



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN**  
**Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales**

## **TESIS**

**INFLUENCIA DE LAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y  
COMUNICACIÓN EN EL SECTOR INMOBILIARIO EN EL  
DISTRITO DE SANTA CRUZ – CAJAMARCA**

**Presentado por:**

**Bach. Rómulo Enrique Alfaro Fernández**

**Para optar el título profesional de:**

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**CHICLAYO – PERÚ**

**2018**

## **DEDICATORIA**

Dedico la presente tesis, primero a Dios, ya que me ayudó con sabiduría y conocimiento necesario, y a mis padres, por guiarme siempre en mi educación, dándome su soporte constante a lo largo de mi carrera profesional.

## **AGRADECIMIENTO**

A mis padres, Rómulo y Evelinda, y a mi hermana Esther, quienes me han apoyado en mi formación académica y profesional.

A mis tíos, Matías y Nelly, por ser un gran apoyo en cada etapa de mi educación con sus sabios consejos. A mis profesores, por darme las herramientas necesarias para un futuro competitivo.

## RESUMEN

La presente tesis es una investigación que tiene por finalidad Determinar la Influencia que tiene el Uso de las Tecnologías de Información y Comunicación en el Sector Inmobiliario en el distrito de Santa Cruz.

De este modo, todo el planteamiento y desarrollo de esta tesis de investigación se fundamenta en una interrogante fundamental: ¿En qué medida influyen las Tecnologías de Información y Comunicación en el Sector Inmobiliario del distrito de Santa Cruz en el año 2018?

La muestra es la totalidad de las empresas (40) del sector inmobiliario del Distrito de Santa Cruz. El tipo de la investigación se clasifica por el enfoque siendo cuantitativa, por el propósito es aplicada y por el alcance es explicativa; y el nivel de investigación es explicativa. El instrumento para la recolección de datos es la encuesta

Los procesos internos que más predominan son el diseño y abastecimiento, que representa el 58,82%, Esto quiere decir que estas etapas son fundamentales y de mayor utilidad en las empresas inmobiliarias, por lo contrario no hay mucho auge en la tecnología, ya que el proceso de la gestión de conocimiento está en un 10,92%.

La mayoría de empresas del sector inmobiliario que representan al 65% de las empresas, no tiene acceso a la tecnología por lo que aún realizan sus procesos de forma manual el 75% de las empresas, por lo cual en un 70% de las empresas no cuenta con un sistema óptimo por lo que no existe una buena coordinación entre las áreas.

La tesis determina la influencia positiva de la utilización adecuada de las Tecnologías de Información y Comunicación en el ámbito del área inmobiliaria, para que se obtenga mejor rentabilidad en sus procesos y operaciones.

**Palabras clave:** Tecnologías de la Información y Comunicación, Área Inmobiliaria, Rentabilidad.

## **ABSTRACT**

This thesis is an investigation whose purpose is to Determine the Influence of the Use of Information and Communication Technologies in the Real Estate Sector in the district of Santa Cruz.

In this way, the entire approach and development of this research thesis is based on a fundamental question: To what extent do Information and Communication Technologies influence the Real Estate Sector of the district of Santa Cruz in 2018?

The sample is the totality of the companies (40) of the real estate sector of the District of Santa Cruz. The type of research is classified by the approach being quantitative, by the purpose it is applied and by the scope it is explanatory; and the level of research is explanatory. The instrument for data collection is the survey

The internal processes that predominate are the design and supply, which represents 58.82%. This means that these stages are fundamental and more useful in real estate companies, on the contrary, there is not much boom in technology, since the process of knowledge management is 10.92%.

The majority of companies in the real estate sector, which represent 65% of companies, do not have access to technology, so 75% of companies still carry out their processes manually, which is why 70% of companies do not It has an optimal system so there is no good coordination between the areas.

The thesis determines the positive influence of the adequate use of Information and Communication Technologies in the field of real estate, so that better profitability is obtained in their processes and operations.

Keywords: Information and Communication Technologies, Real Estate Area, Profitability.

## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN .....	9
CAPÍTULO I .....	10
1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	11
1.1. Planteamiento del problema .....	11
1.2. Formulación del problema. ....	15
1.3. Objetivos de la investigación .....	15
1.3.1. Objetivo general: .....	15
1.3.2. Objetivos específicos: .....	15
1.4. Justificación del estudio .....	16
1.5. Limitaciones de la investigación .....	17
CAPÍTULO II .....	18
2. MARCO TEÓRICO .....	19
2.1. Antecedentes del estudio .....	19
2.2. Bases teóricas .....	24
2.3. Definición de términos. ....	35
2.4. Hipótesis.....	38
2.4.1. Hipótesis General .....	38
2.4.2. Hipótesis Específicas .....	38
2.5. Variables .....	39
2.5.1. Definición conceptual de la variable.....	39
2.5.2. Definición operacional de la variable .....	39
2.5.3. Operacionalización de la variable.....	40
CAPÍTULO III.....	42
3. METODOLOGÍA.....	43
3.1. Tipo y nivel de investigación .....	43
3.2. Descripción del ámbito de la investigación.....	43
3.3. Población y muestra .....	44
3.4. Técnicas e instrumentos para la recolección de datos .....	44
3.5. Validez y confiabilidad del instrumento .....	45
3.6. Plan de recolección y procesamiento de datos .....	45
CAPÍTULO IV .....	46
4. RESULTADOS .....	47
CAPÍTULO V .....	73
5. DISCUSIÓN.....	74
CONCLUSIONES .....	88
RECOMENDACIONES.....	91
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	93

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Tiempo de Servicio .....	47
Tabla 2: Clasificación.....	48
Tabla 3: Procesos Empleados .....	49
Tabla 4: Análisis de la Comunicación.....	50
Tabla 5: Servicios Brindados.....	51
Tabla 6: Tecnología .....	52
Tabla 7: Sistema .....	53
Tabla 8: Comercialización.....	54
Tabla 9: Programas Utilizados .....	55
Tabla 10: Construcciones Anuales .....	56
Tabla 11: Ventas Anuales.....	57
Tabla 12: Compras Anuales .....	58
Tabla 13: Alquileres Anuales .....	59
Tabla 14: Ganancias Obtenidas .....	60

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Análisis de la Antigüedad de la Inmobiliaria.....	47
Gráfico 2: Clasificación de las Inmobiliarias En Santa Cruz .....	48
Gráfico 3: Procesos Empleados.....	49
Gráfico 4: Análisis de la Comunicación.....	50
Gráfico 5: Servicios Brindados.....	51
Gráfico 6: Análisis de la Tecnología .....	52
Gráfico 7: Análisis del Sistema .....	53
Gráfico 8: Análisis de la Comercialización.....	54
Gráfico 9: Análisis De Programas Empleados .....	55
Gráfico 10: Construcciones Anuales .....	56
Gráfico 11: Ventas Anuales.....	57
Gráfico 12: Compras Anuales .....	58
Gráfico 13: Alquileres Anuales .....	59
Gráfico 14: Ganancias Obtenidas .....	60



## **INTRODUCCIÓN**

La presente tesis realiza el análisis y evaluación de la influencia de las Tecnologías de la Información y Comunicación en el sector inmobiliario en el distrito de Santa Cruz – Cajamarca, mediante la aplicación de una encuesta metodológica a los trabajadores de las empresas inmobiliarias de dicho distrito, para determinar las necesidades en el aspecto tecnológico.

La importancia de estudiar este tema en particular radica en que la tecnología actual ayuda en el incremento de las ganancias en las actividades de las empresas inmobiliarias, al ser capaces de intercomunicar todas las áreas y de agilizar los procesos de venta y compra de inmuebles.

En el capítulo I se aborda la problemática existente en el sector inmobiliario, y las necesidades que requieren los trabajadores para aumentar su producción y capacidad de alquiler y venta de inmuebles.

En el capítulo II se trata acerca del marco teórico empleado para definir los principales términos que se utilizan tanto en el sector inmobiliario como en la tecnología a utilizar en las diversas áreas y procesos de las empresas.

El capítulo III es acerca de la metodología empleada para determinar la influencia de las Tecnologías de Información en el sector inmobiliario.

El capítulo IV son los resultados que se obtienen a través de la encuesta, para determinar la validez de la hipótesis planteada por medio de indicadores.

En el capítulo V vemos la discusión que se plantea a partir de los resultados obtenidos, resolviendo las interrogantes planteadas.

# **CAPITULO I**

## **1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

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

#### **Descripción de la Situación Problemática**

La tecnología no solo ahorrará muchas horas de trabajo, sino que también permitirá a las empresas reducir sus honorarios profesionales. En este sentido, la inmobiliaria ya trabaja en el desarrollo de una aplicación que sea capaz de predecir el tipo de vivienda que elegirá el comprador gracias a un determinado algoritmo. Sin embargo, el ámbito que presenta mayor potencial de crecimiento es la realidad virtual. Los progresos llevados a cabo en este campo ya ofrecen la oportunidad de visualizar una casa y sentir las sensaciones y emociones que despierta una visita real física, un hecho que, en el momento actual, ya hace factible la venta de viviendas sobre planos.

Todo un desafío que obligará a las empresas a reinventarse y ofrecer todas las alternativas posibles ante un consumidor cada vez más exigente que además de buscar una buena rentabilidad se decantará por aquellas que también le hagan ahorrar tiempo. (Muñoz, 2018, p. 4)

La introducción de las redes sociales al mercado permite que se considere la demanda comercial de forma más rápida, inmediata y dinámica, sirviendo como canal de comunicación con el cliente.

“Negociar por las redes sociales es muy complicado, lo que se obtiene es que nos puedan percibir, competir por tener un lugar en el mercado, ya que cada vez descende, porque asciende la competencia y se incrementan las capacidad de los clientes en el mercado.” (López, 2017)

El sector inmobiliario se interesa en la realidad virtual. Evolucionando en una nueva era, donde quede como reliquia los planos, las maquetas y que exista una nueva forma virtual de negociar dentro del mercado.

### **En el ámbito internacional**

Tras la crisis (burbuja inmobiliaria), a nivel global las empresas inmobiliarias han hecho un especial esfuerzo para modificar sus entornos tecnológicos, especialmente de cara a sus consumidores y sus potenciales clientes.

La crisis en los Estados Unidos se debe a la caída de los mercados de finanzas en el mundo y esto afecta a la economía mundial, con gran influencia en el crecimiento económico de los países en el mundo. (Osorio, 2008, p.85). Debido a esto se produce una crisis en el sector inmobiliario en los países de Estados Unidos y España, los cuales sufrieron pérdidas irreparables.

Durante los años 1997 y 2006 o 1998 y 2005, se produce en España una burbuja en el mercado inmobiliario.

Por lo cual el precio de las viviendas aumentó en un 183% nominal y un 117% real en todo España. Por lo que no sólo subió su precio, sino que hubo más de 5 millones de construcciones en todo el período. (Soriano, 2014, p.35). Sus principales orígenes de la creación de esta burbuja: la evolución económica en el que se encontraba, el entorno económico internacional, el acceso de España en la Unión Europea, los grandes beneficios para las condiciones de las hipotecas y por la constante subida de precios se tenía una gran confianza en la gran ganancia en la venta de una vivienda, hicieron crecer la demanda de manera insostenible..

### **En el ámbito nacional**

En cuanto a la problemática nacional el Perú está en un proceso de aumentar la inversión en investigación desarrollo y tecnología esto nos indica el Ministerio de Economía y Finanzas.

Se puede observar que tenemos lineamientos muy débiles en lo que respecta a investigación, promoción y desarrollo científico y tecnológico en el país (Ministerio de Economía y Finanzas, 2016, p.10). Las nuevas tecnologías de información y comunicación han ayudado en la evolución del aprendizaje y la comunicación. Las telecomunicaciones, la informática e internet han creado el paradigma de la información dentro de la sociedad.

La revolución digital ha transformado en gran medida al sector inmobiliario no hay duda que lo seguirá haciendo en el futuro.

“Algunas tecnologías que han sido incorporadas al sector son las apps las cuales permiten adquirir a través de las diversas empresas, inmobiliarias de todo el mundo dentro de las cuales se encuentran las de nuestro país.” (Genoud, 2002).

Por tanto las grandes empresas inmobiliarias de nuestro país están presentes en los importantes portales inmobiliarios, y algunas de ellas empiezan a prescindir del papel como espacio publicitario la incorporación de las tecnologías en las inmobiliarias favorece en una mayor productividad y un mayor dinamismo del PBI del sector.

### **En el ámbito regional**

Disponer del servicio de internet y el acceso a los equipos informáticos (computadoras, laptops, impresoras y otros accesorios) es bastante limitado para

la población rural a causa de sus altos y elevados costos que no les permiten tener disponibilidad cuando lo requieran.

“Actualmente hay un vínculo muy estrecho entre la tecnología y el crecimiento y desarrollo de la población; para lo cual se requiere estar actualizado diariamente con las novedades tecnológicas que en el mercado impone.” (Soluciones Prácticas, 2015). En el departamento de Cajamarca se viene motivando el incremento de la tecnología para el desarrollo de la ciudad. El gobierno regional trabaja con los gobiernos locales y con las instituciones competentes para incrementar la capacitación y desarrollo tecnológico en la región, incentivando el desarrollo integral de los habitantes.

### **El ámbito local**

En el distrito de Santa Cruz, las empresas del sector inmobiliario utilizan poca tecnología en sus procesos, ya que no se cuenta con personal calificado, porque no se brinda capacitaciones especializadas suficientes en el manejo de las herramientas tecnológicas, por tanto sus áreas se encuentran independientes una de otra, y por tanto sus procedimientos son demasiado lentos y poco productivos, en consecuencia, están desactualizadas en relación a las inmobiliarias de la región y los clientes no se sienten satisfechos, debido a que los trabajadores se demoran demasiado tiempo en buscar sus requerimientos y lo hacen de forma empírica y manual, lo que causa que no se implemente realmente las exigencias del cliente.

La problemática que afronta el sector inmobiliario en el distrito de Santa Cruz, conlleva a que sus utilidades obtenidas anualmente son relativamente pequeñas, ya que los procesos los realiza de manera empírica y no existe interconectividad ni gestión del conocimiento entre sus procesos internos. Otra dificultad es que no

cuentan con el capital suficiente para acceder a proyectos más costosos, que les permitiría incrementar sus ganancias.

Además otro de los problemas es que hay poca accesibilidad al internet y a las redes de comunicación, por lo que la señal es demasiado lenta, por tal motivo los clientes no acceden a la información en el momento oportuno.

Los empresarios del sector inmobiliario por falta de conocimiento y actualización a los recursos modernos, aún no invierten en tecnologías de información y comunicación, por encontrarla muy costoso y poco útil en sus procesos.

## **1.2. Formulación del problema.**

¿En qué medida influyen las tecnologías de información y comunicación en el sector inmobiliario en el distrito de Santa Cruz en el año 2018?

## **1.3. Objetivos de la investigación**

### **1.3.1. Objetivo general**

Determinar la influencia que tiene el uso de las tecnologías de información y comunicación en el sector inmobiliario en el distrito de Santa Cruz.

### **1.3.2. Objetivos específicos**

- Identificar las tecnologías de información y comunicación existentes en el sector inmobiliario a nivel local.
- Analizar la situación tecnológica referente a las empresas inmobiliarias en la provincia de Santa Cruz, departamento de Cajamarca.
- Determinar alternativas de solución empleando las tecnologías de información y comunicación en las inmobiliarias en el distrito de Santa Cruz, departamento de Cajamarca.

## **1.4. Justificación del estudio**

### **a. Científico**

La investigación tiene base científica ya que está basada en teorías que se va a sustentar sus variables a través de estrategias y métodos científicos, para proponer una alternativa de solución empleando las tecnologías de información y comunicación en las inmobiliarias de las empresas de la provincia de Santa Cruz, departamento de Cajamarca.

### **b. Institucional**

Las inmobiliarias se benefician de las tecnologías de información y comunicación porque generan mayor rentabilidad reduciendo sus costos, y de esta manera ayudan a sus clientes, trabajadores y sus proveedores.

En la actualidad, las empresas del sector inmobiliario que tengan una adecuada tecnología de información y comunicación pueden reducir los costos operativos en todas las áreas y alcanzar mayor rentabilidad.

### **c. Social**

La investigación se encarga del estudio del sector inmobiliario, por lo que es dinámico en la economía peruana y eso se ve manifestado en el alza del Producto Bruto Interno (PBI), Superintendencia de Banca y Seguros (SBS), y el Banco Central de Reserva del Perú (BCRP), indican que existe una variación porcentual anual del PBI con un crecimiento de 5.6% para el 2018. Con ello nos podemos dar cuenta del importante papel participativo del sector inmobiliario en la economía del país.



### **1.5. Limitaciones de la investigación**

No se cuenta con mucha información en el ámbito local, ya que existen pocas empresas inmobiliarias en el distrito de Santa Cruz, departamento de Cajamarca.

# CAPÍTULO II

## **2. MARCO TEÓRICO**

### **2.1. Antecedentes del estudio**

#### **En el ámbito internacional**

Monfort (2015) en la ciudad de Valencia – España, en su investigación “Impacto del BIM en la Gestión del Proyecto y Obra de Arquitectura”, tiene como objetivo principal identificar y evaluar el impacto del BIM en la gestión del proyecto y el seguimiento de una obra de arquitectura.

El tipo de la investigación es cuantitativo y el diseño es explicativo, obteniendo una muestra 100 trabajadores que laboran en dicha empresa inmobiliaria.

Al finalizar la investigación se ha obtenido como resultados que la tecnología BIM reduce considerablemente el tiempo invertido en un 80% y el gasto económico en un 40%, ajustándose mucho más al presupuesto y al calendario inicialmente previsto, reduciendo el grado de incremento y aumentando la productividad del sector en un 90%, permitiendo anticiparse a las tomas de decisiones pues se prevén los conflictos entre elementos constructivos e incluso en instalaciones en el modelo virtual y antes de construirlo, disminuyendo así el impacto que tendría el cambio en fases posteriores de proceso. Asimismo recomienda que para esta tecnología se necesite un tiempo de adaptación y supone un cambio de mentalidad, sin embargo, será necesario para cualquier obra pública en el mundo en un futuro inmediato.

Lahuerta (2015) en la ciudad de Valencia – España, en su investigación “Modelo de Tecnologías de la Información y la Comunicación en una Empresa Constructora”, tiene como fin estudiar los requerimientos de las empresas constructoras, implantar un tipo de gestión en las tecnologías de información y comunicación requerida de manera eficiente y rentable.

El tipo de la investigación es cuantitativo y cualitativo y el diseño es explicativo, obteniendo una muestra de 150 trabajadores que laboran en la empresa constructora.

Al finalizar con dicha investigación se obtiene como resultado que a partir del segundo año en ejecución se genera un crecimiento de las ganancias que supera el 35% interanual. Este modelo resulta provechoso y altamente rentable para la empresa, atendiendo a aspectos cuantificables, añadiendo otros cualitativos justificados en la gestión del conocimiento y en el desarrollo intelectual de la población, lo que trae consigo progreso en el campo del trabajo, motivación y desarrollo de las personas, fomentando la gestión global de la empresa e incrementando la calidad de los servicios y productos.

Esta investigación es relevante para la tesis porque nos ayuda a darnos cuenta de los servicios que traen las tecnologías de información y comunicación en las empresas constructoras y además se enfoca en mejorar las condiciones de trabajo y motivación del personal, para incrementar la rentabilidad de las empresas.

Campos (2006) en la ciudad de Valdivia – Chile, en su investigación “Acceso y uso de Tecnologías de Información en Empresas Constructoras de la ciudad de Valdivia”, tiene como objetivo principal analizar el acceso y uso de tecnologías de información en empresas Constructoras de la ciudad de Valdivia.

El tipo de la investigación es cuantitativo y el diseño es explicativo, obteniendo una muestra de 250 empresas que se dedican al sector de construcción.

Al finalizar la investigación ha obtenido como resultados que las grandes empresas buscan inversiones en Tecnología de Información en un 53%, que las empresas pequeñas, accediendo a las herramientas Web en un 42%. Asimismo, se concluye que la utilización del software empresarial es parte de un requerimiento

de la misma empresa, esto en empresas grandes donde la complejidad sobrepasa a las empresas medianas (Ejemplo: Socovesa Valdivia). Esto da como respuesta que va de la mano la relación entre el tamaño de la empresa y su incursión a la tecnología.

Esta investigación es relevante para la tesis porque nos permite darnos cuenta que el acceso al internet es limitado en las empresas menores, por lo que debemos de ver estrategias de cómo hacer ingresar las TIC como mecanismo de solución.

### **En el ámbito nacional**

Carbonel (2017) Lima, en su investigación “Viabilidad del Proyecto Inmobiliario Edificio La Esmeralda 132 San Borja”, que tiene como fin principal estimar la rentabilidad del proyecto mencionado, teniendo en cuenta que se realiza antes de la ejecución de la obra, con la introducción de las tecnologías de información y comunicación.

El tipo de la investigación es cuantitativo y el diseño es explicativo, obteniendo una muestra de 300 familias que necesitan el servicio de construcción.

Al finalizar la investigación se ha obtenido como resultado que de los tipos de divisiones aplicadas, se pudo obtener que las familias modernas que utilizan equipos tecnológicos modernos son un 85%, por tanto es un resultado que nos indica que la mayoría de las familias desean tener un cambio tecnológico en sus hogares. Esta investigación es relevante para la tesis porque nos da una visión clara como las tecnologías de la información intervienen claramente en el sector de la construcción para poder enriquecer la condición de vida de las personas.

Salinas (2014) Lima, en su investigación “Propuesta de metodología para la implementación de la Tecnología BIM en la Empresa Constructora e Inmobiliaria

IJ PROYECTA”, que tiene como objetivo principal plantear soluciones a la metodología BIM implementada en los proyectos de construcción que desarrolla la empresa constructora e inmobiliaria “IJ PROYECTA”.

El tipo de la investigación es cuantitativo y el diseño es explicativo, obteniendo una muestra de 35 trabajadores que laboran en dicha empresa constructora e inmobiliaria.

Al finalizar la investigación ha obtenido como resultados que completa la información de las diferentes disciplinas del proyecto, nos producirá beneficios en el diseño en un 40%, por tanto habrá un mejor enfoque en la pre construcción y análisis de constructibilidad en la gestión del diseño, por consiguiente reducirá el tiempo de respuesta de los RFI en un 38% y las limitaciones en los documentos de diseño e ingeniería se disminuirá en un 62%.

Asimismo recomienda que para esquivar reprocesos por variaciones de diseño durante la realización de un proyecto, que conlleva a un aumento en costos; se necesita la colaboración de los proyectistas, contratistas e ingenieros, en la fase de diseño del proyecto, por tal motivo se harán cambios en el diseño en una fase temprana, llegando así a obtener un diseño compatibilizado al terminar el último objetivo de nuestra proyección metodológica.

Esta investigación es relevante para la tesis porque nos da una perspectiva más clara que en nuestro país podemos implementar las tecnologías de información y comunicación, en la mejora significativa de las inmobiliarias, reduciendo los tiempos de espera en el diseño y análisis de los procesos.

De la Cruz & Parodi (2013) Lima, en su investigación “Análisis situacional de las tecnologías de información aplicadas a los procesos operativos del sector construcción en el Perú”, tiene como objetivo principal realizar una evaluación

actual del nivel de utilización de las Tecnologías de Información en los procesos operativos del sector construcción en el Perú.

El tipo de la investigación es cuantitativo y el diseño es explicativo, obteniendo una muestra de 150 empresas que se dedican al sector de construcción.

Al finalizar la investigación ha obtenido como resultado que existen tecnologías de información convenientes para cada proceso operativo en un 62% de las empresas constructoras; sin embargo, las empresas que tienen una excelente interoperabilidad entre todas sus áreas, incluyendo los procesos administrativos sólo es el 45%. Por lo que la mayoría de empresas en el sector construcción, necesitan un cambio en la tecnología más sofisticada y moderna para este rubro.

Esta investigación es relevante para la tesis porque nos demuestra como las tecnologías de la información influyen en los procesos operativos del sector inmobiliario en el Perú.

### **En el ámbito regional**

Caushi (2013), en la ciudad de Cajamarca, en su investigación “Sistemas Integrados de Gestión para la Corporación Ejecutora de Obras CEDOSAC”, que tiene como objetivo principal elaborar o implementar un Sistema Integrado de Gestión para realizar un análisis general de la empresa y definir su compatibilidad, tanto la conformación de los lineamientos de la empresa y obligaciones que asumen sus clientes y entorno, con el tipo de gestión usada para la realización de sus proyectos y el sostén técnico normativo que adquieren.

El tipo de la investigación es cuantitativo y el diseño es explicativo, obteniendo una muestra de 20 trabajadores que laboran en dicha empresa constructora.

Al finalizar la investigación se ha obtenido como resultado que un 87% de trabajadores señalan que se necesitan integrar los sistemas de gestión de la

constructora de la ciudad de Cajamarca mediante las tecnologías de la información y comunicación, para que sus procesos se realicen de manera adecuada y en el momento oportuno.

Esta investigación es relevante para la tesis porque nos da una perspectiva de la influencia de las tecnologías de la información en la Región de Cajamarca, para incrementar el nivel de vida de las personas, en el rubro de la construcción.

## **2.2. Bases teóricas**

### **Variable Independiente: Tecnología de Información y Comunicación (TIC)**

#### **a. Definición**

Según Salinas (2004), las tecnologías de información y comunicación son constantes progresos científicos en la globalización económica y cultural, cooperan a que los conocimientos sean momentáneos y a la constante urgencia de recientes valores, influenciando variaciones en nuestras organizaciones económicas, sociales y culturales, e incurriendo en todos los aspectos de nuestra vida.

Para Vivancos (2013), es el grupo de códigos y aparatos (digitales) que influyen en las fases de codificación, procesamiento, almacenamiento y comunicación de la información en sus diferentes maneras: alfanumérica, icónica y audiovisual.

Conforme Cobo (2011), son los aparatos tecnológicos (hardware, software) que admiten editar, producir, acumular, cambiar y transferir datos entre distintos aparatos de información con protocolos parecidos. Integran medios de informática, telecomunicaciones y redes, facilitan la comunicación y cooperación interpersonal y la multidireccional (uno a muchos o muchos a muchos).

Para Thompson y Strickland (2004), definen las tecnologías de información y comunicación, como instrumentos, mecanismos, materiales y componentes



electrónicos, expertos en manejar información que sostienen el incremento y progreso económico de cualquier estructura. Actualmente las organizaciones se enfrentan a escenarios complicados, sólo quienes usen lo que tienen a su disposición, y visualizando las advertencias logren las oportunidades en el mercado, podrán obtener la meta de ser victoriosas.

De acuerdo con Gil (2002), constituyen un grupo de aplicaciones, sistemas, instrumentos, procedimientos y metodologías unidas a la digitalización de señales analógicas, sonidos, textos e imágenes, adaptables en tiempo real. Por su parte, Ochoa y Cordero (2003), dice que son un grupo de productos derivados y procesos de los nuevos instrumentos (hardware y software), sustentos y canales de comunicación, vinculados con la acumulación, procesamiento y la transferencia digitalizada de la información.

Para Graells (2000), las tecnologías de información y comunicación son un grupo de adelantos de la informática, las telecomunicaciones y las tecnologías audiovisuales, todas éstas facilitan instrumentos para el tratamiento y la transmisión de la información y tener diferentes canales de comunicación. El componente más fuerte que integra las tecnologías de información y comunicación es la Web, que ha digitalizado la llamada Sociedad de la Información, el autor indica que ésta permita la creación de un tercer mundo, donde sea similar que el mundo “físico”, un segundo mundo sería el de la imaginación.

#### **b. Características**

Según Castells (2003), las características de las tecnologías de información y comunicación son las siguientes:

- 1. La información es su materia prima.**

2. Su amplitud de introducción se realiza en todos los ambientes sociales.
3. La lógica de interconexión en el sistema tecnológico es la configuración de la red, que permite proporcionar de organización y tolerancia al sistema.
4. Su tolerancia y amplitud para adaptarse, permitiendo la fluidez estructural.
5. Integración y confluencia de tecnologías precisas en un sistema general.

Según Ochoa & Cordero (2002), las Tecnologías de Información y comunicación presentan las siguientes características:

**1. La inmaterialidad**

Es una propiedad de las tecnologías de información y comunicación, y se puede comprender desde un doble panorama, su componente es la información y probabilidad que se tiene de construir mensajes sin referentes.

**2. La interactividad**

También constituye una propiedad que la distingue de otros medios de comunicación, por lo que la mayoría convierte al usuario en receptor de mensaje de otros, no permitiéndole la interrupción con el mensaje diseñado y siendo visto y estudiado en la secuencia prevista por el autor.

**3. La innovación**

Dice que las tecnologías de información y comunicación, ayudan al usuario, no sólo a crear mensajes, sino que también, puede determinar el orden de la información, constituir el ritmo, cantidad y profundización de

la información que quiere, y elegir el prototipo de código con el cual desea entablar relaciones de información.

#### **4. La instantaneidad**

Es obtener la información en los mejores requisitos técnicos posibles y en el menor tiempo permitido, de manera prioritaria en tiempo real.

Según Cabero (1998), las tecnologías de información y comunicación tiene las siguientes características:

##### **1. Inmaterialidad**

Se puede decir que las tecnologías de información y comunicación realizan innovación (en algunos casos sin ningún referente, como pueden ser las simulaciones), el proceso y la comunicación de la información. Esta aclaración es inmaterial y puede ser llevada de forma instantánea y transparente a sitios lejanos.

##### **2. Interactividad.**

Es la propiedad más importante de las tecnologías de información y comunicación para su ejecución. Mediante las tecnologías de información y comunicación se logra una reciprocidad de información entre el usuario y el ordenador. Esta propiedad otorga ajustar los recursos usados a los requerimientos y cualidades de los sujetos, en función de la interacción real del sujeto con el ordenador.

##### **3. Interconexión.**

La interconexión hace alusión a la innovación de nuevas probabilidades tecnológicas a partir de la conexión entre dos tecnologías. Por ejemplo, la telemática es la interconexión entre la informática y las tecnologías de

comunicación, favoreciendo con ello, nuevos requerimientos como el correo electrónico, los IRC, etc.

#### **4. Instantaneidad.**

Las redes de comunicación y su integración con la informática, facilitan la utilización de servicios que permiten la comunicación y transferencia de la información, entre sitios alejados físicamente, de una manera rápida.

#### **5. Elevados parámetros de calidad de imagen y sonido.**

El proceso y transferencia de la información engloba todo modelo de información: textual, imagen y sonido, por consiguiente los adelantos se conducen a conseguir transmisiones multimedia de gran calidad, lo cual ha sido posibilitado por el proceso de digitalización.

#### **6. Digitalización.**

Su finalidad es que la información de diferente modelo (sonidos, texto, imágenes, animaciones, etc.) pueda ser transferida por los mismos métodos al estar expresada en un formato único universal. En algunos casos, por ejemplo los sonidos, la transferencia tradicional se logra de manera analógica y para que puedan comunicarse de manera estable por medio de las redes telemáticas es indispensable su reproducción a una codificación digital, que en este caso realiza bien un sustento de hardware como el MODEM o un sustento de software para la digitalización.

#### **7. Mayor Influencia sobre los procesos que sobre los productos.**

La utilización de distintas aplicaciones de las tecnologías de información y comunicación presente una injerencia en los procesos mentales que

realizan los usuarios para la consecución de conocimientos, más que los propios conocimientos conseguidos.

#### **8. Introducción en todos los sectores**

La impresión de las tecnologías de información y comunicación no se visualiza únicamente en un sujeto, grupo, sector o país, sino que, se esparce al grupo de las sociedades del planeta.

#### **9. Innovación.**

Las tecnologías de información y comunicación están provocando un cambio constante en todos los ambientes sociales. Pero, cabe indicar que estos cambios no siempre indican un repudio a las tecnologías, sino que en algunos casos se realiza una simbiosis con otros medios.

#### **10. Tendencia hacia automatización.**

La propia dificultad empuja a la aparición de diversas probabilidades e instrumentos que admiten un empleo automático de la información en diferentes actividades personales, profesionales y sociales. El requisito de establecer información organizada hace que se incrementen los gestores personales o corporativos con diferentes objetivos y de acuerdo con unos definidos principios.

#### **11. Diversidad.**

La ganancia de las tecnologías puede ser muy diferente, desde la comunicación entre las personas, hasta el proceso de la información para concebir informaciones nuevas.

#### **c. Modelos**

Para Orduz (2011), existe un modelo de negocio para las tecnologías de información y comunicación, expresado en lo siguiente:

1. La productividad empresarial se agrupará, en forma creciente, a la manera en que los comercios se enlacen a la red. El mercadeo, la colaboración en cadenas globales de actualización tecnológica, la identificación de mercados, la distribución y producción, etc.
2. Los ciclos de innovación son cada vez más reducidos, tanto en el mundo TIC como en las demás áreas (de ahí el requerimiento de la actualización diaria de las partes involucradas a la innovación e utilización de instrumentos de tecnologías de información y comunicación.
3. Las plataformas móviles (RIM, Apple, Symbian, Windows Phone, Android), estructuradas entre cerradas (tipo Apple) y abiertas (tipo Android), así como más y menos integradas, representan la llegada a complicados ecosistemas de las tecnologías de Información y Comunicación. Las plataformas, en forma creciente, juegan el papel de organizadoras y estructuradoras de mercados. De tal manera, Apple, Facebook, Windows, articulan hardware, redes, oferta de contenidos y aplicaciones, pagos, entre otros.
4. Las nuevas aplicaciones exigen anchos de banda crecientes. Cualquiera que sea la tecnología para entrar a internet, es predecible que los diferentes operadores de telecomunicaciones realicen firmes inversiones dirigida a incrementar la banda en los próximos años.

## **Variable Dependiente: Sector Inmobiliario**

### **a. Definición**

Según Perez & Gardey (2014), es una empresa que se dedica a la venta, la construcción, la administración de viviendas y el alquiler.

Para Nuñez (2015), es una empresa que se dedica a la compra y venta de inmuebles, tales como casas, departamentos, oficinas, locales, entre otros.

De acuerdo con Torres (2017), Se dedica al gestionamiento de créditos hipotecarios, alquileres, tasaciones de propiedades, asesoramiento inmobiliario, venta de propiedades, etc.

### **b. Características**

Según Perez & Gardey (2014), el sector inmobiliario presenta las siguientes características:

1. Dispone de un espacio donde las personas interesadas en las edificaciones pueden aproximarse tanto para informarse la oferta de viviendas en alquiler o en venta, como para mostrar precios de inmuebles.
2. Se ocupa de promover las sugerencias y hace las diligencias para aproximarse a las partes cobrando una retribución por eso.

Para Nuñez (2015), el sector inmobiliario tiene las siguientes características:

1. Se encargar de desarrollar proyectos establecidos según el área geográfica, demográfica y las facilidades de aumento de la locación.
2. Orienta sobre los requisitos técnicos del edificio y las diferentes circunstancias que se vinculen con este, como por ejemplo, los cambios

relacionados con el clima, la topografía, los servicios de una zona, entre otros.

3. Valoran el terreno, realizan los planos, eligen los materiales y construyen la obra desde sus bases.

### c. Factores influyentes

Según Karamcme (2014), existen factores políticos, económicos y sociales que influyen en las empresas inmobiliarias.

#### 1. Los factores políticos

Observamos que los diferentes gobiernos tienen diversas ópticas sobre los bienes inmobiliarios.

#### 2. Los factores económicos

Actualmente se dispone de crédito interbancario de manera rápida, como consecuencia se van a querer apropiarse de las edificaciones que están en venta en el mercado.

#### 3. Socialmente

Por el aumento de la población, que cuando se combina con el dinero de las personas, se tiende a identificar como un aumento en la demanda inmobiliaria, lo que conlleva a una subida significativa de los precios de los inmuebles.

Para Parijs (2016), existen cinco factores económicos influyentes en las inmobiliarias:

1. **El acceso al crédito de las familias:** En este caso, para que una persona pueda comprar una vivienda necesita dinero y, dado que un edificio tiene un precio muy alto, para ello necesita la intervención de los bancos.



2. **El coste del suelo:** El precio del terreno construido siempre ha sido un referente para saber cuál es el estado de la industria inmobiliaria.
3. **El estado de la macroeconomía:** Las variables como la prima de riesgo, el precio del dinero y la inflación condicionan considerablemente la situación del ambiente inmobiliario.
4. **La precariedad laboral:** Los datos obtenidos en los últimos años nos indica la tasa elevadísima de desempleo en el país, y esto repercute en el mercado inmobiliario.
5. **La presión fiscal:** La necesidad de dinero en las arcas del Estado ha llevado a los gobiernos a endurecer las medidas fiscales para poder recaudar más dinero.

#### **d. Modelos**

Según Valente (2011), existen dos modelos de negocios en el mercado del sector inmobiliario:

##### **1. Trabajo en Serie:**

- Probabilidad de estar pendiente de una forma simultánea de una mayor cantidad de clientes.
- Incremento en la captación de inmuebles ya que se cuenta con personal que se ocupa solamente de esa actividad.
- Probabilidad de tener expertos dentro de la organización para que puedan apoyar a resolver dificultadores durante la operación del negocio.
- Personal calificado que se encargue de las tareas administrativas y trámites varios que hagan más rápido la operación.

- Se podrán controlar más inmuebles en referencia al modelo basado en agentes individuales.
- Se podrá ampliar la corporación y tener la probabilidad de inaugurar nuevas sucursales o franquicias.
- Probabilidad que sea un motivo de trabajo para más personas, lo que conlleva a mejores operaciones a tasar y vender
- El gerente de la inmobiliaria, al tener una gran cantidad de ayudantes en las diferentes áreas, ocupará gran parte de su tiempo en trabajar sobre la forma de generar un mayor aumento en su empresa.
- El cliente sentirá más protección por una organización empresarial más consolidada.

## **2. Agente Individual:**

- Mayor individualización del trabajo respecto del cliente mientras el proceso comercial.
- Un mismo agente dialoga con las partes involucradas (oferta y demanda) se tiene por sentado que necesita cada una de ellas. Al poseer mayores tiempos para brindarle a cada cliente, hay mucha empatía y confianza.
- Menos gastos fijos por personal, servicios y publicidad.
- Menos riesgos laborales porque no hay personal contratado
- Trabajar solo brinda experiencia en todas las actividades inmobiliarias.
- Mayor dirección de su negocio.
- Mejor empleo de los tiempos de trabajo.

Según Daleske (2012), los modelos de la empresa inmobiliaria de EE.UU. son los de mayor éxito, entre ellos tenemos:

### **1. Consultoría y servicios**

Para tener el éxito y obtener mejores ganancias se debe de ofrecer paquetes de servicio integrales que incluyen información sobre el ambiente donde se encuentra el inmueble con transparencia, asesoramiento legal, financiero y fiscal, realización de todos los trámites, así como logística para mudanzas.

### **2. Customer experience**

Consiste en aplicar el modelo de Starbuck's al sector inmobiliario. Hay una fuerte inversión en el local comercial y la tecnología, donde se ofrece al cliente comprador o arrendatario una experiencia única de visita de inmuebles a través de realidad aumentada y otras tecnologías.

#### **Especialización**

Por experiencias recibidas del entorno se debe de atacar a los mercados generalistas de los lugares locales.

### **3. Sin oficina**

El espacio de la agencia inmobiliaria no sólo es un gasto fijo, por lo contrario una buena parte de los esfuerzos y de la inversión se destinan a seducir a más clientes al local.

## **2.3. Definición de términos.**

### **Alquiler**

Se basa en pagar un monto acordado entre las partes para hacer la utilización del edificio o mueble durante periodo de tiempo establecido. (Pérez & Gardey, 2009)

### **Comisión**

Confiar, encargar a otro la ejecución o aplicación de algún servicio o cosa. Comisión es la capacidad que se da o se brinda a una persona para desempeñar, mientras cierto tiempo, algún cargo. (Cabanellas, 2014)

### **Comunicación**

Es el intercambio lingüístico de las personas que se relacionan como sujetos. No sólo se trata de la influencia de un sujeto en otro, sino de la interacción. Para la comunicación se requiere como mínimo dos personas, que actúan como sujeto. (Pichón, 2012)

### **Construcción**

Es el producto y el resultado de construir. Se refiere a edificar, fabricar o desarrollar una obra de ingeniería o de arquitectura. (Pérez & Gardey, 2009)

### **Consultoría**

Es una forma de enlace de ayuda implantada entre diversos actores, el consultor y la empresa basada por un lado sobre los conocimientos, las habilidades y las acciones del consultor, y por otro sobre el conocimiento, la participación y los requisitos de la empresa-cliente (Quijano, 2006)

### **Crédito Hipotecario**

Es una financiación que un sujeto o una empresa le brindan a alguien, constituyendo determinadas normas para su posterior reembolso, que radica en un derecho de garantía que grava un bien material. (Pérez & Gardey, 2009)

### **Información**

Abarca los datos y conocimientos que se utilizan en la toma de decisiones. (Ferrel y Hirt, 2004)

### **Integración**

Es la actividad de cubrir los puestos de una estructura organizacional por medio de la identificación de las necesidades de la fuerza de trabajo, el inventario del personal disponible, el reclutamiento, selección, colocación, valuación, remuneración y capacitación del personal necesario. (Fernández, 2013)

### **Organización**

Es el proceso de juntar el trabajo que los sujetos o grupos de personas deben ejecutar, con los componentes necesarios para su aplicación, de tal manera que las labores que así se aplican, sean los mejores métodos para la ejecución eficiente, sistemática, positiva y coordinada del esfuerzo disponible. (Sheldon, 2004)

### **Plataforma Virtual**

Es un ámbito informático en el que nos encontramos con muchos instrumentos agrupados y optimizados para fines docentes. Su finalidad es admitir la innovación y gestión de cursos completos para internet sin que sean requeridos los conocimientos profundos de programación (Díaz, 2009)

### **Precariedad**

Es la tolerancia del trabajo que fomenta una creciente adecuación de la vida humana a los ritmos del capitalismo que lleva a la compresión del tiempo y se daña la experiencia individual y comunitaria, reduce el control de la población sobre la propia vida. (Standing, 2013)

### **Proceso**

Determinan el proceso administrativo con 5 elementos, planeación, designación de personal, control, organización, dirección. (Koontz y O' Donnell, 2016)

## **Productividad**

Es la norma de comportamiento fundamental que trata en alcanzar la mayor ganancia con el menor gasto o fatiga. (Quesnay, 1776)

## **Tecnología**

Resulta del conocimiento de crear artefactos o procesos, cambia el medio, incluyendo las plantas y animales, para generar bienestar y satisfacer las necesidades humanas. (Jiménez, 2013)

## **Utilidad**

Se calcula mediante alguna técnica independiente de las elecciones que comprometen riesgo, postulando una competencia para clasificar diferencias entre diferentes niveles de satisfacción. (Rawls, 2010)

## **2.4. Hipótesis**

### **2.4.1. Hipótesis General**

El empleo de las tecnologías de información y comunicación influyen positivamente en la optimización de costos, comunicación, atención al cliente en las empresas inmobiliarias en el distrito Santa Cruz.

### **2.4.2. Hipótesis Específicas**

- Las tecnologías de información y comunicación optimizan el rendimiento de las actividades en las empresas del sector inmobiliario del distrito de Santa Cruz.
- La situación tecnológica de las empresas inmobiliarias es deficiente por lo que no se cuenta con comunicación entre las áreas de las empresas inmobiliarias en el distrito de Santa Cruz.

- Las tecnologías de información y comunicación son las mejores herramientas utilizadas para la solución a los problemas que surgen en el sector inmobiliario del distrito de Santa Cruz.

## 2.5. Variables

### 2.5.1. Definición conceptual de la variable

#### **Variable Independiente: Tecnologías de Información y Comunicación**

Para Roblizo & Cózar (2015), las Tecnologías de Información y Comunicación son el fenómeno agitador, impactante y variable, que incluye tanto como lo técnico y lo social y que impregna todas las tareas humanas, laborales, formativas, académicas, de ocio y consumo.

#### **Variable Dependiente: Sector Inmobiliario**

Según Nuñez (2015), el Sector Inmobiliario es el que se dedica a la compra y venta de edificaciones, tales como casas, departamentos, oficinas, locales, entre otros.

### 2.5.2. Definición operacional de la variable

#### **Variable Independiente: Tecnologías de Información y Comunicación**

Se expresará en herramientas tecnológicas de acuerdo a la comparación de los indicadores programas computacionales, redes e Internet con las tablas de Tecnología de la Información. Para la medición de los indicadores se usará los test de velocidad que se mide en Kb/s, los test de calidad que se mide en satisfacción al cliente, el Benchmark que se mide por la capacidad de rendimiento de la PC, medidor de energía eléctrica que se mide en Vatios, medidor del Branding que se mide en el interés por la información.

### **Variable Dependiente: Sector Inmobiliario**

Se expresará en empresas del rubro construcción de acuerdo a la comparación de los indicadores de construcción, alquiler, compra y venta con las tablas del sector inmobiliario nacional. Para la medición de los indicadores se usará modelos estadísticos regulados en unidades vendidas, unidades compradas, unidades alquiladas y unidades construidas.

### **2.5.3. Operacionalización de la variable**

**Variable Independiente:** Tecnologías de Información y Comunicación

<b>Dimensiones</b>	<b>Sub dimensiones</b>
Interactividad	Intercambio de información con el usuario.
Innovación Tecnológica	Programas computacionales.
Interconexión	Redes que se emplean en el intercambio de información.
Instantaneidad	Beneficios de la banda ancha utilizada.



### Variable Dependiente: Sector Inmobiliario

<b>Dimensión</b>	<b>Definición Conceptual</b>	<b>Indicador</b>	<b>Ítem</b>	<b>Técnica</b>
<b>Antigüedad</b>	Período histórico pasado muy alejado de la actualidad.	Tiempo de Servicio	1	Encuesta
<b>Productividad</b>	Es la cantidad de producción de una unidad de producto o servicio por insumo de cada factor utilizado por unidad de tiempo.	Clasificación	2	
		Procesos Empleados	3	
		Comunicación	4	
		Servicios Brindados	5	
		Tecnología Utilizada	6	
			7	
			8	
			9	
<b>Eficacia</b>	Es el grado de cumplimiento de las metas perseguidas a través de un plan de actuación, sin tener en cuenta la economía de medios empleados para la consecución de los objetivos.	Construcciones Anuales	10	
		Ventas Anuales	11	
		Compras Anuales	12	
		Alquileres Anuales	13	
<b>Rentabilidad</b>	Relación existente entre los beneficios que proporcionan una determinada operación o cosa y la inversión o el esfuerzo que se ha hecho; cuando se trata del rendimiento financiero; se suele expresar en porcentajes.	Ganancias Obtenidas	14	

# CAPÍTULO III

### 3. METODOLOGÍA

#### 3.1. Tipo y nivel de investigación

##### Tipo de Investigación

- Por el enfoque Cuantitativa: Según Rodríguez (2010), señala que el método cuantitativo se centra en los hechos o causas del fenómeno social, con escaso interés por los estados subjetivos del individuo.
- Por el propósito Aplicada: Para Hernández (2010), que lo entiende como la utilización de los conocimientos en la práctica, para aplicarlos en provecho de los grupos que participan en esos procesos y en la sociedad en general, además del bagaje de nuevos conocimientos que enriquecen la disciplina.
- Por el alcance Explicativa: De acuerdo con Hernández (2006), se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta, o por qué se relacionan dos o más variables.

##### Nivel de Investigación

El nivel de investigación es explicativa, así nos acercaremos a encontrar los problemas existentes en la variable sector inmobiliario, y mejorarlo a través de la intervención de la variable Tecnologías de la Información y Comunicación.

#### 3.2. Descripción del ámbito de la investigación.

El diseño de la investigación es la no experimental propositiva ya que el investigador recolectará los datos al propósito de la investigación.

$T_1 \rightarrow T_2$

M	O	P	RE
---	---	---	----

Dónde:

M: Encargado de la Inmobiliaria.

O: Encuesta

P: Tecnologías de Información y Comunicación (TIC)

T1: Enero

T2: 1 año

RE: El empleo de las tecnologías de información y comunicación influyen positivamente en la optimización de costos, comunicación, atención al cliente en las empresas inmobiliarias en el distrito Santa Cruz, Provincia Cajamarca.

### **3.3. Población y muestra**

**Unidad de Análisis:** Los encargados de las empresas del sector inmobiliario del distrito de Santa Cruz.

**Población:** La cartera de encargados del sector inmobiliario del distrito de Santa Cruz.

**Total:** 40 encargados.

**Fuente:** Municipalidad Provincial del Distrito de Santa Cruz.

**Muestra:** Se aplicará a todas las empresas (40) del sector inmobiliario del Distrito de Santa Cruz, ya que la población es menor de 100.

### **3.4. Técnicas e instrumentos para la recolección de datos**

La técnica a utilizar será la Encuesta, que según Trespacios, Vázquez y Bello (2010), las encuestas son instrumentos de investigación descriptiva que precisan identificar a priori las preguntas a realizar, las personas seleccionadas en una muestra representativa de la población, especificar las respuestas y determinar el

método empleado para recoger la información que se vaya obteniendo con la finalidad de recolectar datos directos de la variable de estudio.

Los instrumentos para la recolección de datos será el cuestionario, que de acuerdo con Arias Fidias (2004), señala que es una modalidad de encuesta que se realiza de forma escrita con serie de preguntas.

### **3.5. Validez y confiabilidad del instrumento**

Para que el instrumento sea válido se realizará mediante la validez de expertos, en la que se consultará a especialistas si el grado del instrumento empleado mide realmente la variable.

Para medir la confiabilidad se usará el indicador estadístico Alfa de Cronbach, debido a que las preguntas serán de múltiples respuestas.

### **3.6. Plan de recolección y procesamiento de datos**

- Las fuentes de obtención de datos son encargados de las empresas del sector inmobiliario.
- Se ubicarán a los encargados en las diferentes inmobiliarias del distrito de Santa Cruz.
- El método de recolección de datos es Hipotético deductivo.

#### **Procesamiento**

Para la recolección de datos se solicitará el permiso a los encargados de las empresas del sector inmobiliario, se procederá a la recolección de la información aplicando un cuestionario al encargado de la inmobiliaria, luego se utilizará el IBM SPSS Estadístico para tabular los datos recolectados mediante tablas, gráficos estadísticos.

# **CAPITULO IV**

#### 4. RESULTADOS

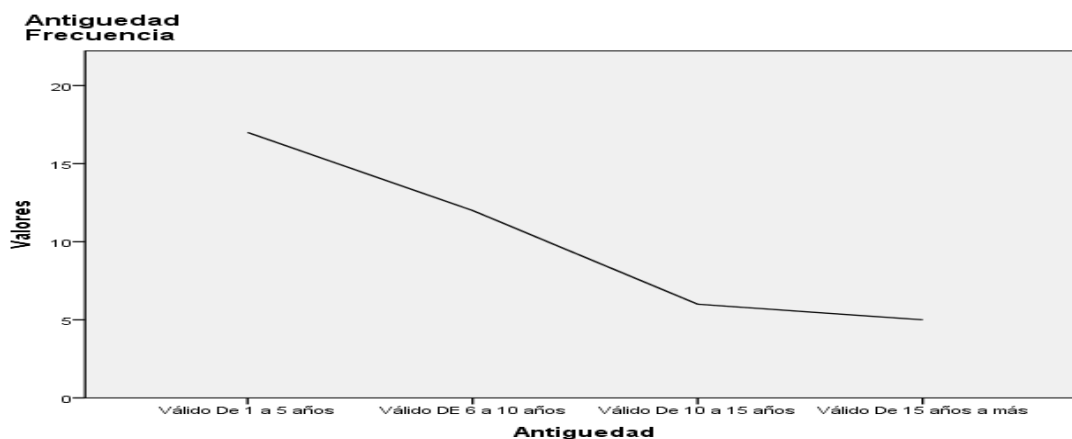
**Dimensión:** Antigüedad.

**Indicador:** Tiempo de Servicio.

**Tabla 1: Tiempo de Servicio**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
De 1 a 5 años	17	42,5	42,5
De 6 a 10 años	12	30,0	72,5
De 11 a 15 años	6	15,0	87,5
De 16 años a más	5	12,5	100,0
Total	40	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de la encuesta.



**Gráfico 1: Análisis de la Antigüedad de la Inmobiliaria.**

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de las encuestas.

De la Tabla 1 y Gráfico 1 podemos indicar que existen 17 empresas que representa el 42,5% con tiempo de servicio entre 1 a 5 años en el distrito de Santa Cruz en el presente año. Lo que se aprecia también es que sólo existen 5 empresas inmobiliarias que representa el 12,5% con tiempo de servicio mayor a 16 años. Esto se debe a que en los últimos años ha ido evolucionando la infraestructura y las actividades económicas en el distrito, es por ello que en los últimos 5 años se ha incrementado la cantidad de empresas del rubro inmobiliario.

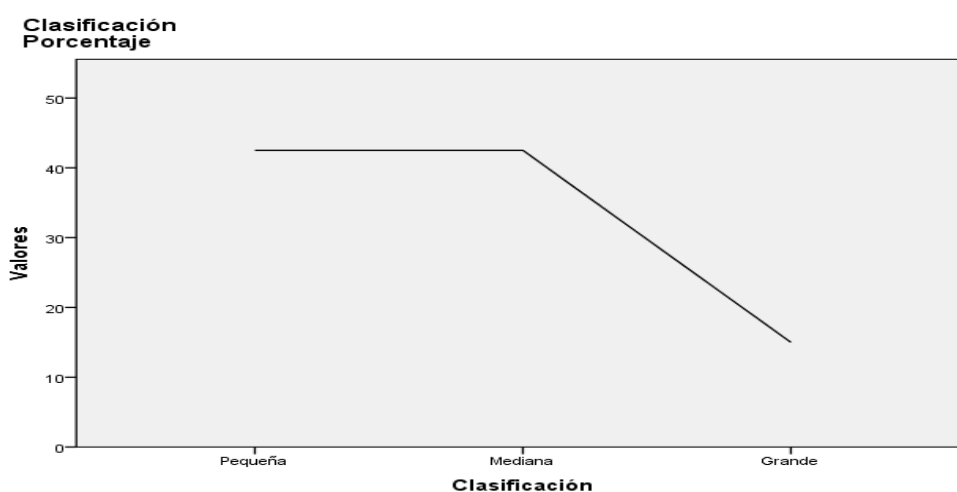
**Dimensión:** Productividad.

**Indicador:** Clasificación.

**Tabla 2: Clasificación**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Pequeña	17	42,5	42,5
Mediana	17	42,5	85,0
Grande	6	15,0	100,0
Total	40	100,0	

**Fuente:** Elaboración propia en base al análisis de la encuesta.



**Gráfico 2: Clasificación de las Inmobiliarias En Santa Cruz**  
**Fuente:** Elaboración propia en base al análisis de las encuestas.

De la Tabla 2 y Gráfico 2 podemos indicar que existen 17 empresas pequeñas y medianas que representa el 42,5% en el distrito de Santa Cruz del presente año. Lo que se aprecia también es que sólo existen 6 empresas grandes que representa el 15%. Esto se debe a que en el distrito de Santa Cruz recién se están formando las empresas inmobiliarias y su capital es bajo, por lo que se tienen que unir a otras inmobiliarias más grandes de otras ciudades para la realización de obras y proyectos.



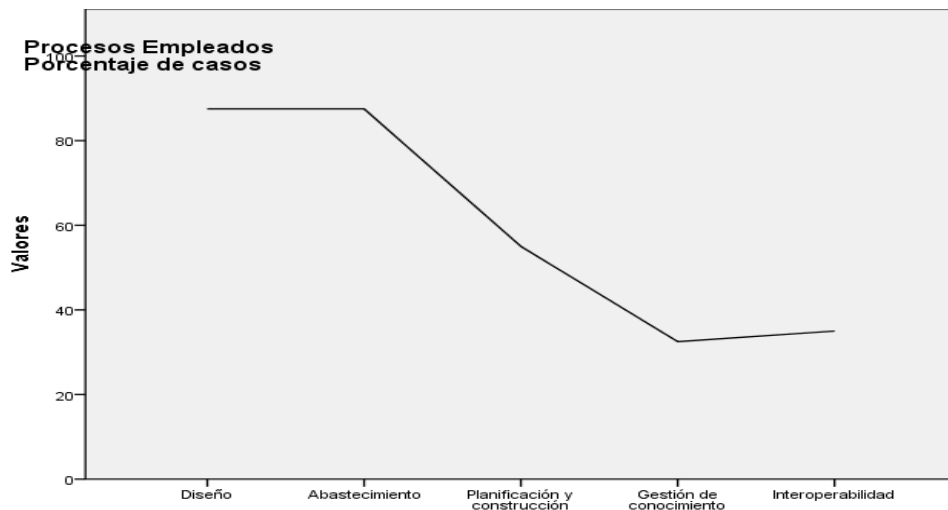
**Dimensión:** Productividad.

**Indicador:** Procesos Empleados.

**Tabla 3: Procesos Empleados**

Procesos Empleados	Respuestas	Porcentaje	Porcentaje acumulado
	N		
Diseño	35	29,41	29,41
Abastecimiento	35	29,41	58,82
Planificación	22	18,50	77,32
Gestión de conocimiento	13	10,92	88,24
Interoperabilidad	14	11,76	100,0
Total	119	100,0	

**Fuente:** Elaboración propia en base al análisis de la encuesta.



**Gráfico 3: Procesos Empleados**

**Fuente:** Elaboración propia en base al análisis de las encuestas.

De la Tabla 3 y Gráfico 3 podemos indicar 35 empresas, que representa el 87,5%, entre sus procesos internos están el diseño y abastecimiento. Lo que se aprecia también es que sólo 13 empresas, que representa el 32,5%, tienen en sus procesos la gestión de conocimiento. Esto quiere decir que la etapa de diseño y abastecimiento es fundamental y de mayor utilidad en las empresas inmobiliarias, por lo contrario no hay mucho auge en la tecnología por eso recién están que incorporan en sus procesos la gestión de conocimiento.

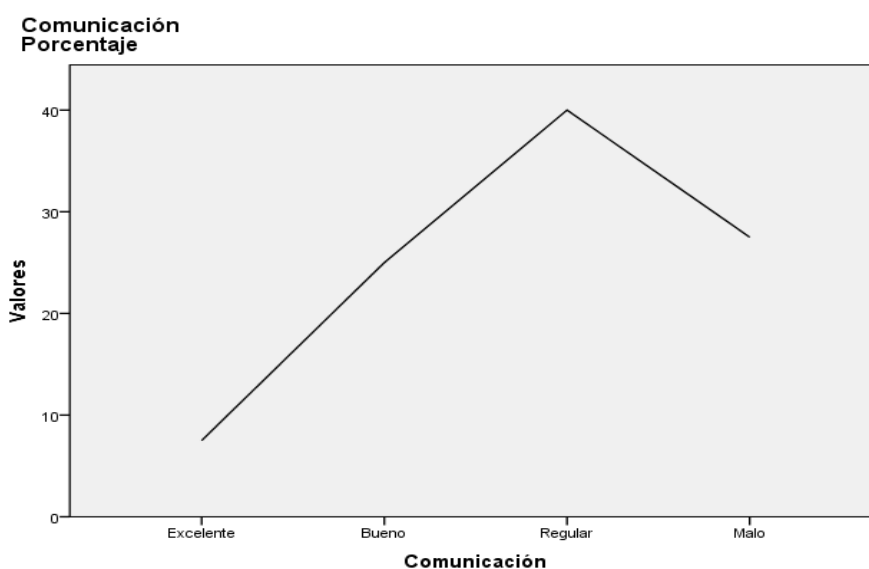
**Dimensión:** Productividad.

**Indicador:** Comunicación

**Tabla 4: Análisis de la Comunicación**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Excelente	3	7,5	7,5
Bueno	10	25,0	32,5
Regular	16	40,0	72,5
Malo	11	27,5	100,0
Total	40	100,0	

**Fuente:** Elaboración propia en base al análisis de la encuesta



**Gráfico 4: Análisis de la Comunicación**

**Fuente:** Elaboración propia en base al análisis de las encuestas.

De la Tabla 4 y Gráfico 4 podemos indicar que en su mayoría en 16 Inmobiliarias, que representa el 40%, existe regular comunicación, y por lo contrario en sólo 3 inmobiliarias, que representa el 7,5%, tienen excelente comunicación. Esto quiere decir que existen aún problemas muy notorios en la comunicación entre las áreas de las empresas inmobiliarias, por lo que no están interconectados todos los procesos.

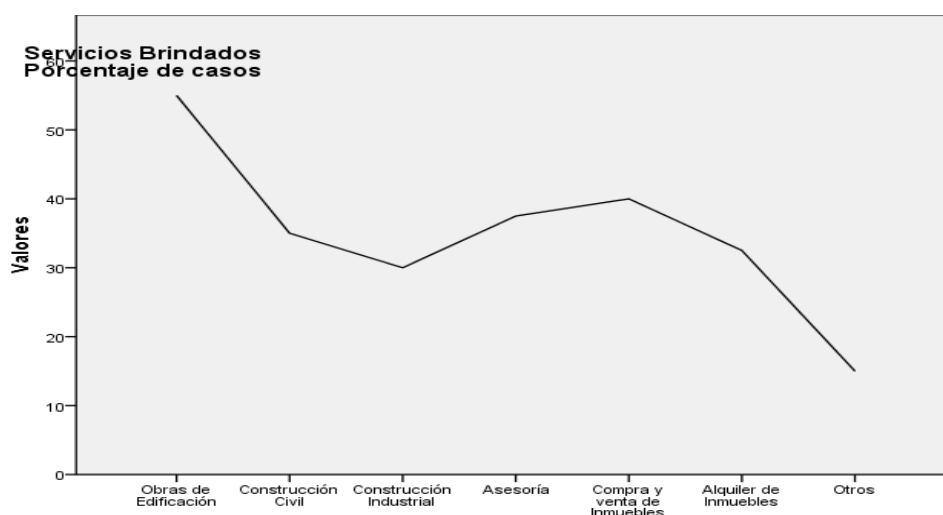
**Dimensión:** Productividad.

**Indicador:** Servicios Brindados.

**Tabla 5: Servicios Brindados**

	Respuestas	Porcentaje de casos	Porcentaje acumulado
	N		
Obras de Edificación	22	22,45	22,45
Construcción Civil	14	14,29	36,74
Construcción Industrial	12	12,24	48,98
Asesoría	15	15,31	64,29
Compra y venta de Inmuebles	16	16,32	80,61
Alquiler de Inmuebles	13	13,27	93,88
Otros	6	6,12	100,0
Total	98	100,0	

**Fuente:** Elaboración propia en base al análisis de la encuesta



**Gráfico 5: Servicios Brindados**

**Fuente:** Elaboración propia en base al análisis de las encuestas.

De la Tabla 5 y Gráfico 5 podemos indicar que existen 22 empresas, que representa el 55%, que se dedica al rubro de obras de edificación. Lo que se aprecia también es que sólo 6 empresas, que representa el 15%, están en otros rubros. Esto quiere decir que el distrito de Santa Cruz está renovando sus edificaciones en los últimos años, ya que la población cuenta con más ingresos económicos y se están modernizando.

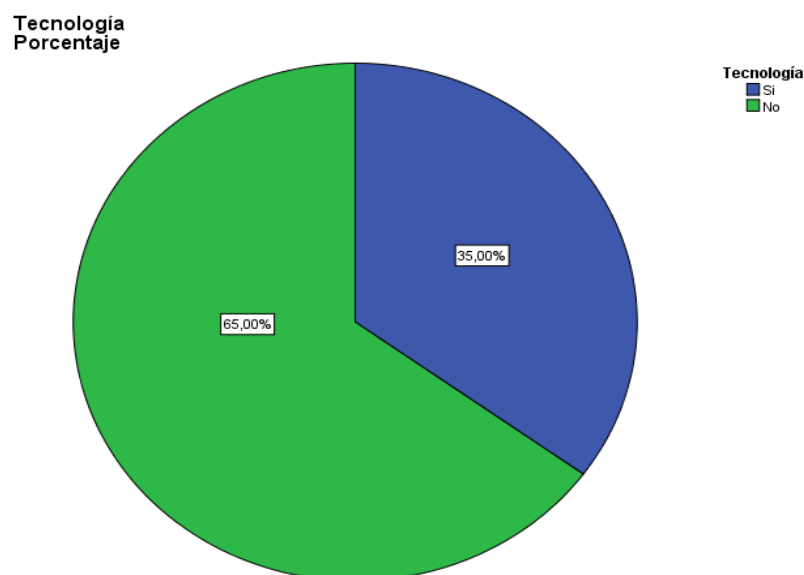
**Dimensión:** Productividad.

**Indicador:** Tecnología Utilizada.

**Tabla 6: Tecnología**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	14	35,0	35,0
No	26	65,0	100,0
Total	40	100,0	

**Fuente:** Elaboración propia en base al análisis de la encuesta



**Gráfico 6: Análisis de la Tecnología**

**Fuente:** Elaboración propia en base al análisis de las encuestas.

De la Tabla 6 y Gráfico 6 podemos indicar que existen 26 empresas inmobiliarias, que representa al 65% que no cuenta con tecnología. En contraparte sólo 14 empresas, que representa el 35%, cuentan con tecnología. Esto se debe a que el distrito de Santa Cruz en los últimos años recién está creciendo y aún no se adaptan a los cambios tecnológicos de la época, pero ya algunas empresas están que traen la tecnología a dicho distrito.

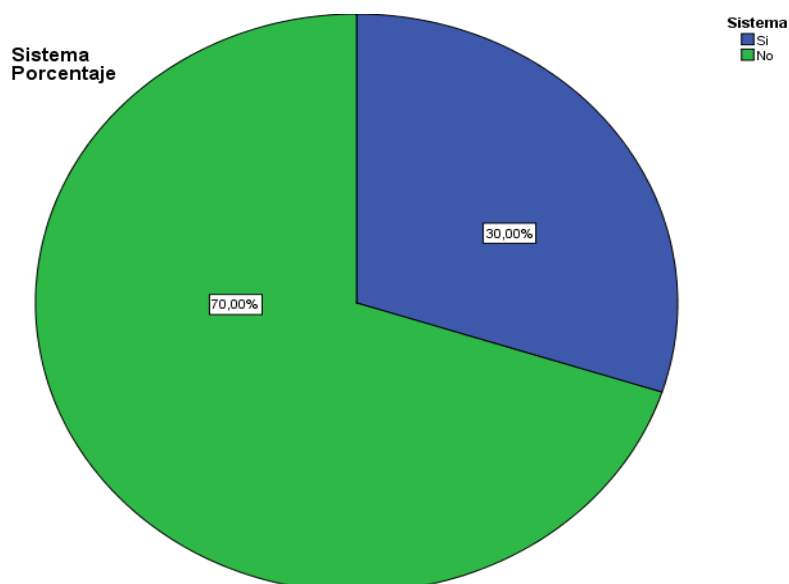
**Dimensión:** Productividad.

**Indicador:** Tecnología Utilizada.

**Tabla 7: Sistema**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	12	30,0	30,0
No	28	70,0	100,0
Total	40	100,0	

**Fuente:** Elaboración propia en base al análisis de la encuesta



**Gráfico 7: Análisis del Sistema**

**Fuente:** Elaboración propia en base al análisis de las encuestas.

De la Tabla 7 y Gráfico 7 podemos indicar que existen 28 empresas inmobiliarias, que representa al 70% que no cuenta con un sistema especializado. En contraparte sólo 12 empresas, que representa el 30%, que sí cuentan. Esto se debe a que las empresas del sector inmobiliario realizan los procesos de manera empírica, por lo que aún no se adaptan a los cambios tecnológicos.

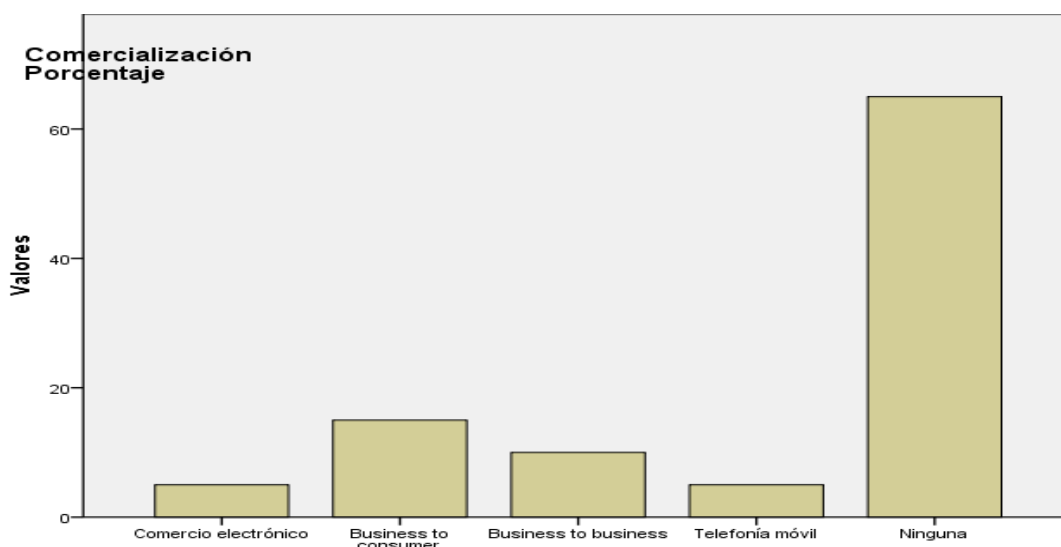
**Dimensión:** Productividad.

**Indicador:** Tecnología Utilizada.

**Tabla 8: Comercialización**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Comercio electrónico	2	5,0	5,0
Business to consumer	6	15,0	20,0
Business to business	4	10,0	30,0
Telefonía móvil	2	5,0	35,0
Ninguna	26	65,0	100,0
Total	40	100,0	

**Fuente:** Elaboración propia en base al análisis de la encuesta



**Gráfico 8: Análisis de la Comercialización**

**Fuente:** Elaboración propia en base al análisis de las encuestas.

De la Tabla 8 y Gráfico 8 podemos indicar que existen 26 empresas, que representan al 65%, no cuentan con tecnología en su comercialización. Lo que se aprecia también es que sólo 2 empresas inmobiliarias, que representa al 5%, realizan su comercialización mediante el comercio electrónico. Esto se debe a que en Santa Cruz la población aún no se adecua a la compra y venta por internet, es por eso que las inmobiliarias aún no se adaptan a este tipo de tecnología.

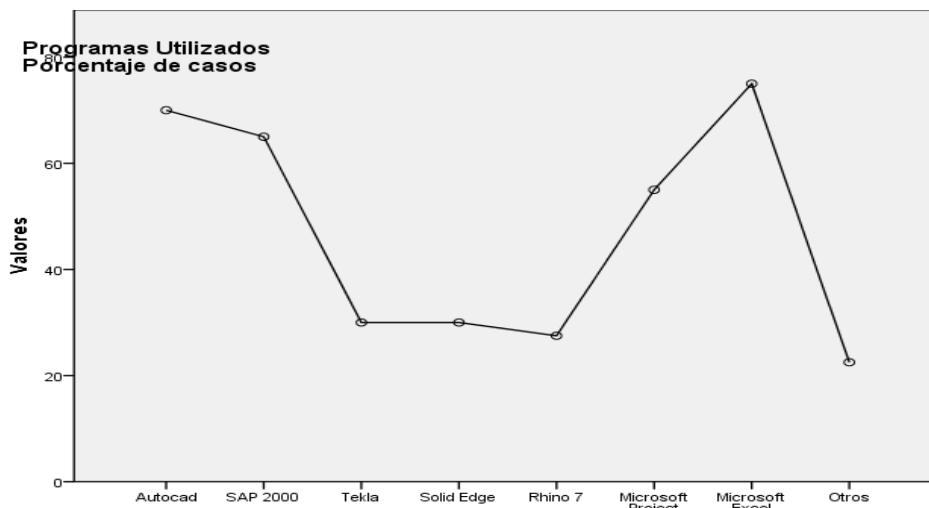
**Dimensión:** Productividad.

**Indicador:** Tecnología Utilizada.

**Tabla 9: Programas Utilizados**

	Respuestas	Porcentaje de casos	Porcentaje acumulado
	N		
Autocad	28	18,67	18,67
SAP 2000	26	17,33	36,0
Tekla	12	8,0	44,0
Solid Edge	12	8,0	52,0
Rhino 7	11	7,33	59,33
Microsoft Project	22	14,67	74,0
Microsoft Excel	30	20,0	94,0
Otros	9	6,0	100,0
Total	150	100,0	

**Fuente:** Elaboración propia en base al análisis de la encuesta



**Gráfico 9: Análisis De Programas Empleados**

**Fuente:** Elaboración propia en base al análisis de las encuestas.

De la Tabla 9 y Gráfico 9 podemos indicar que existen 30 empresas, que representa el 75%, utilizan el Microsoft Excel en sus procesos. Lo que se aprecia también es que sólo 9 empresas, que representa el 22,5%, utilizan otros programas. Esto se debe a que el programa más común es el Excel como una hoja de cálculo rápida y sencilla, ya que como todo lo realizan de forma empírica tienen sus reportes en dicho programa.

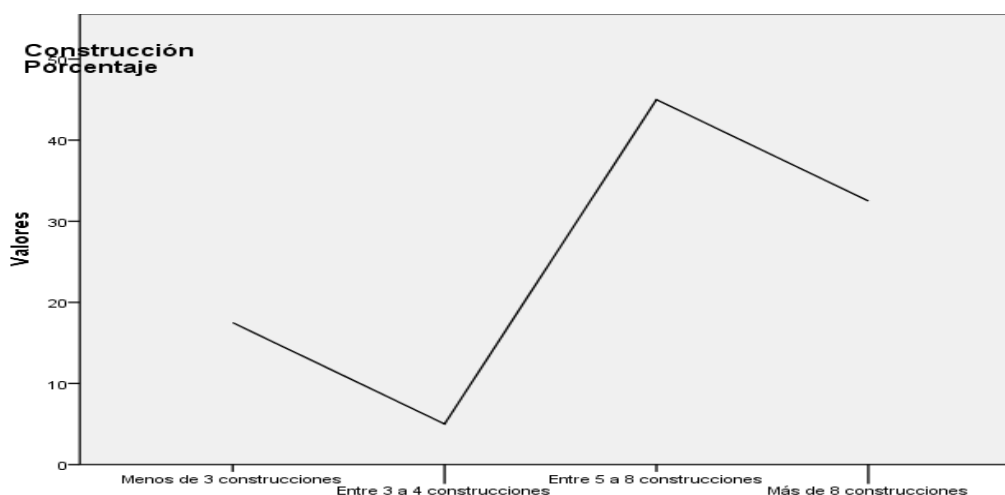
**Dimensión:** Eficacia.

**Indicador:** Construcciones Anuales.

**Tabla 10: Construcciones Anuales**

Construcciones	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Menos de 3	7	17,5	17,5
Entre 3 a 4	2	5,0	22,5
Entre 5 a 8	18	45,0	67,5
Más de 8	13	32,5	100,0
Total	40	100,0	

**Fuente:** Elaboración propia en base al análisis de la encuesta



**Gráfico 10: Construcciones Anuales**

**Fuente:** Elaboración propia en base al análisis de las encuestas.

De la Tabla 10 y Gráfico 10 podemos indicar que 18 empresas, que representa al 45%, realizan entre 5 a 8 construcciones anuales en promedio. Lo que se aprecia también es que sólo 2 empresas, que representa al 5%, realizan 3 o 4 construcciones anuales en promedio. Esto se debe a que se ha ido mejorando la infraestructura del distrito de Santa Cruz, es por ello que en los últimos años se ha ido evolucionando en la construcción de las edificaciones, por lo que 31 empresas realizan al año más de 5 construcciones, representado en un 77% de las Inmobiliarias.



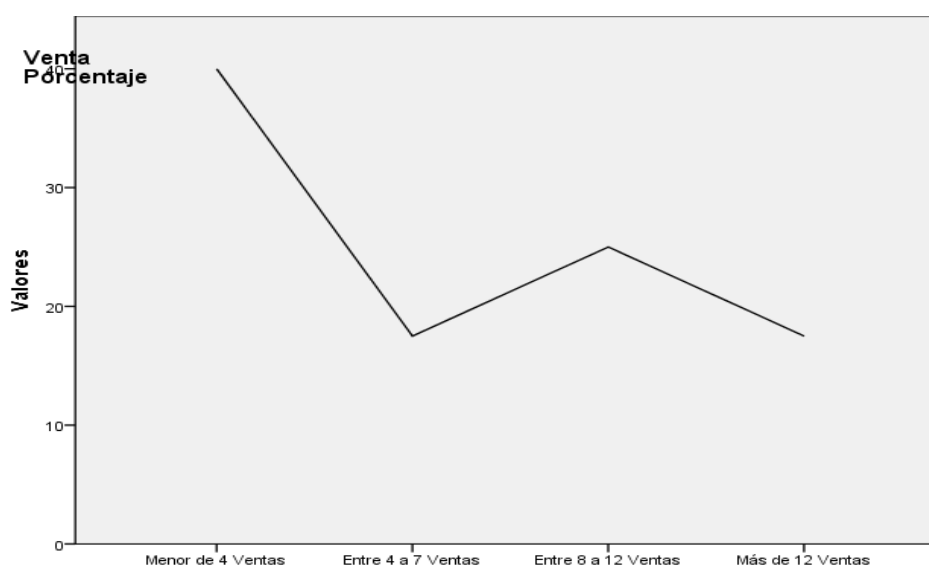
**Dimensión:** Eficacia.

**Indicador:** Ventas Anuales.

**Tabla 11: Ventas Anuales**

Ventas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Menor de 4	16	40,0	40,0
Entre 4 a 7	7	17,5	57,5
Entre 8 a 12	10	25,0	82,5
Más de 12	7	17,5	100,0
Total	40	100,0	

**Fuente:** Elaboración propia en base al análisis de la encuesta



**Gráfico 11: Ventas Anuales**

**Fuente:** Elaboración propia en base al análisis de las encuestas.

De la Tabla 11 y Gráfico 11 podemos indicar que existen 17 empresas con tiempo de servicio entre 1 a 5 años en el distrito de Santa Cruz en el presente año. Lo que se aprecia también es que sólo existen 5 empresas inmobiliarias con tiempo de servicio mayor a 15 años. Esto se debe a que en los últimos años ha ido evolucionando la infraestructura y las actividades económicas en el distrito, es por ello que en los últimos 5 años se ha incrementado la cantidad de empresas del rubro inmobiliario.

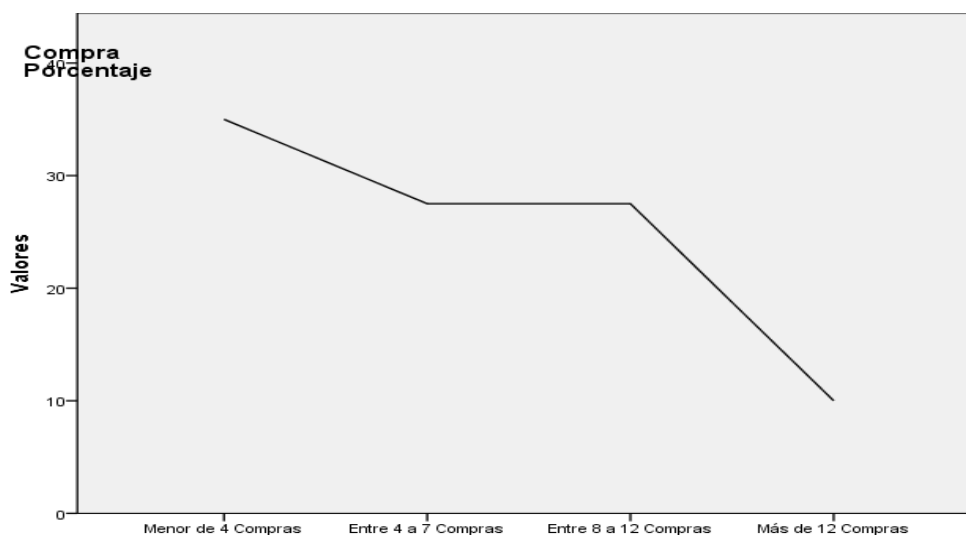
**Dimensión:** Eficacia.

**Indicador:** Compras Anuales.

**Tabla 12: Compras Anuales**

Compras	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Menor de 4	14	35,0	35,0
Entre 4 a 7	11	27,5	62,5
Entre 8 a 12	11	27,5	90,0
Más de 12	4	10,0	100,0
Total	40	100,0	

**Fuente:** Elaboración propia en base al análisis de la encuesta



**Gráfico 12: Compras Anuales**

**Fuente:** Elaboración propia en base al análisis de las encuestas.

De la Tabla 12 y Gráfico 12 podemos indicar que existen 14 empresas, que representa al 35%, que compran menos de 4 inmuebles al año. Lo que se aprecia también es que sólo 4 empresas inmobiliarias, que representa al 10%, compran más de 12 inmuebles al año. Esto se debe a que en el distrito de Santa Cruz, aún no hay muchas edificaciones con buena infraestructura, y que pueda significar una rentable ganancia, por eso las empresas inmobiliarias aún no se animan a invertir en la compra de inmuebles masivos.

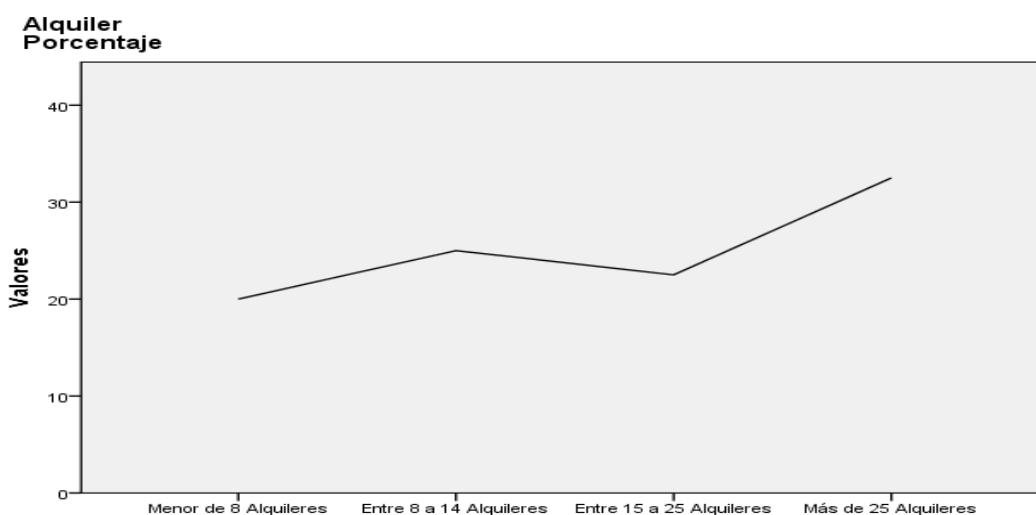
**Dimensión:** Eficacia.

**Indicador:** Alquileres Anuales.

**Tabla 13: Alquileres Anuales**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Menor de 8 Alquileres	8	20,0	20,0
Entre 8 a 14 Alquileres	10	25,0	45,0
Entre 15 a 25 Alquileres	9	22,5	67,5
Más de 25 Alquileres	13	32,5	100,0
Total	40	100,0	

**Fuente:** Elaboración propia en base al análisis de la encuesta



**Gráfico 13: Alquileres Anuales**

**Fuente:** Elaboración propia en base al análisis de las encuestas.

De la Tabla 13 y Gráfico 13 podemos indicar que existen 13 empresas, que representan el 32,5%, que realizan más de 25 alquileres de inmuebles al año. Lo que se aprecia también es que sólo 8 empresas, que representan al 20%, realizan menos de 8 alquileres de inmuebles anuales. Esto quiere decir que las empresas inmobiliarias invierten en el alquiler de inmuebles en donde obtienen un gran porcentaje de sus ganancias, ya que los pobladores de Santa Cruz, alquilan en mayor frecuencia por tiempos cortos los bienes inmuebles.

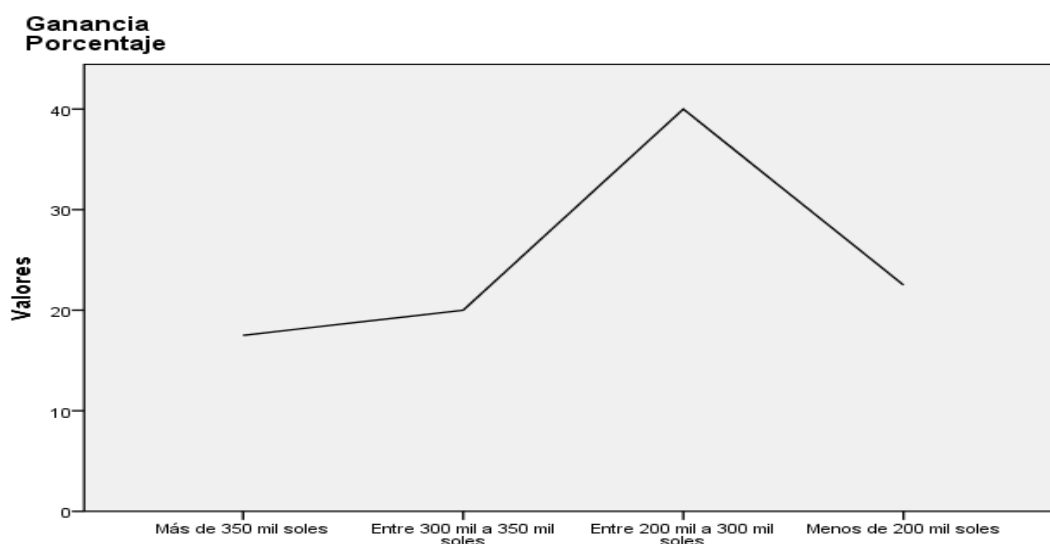
**Dimensión:** Rentabilidad.

**Indicador:** Ganancias obtenidas.

**Tabla 14: Ganancias Obtenidas**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
4 Más de 350 mil soles	7	17,5	17,5
3 Entre 300 mil a 350 mil soles	8	20,0	37,5
2 Entre 200 mil a 300 mil soles	16	40,0	77,5
1 Menos de 200 mil soles	9	22,5	100,0
Total	40	100,0	

**Fuente:** Elaboración propia en base al análisis de la encuesta



**Gráfico 14: Ganancias Obtenidas**

**Fuente:** Elaboración propia en base al análisis de las encuestas.

De la Tabla 14 y Gráfico 14 podemos indicar que existen 16 empresas, que representan al 40%, registran ganancias anuales entre 200 mil a 300 mil soles. También se aprecia que sólo 7 empresas, que representa al 17,5%, registran ganancias anuales de más de 350 mil soles en promedio. Esto se debe porque el mercado inmobiliario recién está surgiendo, y hay poca demanda en las ventas de inmuebles y construcciones de edificaciones.

## 4.1 PROPUESTA DE SOLUCIÓN

### 4.1.1. SÍNTESIS DE LA NECESIDAD IDENTIFICADA

Se puede concluir que el Sector Inmobiliario del distrito de Santa Cruz, tiene ganancias obtenidas anualmente relativamente pequeñas, ya que recién está surgiendo y sus procesos los realiza de manera empírica, no existe interconectividad ni gestión del conocimiento entre sus procesos internos, por lo que aún les cuesta adaptarse a los beneficios que la tecnología ofrece. El otro motivo es porque no cuentan con el capital suficiente para acceder a proyectos y obras más costosas, que les permitiría incrementar sus ganancias. La mayoría de empresas del sector inmobiliario no tiene acceso a la tecnología realizando sus procesos de forma manual, y se llenan de mucha documentación histórica, no existiendo una buena coordinación entre las áreas de trabajo.

<b>ANÁLISIS FODA</b>	
<b>FORTALEZA</b>	Por ser un sector reciente, tiende al crecimiento y evolución en los procesos internos de sus empresas.
<b>OPORTUNIDAD</b>	Existencia de nuevas TIC innovadoras para el Sector Inmobiliario.
<b>DEBILIDAD</b>	No existe la implementación de las Tecnologías de Información.
<b>AMENAZA</b>	Empresas que ya cuentan con TIC en sus procesos, y que tienen mayor interconectividad.

#### **4.1.2. OBJETIVOS**

##### **GENERAL**

Determinar y explicar la influencia que tiene el uso de las TIC en los diferentes procesos del sector inmobiliario en la provincia de Santa Cruz, para el planteamiento de alternativas de solución.

##### **ESPECÍFICOS**

- Intercambiar información con el usuario.
- Actualizar los programas computacionales.
- Incrementar las redes que se emplean en el intercambio de información.
- Conocer los beneficios de la banda ancha utilizada.

#### **4.1.3. MARCO LEGAL**

Listar las normas legales relacionadas con la propuesta.

##### **LEY N° 29080, LEY DE CREACIÓN DEL REGISTRO DEL AGENTE INMOBILIARIO DEL MINISTERIO DE VIVIENDA, CONSTRUCCIÓN Y SANEAMIENTO**

**Artículo 1.-** Aprobación del Reglamento de la Ley N° 29080, Ley de Creación del Registro del Agente Inmobiliario del Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento

Apruébese el Reglamento de la Ley N° 29080, Ley de Creación del Registro del Agente Inmobiliario del Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento, que consta de siete (07) capítulos, cuarenta y dos (42) artículos, una (01) disposición complementaria final, una (01) disposición complementaria transitoria y dos (02) anexos, que forman parte integrante del presente Decreto Supremo.

**Artículo 2.-** Aprobación del Formulario de Inscripción o Renovación

El Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento mediante Resolución Ministerial aprobará el Formulario de Inscripción o Renovación en el Registro del Agente Inmobiliario - FIR.

**Artículo 3.- Refrendo**

El presente Decreto Supremo es refrendado por el Ministro de Vivienda, Construcción y Saneamiento.

**LEY ORGÁNICA 15/1999, DE 13 DE DICIEMBRE, DE PROTECCIÓN DE DATOS DE CARÁCTER PERSONAL.**

**Artículo 4. Calidad de los datos.**

Los datos de carácter personal sólo se podrán recoger para su tratamiento, así como someterlos a dicho tratamiento, cuando sean adecuados, pertinentes y no excesivos en relación con el ámbito y las finalidades determinadas, explícitas y legítimas para las que se hayan obtenido.

Los datos de carácter personal objeto de tratamiento no podrán usarse para finalidades incompatibles con aquellas para las que los datos hubieran sido recogidos. No se considerará incompatible el tratamiento posterior de éstos con fines históricos, estadísticos o científicos.

Los datos de carácter personal serán exactos y puestos al día de forma que respondan con veracidad a la situación actual del afectado.

Si los datos de carácter personal registrados resultaran ser inexactos, en todo o en parte, o incompletos, serán cancelados y sustituidos de oficio por los correspondientes datos rectificados o completados, sin perjuicio de las facultades que a los afectados reconoce el artículo 16.

Los datos de carácter personal serán cancelados cuando hayan dejado de ser necesarios o pertinentes para la finalidad para la cual hubieran sido recabados o registrados.

No serán conservados en forma que permita la identificación del interesado durante un período superior al necesario para los fines en base a los cuales hubieran sido recabados o registrados.

Reglamentariamente se determinará el procedimiento por el que, por excepción, atendidos los valores históricos, estadísticos o científicos de acuerdo con la legislación específica, se decida el mantenimiento íntegro de determinados datos.

Los datos de carácter personal serán almacenados de forma que permitan el ejercicio del derecho de acceso, salvo que sean legalmente cancelados.

Se prohíbe la recogida de datos por medios fraudulentos, desleales o ilícitos.

#### **Artículo 5. Derecho de información en la recogida de datos.**

Los interesados a los que se soliciten datos personales deberán ser previamente informados de modo expreso, preciso e inequívoco:

De la existencia de un fichero o tratamiento de datos de carácter personal, de la finalidad de la recogida de éstos y de los destinatarios de la información.

Del carácter obligatorio o facultativo de su respuesta a las preguntas que les sean planteadas.

De las consecuencias de la obtención de los datos o de la negativa a suministrarlos.

De la posibilidad de ejercitar los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición.



De la identidad y dirección del responsable del tratamiento o, en su caso, de su representante.

Cuando el responsable del tratamiento no esté establecido en el territorio de la Unión Europea y utilice en el tratamiento de datos medios situados en territorio español, deberá designar, salvo que tales medios se utilicen con fines de trámite, un representante en España, sin perjuicio de las acciones que pudieran emprenderse contra el propio responsable del tratamiento.

### **RÉGIMEN LABORAL DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA**

**Artículo 37.-** Derechos laborales fundamentales en toda empresa, cualquiera sea su dimensión, ubicación geográfica o actividad, se deben respetar los derechos laborales fundamentales. Por tanto, deben cumplir lo siguiente:

No utilizar, ni apoyar el uso de trabajo infantil, entendido como aquel trabajo brindado por personas cuya edad es inferior a las mínimas autorizadas por el Código de los Niños y Adolescentes.

Garantizar que los salarios y beneficios percibidos por los trabajadores cumplan, como mínimo, con la normatividad legal.

Garantizar que los trabajadores no podrán ser discriminados en base a raza, credo, género, origen y, en general, en base a cualquier otra característica personal, creencia o afiliación. Igualmente, no podrá efectuar o auspiciar ningún tipo de discriminación al remunerar, capacitar, entrenar, promocionar, despedir o jubilar a su personal.

Respetar el derecho de los trabajadores a formar sindicatos y no interferir con el derecho de los trabajadores a elegir, o no elegir, y a afiliarse o no a organizaciones legalmente establecidas.

Proporcionar un ambiente seguro y saludable de trabajo.

#### 4.1.4. DETALLES DE LA PROPUESTA

Las inmobiliarias		Antigüedad	Productividad				Eficacia				Rentabilidad	
VI: tecnologías de información y comunicación		Tiempo de Servicio	Clasificación	Procesos empleados	Comunicación	Servicios brindados	Tecnología utilizada	Construcciones anuales	Ventas anuales	Compras anuales	Alquileres anuales	Ganancias obtenidas
Interactividad	Intercambio de información con el usuario	R1			R1			R1	R1	R1	R1	
Innovación Tecnológica	Programas computacionales.			R2		R2	R2					R2
Interconexión	Redes que se emplean en el intercambio de información.		R3	R3	R3	R3	R3					
Instantaneidad	Beneficios de la banda ancha utilizada.						R4					R4

**R1.-** Permite determinar el intercambio de información con el usuario en las áreas del sector inmobiliario.

**FI:** ¿Cuáles son los factores influyentes?

Influyen los canales de comunicación digital, mediante la tecnología a utilizar, también influye el tiempo de servicio que tiene la inmobiliaria.

**R2.-** Permite determinar los programas computacionales que se utilizarán en los procesos.

**FI:** ¿Cuáles son los factores influyentes?

Tecnología a utilizar.

Ubicación de la zona del sector inmobiliario.

Las ganancias obtenidas en la inmobiliaria.

**R3.-** Permite determinar las redes que se emplean en el intercambio de información.

**FI:** ¿Cuáles son los factores influyentes?

Los procesos que se van a emplear en el intercambio de la información.

Las características de los procesos empleados en el sector inmobiliario.

La clasificación del sector inmobiliario.

**R4.-** Permite determinar los beneficios de la banda ancha utilizada.

**FI:** ¿Cuáles son los factores influyentes?

La conexión de la ciudad de Santa Cruz.

La ubicación y el lugar donde se encuentran las empresas del sector inmobiliario.

El acceso a la tecnología en el sector inmobiliario.

Las ganancias obtenidas en el sector inmobiliario.

#### 4.1.5. PLAN DE ACTIVIDADES

N°	ACTIVIDAD	OBJETIVO	INDICADOR	META	PERÍODO	FUNDAMENTACION	RESPONSABLE	PRESUPUESTO
1	Intercambiar información con el usuario.	Determinar el índice del conocimiento de las TIC en las inmobiliarias de la provincia de Santa Cruz, departamento de Cajamarca.	Tiempo de Servicio Comunicación Construcciones anuales. Ventas anuales. Compras anuales. Alquileres anuales.	Lograr un nivel óptimo de comunicación entre las áreas del sector inmobiliario.	5 meses	Cualitativa.- Deducción. De la Cruz & Parodi (2013) en su investigación “Análisis situacional de las tecnologías de información aplicadas a los procesos operativos del sector construcción en el Perú” Esta investigación es relevante porque nos demuestra como las tecnologías de la información influyen en los procesos operativos del sector inmobiliario en el Perú	Gerente de las empresas del sector inmobiliario.	S/. 3000
2	Actualizar los programas computacionales.	Identificar programas computacionales existentes en el sector inmobiliario a nivel local.	Ganancias obtenidas Procesos empleados Servicios brindados Tecnología utilizada	Actualizar al sector inmobiliario con los programas computacionales de vanguardia, para que esté acorde con el mundo actual.		Cualitativa.- Deducción. Carbonel (2017) en su investigación “Viabilidad del Proyecto Inmobiliario Edificio La Esmeralda 132 San Borja” Esta investigación es relevante porque nos da	Gerente de las empresas del sector inmobiliario.	S/.2500

						una visión clara como las tecnologías de la información intervienen para poder mejorar la calidad de vida de la población.	
3	Incrementar las redes que se emplean en el intercambio de información.	Analizar la situación tecnológica referente al intercambio de información en las empresas inmobiliarias de la provincia de Santa Cruz, departamento de Cajamarca.	Clasificación Comunicación Procesos empleados Servicios brindados Tecnología utilizada	Permitir el acceso a las redes de comunicación al sector inmobiliario, implementando tecnologías de la información.		Cualitativa.- Deducción. Salinas (2014) en su investigación “Propuesta de metodología para la implementación de la Tecnología BIM en la Empresa Constructora e Inmobiliaria IJ PROYECTA” Esta investigación es relevante porque nos da una perspectiva más clara que en nuestro país podemos implementar las TIC, en la mejora significativa de las inmobiliarias, reduciendo los tiempos de espera en el diseño y análisis de los procesos.	Gerente de las empresas del sector inmobiliario.  S/ 2800

4	Conocer los beneficios de la banda ancha utilizada.	Valorar el uso de las TIC en los diferentes procesos del sector inmobiliario.	Ganancias obtenidas Tecnología utilizada	Implementar los procesos con tecnología moderna para innovar en el sector inmobiliario.		Cualitativa.- Deducción. Caushi (2013) en su investigación “Sistemas Integrados de Gestión para la Corporación Ejecutora de Obras CEDOSAC” Esta investigación es relevante porque nos da una perspectiva de la influencia de las tecnologías de la información en la Región de Cajamarca, para incrementar el nivel de vida de la población, en el rubro de la construcción.	Gerente de las empresas del sector inmobiliario.	S/. 2500
---	---	---	---	---	--	---	--	----------

### **Actividad 1: Intercambiar información con el usuario.**

Esto se va a lograr por medio de un Sistema Computarizado que permite interconectar todas las áreas de la empresa, dándole mayor información al usuario sobre los servicios que ofrece la inmobiliaria, así promovemos la publicidad de la empresa mediante las redes sociales y el Internet, llegando a muchos más destinos a nivel nacional e internacional.

También se utilizará la comunicación vía celular, utilizando las redes sociales como Whatsapp, Twitter y Facebook, para que el usuario se mantenga informa de las novedades en el sector inmobiliario.

### **Actividad 2: Actualizar los programas computacionales.**

Esto se va a lograr por medio de la compra de licencias de diversos programas que se utilizan en el sector inmobiliario, para implementarlos en los diversos procesos internos de la empresa, como se detalla a continuación:

- a. Autocad
- b. SAP 2000
- c. Tekla
- d. Solid Edge
- e. RHINO 7
- f. Microsoft Project
- g. Microsoft Excel

**Actividad 3: Incrementar las redes que se emplean en el intercambio de información.**

Esto se logrará interconectando los sistemas integrales del sector inmobiliario con las diferentes empresas, para que todos accedan a la información, contando con un usuario y contraseña para que accedan a sus compras y ventas en línea, así podemos incrementar nuestras ganancias y hacer mucho más conocido nuestros servicios, ya que llegaremos a más redes a nivel nacional e internacional.

**Actividad 4: Conocer los beneficios de la banda ancha utilizada.**

Esto se logrará contratando una banda ancha de fibra óptica, para tener un adecuado tendido de cables y hacer posible que la velocidad de la información sea rápida y en el momento oportuno, para evitar los cuellos de botella en los procesos y hacer mucho más flexible las comunicaciones entre los usuarios.

Para ello se dará charlas de sensibilización acerca de los beneficios de la banda ancha adecuada, para que los gerentes del sector inmobiliario tomen conciencia de la importancia de su uso y el beneficio que se podría obtener para incrementar las ganancias en su empresa.



# CAPÍTULO V

## **5. DISCUSIÓN**

### **Indicador: Tiempo de Servicio**

#### **Síntesis del resultado**

De la Figura 1 podemos indicar que existen 17 empresas que representa el 42,5% con tiempo de servicio entre 1 a 5 años en el distrito de Santa Cruz en el presente año. Lo que se aprecia también es que sólo existen 5 empresas inmobiliarias que representa el 12,5% con tiempo de servicio mayor a 15 años. Esto se debe a que en los últimos años ha ido evolucionando la infraestructura y las actividades económicas en el distrito, es por ello que en los últimos 5 años se ha incrementado la cantidad de empresas del rubro inmobiliario.

#### **Causales**

El tiempo de servicio de las inmobiliarias determina el nivel de actualización tecnológica y como está ubicada en el mercado. Entre las causales están:

- Su vigencia en el mercado
- Su recorrido laboral.
- La calidad

#### **Consecuencias**

Al existir la mayor parte de inmobiliarias nuevas, esto produce que recién se estén adaptando al mercado y sus procesos lo realicen de forma manual, por ende no están interconectadas las actividades y existe un desfase en la atención.

#### **Tendencias con la propuesta**

Identificación de tendencias, necesidades del mercado en un tiempo aproximado de 2 años.

#### **Análisis del marco teórico**

Desarrollar nuevas formas de adaptación de las inmobiliarias al mercado, para poder conectar todas sus áreas y obtener mayores beneficios. Poner en práctica las estrategias de planteadas en el presente estudio y análisis de la investigación, para lograr los objetivos propuestos. (López, 2014)

### **Indicador: Clasificación**

#### **Síntesis del resultado**

De la Tabla 2 y Figura 2 podemos indicar que existen 17 empresas pequeñas y medianas que representa el 42,5% en el distrito de Santa Cruz del presente año. Lo que se aprecia también es que sólo existen 6 empresas grandes que representa el 15%. Esto se debe a que en el distrito de Santa Cruz recién se están formando las empresas inmobiliarias y su capital es bajo, por lo que se tienen que unir a otras inmobiliarias más grandes de otras ciudades para la realización de obras y proyectos.

#### **Causales**

Aquellas en las cuales los fabricantes tienen que clasificar los tipos de inmobiliarias, alguna utiliza intermediarios, pero otros por cuenta propia. Dorr (2011).

- Realizar un análisis cuidadoso de las características de la empresa u organización.
- Analizar su mezcla de mercadotecnia, el mercado meta en el que se clasificará la empresa.
- Analizar las características de los competidores con la finalidad de elegir la o las estrategias más adecuadas.

- Realizar un estudio del entorno (tanto externo como interno) de la empresa u organización.

### **Consecuencias**

Al poder contribuir con la clasificación dentro de las inmobiliarias nos permitirá incrementar nuestras ventas de los cuales gracias a esto nuestra rentabilidad y liquidez de la empresa podrá incrementarlas. Aquellas en las cuales los fabricantes tienen que saber diferenciar el tipo de inmobiliaria a utilizar.

### **Tendencia del marco teórico**

Determinar variaciones en la clasificación de la empresa.

### **Análisis con la propuesta**

La clasificación de la empresa te determina que todos los procesos y actividades estén bien desarrollados para poder establecer objetivos y escoger el medio más apropiado para el logro de los mismos antes de emprender la acción y desarrollar los procedimientos y operaciones necesarias para alcanzarlo. Según M, Vázquez. (2008)

### **Indicador: Procesos empleados**

#### **Síntesis del resultado**

De la Tabla 3 y Figura 3 podemos indicar 35 empresas, que representa el 87,5%, entre sus procesos internos están el diseño y abastecimiento. Lo que se aprecia también es que sólo 13 empresas, que representa el 32,5%, tienen en sus procesos la gestión de conocimiento. Esto quiere decir que la etapa de diseño y abastecimiento es fundamental y de mayor utilidad en las empresas inmobiliarias, por lo contrario no hay mucho auge en la tecnología por eso recién están que incorporan en sus procesos la gestión de conocimiento.

## **Causales**

Los procesos empleados en las empresas están determinados por los siguientes causales. López (2005)

- Empresa u organización.
- Permite obtener el diagnóstico preciso.
- Tomar decisiones acordes con los objetivos.
- Políticas formuladas.

## **Consecuencias**

De tal manera si no se usan los procesos correctos y de manera sincronizada e interconectada se verá reflejada en la rentabilidad dentro del periodo establecido, es por ello que los procesos empleados deben de estar integrados dentro de las inmobiliarias con una tecnología de calidad para asegurar el mayor rendimiento y captación de clientes. Fischer (2009)

## **Tendencias con la propuesta**

Mejorar la calidad de los procesos empleados en un tiempo de 24 meses.

## **Análisis del mercado**

En el mercado hay pocas empresas que cuentan con interconexión en los procesos empleados, es por ello que se debe de hacer una reingeniería que permita tener las actividades bien integradas. Santillan (2012)

## **Indicador: Comunicación**

### **Síntesis del resultado**

De la Tabla 4 y Figura 4 podemos indicar que en su mayoría en 16 Inmobiliarias, que representa el 40%, existe regular comunicación, y por lo contrario en sólo 3 inmobiliarias, que representa el 7,5%, tienen excelente comunicación. Esto quiere decir que existen aún problemas muy notorios en la comunicación entre las áreas de las empresas inmobiliarias, por lo que no están interconectados todos los procesos.

### **Causales**

Son aquellas que intervienen en la comunicación entre procesos y actividades.

Alberto (2008)

- Estrategias en la publicidad.
- Políticas de la empresa en lo referente a la comunicación entre áreas de las inmobiliarias.
- Agilidad de los procesos.

### **Consecuencias**

Una buena comunicación entre las áreas trae rentabilidad y una adecuada coordinación de las actividades y procesos dentro de las inmobiliarias, ya que se manejaría un sistema integral. Fischer (2008)

### **Tendencias con la propuesta**

Identificar la comunicación entre los procesos internos para implementar una mejor interconectividad en 48 meses.

### **Análisis del marco teórico**

Es importante la utilización de una adecuada tecnología para interconectar todos los procesos y tener una adecuada comunicación para agilizar las tareas y actividades.

Mora, Suarez (2014)

### **Indicador: Servicios brindados**

#### **Síntesis del resultado**

De la Tabla 5 y Figura 5 podemos indicar que existen 22 empresas, que representa el 55%, que se dedica al rubro de obras de edificación. Lo que se aprecia también es que sólo 6 empresas, que representa el 15%, están en otros rubros. Esto quiere decir que el distrito de Santa Cruz está renovando sus edificaciones en los últimos años, ya que la población cuenta con más ingresos económicos y se están modernizando.

#### **Causales**

Cuyo objeto es brindar los servicios adecuados. Fischer (2005)

- Implementación
- Recursos humanos.
- Recursos económicos.
- Tecnología empleada.
- Servicios de calidad.

#### **Consecuencias**

La mejor calidad en los servicios que brinda la inmobiliaria, trae como consecuencia que se incremente nuestra cartera de clientes y que se cumplan nuestras metas institucionales.

### **Tendencias con la propuesta**

Implantar nuevas tecnologías para poder incrementar la calidad en los servicios brindados en 48 meses

### **Análisis del marco teórico**

Se evidencio que la principal falencia se encuentra en la falta de conocimiento por parte del microempresario, ya que carece de un manejo empresarial al interior de su negocio; por lo tanto, desconoce la tecnología existente en el mercado que se puede implementar en los servicios brindados. Fierro, López (2011)

### **Indicador: Tecnología utilizada**

#### **Síntesis del resultado**

De la Tabla 6 y Figura 6 podemos indicar que existen 26 empresas inmobiliarias, que representa al 65% que no cuenta con tecnología. En contraparte sólo 14 empresas, que representa el 35%, cuentan con tecnología. Esto se debe a que el distrito de Santa Cruz en los últimos años recién está creciendo y aún no se adaptan a los cambios tecnológicos de la época, pero ya algunas empresas están que traen la tecnología a dicho distrito.

#### **Causales**

Cuyo objeto es brindar la tecnología adecuada. Fischer (2005)

- Implementación
- Recursos humanos.
- Recursos económicos.
- Tecnología empleada.



## **Consecuencias**

La tecnología es innovadora en el mercado inmobiliario, ya que así se podría interconectar todos los procesos y realizar las actividades en el menor tiempo y esfuerzo, lo que incrementaría nuestra cartera de clientes.

## **Tendencias con la propuesta**

Implantar nuevas tecnologías existentes en el mercado inmobiliario en 48 meses

## **Análisis del marco teórico**

Se dedujo que existe una gran problemática en el sector inmobiliario, ya que la mayoría de las inmobiliarias carecen de la tecnología adecuada dentro de la organización. Fierro, López (2011)

## **Indicador: Construcciones anuales**

### **Síntesis del resultado**

De la Tabla 10 y Figura 10 podemos indicar que 18 empresas, que representa al 45%, realizan entre 5 a 8 construcciones anuales en promedio. Lo que se aprecia también es que sólo 2 empresas, que representa al 5%, realizan 3 o 4 construcciones anuales en promedio. Esto se debe a que se ha ido mejorando la infraestructura del distrito de Santa Cruz, es por ello que en los últimos años se ha ido evolucionando en la construcción de las edificaciones, por lo que 31 empresas realizan al año más de 5 construcciones, representado en un 77% de las Inmobiliarias.

## **Causales**

Las construcciones de las inmobiliarias se deben a diversos criterios. López (2005)

- Gobierno u organización.
- Economía de la población.
- Rentabilidad de la empresa.

- Políticas formuladas.

### **Consecuencias**

En el ámbito inmobiliario, las construcciones de edificaciones traen prosperidad y progreso a la población, ya que es una forma de incrementar su capacidad adquisitiva y de comodidad. Fischer (2009)

### **Tendencias con la propuesta**

Mejorar la calidad y mejora de vida de la población en un tiempo de 24 meses.

### **Análisis del mercado**

Dentro del mercado inmobiliario, depende de la economía que tenga la empresa para poder construir, ya que es de acuerdo al capital depositado como garantía. Santillan (2012)

### **Indicador: Ventas anuales**

### **Síntesis del resultado**

De la Tabla 11 y Figura 11 podemos indicar que existen 17 empresas con tiempo de servicio entre 1 a 5 años en el distrito de Santa Cruz en el presente año. Lo que se aprecia también es que sólo existen 5 empresas inmobiliarias con tiempo de servicio mayor a 15 años. Esto se debe a que en los últimos años ha ido evolucionando la infraestructura y las actividades económicas en el distrito, es por ello que en los últimos 5 años se ha incrementado la cantidad de empresas del rubro inmobiliario.

### **Causales**

Las ventas anuales se deben a diversos criterios. López (2005)

- Gobierno u organización.
- Economía de la población.
- Rentabilidad de la empresa.

- Políticas formuladas.

### **Consecuencias**

En el ámbito inmobiliario, las ventas anuales dependen de la economía de la población, ya que es una forma de incrementar su capacidad adquisitiva y de comodidad. Fischer (2009)

### **Tendencias con la propuesta**

Mejorar la calidad y mejora de vida de la población en un tiempo de 24 meses.

### **Análisis del mercado**

Dentro del mercado inmobiliario, depende de la economía que tenga la empresa para poder comprar, ya que es de acuerdo al nivel adquisitivo de la población. Santillan (2012)

### **Indicador: Compras anuales**

#### **Síntesis del resultado**

De la Tabla 12 y Figura 12 podemos indicar que existen 14 empresas, que representa al 35%, que compran menos de 4 inmuebles al año. Lo que se aprecia también es que sólo 4 empresas inmobiliarias, que representa al 10%, compran más de 12 inmuebles al año. Esto se debe a que en el distrito de Santa Cruz, aún no hay muchas edificaciones con buena infraestructura, y que pueda significar una rentable ganancia, por eso las empresas inmobiliarias aún no se animan a invertir en la compra de inmuebles masivos.

#### **Causales**

Las compras anuales se deben a diversos criterios. López (2005)

- Gobierno u organización.
- Economía de la población.

- Rentabilidad de la empresa.
- Políticas formuladas.

### **Consecuencias**

En el ámbito inmobiliario, las compras anuales dependen de la economía de la población, ya que es una forma de incrementar su capacidad adquisitiva y de comodidad. Fischer (2009)

### **Tendencias con la propuesta**

Mejorar la calidad y mejora de vida de la población en un tiempo de 24 meses.

### **Análisis del mercado**

Dentro del mercado inmobiliario, depende de la economía que tenga la empresa para poder vender, ya que es de acuerdo al nivel adquisitivo de la población. Santillan (2012)

### **Indicador: Alquileres anuales**

#### **Síntesis del resultado**

De la Tabla 13 y Figura 13 podemos indicar que existen 13 empresas, que representan el 32,5%, que realizan más de 25 alquileres de inmuebles al año. Lo que se aprecia también es que sólo 8 empresas, que representan al 20%, realizan menos de 8 alquileres de inmuebles anuales. Esto quiere decir que las empresas inmobiliarias invierten en el alquiler de inmuebles en donde obtienen un gran porcentaje de sus ganancias, ya que los pobladores de Santa Cruz, alquilan en mayor frecuencia por tiempos cortos los bienes inmuebles.

### **Causales**

Las compras anuales se deben a diversos criterios. López (2005)

- Gobierno u organización.

- Economía de la población.
- Rentabilidad de la empresa.
- Políticas formuladas.

### **Consecuencias**

En el ámbito inmobiliario, los alquileres anuales dependen de la economía de la población, ya que es una forma de incrementar su capacidad adquisitiva y de comodidad. Fischer (2009)

### **Tendencias con la propuesta**

Mejorar la calidad y mejora de vida de la población en un tiempo de 24 meses.

### **Análisis del mercado**

Dentro del mercado inmobiliario, depende de la economía que tenga la empresa para poder alquilar, ya que es de acuerdo al nivel adquisitivo de la población. Santillan (2012)

## **Indicador: Ganancias obtenidas**

### **Síntesis del resultado**

De la Tabla 14 y Figura 14 podemos indicar que existen 16 empresas, que representan al 40%, registran ganancias anuales entre 200 mil a 300 mil soles. También se aprecia también que sólo 7 empresas, que representa al 17,5%, registran ganancias anuales de más de 350 mil soles en promedio. Esto se debe porque el mercado inmobiliario recién está surgiendo, y hay poca demanda en las ventas de inmuebles y construcciones de edificaciones, además por lo que la mayoría es pequeña o mediana empresa y no tienen el capital suficiente para acceder a proyectos grandes.

### **Causales**

Las ganancias obtenidas dependen de ciertos factores externos e internos. Entre las causales están:

- Implementación de estrategias
- Implementación de tecnología.
- Publicidad
- Conocimiento

### **Consecuencias**

Al incrementar las ganancias en el sector inmobiliario, van a surgir empresas más grandes y con grandes tendencias tecnológicas, que servirá para que el sector se encuentre bien posicionado en el mercado.

### **Tendencias con la propuesta**

Identificación de ganancias, necesidades del mercado en un tiempo aproximado de 2 años.

### **Análisis del marco teórico**

Desarrollar nuevas tecnologías en las empresas inmobiliarias, determinará mayores beneficios e ingresos económicos. Poner en práctica las estrategias de planteadas en el presente estudio y análisis de la investigación, para lograr los objetivos propuestos. (López, 2014)

# CONCLUSIONES



## CONCLUSIONES

Se puede concluir que existe una gran influencia de la Tecnología de la Información y Comunicación en el Sector Inmobiliario, ya que actualmente 35 empresas, que representa el 87,5%, entre sus procesos internos están el diseño y abastecimiento. Lo que se aprecia también es que sólo 13 empresas, que representa el 32,5%, tienen en sus procesos la gestión de conocimiento. En la etapa de diseño y abastecimiento se requiere herramientas tecnológicas especializadas, siendo fundamental y de mayor utilidad en las empresas del sector inmobiliario y no hay mucho auge en la tecnología por eso recién están que incorporan en sus procesos la gestión de conocimiento.

Podemos indicar que existen 26 empresas inmobiliarias, que representa al 65% que no cuenta con tecnología. En contraparte sólo 14 empresas, que representa el 35%, cuentan con tecnología. Esto se debe a que el distrito de Santa Cruz en los últimos años recién está creciendo y aún no se adaptan a los cambios tecnológicos de la época, pero ya algunas empresas están que traen la tecnología a dicho distrito.

En el distrito de Santa Cruz, se puede concluir que existen 28 empresas inmobiliarias, que representa al 70% que no cuenta con un sistema especializado. En contraparte sólo 12 empresas, que representa el 30%, que sí cuentan. Esto se debe a que las empresas del sector inmobiliario realizan los procesos de manera empírica, por lo que aún no se adaptan a los cambios tecnológicos.

Se pudo determinar cuatro alternativas de solución empleando las tecnologías de información y comunicación en las inmobiliarias del distrito de Santa Cruz, departamento de Cajamarca, las cuales son: Intercambiar información con el usuario, actualizar los programas computacionales, incrementar las redes que se emplean en el intercambio de información y conocer los beneficios de la banda ancha utilizada, para evitar los cuellos de botella en los procesos.

# **RECOMENDACIONES**

## RECOMENDACIONES

Se recomienda que se implementen programas computacionales para las áreas de diseño y abastecimiento dentro del mercado inmobiliario lo que permita estar bajo los estándares actuales de las inmobiliarias. Además que los empresarios implementen tecnología en la gestión del conocimiento en las empresas del sector inmobiliario del distrito de Santa Cruz, para que se pueda obtener mejor operatividad en sus procesos.

Los dueños de las empresas del sector inmobiliario deben de tomar conciencia de la importancia de la tecnología en este sector, por lo que se recomienda invertir en capacitaciones actualizadas al personal, para la implementación de Sistemas Integrados y de Redes de Banda Ancha, para entregar un mejor producto y tener un control mejor de su cartera de clientes, así como sus necesidades y requerimientos de implementación.

Se recomienda tener un sistema integrado de todos los procesos para que permita una mejor fluidez y comunicación entre todas las áreas de la inmobiliaria, permitiendo tener toda la información de manera oportuna en el momento preciso para que los clientes se sientan respaldados.

Se puede recomendar que las empresas del sector inmobiliario deban de invertir en la implementación de las alternativas de solución: Intercambiar información con el usuario, actualizar los programas computacionales, incrementar las redes que se emplean en el intercambio de información y conocer los beneficios de la banda ancha utilizada, para que puedan tener mayor rentabilidad y que sus clientes se encuentren satisfechos y mejor respaldados.

# **BIBLIOGRAFIA**

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arias, G. (2004). El proyecto de investigación, introducción a la metodología científica. Caracas: Editorial Episteme.  
Disponible en <https://es.slideshare.net/vcorreabalza/fidias-g-arias-el-proyecto-de-investigacin-5ta-edicin-edicin-edicin>
- Bello, L. & Vásquez, R. & Trespacios, J. (2010). Investigación de mercado y estrategia de marketing. Madrid: Editorial Civitas.  
Disponible en [https://www.uam.es/personal\\_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso\\_10/ENCUESTA\\_Trabajo.pdf](https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso_10/ENCUESTA_Trabajo.pdf)
- Cabanellas, G. (2014). Cuatro generales, 10(4), 80-85.  
Disponible en <http://www.encyclopedi juridica.biz14.com/d/comisi%C3%B3n.htm>
- Cabero, L. (2016). Nuevos retos en la tecnología. Lima: Síntesis.  
Disponible en <https://www.uv.es/~bellochc/pdf/pwtic1.pdf>
- Campos, N. (2006). Acceso y uso de Tecnologías de Información en Empresas Constructoras de la ciudad de Valdivia, Universidad Austral, Chile.  
Disponible en <http://cybertesis.uach.cl/tesis/uach/2006/bmfcic198a/doc/bmfcic198a.pdf>
- Carbonel, B. (2010). Viabilidad del Proyecto Inmobiliario Edificio La Esmeralda 132 San Borja. Lima: Grupo Planeta.  
Disponible en [http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/9186/Carbonel\\_Lozada\\_Viabilidad\\_Del\\_Proyecto\\_Inmobiliario\\_Edificio\\_La\\_Esmeralda.pdf?sequence=6&isAllowed=y](http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/9186/Carbonel_Lozada_Viabilidad_Del_Proyecto_Inmobiliario_Edificio_La_Esmeralda.pdf?sequence=6&isAllowed=y)

- Castells, M. (2003). La ciudad informacional: Tecnologías de la Información, reestructuración económica y el proceso urbano - regional. Madrid: Alianza Editorial. 1995.  
Disponibile en <https://www.uv.es/bellohc/pedagogia/EVA1.pdf>
- Caushi, M. (2015). Sistemas Integrados de Gestión para la Corporación Ejecutora de Obras CEDOSAC, Universidad de Lima, Perú.  
Disponibile en <https://es.scribd.com/document/119021192/Tesis-Sistemas-Integrados-de-Gestion-para-la-Construccion-del-Edificio-Independencia+&cd=2&hl=es&ct=clnk&gl=pe>
- Cobo, J. (2011). Benchmarking sobre las definiciones de las TICs en la sociedad del conocimiento. 14, 295-318.  
Disponibile en <http://cmapspublic3.ihmc.us/rid=1MNM63T42-7YHX0S-5XD/zer27-14-cobo.pdf>
- Daleske, C. (2012). Modelos de Empresa Inmobiliaria. Cataluña: Dialnet.  
Disponibile en <https://infoautonomos.eleconomista.es/ideas-de-negocio/modelos-de-negocio-en-internet/>
- De la Cruz, K & Parodi, H. (2013). Análisis situacional de las tecnologías de información aplicadas a los procesos operativos del sector construcción en el Perú. Universidad de Ciencias Aplicadas, Perú.  
Disponibile en <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/301243>
- Díaz, J. (2009). Un modelo institucional para la elaboración de cursos en línea. 30(18), 12-16  
Disponibile en <https://www.feandalucia.ccoo.es/docu/p5sd4921.pdf>

- Fernández, F. (2013). Organización Social. 75(25), 26-35.  
Disponible en [www.Dialnet-GestiónDeRecursosHumanosenfoqueSistemicoEnUna Persp-2238239.pdf](http://www.Dialnet-GestiónDeRecursosHumanosenfoqueSistemicoEnUna Persp-2238239.pdf)
- Ferrell, O. & Hirt, G. (2004). Introducción a los negocios informáticos. Colorado: Learnen Center.  
Disponible en [http://highered.mheducation.com/sites/9701039424/information\\_center\\_view0/o\\_\\_c\\_\\_ferrell.html](http://highered.mheducation.com/sites/9701039424/information_center_view0/o__c__ferrell.html)
- Genoud, A. (2002). Empresas tecnológicas en el sector financiero. Madrid: Coolhunting Community.  
Disponible en <https://www.itespresso.es/nuevas-tecnologias-revolucionan-mercado-inmobiliario-153744.html>
- Gil, E. (2002). Identidad y Nuevas Tecnologías. 20(2), 13-15.  
Disponible en <https://es.wikipedia.org/wiki/Usuario:Reyesfroi/Taller>
- Graells, E. (2000). Investigación didáctica y multimedia del departamento de Pedagogía Aplicada a la Universidad Autónoma de Barcelona. 15(5), 54-68.  
Disponible en <https://tecnologymao92.weebly.com/concepto-de-las-tics.html>
- Hernández, R. (2010). Metodología de la investigación (Quinta Edición). México: McGraw Hill Educación.  
Disponible en <http://www.redalyc.org/pdf/440/44015082010.pdf>
- Jiménez, J. (2013). Cuestión de tiempo. Mendoza: Editorial Norma.  
Disponible en <https://www.gestiopolis.com/concepto-tecnologia/>
- Karamcme, E. & Parijs, J. (2016). 5 factores económicos que influyen en el mercado inmobiliario. Madrid: SEANEST  
Disponible en <https://www.seanest.com/blog/factores-economicos-influyen-mercado-inmobiliario>



- Lahuerta, L. (2015). Modelo de Tecnologías de la Información y la Comunicación en una Empresa Constructora. 85(26), 125-139.

Disponible en <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/57343/Modelo%20de%20tecnolog%C3%ADas%20de%20la%20informaci%C3%B3n%20y%20la%20comunicaci%C3%B3n%20en%20una%20empresa%20constructora.%20Jorge%20Lahuerta%20amat.pdf?sequence=1>
- López, E. (2017). Social Media Marketing. Catalunya: Debate.

Disponible en <https://blogprofesional.fotocasa.es/redes-sociales-sector-inmobiliario/>
- Ministerio de Economía y Finanzas. (2016). Problemática en las inmobiliarias, 31(9), 10-15.

Disponible en [https://www.cnc.gob.pe/images/cnc/LAvance\\_12\\_13/archivos/Lineamientos\\_CTI.pdf](https://www.cnc.gob.pe/images/cnc/LAvance_12_13/archivos/Lineamientos_CTI.pdf)
- Monfort, R. (2015). Impacto del BIM en la Gestión del Proyecto y Obra de Arquitectura. Valencia: Debate.

Disponible en <https://riunet.upv.es/handle/10251/55227>
- Muñoz, C. (2018). Mercado Inmobiliario: la hora de asumir cambios. Madrid: Funds&Markets.

Disponible en <https://dirigentesdigital.com/articulo/tecnologia/63180/tecnologias-marcaran-mercado-inmobiliario.html>
- Nuñez, P. (2015). Inmobiliarias en el Perú. Lima: Ciudadaris.

Disponible en <http://www.ciударis.com/blog/que-es-una-inmobiliaria/>

- Ochoa, H. & Cordero, J. (2003). Las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación, 9, 132-145.  
Disponibile en [www.Dialnet-TecnologiaDeInformacionYComunicacionParalasOrganiz-3217615%20\(1\).pdf](http://www.Dialnet-TecnologiaDeInformacionYComunicacionParalasOrganiz-3217615%20(1).pdf)
- Orduz (2011). Nuevos modelos de negocio alrededor de las TIC. Bogotá: Colombia Digital.  
Disponibile en <http://www.dii.uchile.cl/~ceges/publicaciones/ceges29.pdf>
- Osorio, J. (2008). La burbuja inmobiliaria. San Salvador: Departamento de Investigación Económica y Financiera.  
Disponibile en <http://www.bcr.gob.sv/bcrsite/uploaded/content/category/1910288814.pdf>
- Perez, J. & Gardey, A. (2014). Características del sector inmobiliario. Buenos Aires: Debate.  
Disponibile en <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/9255/tesis348.pdf;jsessionid=4DB886BCA0D2CFF81B6341AB788E5030?sequence=1>
- Pichón, R. (2012). Diccionario de Sicología Social. Buenos Aires: Editorial Visión.  
Disponibile en <https://www.apuntesgestion.com/b/concepto-de-comunicacion/>
- Quesnay, F. (1776). Tabla económica. 86(22), 1-55.  
Disponibile en <https://books.google.com.pe/books?id=Jps2DwAAQBAJ&pg=PA113&lpg=PA113&dq=Es+la+regla+de+conducta+fundamental+que+consiste+en+conseguir+la+mayor+satisfacci%C3%B3n+con+el+menor+gasto+o+fatiga.&source=bl&ots=clik9fxmOO&sig=hMEaUZgWmAvAE1ACnepk9cLyyoE&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjJodew6bvbAhUixVkJHf8KB0UQ6AEIJjAA#v=one>

page&q=Es%20la%20regla%20de%20conducta%20fundamental%20que%20co  
nsiste%20en%20conseguir%20la%20mayor%20satisfacci%C3%B3n%20con%2  
0el%20menor%20gasto%20o%20fatiga.&f=false

- Quijano, S. (2006). Dirección de Recursos Humanos y Consultoría en las Organizaciones. Lima: Editorial ICARIA.  
Disponible en <https://www.gestiopolis.com/que-es-consultoria/>
- Rawls, J. (2010). Teoría de la Justicia. Lexington: The Cambridge Companion.  
Disponible en <http://universitas.idhbc.es/n11/11-08.pdf>
- Roblizo, H. & Cózar, L. (2015). Usos y competencias en TIC. Albacete: Almud.  
Disponible en <https://upo.es/revistas/index.php/IJERI/article/download/1703/1559>
- Rodríguez, B. (2010). Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa. Neiva: Universidad SurColombiana  
Disponible en [http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/eal/metodologia\\_cuantitativa.html](http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/eal/metodologia_cuantitativa.html)
- Salinas, C. (2014). Propuesta de metodología para la implementación de la Tecnología BIM en la Empresa Constructora e Inmobiliaria IJ PROYECTA. Universidad de Ciencias Aplicadas, Perú.  
Disponible en <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/617477>
- Sheldon, C. (2004). La vida según Sheldon. Barcelona: Timun Mas.  
Disponible en <http://www.monografias.com/trabajos94/las-organizaciones/las-organizaciones.shtml>
- Soluciones Prácticas (2015). Innovaciones Tecnológicas en América Latina. 20(4), 2-5.  
Disponible en <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-170-26.htm>

- Soriano, J. (2014). La burbuja inmobiliaria: Causas y consecuencias. Barcelona: Marcial Pons.  
Disponible en <https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099.1/25428/Trabajo%20completo.pdf>
- Standing, G. (2013). Precariado: Una nueva clase social. Pasado y presente. Madrid: Editorial Círculo.  
Disponible en <http://www.redalyc.org/pdf/305/30538546015.pdf>
- Thompson, A. & Strickland, L. (2004). Administración estratégica: Textos y casos. México: Mc Graw Hill Interamericana.  
Disponible en [www.Dialnet-TecnologíasDEInformacionYComunicacionParaLas Organizaciones/3217615%20\(2\).pdf](http://www.Dialnet-TecnologíasDEInformacionYComunicacionParaLas Organizaciones/3217615%20(2).pdf)
- Torres, P. (2017). El asesor inmobiliario perfecto. Veracruz: CRM Inmobiliaria.  
Disponible en <http://www.circuloinmobiliario.pe/services2.html>
- Valente, F. (2011). Hacia un nuevo modelo del sector inmobiliario, sostenible y competitivo. Lima: PricewaterhouseCoopers.  
Disponible en <http://tecnicoinmobiliario.blogspot.com/2011/01/modelos-de-inmobiliaria.html>
- Vivancos, L. (2013). Tecnologías de la Información y Comunicación: Evolución del concepto y características, 6, 218-2  
Disponible en <https://upo.es/revistas/index.php/IJERI/article/download/1703/1559>

# **ANEXOS**

ANEXO N° 1:

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título	Problema	Objetivos	Hipótesis	Variable	Técnica
Influencia de las Tecnologías de Información y Comunicación en el sector inmobiliario del distrito de Santa Cruz	¿En qué medida influyen las TIC en el sector inmobiliario en la ciudad de Santa Cruz?	<p><b>Objetivo general:</b></p> <p>Determinar y explicar la influencia que tiene el uso de las TIC en los diferentes procesos del sector inmobiliario en la provincia de Santa Cruz, para el planteamiento de alternativas de solución.</p>	<p>El empleo de las Tecnologías de Información y Comunicación influye positivamente en la optimización de costos, comunicación, atención al cliente en las empresas inmobiliarias del Distrito de Santa Cruz.</p>	<p><b>Variable independiente:</b></p> <p>Tecnologías de Información y Comunicación.</p>	Encuesta
		<p><b>Objetivos específicos:</b></p> <p>Identificar las tecnologías de información y comunicación existentes en el sector inmobiliario a nivel local.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Analizar la situación tecnológica referente a las empresas inmobiliarias en la provincia de Santa Cruz, departamento de Cajamarca.</li> <li>• Determinar alternativas de solución empleando las TIC en las inmobiliarias del distrito de Santa Cruz.</li> </ul>		<p><b>Variable dependiente:</b></p> <p>Sector inmobiliario.</p>	

## ANEXO N° 2:

### ENCUESTA

El objetivo de la presente encuesta se realizar con la finalidad de determinar el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación en el Sector Inmobiliario del distrito de Santa Cruz. Esto nos ayudará a desarrollar un proyecto de investigación en este sector.

**Nombre de la empresa:**

---

**Marca con una (X) la respuesta que considere correcta:**

1. **¿Cuántos años lleva funcionando la empresa?**
  - a. De 1 a 5 años
  - b. De 6 a 10 años
  - c. De 10 a 15 años
  - d. De 15 a más años
2. **¿Cómo está clasificada la empresa?**
  - a. Pequeña
  - b. Mediana
  - c. Grande
3. **¿Qué tipo de procesos existen en la empresa? Respuesta Múltiple**
  - a. Diseño.
  - b. Abastecimiento.
  - c. Planificación y construcción.
  - d. Gestión de conocimiento.
  - e. Interoperabilidad.
4. **¿Qué nivel de comunicación existe entre las áreas de la empresa?**
  - a. Excelente
  - b. Bueno
  - c. Regular
  - d. Malo
5. **¿Qué servicios ofrece la empresa? Respuesta Múltiple**
  - a. Obras de edificación
  - b. Construcción civil
  - c. Construcción industrial
  - d. Asesoría
  - e. Compra y venta de Inmuebles
  - f. Alquiler de Inmuebles
  - g. Otros  
(Especificar).....
6. **¿Utiliza la tecnología en sus servicios?**
  - a. Sí.
  - b. No.  
¿Por qué?  
\_\_\_\_\_
7. **¿Cuenta con un sistema especializado para sus procesos?**
  - a. Sí.
  - b. No.  
¿Por qué?  
\_\_\_\_\_

- 8. ¿Qué tipo de tecnología usa en la comercialización?**
- a. Comercio electrónico
  - b. Business to consumer
  - c. Business to business
  - d. Telefonía móvil
  - e. Ninguna
- 9. ¿Qué programas utiliza en los procesos internos?**
- a. Autocad
  - b. SAP 2000
  - c. Tekla
  - d. Solid Edge
  - e. RHINO 7
  - f. Microsoft Project
  - g. Microsoft Excel
  - h. Otros (Especificar):  
\_\_\_\_\_
- 10. ¿Cuál es el número de construcciones realizadas por año?**
- a. Menor de 3 construcciones.
  - b. Entre 3 a 4 construcciones.
  - c. Entre 5 a 8 construcciones.
  - d. Más de 8 construcciones.
- 11. ¿Cuántas ventas ha realizado por año?**
- a. Menor de 4 ventas.
  - b. Entre 4 a 7 ventas.
  - c. Entre 8 a 12 ventas.
  - d. Más de 12 ventas.
- 12. ¿Cuántas compras ha realizado por año?**
- a. Menor de 4 compras.
  - b. Entre 4 a 7 compras.
  - c. Entre 8 a 12 compras.
  - d. Más de 12 compras.
- 13. ¿Cuántos alquileres ha realizado por año?**
- a. Menor de 8 alquileres.
  - b. Entre 8 a 14 alquileres.
  - c. Entre 15 a 25 alquileres.
  - d. Más de 25 alquileres.
- 14. ¿A cuánto asciende su ganancia anual?**
- a. Más de 350 mil soles
  - b. Entre 300 mil a 350 mil soles
  - c. Entre 200 mil a 300 mil soles
  - d. Menos de 200 mil soles