

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

UNITEC

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y

SOCIALES

INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL

GAUDÍ HOUSE

SUSTENTADO POR:

JENNIFER JULIETH ARAUZ ORTIZ

11611137

PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL Y DE

NEGOCIOS

TEGUCIGALPA, M.D.C

HONDURAS, C.A

MARZO, 2020

DERECHOS DE AUTOR

© Copyright 2020
JENNIFER JULIETH ARAUZ ORTIZ

Todos los derechos son reservados.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por haberme dado la oportunidad de poder estudiar en una universidad, por darme la fuerza, valentía y sabiduría para poder culminar una de mis primeras metas, por abrirme puertas en donde parecía imposible.

Agradezco a la empresa Gaudí House por la disponibilidad que me brindaron desde un principio y poder realizar mi práctica profesional en una de las diez mejores inmobiliarias de Barcelona, gracias al Director General de la agencia Carlos Caño por la amabilidad, respeto y compromiso que ha mostrado durante mi periodo de práctica, así mismo agradezco a cada empleado de la empresa que se tomó el tiempo de enseñarme cada proceso del funcionamiento de la empresa, sobre todo agradezco a mi encargada de práctica Mettu, que me brindó la oportunidad de trabajar junto a ella de una forma muy responsable y perfeccionista, a Nuria, Rocio, Melanie y Judit que son parte del departamento de alquiler al cual fui asignada.

Es un gran honor para mí haber trabajado con personas muy profesionales en su área, muy amables y simpáticas que me dieron la confianza de sentirme parte de la empresa y de ellas.

Agradezco a mis padres y hermanos por el apoyo incondicional que he recibido de ellos y les dedico este logro y esfuerzo, también agradezco eternamente mis madrinas Jessica y Claire Milligan por haberme dado la oportunidad de estudiar en la universidad, así mismo agradezco en general a toda familia que estuvo a mi lado apoyandome para poder culminar esta meta, los amo.

Jennifer Julieth Arauz Ortiz

CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO.....	VII
<i>CAPÍTULO I: GENERALIDADES</i>	<i>1</i>
1.1 Objetivo General	1
1.2 Objetivos Específicos	1
1.3 Datos Generales de la Empresa	1
1.3.1 Misión.	2
1.3.2 Visión.	2
1.3.3 Valores.	2
<i>CAPÍTULO II: ACTIVIDADES REALIZADAS EN GAUDÍ HOUSE.....</i>	<i>8</i>
2.1 Apertura de la Agencia.....	8
2.2 Organizar Emails de los clientes.....	8
2.3 Realizar informes de los horarios diarios y mensuales.....	9
2.4 Realizar informe semanal de visitas y llamadas	11
2.5 Organizar visitas de alquiler	12
2.6 Realizar las reservas de alquiler	14
2.7 Preparar contratos de alquiler	14
2.8 Registrar fianzas en INCASOL	15
2.9 Archivar en la base de datos.....	17

2.10 Registrar facturas trimestrales.....	17
<i>CAPÍTULO III: ACTIVIDADES DE MEJORA</i>	<i>18</i>
3.1 Situación actual.....	18
3.2 Propuesta de Mejora: Captación de clientes propietarios e inquilinos.	19
3.3 Impacto de la propuesta de mejora	27
<i>CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</i>	<i>32</i>
4.1 Conclusiones.....	32
4.2 Recomendaciones.....	33
BIBLIOGRAFÍA.....	34
GLOSARIO	35
ANEXOS	37

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Team Gaudí House.....	2
Ilustración 2. Organigrama Gaudí House.....	4
Ilustración 3. Base de datos, comercial Nuria.....	9
Ilustración 4. Programa CrossChex Standard, registro de horario.....	10
Ilustración 5. Control horarios diarios.....	10
Ilustración 6. Informe semanal de visitas y llamadas.....	11
Ilustración 7. Correo de informe semanal de visitas y llamadas.....	12
Ilustración 8. Drive con información de los pisos.....	13
Ilustración 9. Planning de los comerciales.....	13
Ilustración 10. Página web que brinda referencia catastral y código postal.....	15
Ilustración 11. Página web para calcular el valor estimado de un piso.....	15
Ilustración 12. Registro de fianza en Incasol.....	16
Ilustración 13. Registro fianza Incasol.....	16
Ilustración 14. Registro en Google Ads.....	20
Ilustración 15. Objetivo publicitario.....	21
Ilustración 16. Descripción de la empresa.....	21
Ilustración 17. Elección de zonas.....	22
Ilustración 18. Palabras claves.....	23

Ilustración 19. Ejemplo de anuncio propietario e inquilinos, si seleccionaron página web.....	23
Ilustración 20. Ejemplo de anuncio propietarios e inquilinos, si seleccionaron llamadas.....	24
Ilustración 21. Ejemplo anuncio inquilino.....	24
Ilustración 22. Presupuesto diario y mensual.....	25
Ilustración 23. Presupuesto diario y mensual de la segunda opción seleccionada.....	25
Ilustración 24. Método de pago.....	26
Ilustración 25. Método de pago.....	26
Ilustración 26. Cálculo del costo de la propuesta.....	27
Ilustración 27. Recopilación de la actividad de mejora.....	29
Ilustración 28. Costo beneficio.....	29

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Entrevista sobre la revista Gaudí House News, método tradicional de captación de clientes utilizado por la empresa.....	37
Anexo 2. Logo Gaudí House.....	37
Anexo 3. Revista Gaudí House News.....	38
Anexo 4. Revista Gaudí House News.....	38
Anexo 5. Revista Gaudí House News.....	38
Anexo 6. Página web Gaudí House.....	39
Anexo 7. Pisos de alquiler y venta Gaudí House.....	39
Anexo 8. Pisos de alquiler y venta Gaudí House.....	40
Anexo 9. Blog Gaudí House.....	40
Anexo 10. Consejos de alquiler.....	41
Anexo 11. Personal y dos practicantes de Unitec en Gaudí House.....	41
Anexo 12. Top 10 mejores inmobiliarias en Barcelona.....	42
Anexo 13. Top 10 mejores inmobiliarias en Barcelona.....	42

RESUMEN EJECUTIVO

Gaudí House es una empresa dedicada al sector inmobiliario, especialistas en alquiler y ventas, pero también ofrecen otros servicios que incluyen reformas, asesores financieros, departamento de arquitectura, administración, garantía de alquiler, abogados y fotógrafos lo que la hace diferenciarse de las demás inmobiliarias de Barcelona por brindar servicios 360 para los pisos, en todo el ámbito metropolitano, convirtiéndose en una de las inmobiliarias líderes de Barcelona.

Durante la práctica profesional en la empresa Gaudí House se tuvo la oportunidad de desempeñarse en el área administrativa del departamento de alquiler en el cual se realizaron diversas actividades en las cuales se incluían desde preparación de documentos internos de la empresa tales como contratos de alquiler, reservas de pisos, elaboración de informes semanal y mensual, registro de fianzas en Incasol que es como el depósito de los pisos alquilados hasta el servicio al cliente con personas de diferentes países del mundo.

La propuesta consiste en mejorar la captación de clientes propietarios e inquilinos haciendo uso de Google Ads que es de los métodos más efectivos, con el propósito de posicionarse en los primeros resultados de búsqueda y así facilitar la búsqueda del producto que en este caso son los pisos ya sea de alquiler o ventas. Gracias a la implementación de la propuesta la empresa obtendrá mayores visitas en la página web logrando así llegar a más posibles clientes por lo tanto aumentará la cartera de clientes y del producto.

CAPÍTULO I: GENERALIDADES

1.1 Objetivo General

Proponer a Gaudí House la implementación de un nuevo método que ayude a mejorar la captación de clientes propietarios e inquilinos.

1.2 Objetivos Específicos

1.2.1 Investigar los métodos más efectivos que existen para la captación de clientes.

1.2.2 Elaborar una propuesta que consiste en mejorar la captación de clientes propietarios e inquilinos.

1.2.3 Realizar un análisis sobre el impacto de la propuesta de mejora presentada.

1.3 Datos Generales de la Empresa

Gaudí House es una empresa que recibe día a día, a cientos de clientes que buscan comprar o alquilar su piso en Barcelona, así como a todos los propietarios que visitan las oficinas en busca del mejor asesoramiento para su patrimonio. La empresa comenzó hace 15 años en el sector y desde Sagrada Familia han alcanzado a brindar servicios de alquiler y venta en todo el ámbito metropolitano, convirtiéndose en una de las inmobiliarias líderes de Barcelona.

Cuenta con un equipo estable, interdisciplinario y en constante proceso de formación, que los atenderá de manera profesional, en un ambiente de trabajo cálido y alegre donde seguro “se le hará sentir como en casa”.

Se brinda un servicio de 360° para que el cliente no tenga que ocuparse de nada. Departamento jurídico, arquitectos, asesores financieros, fotógrafos, reformistas, interioristas y los mejores asesores inmobiliarios con años de experiencia en el sector a su servicio.

Con un fuerte énfasis en el marketing digital y en mantener un equipo de excelencia se han posicionado como una de las **inmobiliarias de Barcelona Top 10** y siguen creciendo gracias a la confianza de los clientes. (**Gaudí House Blog, s. f.**)

En la siguiente ilustración se puede apreciar el personal de la empresa.



Ilustración 1: Team Gaudí House

Fuente: Gaudí House Web

1.3.1 Misión.

No cuentan con misión.

1.3.2 Visión.

No cuentan con visión.

1.3.3 Valores.

- **Positivo:** Se cuenta con empleados que cada día demuestran una actitud positiva ante cualquier situación que se pueda presentar.
- **Apasionado:** Los empleados toman la empresa como parte de ellos.
- **Amable:** Cada uno de los empleados desde un principio transfieren confianza y un trato amable tanto con los compañeros de trabajo y con los clientes.

- **Honesto:** En la empresa se refleja la honestidad ya que todos los empleados tienen acceso a recibir dinero por parte de los clientes, ya sea por una reserva, una liquidación de un piso, entre otros.
- **Trabajador:** Se cuenta con empleados que trabajan más de 8 horas diarias y si un día necesitan hacer horas extras para terminar un proceso lo hacen.
- **Puntual:** La puntualidad es algo que caracteriza a cada uno de los empleados de la empresa, cada uno de ellos respetan el horario de entrada, receso y salida.
- **Mágico:** Se puede decir que uno de los valores de la empresa es que es mágica ya que no solo ofrece el servicio de alquiler y ventas, sino que ofrece un servicio 360 es decir un servicio completo que incluye servicios de administración, fotógrafos, arquitectura, abogados y más.
- **Responsable:** Los empleados son responsable en cuanto a su trabajo cada uno dedica el tiempo necesario para cumplir con cada una de las tareas asignadas, trabajan de una manera perfeccionista y tratan de eliminar o evitar el más mínimo error.
- **Perseverante:** Cada día es un reto para Gaudi House ya que se reciben clientes de diferentes partes del mundo y de diferentes personalidades, algunos amables y otros no amables, pero eso no impide a que los empleados perseveren en brindar un mejor servicio al cliente.
- **Brillante:** La empresa se ubica en el top 10 de las mejores inmobiliarias de Barcelona.
- **Innovador:** Es una empresa que se mantiene en constante innovación, tanto en servicios como en la modificación de la página web.

1.3.4 Tipo de Estructura

La estructura organizacional de Gaudí House es una estructura funcional, esta hace referencia a la agrupación de puestos de acuerdo con las funciones realizadas, los equipos son agrupados por especialistas (Marketing, Administración, Ventas, etc.).
(SlideShare estructura y diseño, s. f.)

En ilustración 2 se puede apreciar el organigrama de Gaudí House, en el párrafo anterior se explica que tipo de estructura se identifica.



Ilustración 2: Organigrama Gaudí House

Fuente: Gaudí House, documentos internos

1.3.5 Productos y/o Servicios.

- a. Compra / Ventas de pisos
- b. Alquiler de pisos
- c. Administración de pisos

Servicios Ventas:

- Asesoramiento jurídico, financiero y arquitectónico para todos los clientes sin cargo alguno. Los asesores fiscales calcularán gastos de plusvalía e incremento de patrimonio, y los arquitectos tramitarán por el cliente el certificado energético, la cédula de habitabilidad, planos de posibles reformas y presupuesto orientativos. Todo a cargo de Gaudí House para facilitar el proceso de venta.
- Autorizaciones de venta
- Valoraciones de pisos reales, apoyados en programas estadísticos, sin ningún cargo ni compromiso.
- Honorarios ajustados y negociables.
- Fotógrafos profesionales y publicaciones Premium de todos los anuncios en los principales portales inmobiliarios.
- Importante Newsletter con más de 96 mil clientes potenciales y la nueva revista barrial donde los clientes pueden acceder a su anuncio.
- Golden Visa, se trabaja con una importante cartera de clientes internacionales extracomunitarios que deben realizar una fuerte inversión de España para obtener la ciudadanía. Se trae a los clientes desde origen, los llevan a visitar la cartera y se encargan de gestionar la documentación.
- Home Staging, puesta a punto de su piso para la venta. Se retiran muebles, se pintan, se coloca iluminación, muebles y se decoran para que el piso aumente su valor y pueda publicitarse de la mejor manera.

Servicios Alquiler y Administración:

- Gestionan y administran el inmueble, así el cliente no tiene que ocuparse de nada.
- Resuelven las incidencias que puedan presentarse en el día a día y sólo se le molesta al cliente si es una causa mayor.
- Efectúan un estudio financiero de viabilidad y solvencia de los arrendatarios con carácter previo a la firma del contrato, con acceso a registros de morosos y búsqueda de antecedentes en el fichero de inquilinos morosos (FIM).
- Se ocupan de todos los trámites necesarios para el ingreso de la fianza en el Incasol y su recuperación una vez queda rescindido el contrato de alquiler. También se encargan del trámite y gestión del impuesto de transmisiones patrimoniales (ITP) en la agencia tributaria.
- Reclamación y gestión de deudas extrajudiciales bajo el aviso de una inminente actuación judicial en supuestos de demoras o impagos.
- Reclamación judicial por daños o desperfectos causados en la vivienda alquilada. (Se incluye el asesoramiento, los gastos de abogado y gestión completa del expediente encomendado, con inclusión de solicitud de costas judiciales).
(Servicios de Administración, s. f.)

Garantía de Alquiler:

- En caso de impagos, garantizan el cobro del alquiler desde el minuto 1 y hasta 12 mensualidades, asumiendo todas las costas judiciales que se puedan ocasionar, como el abogado o el procurador.
- Demanda judicial de desahucio. Se incluye el asesoramiento, los gastos de abogado y gestión completa del expediente encomendado, con inclusión de solicitud de costas judiciales.

- Realizar un informe de valoración del arrendamiento de la vivienda conforme con su tipología, ubicación, estado de conservación y situación de mercado a la fecha de elaboración del mismo.
- Preparar la documentación y redactar los contratos de arrendamientos necesarios.
- Localizar un nuevo arrendatario, en caso de incumplimiento del contrato por parte del arrendatario inicial durante el primer año de vigencia del mismo.

Departamento de Alquiler.

Gaudí House es una empresa que cuenta con cuatro departamentos los cuales son: departamento de alquiler, departamento de venta, departamento de marketing y departamento de arquitectura.

El departamento asignado es el departamento de alquiler en el área administrativa.

Dicho departamento es como una agencia especializada en alquiler en Barcelona. Actualmente cuentan una cartera de más 1.000 pisos que, por un lógico proceso de rotación, les permite ofrecer permanentemente una importante cartera de pisos acorde a las expectativas de los clientes. Su gran cartera de pisos en alquiler les asegura que casi cualquier cliente que busca un piso de alquiler en Barcelona termine pasando por su oficina.

CAPÍTULO II: ACTIVIDADES REALIZADAS EN GAUDÍ HOUSE

En este capítulo se enlistan y detallan las actividades realizadas durante el periodo de la práctica profesional. A continuación, se describen de acuerdo con el orden cronológico en que cada una fue realizada.

2.1 Apertura de la Agencia

La apertura de la agencia se realiza con la mayor responsabilidad ya que conlleva la puntualidad para abrir la agencia a la hora establecida, así mismo desactivar la alarma de la agencia, revisar el planning del director general y enviar un mensaje vía WhatsApp detallando las actividades agendadas del día, asegurarse de que todos los ordenadores estén encendidos y en orden para cuando lleguen el resto de los compañeros.

2.2 Organizar Emails de los clientes

La agencia hace uso de tres portales que son idealista, habitalia, y fotocasa más la página web para la publicación de los pisos disponibles para alquiler en el cual se detallan las características y condiciones de cada piso, cada mañana y tarde se reciben más de seiscientos correos de clientes solicitando información de pisos en el caso de los días sábado y domingo como no son días laborales entonces por lo general los lunes o cuando hay días festivos de tres o más días se reciben hasta un máximo de 1,000 correos, para los cuales tres asesoras o comerciales de alquiler tienen asignado un número inicial de referencia (6, 5, y 4) estos se clasifican por número de referencia y se pasa la información al drive de cada asesora, cada una cuenta con un formato de excel para registrar la información y así mismo se clasifica de que portal es cada correo, como se muestra en la ilustración 3.

En la siguiente ilustración se puede apreciar la base de datos de la comercial o asesora Nuria, en la cual son registrados todos los correos de los clientes que solicitan información de los pisos para proceder a contactarlos y agendar las visitas.

	FUENTE	NOMBRE	TELEFONO	EMAIL	ESTADO	CONSEGUIDA POR	COMENTARIO
1							
2							
3							
4							
5							
6							
7							
8							
9							
10							
11							
12							
13							
14							
15							
16							
17							
18							
19							
20							
21							
22							
23							
24							
25							
26							
27							
28							
29							
30							
31							
32							
33							
34							
35							
36							
37							
38							
39							
40							
41							
42							
43							
44							
45							
46							
47							
48							
49							
50							
51							
52							
53							
54							
55							
56							
57							
58							
59							
60							

Ilustración 3: Base de datos, comercial Nuria

Fuente: Departamento de Alquiler C-R

2.3 Realizar informes de los horarios diarios y mensuales

Se hace uso del programa CrossChex Standard para registrar las horas fichadas o marcadas por cada empleado para lo cual cada día se debe actualizar la base de datos e ir añadiendo los horarios del día anterior, la hora de entrada para los empleados era a las 9:30am por lo cual se marcan en rojo las horas pasadas después de la hora asignada, como puede llegar a ser usual ya sea por olvido o porque no tuvieron tiempo de fichar estas casillas se marcan de color azul. Cada último día del mes se realiza un informe mensual en el cual se registran las horas de las semanas totales del mes, para esto se deben multiplicar los días trabajados por ocho horas diarias el cual el total debe cuadrar con el total de horas trabajadas, calcular un promedio y finalmente imprimir y adjuntar la hoja de nóminas de cada empleado las cuales se entregan al director de la agencia ya firmadas por los empleados.

En la siguiente ilustración se puede apreciar el programa que se utiliza en la empresa para registrar los horarios de los empleados, ellos fichan mediante un aparato digital.

The screenshot shows the 'CrossChex Standard' application window. At the top, there are menu options: Configuración, Usuarios, Dispositivos, Registros, Asistencia, Datos, Ayuda. Below the menu is a search bar with 'Fecha Inicio' set to 07/02/2020 and 'Fecha Fin' also set to 07/02/2020. There are also options for 'Formato de exportación' (Planilla de Excel(*.xls)) and 'Campos de exportación' (ID de usuario; Fecha/Hora; Dispositivo). A table below displays the following columns: Usuario Nro., ID de usua., Nombre, Fecha/Hora, Registro, Tipo de registro, Dispositivo, Número de se, Nombre del dispo, Departamento, Posición, Código de tari, Código de identi, Identificación, and Ab. The table contains 24 rows of data for various employees like MELANIE, ROCIO, NURIA, TOMAS, ANDRES, SEBAS, JENNIFER, DASHA, and DASHA, with their respective check-in/out times and device IDs. At the bottom, it shows 'Sesión de usuario [ADMIN]', 'Versión del software [4.2.0.0]', 'ANVZ Global, Inc.', and the date '2020-02-10 lunes 09:28:31'.

Ilustración 4: Programa CrossChex Standard, registro de horario

Fuente: Departamento de Alquiler C-R

En las siguiente ilustración se puede observar el control de horarios diarios de empleados.

The screenshot shows an Excel spreadsheet titled 'Listado Resumen mensual del registro de jornada (completo)'. The spreadsheet lists employee names in column A (rows 9-31) and their work schedules in columns B through G. The columns are: DIA, HORA ENTRADA MAÑANA, HORA SALIDA MAÑANA, HORA ENTRADA TARDE, HORA SALIDA TARDE, and SUMA DE HORAS ORDINARIAS. The data shows daily work hours for employees like METTU, DASHA, NURIA, MELANIE, ROCIO, TOMAS, ANDRES, and SEBAS across the month of February. For example, METTU on Feb-09 has an entry at 8:21:00 and exit at 16:00:00, resulting in 7:39:00 hours. The spreadsheet also includes a header section with company information: Empresa: Gaudi House, C.I.F./N.I.F.: 46688602, Centro de Trabajo: C.C.C., and Affiliation: Més y Més, feb-20.

Ilustración 6: Informe semanal de visitas y llamadas

Fuente: Departamento de Alquiler C-R

En la siguiente ilustración se puede apreciar el correo con la plantilla rellena con datos del informe semanal mostrado en la ilustración 6.

INFORME SEMANAL

Archivo Mensaje

De: Contacto Gaudi-House <contactoweb@gaudi-house.es>
 Para: carlos@gaudi-house.es; Rocio Caño Díez; info@gaudi-house.es; nuria@gaudi-house.es; melanie@gaudi-house.es
 CC:
 Asunto: INFORME SEMANAL DEL 03 AL 07 DE FEBRERO 2020

	LLAMADAS	
ROCIO	2	2
MATHIS	46	30
MELANIE	6	6
TOM	21	15
JUDIT	27	16
NURIA	3	3
JENNIFER	26	17
DARWIN	16	12
CLARISSE	25	17
TOTAL	172	118

VISITAS PORTALES WEB INMOBILIARIOS :					
	IDEALISTA	HABITACLIA	FOTOCASA	AGENCIA	YA ENCONTRE -- API.CAT
LUNES	15	5	3	0	0
MARTES	4	5	2	0	0
MIERCOLES	13	5	6	0	0
JUEVES	22	8	7	0	0
VIERNES	15	2	7	0	0
TOTAL	69	25	25	0	0

Jennifer Arauz
 Fijo 93 566 26 53
 E-mail contactoweb@gaudi-house.es

Especialistas en alquiler y venta
 c/Sant Antoni Maria Claret 192, Barcelona

Ilustración 7: Correo de informe semanal de visitas y llamadas

Fuente: Departamento de Alquiler C-R

2.5 Organizar visitas de alquiler

La agencia cuenta con más de diez teléfonos y se reciben más de quinientas llamadas al día de clientes interesados en agendar una cita para visitar los pisos en esta parte nos apoyamos todos ya que son demasiadas llamadas y se deben atender todas o la mayoría, el objetivo de la actividad es dar información del piso y lograr agendar la cita, se especifican las características de los pisos y se mencionan las condiciones para poder alquilarlos que era que deben contar con contrato de trabajo indefinido, un máximo de personas dependiendo de la cantidad de habitaciones y que su salario mensual supere el

triple de la mensualidad del piso, si el cliente cuenta con estos requisitos entonces la visita se agenda. También para organizar las visitas se hace uso de una base de datos donde los emails han sido registrados con la información de los clientes.

En la ilustración 8 se puede apreciar el drive que obtiene la información completa de los pisos disponibles de alquiler, la cual es manipulada por los comerciales o asesores.

BARRIO, DISTRITO Y METRO	REFERENCIA	DIRECCIÓN PISO	M2	PRECIO (SIN GASTOS DE COMUNIDAD)	Con gastos de comunidad + seguro hogar continente INCLUIDOS	ASC	HABITACIONES	BAÑO	EXT. INT.	FIANZA	MUEBLES	PARK	AIRE ACONDICIONADO
CANSELLA (L' HOSPITALET) <M> L5 CAN VIDALET	4788	FAUS 16 LOCAL	80	600€	IVA	NO (ES PIE DE CALLE)	4 ESTANCIAS	1 CON DUCHA	EXT	2 MESES	NO		
<M> LA SAGRADA FAMILIA (EIXAMPLE) <L5, L2> metro	4782	LEPANT 288 LOCAL	80	750€	IVA	LOCAL A PIE DE CALLE	NO	NO	EXT	2 MESES	NO	NO	NO
LA BARCELONETA (CIUTAT VELLA) <M> LA LA BARCELONETA	4794	SANTA CLARA 75 BAJOS	32	650€	50€	NO BAJOS	1 DOBLE	1 CON DUCHA	EXT	2 MESES	NO	NO	NO
LA VILA DE GRACIA (GRACIA) <M> L4 Joanic	4783	MARTI 97 109 intentar 12% anualidad	40	675€	50€	NO	1 DOBLE	SI	EXT	2 MESES	SI	NO	SI ELEI
Zona Ciutat Vella. Raval SAN ANTONI L2	4751	Carrer Nou De Dulce, 12, 4º	47 (60 en los anuncios)	675€	50€	NO	2 habitaciones (1 DOBLE, 1 indiv)	1 ducha	EXT	2 meses	no	no	no

Ilustración 8: Drive con información de los pisos

Fuente: Departamento de Alquiler C-R

En la siguiente ilustración se puede apreciar el planning mensual de los comerciales, en el cual se registran o agendan las actividades diarias a realizar.

SABADO	CARLOS	ROCIO	DARWIN	...
9:00	VISITA	VISITA 1	VISITA 2	...
9:15				
9:30				
9:45				
10:00				
10:15				
10:30				
10:45				

Ilustración 9: Planning de los comerciales

Fuente: Departamento de Alquiler C-R

2.6 Realizar las reservas de alquiler

La agencia cuenta con una plantilla en la cual se rellena con la información de los clientes, las personas para poder hacer la reserva del piso es necesario que lo vean porque si no la reserva no se hace, cada visita de alquiler tiene una duración de quince minutos por cual se asigna un máximo de tres personas para cada visita haciendo un total de una o dos horas para visitar cada piso, el objetivo de esta actividad es lograr que el cliente desde que vea y reciba la información se pueda dirigir directamente a la empresa para lo cual uno de mis compañeros se encarga de hacer las visitas y yo me encargo de hacer y rellenar la plantilla de reserva con los datos del cliente, se aceptan un máximo de tres reservas por piso, después se presentan al propietario y él se encarga de elegir qué perfil le gusta más entonces a las otras dos reservas se deben devolver.

2.7 Preparar contratos de alquiler

Después de que el propietario elije que perfil le interesa más la asesora del piso se encarga de hacer el cierre con el cliente seleccionado y después se notifica para comenzar con la preparación del contrato el cual incluye la documentación siguiente: contrato de arrendamiento, recibo ITP, recibo alquiler, recibo Incasol, factura honorarios de agencia, factura de contrato, hoja de entrega de llaves, hoja de obligaciones del arrendador, hoja de datos complementarios y hoja de índice de precio para el cual se imprimen tres o dos copias de cada documento y después se entregan al asesor para que proceda a realizar la firma y liquidación del contrato del piso. También para poder rellenar los datos del piso se hace uso de una página web la cual brindaba el código postal, referencia catastral del piso.

En la siguiente ilustración se puede apreciar la página web catastral la cual brinda datos del piso como ser, metros cuadrados, año de construcción, código postal y dirección exacta del piso.

The screenshot shows the 'Sede Electrónica del Catastro' website. The main heading is 'Buscador de inmuebles'. Below it, there is a brief description of the search capabilities. The search form is divided into several sections: 'RC', 'CALLE/NÚMERO', 'POLÍGONO/PARCELA', 'COORDENADAS', and 'CRU'. Under 'CALLE/NÚMERO', there are dropdown menus for 'Provincia' and 'Municipio', and input fields for 'Vía' and 'Número'. There are also buttons for 'Datos' and 'Cartografía'.

Ilustración 10: Página web que brinda referencia catastral y código postal

Fuente: Sede electrónica del Catastro

En la ilustración 11 se puede apreciar la página web para consultar el índice de precio la cual brinda un valor estimado de cuanto debe de valer un piso.

The screenshot shows the 'Agència de l'Habitatge de Catalunya' website. The main heading is 'Consulta de l'índex de referència de preus de lloguer'. Below it, there is a form with several input fields and dropdown menus. The fields include 'Adreça', 'Superfície de l'habitatge sense elements comuns', 'Planta', 'Any de construcció', 'Estat de manteniment', and 'Ascensor'. There are also links to other services and information.

Ilustración 11: Página web para calcular el valor estimado de un piso

Fuente: Cálculo del índice de precio de pisos

2.8 Registrar fianzas en INCASOL

Para poder llevar a cabo esta actividad se hace uso de una página web y se llena un formulario con los datos que incluyen el contrato que son los datos del piso, del propietario y del cliente, también se agrega el valor de la mensualidad de alquiler y el valor total de la fianza una vez llenado el formulario se procede a adjuntar el contrato y subirlo a Incasol, es muy importante la concentración y responsabilidad para llenar con

los datos exactos ya que si una letra o un número estaba mal se corre el riesgo de que la entidad no regrese dicho dinero, una vez finalizado este proceso se procede a imprimir y entregar los impresos a la persona encargada de hacer los pagos.

En la ilustración 12 se puede apreciar la página web en donde se registran las fianzas de cada piso, monto que es depositado a un banco específico.

The screenshot shows the website interface for registering a deposit. At the top, there is a navigation bar with 'Inicio > Fianzas > Depósito de Fianza (Modelo 2)'. Below this, a message states: 'ESTA PÁGINA SÓLO FUNCIONA CORRECTAMENTE CON EL NAVEGADOR INTERNET EXPLORER'. A prominent red box contains the following information:

¡INFORMACIÓN IMPORTANTE!
Una vez efectuado el pago, no olvide enviar el contrato de arrendamiento (o un recibo de alquiler si el contrato es verbal) por las vías que le ofrecerá la web.

El trámite del depósito de la fianza consta de los siguientes apartados:
1. Grabación del documento de autoliquidación Modelo 2 que encontrará más abajo
2. Impresión del documento de autoliquidación Modelo 2
3. Envío del contrato de arrendamiento (o un recibo de alquiler si el contrato es verbal)
4. Pago del documento de autoliquidación Modelo 2

The main section is titled 'GRABACIÓN DEL DOCUMENTO DE AUTOLIQUIDACIÓN DE LA FIANZA- MODELO 2'. It includes an instruction: 'Indique a continuación los datos de la finca objeto del contrato de arrendamiento y seguidamente las del propietario.' and a note: 'Aviso: los campos del piso, puerta y demás datos identificativos de la finca, pueden ser normalizados de acuerdo con los criterios de la Coordinación de Fianzas del INCASOL.'

The form 'Datos de la Finca' contains the following fields:

- Tipo de Calle (*)
- Nombre de la vía pública (*)
- Núm. (*)
- Escalera
- Piso
- Puerta
- Código Postal (*)
- Municipio (*)
- Otro Identificador de la finca
- Superficie (m2)
- Cédula de habitabilidad
- Referencia Catastral
- No dispone de Ref. Catastral
- Uso al que se destina (*)
- ¿Temporada?
- Nivel de mantenimiento
- Ascensor
- Tiene Calif. Ener. Núm. registro etiqueta calificación energética
- Certificación energética

Ilustración 12: Registro de fianza en Incasol

Fuente: Sitio web para registrar el depósito de pisos

En la siguiente ilustración se muestra el seguimiento de la ilustración 12.

The screenshot shows the 'Datos del Propietario (Titular de la Finca)' section of the registration process. It includes the following fields:

- NIF / CF / NE (*)
- ¿Pasaporte?
- Apellidos - Razón Social (*)
- Nombre
- Dirección de correo electrónico
- Autorizo notificación vía e-mail
- Tipo de Calle (*)
- Nombre de la vía pública (*)
- Núm. (*)
- Escalera
- Piso
- Puerta
- Código Postal (*)
- Municipio (*)
- Municipio Fuera de España
- Teléfono

At the bottom of the form, it indicates 'Paso 1 de 5' and a 'Siguiente' button. A note at the bottom left states: '(*) Campos Obligatorios'.

Ilustración 13: Registro fianza Incasol

Fuente: Sitio web para registrar el depósito de pisos

2.9 Archivar en la base de datos

La agencia cuenta con una base de datos que se debe ir actualizando con la información de clientes actuales, se archiva tanto en carpetas físicas como en base de datos con el objetivo de no perder ningún tipo de información de los inquilinos, una vez finalizado el proceso de preparación de contrato, firma de contrato y el registro de las fianzas se procede a ingresar toda la información del propietario, piso e inquilinos a la base de datos.

2.10 Registrar facturas trimestrales

Se cuenta con una plantilla de excel la cual calcula automáticamente el total del valor de las facturas, se incluyen todas las facturas de los contratos de hace tres meses, a la plantilla se agrega el nombre del inquilino, el valor base y el impuesto del IVA, una vez finalizado este proceso se imprimen y se llevan a Menfis Group una empresa gestora especialista en asesoramiento fiscal, laboral y jurídico que se encarga de notificar el valor total de impuestos de IVA a pagar.

CAPÍTULO III: ACTIVIDADES DE MEJORA

Mejorar la captación de clientes propietarios e inquilinos.

3.1 Situación actual

Gaudí House comenzó ofreciendo únicamente el servicio de alquiler de pisos en Barcelona con el propósito de aumentar sus clientes y ya una vez teniendo una cartera amplia poder implementar el servicio de ventas de pisos, actualmente la empresa utiliza diferentes métodos de captación de clientes entre los cuales se incluyen promociones, de boca en boca, por medio de la página web y a través de una revista (**VER ANEXOS**), con respecto a las promociones si un cliente trae a otro nuevo cliente para vender o alquilar su piso el cliente tendrá la opción de elegir uno de los tres regalos siguientes:

- Una cena para dos personas
- Un iPhone 11
- La cuota anual del club o gimnasio donde la persona asiste.

De boca en boca: La mayoría de los clientes se sienten muy satisfechos con los servicios que ofrece la inmobiliaria ya que les sorprende la manera rápida de alquilar los pisos, esto se debe a que semanalmente se hacen un aproximado de 150 visitas de alquiler y 50 visitas de ventas, después de la firma de un contrato del piso alquilado los empleados aprovechan la oportunidad de pedirle al cliente que recomiende los servicios o que traiga un nuevo piso o un nuevo cliente.

Página Web: La empresa cuenta con una página web en la cual se podrá encontrar toda la información de la empresa, del producto o servicios que ofrecen e información de cada uno de ellos empleados, pero más que toda la publicación de los pisos que ofrecen, la mayoría de los clientes con los Gaudí House cuenta los ha obtenido gracias a la página web.

La empresa cuenta con alta demanda, pero los pisos se agotan y es por eso que la propuesta se enfocó en mejorar la captación de clientes, Gaudí House cuenta con 1,000 pisos en cartera de los cuales 500 pertenecen a propietarios y 500 a administradores de fincas, la mayoría pasan a ventas y al tener al propietario fidelizado es más fácil lograr la venta del piso, la facturación de la empresa ha ido creciendo exponencialmente en un 20% y la facturación que obtuvieron en el año 2019 fue de aproximadamente de 600,000.00€ (seiscientos mil euros).

3.2 Propuesta de Mejora: Captación de clientes propietarios e inquilinos.

Los usuarios de internet cada vez aumentan, esto incluye el uso de las redes móviles, redes sociales y el E-commerce en general, en un informe del 2019 se informó que en el mundo existen 4.388 millones de internautas es decir más de la población global y este año 2020 ha aumentado, haciendo un porcentaje total del 59% de la población mundial. Según esta información se puede observar claramente lo importante que es enfocarse en la parte tecnológica o el uso del internet y es por eso que se decidió proponer mejorar la captación de clientes haciendo uso de Google Ads, Gaudí House recibe clientes de todas partes del mundo (Chile, Francia, Rusia, Colombia, Nigeria, Reino Unido, Dinamarca, Venezuela, Argentina, Pakistán, Alemania, Turquía, Italia, Estados Unidos entre otros) y la mayoría de clientes se contactan por medio de la página web. (**Marketing, s. f.**)

Google Ads es un servicio y un programa de la empresa de Google que se utiliza para ofrecer publicidad patrocinada a potenciales anunciantes, los anuncios patrocinados de Google Ads aparecen en la página de resultados junto con los resultados de búsquedas naturales u orgánicas, se muestran hasta 4 anuncios en la parte superior y 3 hasta al final

de la página y este se diferencia de los resultados comunes porque incluye la leyenda “anuncio” en color verde. Este hace enfoque a la especialidad en la publicidad a través de internet siendo uno de los métodos de captación de clientes más utilizados por agencias y expertos. (*Programa google, s. f.*)

Gracias a este servicio Gaudí House tendrá la oportunidad de posicionarse entre los primeros en las páginas de resultados de búsqueda logrando así el aumento de la presencia de la empresa por toda la red, ya que cuando una persona coloque palabras claves como alquiler, ventas, inmobiliarias automáticamente aparecerán anuncios de la página web de la empresa, esto ayudará también a aumentar la cartera de clientes y mejorando así la captación de clientes, los pasos se explicaran en el inciso siguiente.

El uso de Google Ads permitirá que la página web de la empresa tenga mayores visitas, logrando llegar a más clientes, este tiene como objetivo facilitar la búsqueda de la empresa, captar clientes que deseen alquilar un piso o propietarios que estén buscando una inmobiliaria para poner su piso en venta o alquiler. A continuación, se describen los pasos en donde se detallan el impacto que tendrá cada uno de ellos:

Paso I: Se debe contar o crear una cuenta de gmail para poder empezar a registrarse a Google Ads.

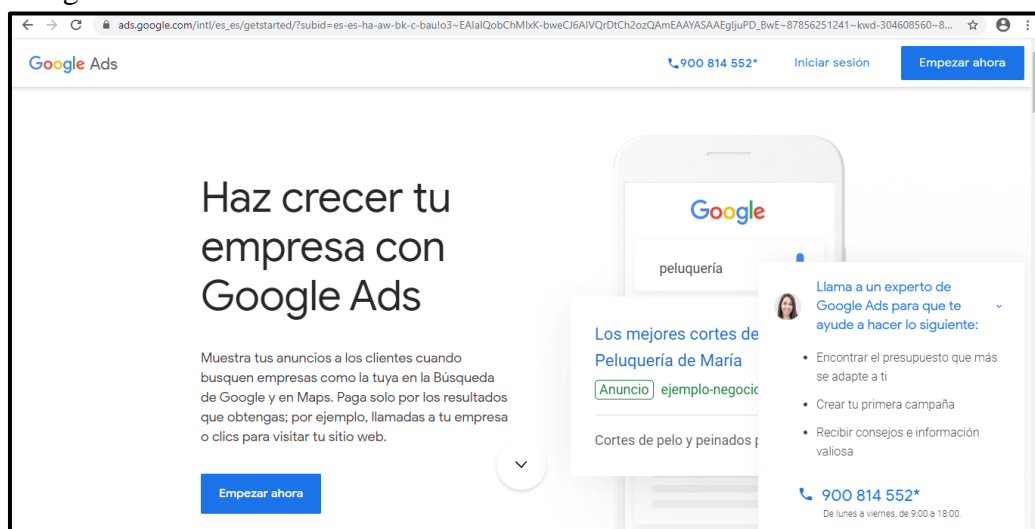


Ilustración: 14: Registro en Google Ads

Fuente: Google Ads

Paso II: Como segundo paso se debe seleccionar cual es el objetivo de la publicidad, se puede seleccionar una de las tres opciones que brindan que son, recibir llamadas, obtener más ventas, suscripciones en el sitio web o simplemente recibir más visitas en el establecimiento físico. Es importante que la empresa tenga muy claro cuál es su objetivo principal que como en este caso la se enfoca en mejorar la captación de clientes, lo más recomendable es que selecciona la primera o segunda opción.

Google Ads no es compatible con tu navegador. [Más información](#)

Google Ads Nueva campaña 308-362-7252 jenn.arauz19@gmail.com J

¿Cuál es tu objetivo publicitario principal?

Los anuncios que se centran en un objetivo concreto te ayudan a obtener los resultados que quieres

Recibir más llamadas telefónicas ✓

Obtener más ventas o suscripciones en el sitio web

Recibir más visitas en el establecimiento físico

SIGUIENTE

¿Eres profesional del marketing? [Cambiar al modo experto](#)

¿Necesitas ayuda?

Ilustración 15: Objetivo publicitario

Fuente: Google Ads

Paso III: En este paso se describe a la empresa, cual es el nombre y el link de la página web, es muy importante que se coloquen los datos exactos de la empresa.

Google Ads no es compatible con tu navegador. [Más información](#)

Google Ads Nueva campaña 308-362-7252 jenn.arauz19@gmail.com J

1 Tu empresa y tu audiencia 2 Tu anuncio 3 Presupuesto y revisión 4 Configurar la facturación

Describe tu empresa

Esta información se usará para crear un anuncio que llegue a los clientes adecuados

Nombre de la empresa
Gaudi House 12/120

Sitio web de la empresa
<https://gaudi-house.es/>

ATRÁS SIGUIENTE

¿Necesitas ayuda?
Llama gratis al 800-000-0472 o recibe ayuda para configurar tus anuncios

Ilustración 16: Descripción de la empresa

Fuente: Google Ads

Paso IV: La empresa cuenta con una base de datos en la que se registran todos los datos de los clientes actuales, existe una columna en donde se encuentra la información de la dirección de los propietarios o inquilinos entonces se podrá tomar de ahí la información que se necesita para este paso, tendrán la opción de poner la dirección de la empresa y definir un radio alrededor de la empresa o definir zonas específicas, para lo cual se recomienda la segunda opción. También como se puede observar se estima un tamaño de audiencia potencial de 14,573,138 personas que hacen búsquedas en Google en las ubicaciones que se han seleccionado.

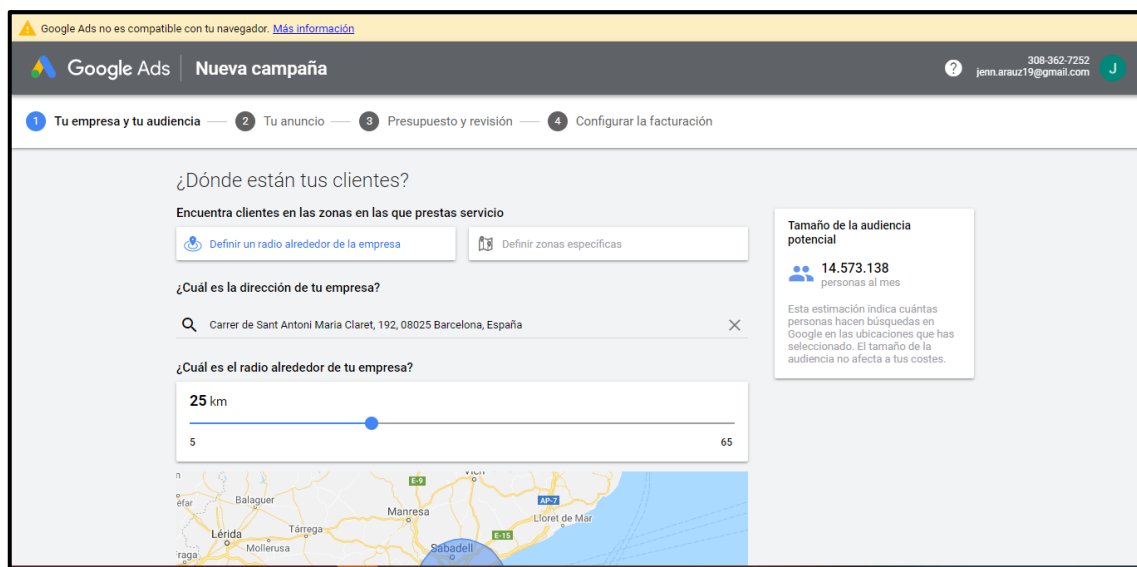


Ilustración 17: Elección de zonas

Fuente: Google Ads

Paso V: Este paso es muy importante ya que en él se colocarán palabras claves con las que se desean que la búsqueda de las personas se relacionen con la página web de la empresa, en este se pueden incluir productos o servicios, para lo cual se recomiendan las siguientes palabras claves: alquiler de locales, agencia inmobiliaria, venta de pisos, administración de pisos, asesor inmobiliario, pisos alquiler, arquitecto, alquiler vacacional, alquiler de oficinas, parking alquiler, también la página muestra más sugerencia de palabras claves que se podrían usar. Se puede observar una estimación del

tamaño de audiencia de 2,035,355 personas que buscan empresas como Gaudí House en las ubicaciones que se han seleccionado.

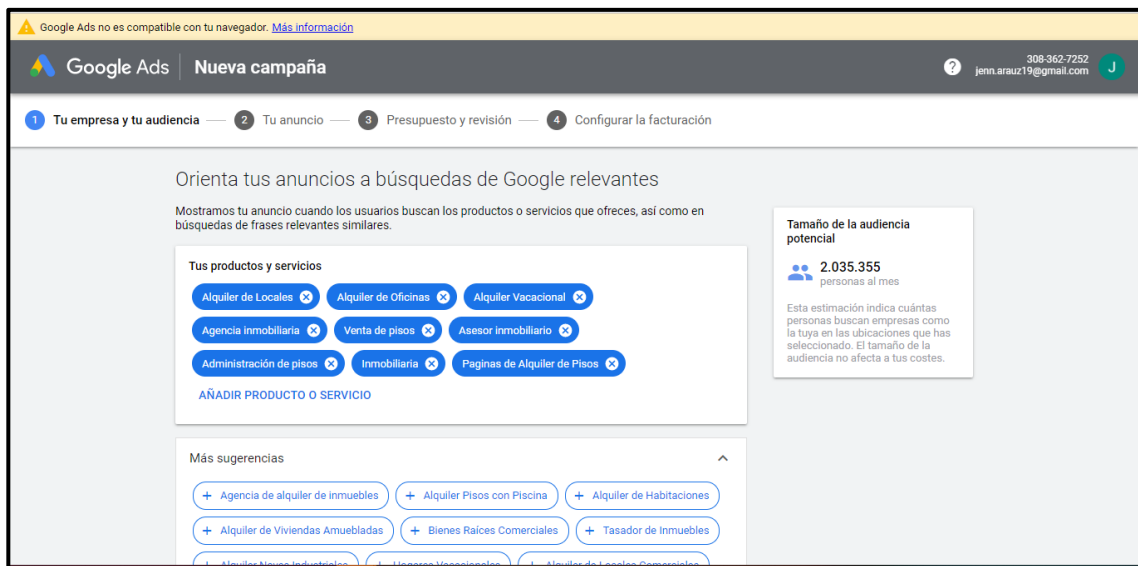


Ilustración 18: Palabras claves

Fuente: Google Ads

Paso VI: En este paso se redacta lo que es el anuncio, se destacan tanto los productos como servicios que ofrece la empresa y más que todo lo que hace que la empresa sea única para la cual se puede observar el anuncio redactado que se recomienda el cual incluye los servicios que ofrece, el lugar, la página web y la descripción de la empresa un poco resumido con la información que se considera más atractiva e importante.

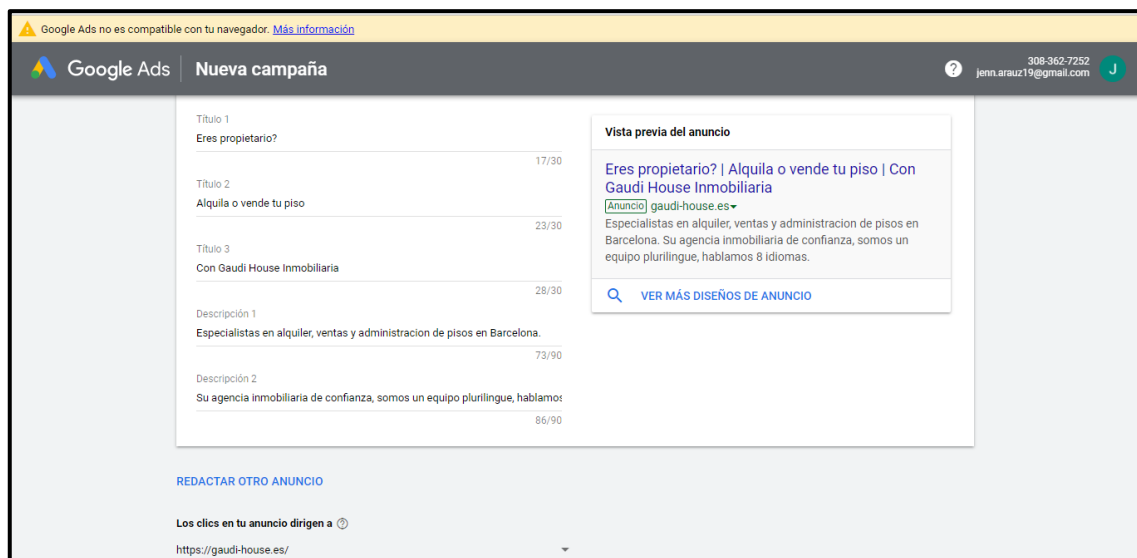


Ilustración 19: Ejemplo de anuncio propietario e inquilinos, si seleccionaron página web

Fuente: Google Ads

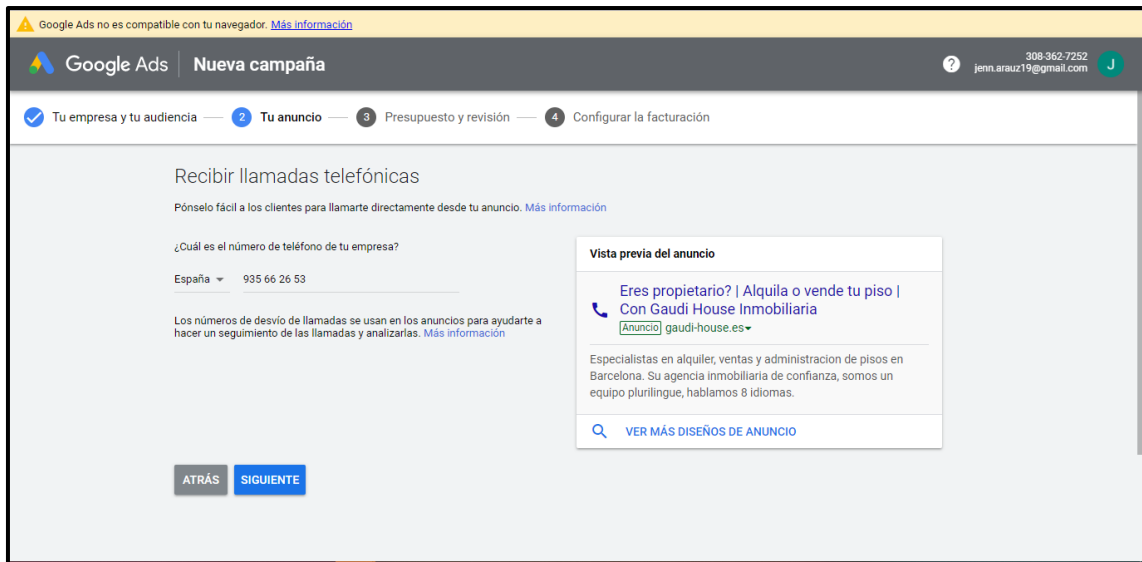


Ilustración 20: Ejemplo de anuncio propietarios e inquilinos, si seleccionaron llamadas

Fuente: Google Ads

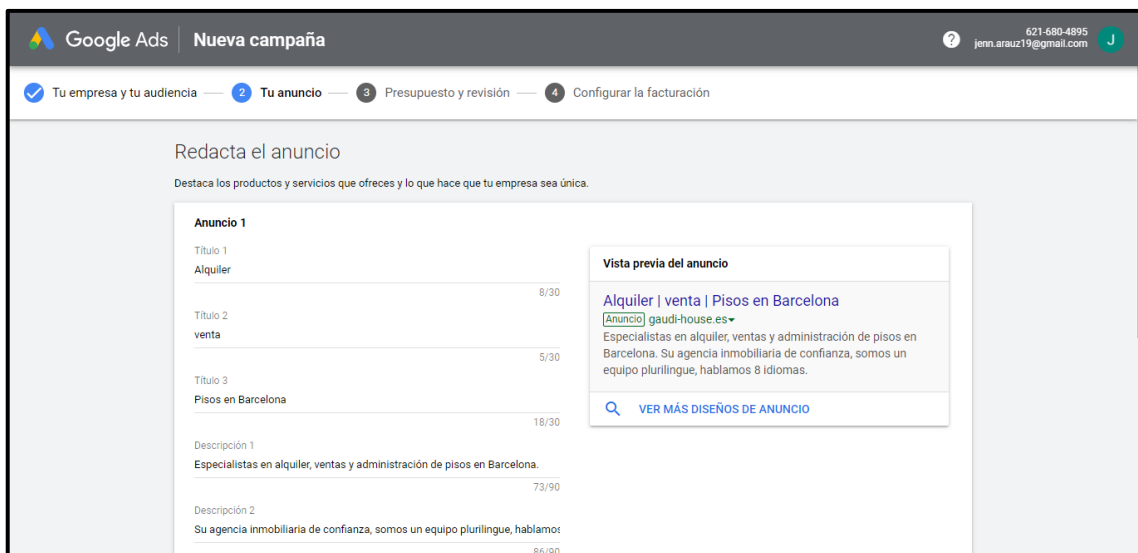


Ilustración 21: Ejemplo anuncio inquilinos

Fuente: Google Ads

Paso VII: Este es uno de los pasos que podría interesarle más a la empresa ya que es importante saber si vale la pena invertir cierta cantidad de dinero, después de haber agregada cada información de la empresa en los pasos antes mencionados se dio como resultado un presupuesto tanto el monto diario como mensual, también se especifica el número de estimado de audiencia para cada presupuesto según los clics al mes. El encargado de ejecutarlo tendrá la opción de elegir el presupuesto que mejor se adapte a la

empresa y que permita conseguir los resultados que se desean o también tendrá la opción de definir su propio presupuesto. Se explica que solo se paga por los clics en el anuncio o llamadas de la empresa, pero esto no afecta y no pagara más del máximo mensual por todo el mes es decir del presupuesto que decidió usar y lo más importante que si a la empresa no le parece que está dando resultado entonces se puede cancelar la publicación en cualquier momento.

Google Ads no es compatible con tu navegador. [Más información](#)

Google Ads Nueva campaña 308-362-7252 jenn.arauz19@gmail.com

Tu empresa y tu audiencia — Tu anuncio — **3 Presupuesto y revisión** — 4 Configurar la facturación

Definir el presupuesto

Selecciona la opción que mejor se adapte a tu empresa y que te permita conseguir los resultados que quieras. Puedes hacer ajustes en cualquier momento.

4 € de media al día • 122 € al mes como máximo

Llega a un número estimado de entre 14.790 y 24.720 usuarios y consigue entre 250 y 430 clics en tus anuncios al mes

RECOMENDACIÓN PERSONALIZADA ⓘ

5 € de media al día • 152 € al mes como máximo

Llega a un número estimado de entre 18.500 y 30.920 usuarios y consigue entre 310 y 540 clics en tus anuncios al mes

10 € de media al día • 304 € al mes como máximo

Llega a un número estimado de entre 37.010 y 61.790 usuarios y consigue entre 630 y 1.070 clics en tus anuncios al mes

Cómo funciona el presupuesto

¿Cuándo se paga?
Solo pagas por los clics en tus anuncios o las llamadas a tu empresa.

Tu media diaria
Es posible que algunos días inviertas una cantidad inferior a la media diaria y otros, hasta 4 veces más. No obstante, no pagarás más del máximo mensual por todo el mes.

Si cambias de idea
Prueba a publicar el anuncio sin compromiso, ya que puedes cambiar el presupuesto o cancelar su publicación en cualquier momento.

Esperando a ads.google.com...

Ilustración 22: Presupuesto diario y mensual

Fuente: Google Ads

Google Ads no es compatible con tu navegador. [Más información](#)

Google Ads Nueva campaña 308-362-7252 jenn.arauz19@gmail.com

EDITAR

Presupuesto

5,00 € al día de media ⓘ

152,00 € al mes como máximo

EDITAR

Productos y servicios

Venta de pisos Inmobiliaria Alquiler Vacacional

Asesor inmobiliario Alquiler de Locales

Paginas de Alquiler de Pisos Administración de pisos

Alquiler de Oficinas Agencia Inmobiliaria

EDITAR

Llamadas telefónicas

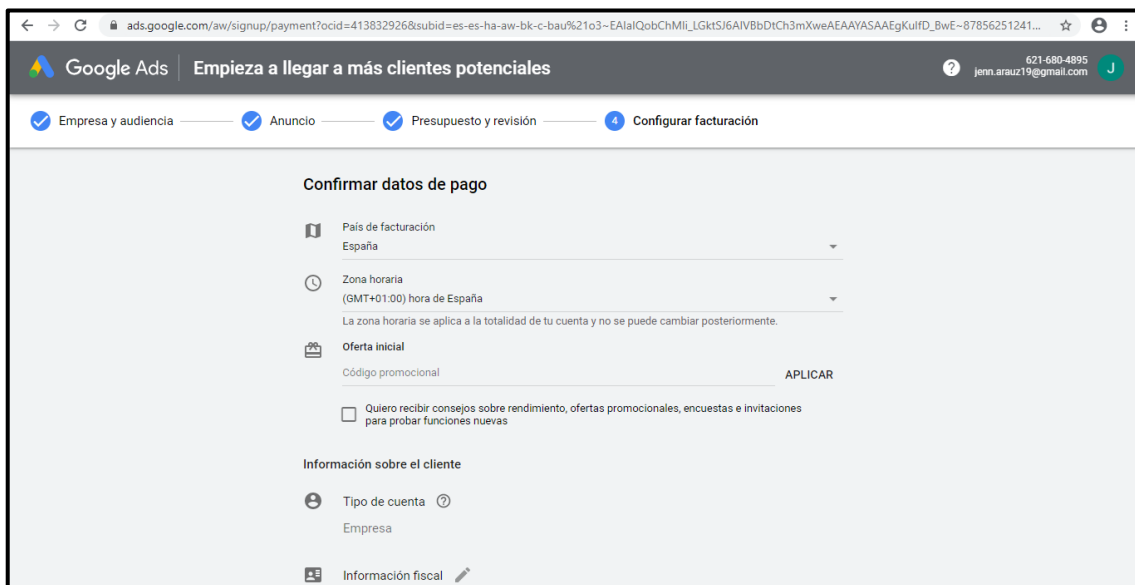
Has añadido un número de teléfono a tu anuncio para recibir llamadas verificadas

EDITAR

Ilustración 23: Presupuesto diario y mensual de la segunda opción seleccionada

Fuente: Google Ads

Paso VIII: El último paso trata sobre configurar la facturación, confirmar datos y métodos de pagos, finalmente se procede a la publicación del anuncio y a esperar resultados deseados.

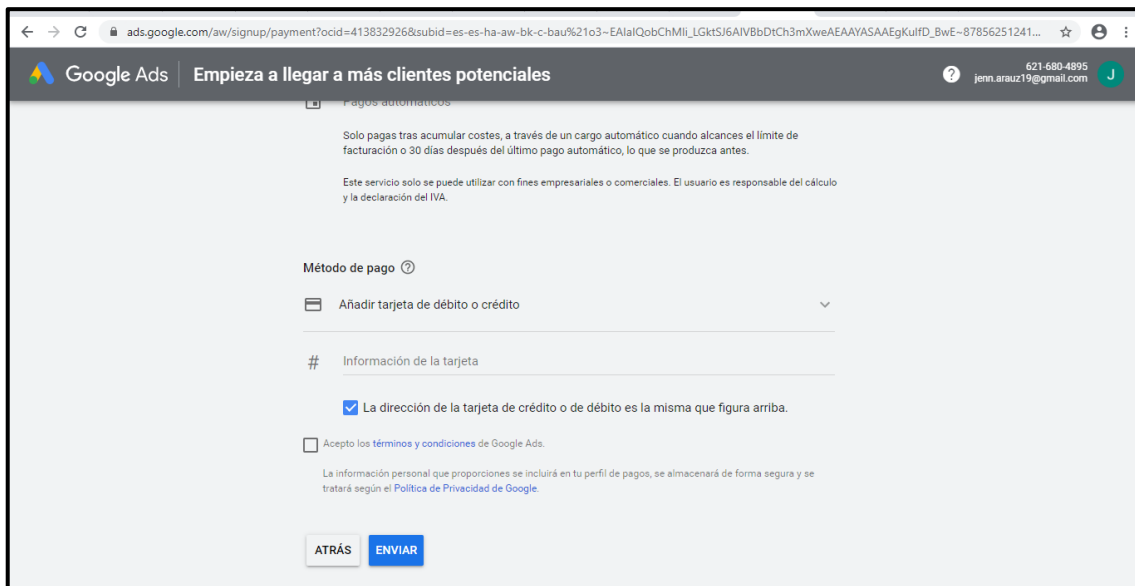


The screenshot shows the Google Ads payment setup interface. At the top, there's a progress bar with four steps: 'Empresa y audiencia', 'Anuncio', 'Presupuesto y revisión', and 'Configurar facturación' (the current step). The main section is titled 'Confirmar datos de pago' and includes the following fields:

- Pais de facturación:** España
- Zona horaria:** (GMT+01:00) hora de España. A note below states: 'La zona horaria se aplica a la totalidad de tu cuenta y no se puede cambiar posteriormente.'
- Oferta inicial:** Código promocional (with an 'APLICAR' button).
- Quiero recibir consejos sobre rendimiento, ofertas promocionales, encuestas e invitaciones para probar funciones nuevas.
- Información sobre el cliente:**
 - Tipo de cuenta:** Empresa
 - Información fiscal:** (with an edit icon)

Ilustración 24: Método de pago

Fuente: Google Ads



The screenshot shows the 'Método de pago' section of the Google Ads payment setup interface. It includes the following information:

- Pagos automáticos:** Solo pagas tras acumular costes, a través de un cargo automático cuando alcances el límite de facturación o 30 días después del último pago automático, lo que se produzca antes. Este servicio solo se puede utilizar con fines empresariales o comerciales. El usuario es responsable del cálculo y la declaración del IVA.
- Método de pago:** Añadir tarjeta de débito o crédito
- Información de la tarjeta:** #
- La dirección de la tarjeta de crédito o de débito es la misma que figura arriba.
- Acepto los términos y condiciones de Google Ads. La información personal que proporciones se incluirá en tu perfil de pagos, se almacenará de forma segura y se tratará según el [Política de Privacidad de Google](#).
- Buttons: ATRÁS and ENVIAR

Ilustración 25: Método de pago

Fuente: Google Ads

3.3 Impacto de la propuesta de mejora

Google Ads ofrece diferentes tipos de presupuesto entre el rango de 5.00€ a 15.00€ diarios y también ofrece la opción de que la empresa elabore uno propio, pero en este caso para la propuesta de mejora se decidió por el de bajo costo.

El impacto es positivo ya que la audiencia estimada es de entre 18,500 y 30,920 usuarios y se conseguirá entre 310 y 540 clics al mes en el anuncio. En cuanto a presupuesto diario se estima 5.00€, mensual 152.00€ y anual 1,824.00€ lo cual hace que sea un presupuesto adecuado para la empresa, actualmente se cuenta con un empleado encargado de marketing que podrá encargarse del proceso.

En la tabla se muestra un cálculo estimado de la propuesta de mejora, este se obtuvo del presupuesto brindado por la página o servicios de Google Ads.

Mejorar la captación de clientes propietarios e inquilinos.			
Costos implicados	Diario	Mensual	Anual
Uso de los servicios de Google Ads (310 y 540 clics)	5.00€	152.00€	1,824.00€
Costos Totales			1,824.00€

Ilustración 26: Cálculo del costo de la propuesta

Fuente: Elaboración propia

A continuación se brinda la fórmula para calcular punto de equilibrio la cual se utiliza para determinar cuánto se necesita vender o alquilar para que los ingresos cubran la totalidad de los costos y así evitar las pérdidas en la empresa.

La fórmula es: $(P \times U) - (CVU \times U) - CF = 0$

Dónde: P= Precio

U= Unidades a vender

CVU= Costo variable unitario

CF= Costos fijos

Se brindarán una serie de pasos para saber como medir el impacto que tendrá la página web o la empresa con la implementación de los servicios de Google Ads.

- **Impresiones:** Este es un paso muy importante ya que se deberá hacer un seguimiento del número de usuario que han visto el anuncio o página web.
- **Interacción del cliente:** Para poder identificar o conocer los resultados de este paso, se recomienda ver el número de usuarios que se han unido a la lista de correo después de ver un anuncio de la marca.
- **Alcance y frecuencia:** Para saber la frecuencia se obtiene del número de veces que un usuario ha visto un anuncio durante un período de tiempo determinado.

En la siguiente ilustración se puede apreciar una recopilación o un pequeño resumen de la situación actual de la empresa, propuesta de mejora e impacto de la propuesta.

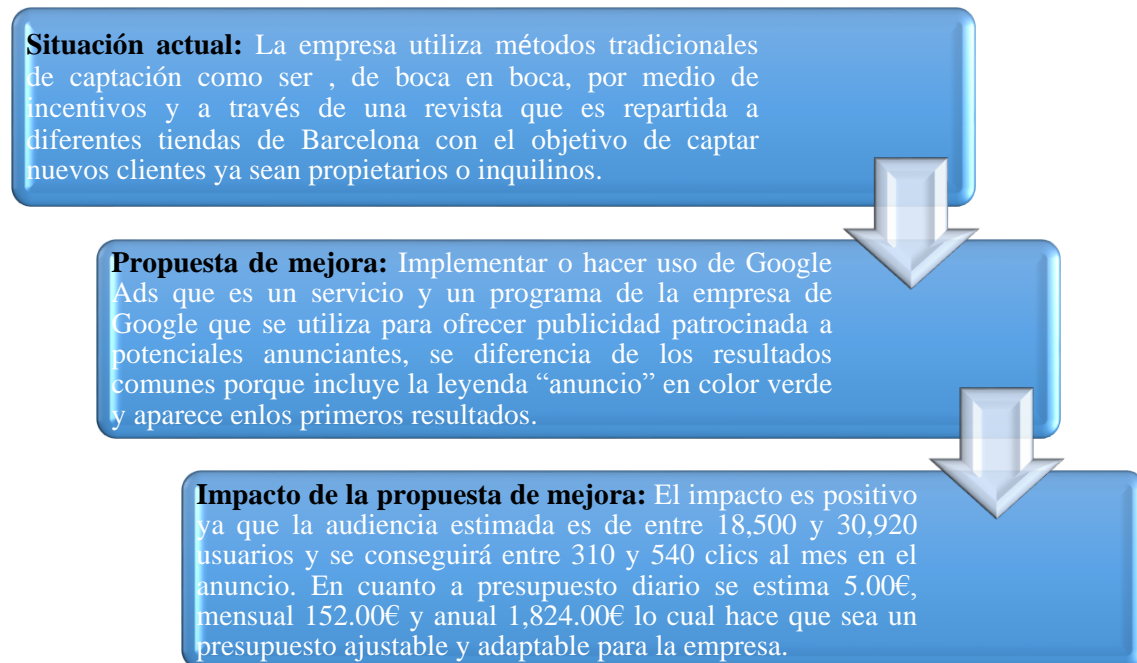


Ilustración 27: Recopilación de la actividad de mejora

Fuente: Elaboración propia

En el siguiente cuadro se puede apreciar el análisis del costo beneficio sobre la propuesta de mejora para Gaudí House.

-El servicio de Google Ads se decidió implementar con el fin de mejorar la captación de clientes, es decir poder llegar a más audiencia de una forma moderna y rápida.

-El objetivo de implementar el servicio es aumentar o encontrar más clientes para Gaudí House dentro de los cuales se encuentren inquilinos que busquen alquilar o comprar un piso y propietarios que puedan ofrecer un piso para vender, el servicio de Google Ads es apto para las dos opciones.

Ilustración 28: Costo beneficio

Fuente: Elaboración propia

Análisis para segmentar clientes

Segmentar el mercado es muy importante para toda empresa, ya que permite enfocar sus objetivos o estrategias a las personas que se quieren llegar. Para realizarlo se hará utilizando el análisis llamado ABC que este básicamente se clasifica en tres categorías o grupos y esto se hace con el objetivo de segmentar y maximizar las ganancias.

Grupo A (categoría A): Son los clientes o prospectos más valiosos es decir personas con mayor poder adquisitivo los cuales para poder entrar en esta categoría deben de cumplir con los siguientes requisitos:

- Contrato indefinido de hace más de 3 años de antigüedad.
- Médicos, enfermeros, maestros, funcionarios públicos, ingenieros.
- Ingresos superiores al triple de la mensualidad del piso.
- Máximo 2 o 3 personas para un piso.
- Que posean DNI (nacionalidad española).
- Personas de la tercera edad españolas que cuenten con una pensión.

Grupo B (categoría B): Son los clientes que no se consideran importantes pero que tienen algo potencial parecido a la categoría B, deben cumplir con los siguientes requisitos:

- Contrato indefinido de hace más de 2 años de antigüedad.
- Autónomos, dependientes de tiendas o supermercados, mozos de almacén.
- Ingresos del triple de la mensualidad del piso.
- Máximo 4 o 5 personas.
- Que posean DNI (nacionalidad española) o NIE (número de identidad de extranjero).

Grupo C (categoría C): Son los clientes que no aportan mucho valor a la empresa y se aceptan con el unico objetivo de reducir gastos de la empresa. Los cuales deberan cumplir con los siguientes requisitos para poder entrar en esta categoría.

- Contrato temporal o indefinido de hace un 1 año de antigüedad.
- Dependientes de tiendas o supermercados, estudiantes avalados por los padres, guardias de seguridad.
- Ingresos del doble de la mensualidad de un piso.
- Máximo 2, 3 o 5 personas.
- Que posean NIE (número de indentidad de extranjero).
- Extranjeros que cuenten con un aval español.

CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

- 4.1.1 En la investigación sobre los métodos más efectivos para la captación de clientes se encontraron diferentes tales como hacer promociones, aliarse con otros negocios, buyer persona, entre otros, después de haber hecho un análisis y comparación de ellos, se decidió que el método más efectivo y uno de los más utilizados para mejorar la captación es a través de Google Ads que es un servicio de google para ofrecer publicidad patrocinada a potenciales anunciantes. La mayoría de clientes que contactan a Gaudí House lo hacen por medio de la página web sin embargo cuando se buscan inmobiliarias en Barcelona, la empresa no aparece en las primeras opciones y fue por eso la idea del uso de Google Ads.
- 4.1.2 La captación de clientes se puede mejorar con la implementación de los servicios de Google Ads, propuesta que fue explicada paso a paso en el capítulo tres. Se brindó un cálculo de un presupuesto diario, semanal, mensual y anual del cual se obtuvo un resultado positivo ya que es de bajo costo y se estima que la audiencia potencial será muy alta datos que están brindados en el impacto de la propuesta.
- 4.1.3 El impacto es positivo ya que la audiencia estimada es de entre 18,500 y 30,920 usuarios y se conseguirá entre 310 y 540 clics al mes en el anuncio. En cuanto a presupuesto diario se estima 5.00€, mensual 152.00€ y anual 1,824.00€.
- 4.1.4 Después de haber hecho un análisis e identificar el área o proceso a mejorar en la empresa y después de haber elaborado una propuesta de mejora, también se identificaron elementos como falta de misión, visión y objetivos de la empresa.

4.2 Recomendaciones

- 4.2.1 El uso de Google Ads ayudará a Gaudí House a encontrar nuevos clientes de los cuales se esperan que deseen alquilar un o vender un piso, pero se recomienda que cuando estén en el proceso de alquilar también se enfoquen en encontrar más piso y así se lograra evitar tener un déficit de producto. También entre más resultados positivos obtengan por la implementación de la propuesta es importante que se vayan cambiando a un presupuesto de mayor costo del servicio con el objetivo de llegar a más audiencia.
- 4.2.2 La tecnología cada año va avanzando y es probable que surjan nuevos métodos de captación que se podrían implementar para continuar mejorando el éxito de la empresa, deberán seguir innovando en cuanto a las diferentes maneras de atraer clientes siempre manteniendo a los clientes actuales fidelizados.
- 4.2.3 Gaudí House debe evaluar el desarrollo de la propuesta implementada cada mes, así se va evaluando si se está llegando a la audiencia estimada y si se está cumpliendo con el objetivo. La empresa debe asegurarse de estar utilizando los servicios de la manera correcta para así identificar si el proceso se está llevando a cabo de la manera correcta o si se puede mejorar y evitar posibles pérdidas de clientes y perdidas monetarias en la empresa.
- 4.2.4 Se recomienda a la empresa Gaudí House la elaboración de un plan estratégico el cual incluya lo que es la misión, visión, valores, metas, así como también las estrategias para la empresa en general. Así mismo incluir un plan de innovación.

BIBLIOGRAFÍA

- *Ambito metropolitano*. (s. f.).
https://es.wikipedia.org/wiki/%C3%81rea_metropolitana
- Gaudi House Blog. (s. f.). *Gaudi House*. <http://www.gaudi-house.es/>
- *Google Ads*. (s. f.-b). https://ads.google.com/intl/es_es/getstarted/?subid=es-es-ha-aw-sk-c-bau!o3~EAIaIQobChMI26CVoceO6AIVFs53Ch0gSgvcEAAAYASAAEgJRhvD_BwE~87020666111~aud-570778808110:kwd-20161416105~8138475108~284220221268&utm_source=aw&utm_medium=ha&utm_campaign=es-es-ha-aw-sk-c-bau!o3~EAIaIQobChMI26CVoceO6AIVFs53Ch0gSgvcEAAAYASAAEgJRhvD_BwE~87020666111~aud-570778808110:kwd-20161416105~8138475108~284220221268&gclid=EAIaIQobChMI26CVoceO6AIVFs53Ch0gSgvcEAAAYASAAEgJRhvD_BwE&gclid=aw.ds
- *Marketing*. (s. f.). <https://marketing4ecommerce.net/usuarios-internet-mundo/>
- *Programa google*. (s. f.).
<https://www.google.com/search?q=que+es+google+ads&oq=que+es+&aqs=chrome.69i59l2j69i57j69i59l3j0j69i60.1110j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8>
- *Referencia Catastral*. (s. f.).
- *Servicios de Administración*. (s. f.). <https://gaudi-house.es/servicios-alquiler-2/>
- *SlideShare estructura y diseño*. (s. f.). <https://es.slideshare.net/misleygil/robbins-adm10ed-cap09>
- *Wikipedia Fotocasa*. (s. f.). <https://es.wikipedia.org/wiki/Fotocasa>
- *Wikipedia Idealiasta*. (s. f.). <https://es.wikipedia.org/wiki/Idealista.com>

GLOSARIO

- ✚ **Ámbito metropolitano:** Es una región urbana que engloba una ciudad central (la metrópoli) que da nombre al área y una serie de ciudades que pueden funcionar como ciudades. (*Ambito metropolitano, s. f.*)
- ✚ **Captación:** Se refiere a la búsqueda del producto de la empresa, es decir la búsqueda de propietarios que deseen alquilar sus pisos haciendo uso de los servicios de una inmobiliaria.
- ✚ **Comerciales:** Se refiere a los empleados de la empresa encargados de conseguir sus pisos y enseñarlos personalmente, es decir personal que pasa más afuera que adentro de la empresa.
- ✚ **Crosschex Standard:** Es un programa utilizado para el control de horarios de los empleados de la empresa, en él se registran las horas de entrada, receso y salida.
- ✚ **Captación tradicional:** Se refiere a métodos antiguos de captación como ser, de boca en boca, por referencias o a través de una revista.
- ✚ **Fichar:** Significa marcar, es decir cada empleado debe marcar su hora de entrada, almuerzo y salida de la empresa mediante un dispositivo táctil que registra cada hora marcada.
- ✚ **Filtrar:** Se refiere a elegir clientes con buenos perfiles, salarios relativamente altos y si es posible que tengan documento nacional de identidad o número de identidad de extranjero.
- ✚ **Fotocasa:** Es un portal inmobiliario especializado en la compraventa y alquiler de viviendas de segunda mano y de obra nueva en España. Compite en el negocio de los anuncios clasificados de venta y alquiler de viviendas

en España. Permite publicar y buscar anuncios de inmuebles a través de internet. (*Wikipedia Fotocasa, s. f.*)

- ✚ **Habitaclia:** Es un portal inmobiliario que permite la publicación de anuncios de pisos en alquiler y ventas.
- ✚ **Incasol:** Instituto Catalán del Suelo, es una entidad creada por la Generalidad de Cataluña que se encarga de gestionar la fianza de los alquileres y promover vivienda pública.
- ✚ **Iva:** Impuesto al valor agregado, es una carga fiscal sobre el consumo, es decir, financiado por el consumo como impuesto regresivo, aplicado en muchos países y generalizado en la Unión Europea.
- ✚ **Idealista:** es una compañía española fundada el 4 de octubre de 2000 que ofrece a través de Internet entre otros los servicios de portal inmobiliario en España, Italia y Portugal. (*Wikipedia Idealiasta, s. f.*)
- ✚ **Índice de precio:** Sitio o página web en la cual se ingresan datos del piso como ser, dirección exacta, año de construcción, metros cuadrados, si cuenta con ascensor, si está en buen estado para obtener como resultado un cálculo o estimado del valor del piso para que el cliente pueda ponerlo en alquiler o venta.
- ✚ **Propietarios:** Se refiere a las personas dueñas de los pisos a alquilar o vender.
- ✚ **Referencia Catastral:** Es el identificador oficial y obligatorio de los bienes inmuebles. Consiste en un código alfanumérico que es asignado por el Catastro de manera que todo inmueble debe tener una única referencia catastral que permita situarlo inequívocamente en la cartografía catastral. (*Referencia Catastral, s. f.*)

ANEXOS

En una entrevista realizada a Sebastián que es parte del personal de la empresa y uno de los creadores de la revista, el menciona que aunque se encuentren en el siglo 21 donde todo es más tecnológico, moderno, donde predominen las redes sociales y el internet la empresa ha decidido continuar con uno de los métodos de captación tradicionales que en este caso es la revista de barrio la cual se distribuye a diferentes tiendas de Barcelona en la cual encontraran información no solo de cómo vender o alquilar piso si no que información de entretenimiento de lugares que se pueden visitar en Barcelona o que puedes hacer durante tu estadía, lo que la hace diferenciarse de la competencia. A continuación, se comparte la entrevista realizada a Sebastián para que se pueda obtener una mejor comprensión de este tipo de método de captación tradicional.



Entrevista a Sebastian Gaudi House.m4a

Anexo 1: Entrevista sobre la revista Gaudí House News, método tradicional de captación de clientes utilizado por la empresa



Anexo 2: Logo Gaudí House



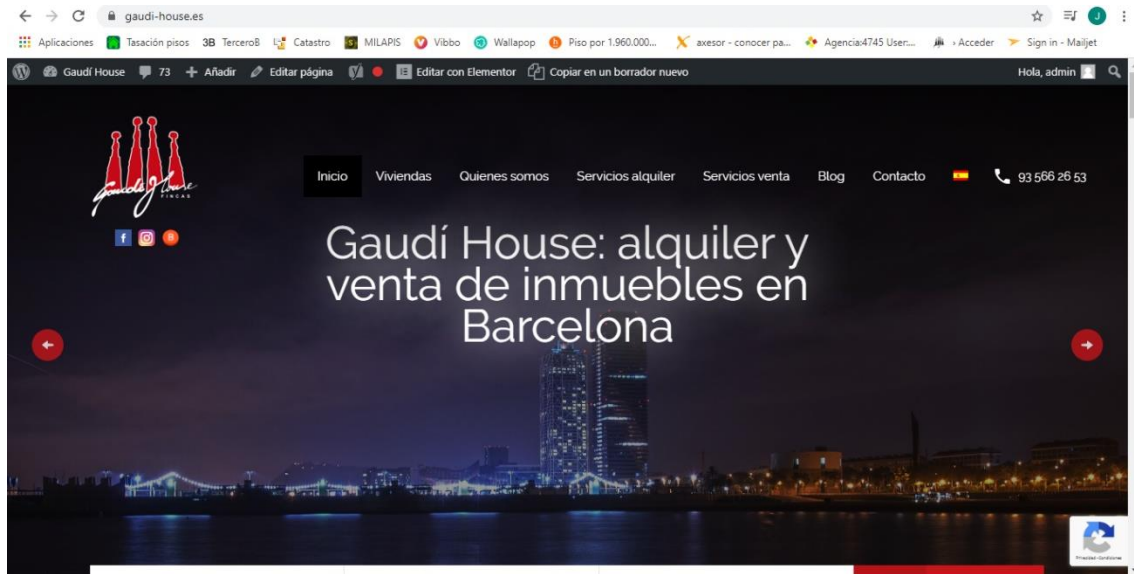
Anexo 3: Revista Gaudí House News



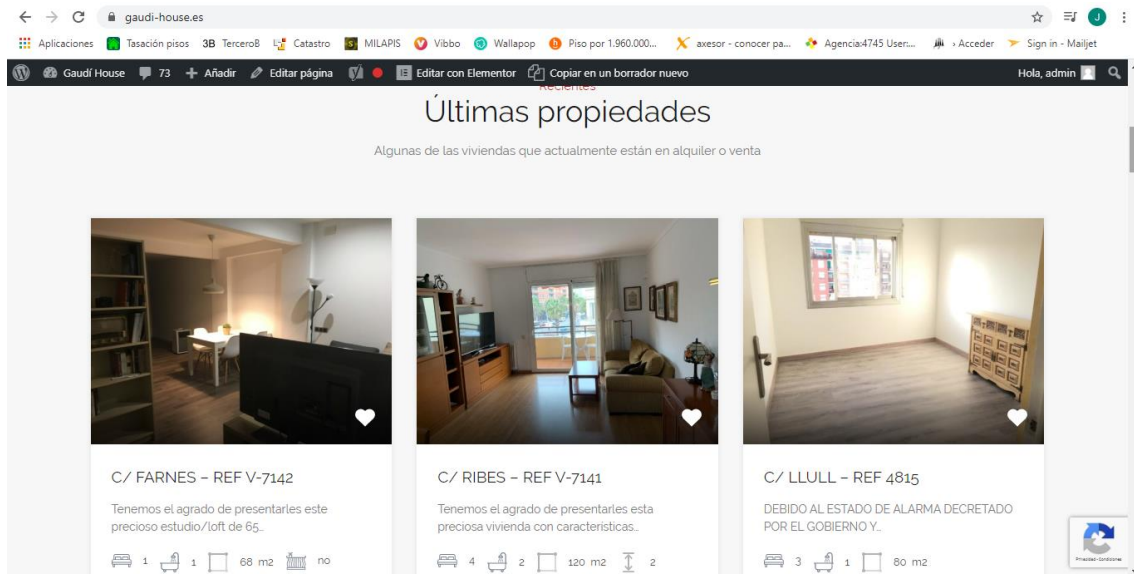
Anexo 4: Revista Gaudí House News

INDICE	
PÁGINA	
4	Lo más destacado de los 3 próximos meses
8	NAVIDAD EN LOS 4 RINCONES DEL MUNDO
14	IDEAS PARA REGALOS DE NAVIDAD (según su presupuesto)
17	Comprar un piso hoy es un 20% más barato que antes de la crisis
22	Ideas para pasar la Navidad con sus compañeros de piso
25	Las NEWS curiosas - ¿Una oferta de alquiler que viene con suricata incluida?
31	Còmics: 5 errores al iniciar la venta de una vivienda
32	¿50 cm de neu a Barcelona?
	¿50 cm de nieve en Barcelona?
36	Còmics: ¿Un día lluvioso? ¡Disfrútelo!
38	5 ESTACIONES DE ESQUÍ MÁS O MENOS CERCA DE BCN
42	OPCIONES PARA ENFRENTAR EL AUMENTO DE LOS PRECIOS DE LOS ALQUILERES
47	¿Es buena estrategia vender mi piso para comprar otro?
50	RECETA PARA UN SAN VALENTIN PERFECTO
55	LAS 4 MEJORES VISTAS DE BARCELONA
60	JUQUEMOS: SUDOKUS, ACERTIJOS ...

Anexo 5: Revista Gaudí House News



Anexo 6: Página web Gaudí House



Anexo 7: Pisos de alquiler y venta Gaudí House

The screenshot shows the Gaudí House website with three property listings. The browser address bar is 'gaudi-house.es'. The page header includes navigation links like 'Gaudí House', '73', 'Añadir', 'Editar página', 'Editar con Elementor', and 'Copiar en un borrador nuevo'. The user is logged in as 'Hola, admin'.

Property 1: C/ VISTALEGRE - REF 5870
 Debido al estado de alarma decretado por el gobierno y.
 3 bedrooms, 2 bathrooms, 80 M2, 2 floors.
 Alquiler: 10 M2
 Alquiler: **1.100€ /MES**

Property 2: C/ MURTRA - REF: 4814
 Debido al estado de alarma decretado por el gobierno y.
 1 bedroom, 1 bathroom, 50 M2, 2 floors.
 Alquiler: no
 Alquiler: **700€ /MES**

Property 3: C/ CONSELL DE CENT - REF V-4029
 Gaudi House tiene el agrado de presentarles este gran piso...
 4 bedrooms, 2 bathrooms, 110 m2, 1989.
 Alquiler: 72 m2
 Venta: **430.000€**

The URL at the bottom is 'https://gaudi-houses.es/property/c-consell-de-cent-ref-v-4029/'.

Anexo 8: Pisos de alquiler y venta Gaudí House

The screenshot shows the Gaudí House blog page at 'gaudi-house.es/newsgaudihouse/'. The browser address bar is 'gaudi-house.es/newsgaudihouse/'. The page header includes navigation links like 'Gaudí House', '73', 'Añadir', 'Editar página', 'Editar con Elementor', and 'Copiar en un borrador nuevo'. The user is logged in as 'Hola, admin'.

The page features a red navigation bar with categories: 'CONSEJOS PRÁCTICOS', 'CONSEJOS DE ALQUILER', 'CONSEJOS VENTA', '¿QUÉ HACER EN BARCELONA?', 'BUSINESS', and 'GASTRONOMÍA'.

Blog Content:

- gaudihousefincas**: ¿Una agencia inmobiliaria de confianza en Barcelona? GAUDI HOUSE FINCAS, desde 2005.
- LLUM BCN 2020**: FESTIVAL D'ARTS I LUMINARIQUES.
- EL GOBIERNO LIMITARÁ LOS PRECIOS DEL ALQUILER**.
- ¿Como se puede prevenir el coronavirus?**
- ¿TIENES MENOS DE 33 AÑOS? ¡COMPRÁ YA!** (Alquiler de 0€).
- ¿QUIERES SEGUIR TIRANDO TU DINERO EN EL ALQUILER?**

There are also several smaller articles and advertisements, including one for 'GHP venta de piso' and another for '¿TIENES MENOS DE 33 AÑOS? ¡COMPRÁ YA!'.

The URL at the bottom is 'https://gaudi-house.es/newsgaudihouse/'.

Anexo 9: Blog Gaudí House

gaudi-house.es/category/consejos-de-alquiler/consejos-al-inquilino/

Aplicaciones Tasación pisos 3B Tercero8 Catastro MILAPIS Vibbo Wallapop Piso por 1.960.000... asesor - conocer pa... Agencia4745 User... Acceder Sign in - Mailjet

Gaudi House 73 Añadir Editar Categoría Hola, admin

Millennials en busca de pisos.

Los millennials buscando vivienda se han convertido en una de las mayores problemáticas sociales en España. Es una cuestión de Estado, que debe resolverse con la implicación de los actores políticos, financieros y sobre todo inmobiliarios. Gaudi House puede ayudar a todos estos millennials. Nosotros que nos encontramos en el medio, tenemos que ser capaces.

Entrevistas

Donem la veu a Carlos...

¡Recibe nuestras novedades semanalmente!

*su@email.com

Suscribir

Anexo 10: Consejos de alquiler



Anexo 11: Personal y dos practicantes de Unitec en Gaudí House



Anexo 12: Top 10 mejores inmobiliarias en Barcelona.



Anexo 13: Top 10 mejores inmobiliarias en Barcelona.

