualquier persona que posea estas sustancias será reportada inmediatamente a las autoridades correspondientes.
21. En todo momento deberá prevalecer el orden, la paz y el respeto.
22. El arrendatario deberá asegurarse que sus invitados cumplan los lineamientos del presente reglamento.

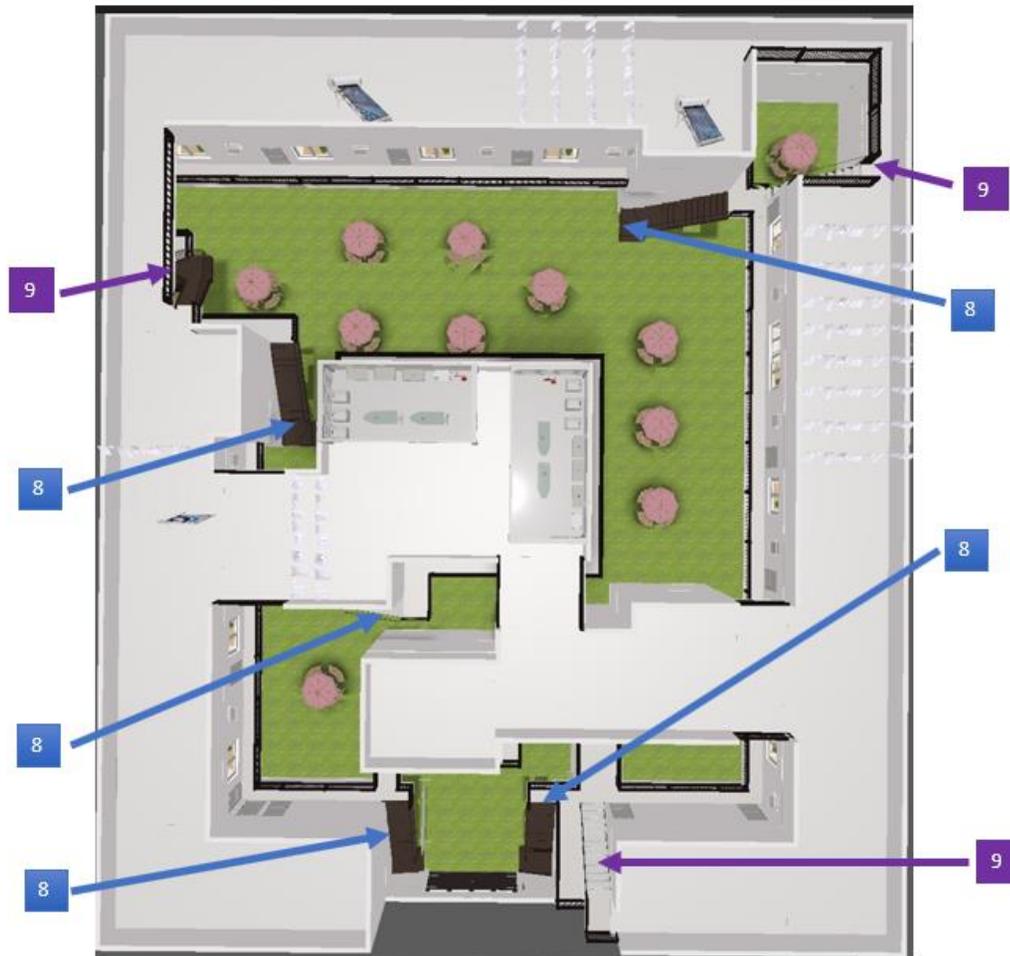
## **VI. Áreas comunes**

23. Colocar la basura en el área de recolección, separando la orgánica e inorgánica.
24. No dejar basura ni otro tipo de objetos en pasillos, escaleras o áreas comunes, deposítalas directamente en el contenedor de basura.
25. Después de ocupar la cocina común, esta deberá permanecer limpia y en orden.  
En caso contrario, después de la tercera llamada de atención, se le limitará al arrendatario el uso de esta.

26. Se prohíbe utilizar los utensilios e insumos de otros arrendatarios. Si llega a cometer esta falta, tendrá que reponer al inquilino propietario lo que hubiese ocupado y en caso de reincidencia, se limitará su acceso a la cocina.

## APÉNDICE 6

### Ubicación de las escaleras en el edificio



#### Simbología:

- 8 Escaleras que conectan planta baja con planta alta
- 9 Escaleras que conectan planta alta con azotea