



**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
SEDE ESMERALDAS.**



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA-
CPA.**

INFORME FINAL DEL PROYECTO DE DISERTACIÓN DE GRADO.

TEMA:

**CREACIÓN DE UNA EMPRESA PARA LA COMPRA VENTA Y
REMODELACIÓN DE BIENES RAÍCES EN LA CIUDAD DE
ESMERALDAS.**

**PREVIO LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA- CPA.**

AUTORA:

MARTHA BERNAL AVILA

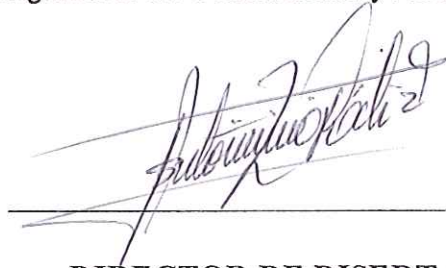
DIRECTOR DE DISERTACIÓN:

ING. ANTONIO PÁLIZ

ESMERALDAS- ECUADOR

JULIO 2011

Disertación aprobada luego de haber cumplido con los requisitos exigidos en el Reglamento de Grado de la PUCESE, previo a la obtención del título de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría- CPA.



DIRECTOR DE DISERTACIÓN



LECTOR 1



LECTOR 2



DIRECTOR DE LA ESCUELA

Fecha: 28/01/2011

AUTORIA

Declaro que la responsabilidad por los criterios, ideas y conocimientos expuestos en el presente Proyecto de Grado, me pertenecen, por tanto la utilización de la información contenida en el mismo, para cualquiera de los fines, debe ser bajo mi juramento.

M. Elena Bernal Ávila

Martha Bernal Ávila

CI 0802354977

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación se lo dedico a Dios, ser supremo y de infinito amor que siempre estuvo conmigo en toda la realización del proyecto y que supo llenarme de sabiduría y paciencia para poder culminarlo exitosamente.

A mis padres, los seres que más amo, a mi papá por su ayuda en todo momento a pesar de la distancia, a mi mamá por su amor y su apoyo incondicional, la dedicación y ternura de ambos en los momentos más difíciles hicieron de mí una mujer fuerte y emprendedora.

A mis hermanos, Carlos Javier y Juan Guillermo, por su amor y comprensión a cada instante.

A mi novio, Ing. Mario Armas, por su cariño y paciencia, estuvo a mi lado en todo momento y eso me permitió desarrollar mi trabajo investigativo.

AGRADECIMIENTO

A Dios, por permitirme alcanzar un logro más en la vida.

A mis padres, que se sacrificaron por verme realizada como una profesional y me enseñaron que con esfuerzo y constancia se llega a la meta.

A Mario Armas, por demostrarme su amor y comprensión todo este tiempo.

A la Ing. Cecilia Velasco, por los valiosos conocimientos que he adquirido.

A mi tutor, Ing. Antonio Páliz, por su gran espíritu de cooperación y ayuda para culminar este trabajo de investigación.

A quien en vida fue, Eco. Iván Dávila Ordinola, por haber sido guía y apoyo en el desarrollo de este proyecto.

A mis lectores, Ing. Christian Mora y Lic. Patricio Martínez por su gran apoyo y colaboración en todo momento.

A mis maestros y a mis queridas compañeras porque de cada uno(a) guardaré gratos recuerdos.

PRÓLOGO

La creación de una empresa para la compra venta y remodelación de bienes raíces, responde a la necesidad cada vez creciente de la existencia de entidades que permita mejorar y estabilizar el mercado de bienes raíces de la provincia, el mismo que es considerado actualmente como uno de los mercados de menor estabilidad en cuanto al precio en el que son ofertados los bienes. Este tema es de mucha importancia para la economía de la provincia y a su vez de suma trascendencia para la población, ya que existe un alto porcentaje de habitantes que no cuentan con vivienda propia dentro de la Ciudad.

El valor del presente proyecto es de notable significado, dado que enmarca una problemática de carácter general considerando que una vivienda es un bien necesario para la población. Existe una historia que narra la necesidad que cada persona tiene para poseer un lugar en donde habitar; el mismo que, en primeras instancias simplemente se buscaba un lugar que ayudara a protegerse generalmente de los peligros naturales como el sol o el frío según era la necesidad que se presentara conforme a la ubicación geográfica, así también la lluvia y otros fenómenos naturales que amenazaban la tranquilidad de aquel que no poseía un lugar para habitar, el cual hoy conocemos como vivienda. El avance de los pueblos y el desarrollo de la ciencia y la tecnología han hecho que aquellas necesidades primordiales sean cubiertas de manera eficiente; actualmente una vivienda a más de cubrir y satisfacer aquellas necesidades primarias es un bien que permite a las personas que pueden adquirirla gozar de confort y de un estilo de vida adecuado y satisfactorio.

En la actualidad en la ciudad de Esmeraldas el crecimiento del mercado inmobiliario que va de la mano con el crecimiento de la población, han hecho que el presente proyecto enfrente el desafío de cooperar con propuestas que permitan usar la compra, venta y remodelación de viviendas como una herramienta necesaria para convertir la necesidad habitacional y el asesoramiento en la operatividad idónea para la satisfacción de todos los involucrados en el proceso y que aporte a la estabilidad interna de la ciudad.

Ing. Mario Armas Arias.

RESUMEN EJECUTIVO

En el presente proyecto se expresa los múltiples beneficios de adquirir una vivienda como alternativa para mejorar la calidad y estilo de vida de las familias esmeraldeñas. En la actualidad la falta de edificaciones modernas y los precios de los bienes inmuebles que no están dentro de la capacidad de pago, han ocasionado que muchas personas se vean obligadas a alquilar para satisfacer en cierta forma su necesidad.

Con el estudio de mercado que se realizó para sustento del proyecto, se demuestra que si existen gran parte de la población que estarían dispuestas a comprar o remodelar una vivienda, y con esta investigación de mercado se logró: descubrir, identificar y evaluar la capacidad de pago y de ingresos que tienen las familias en cuanto a la compra de una casa.

Para proyectar las ventas se tomó en consideración el costo de la vivienda más el costo de la adecuación que se vaya a realizar con un margen de utilidad del 12% para calcular el precio de venta que tendrá la casa.

En cuanto a la inversión que se determina dentro del proyecto es considerable, pero a la vez se demuestra que el proyecto permite la recuperación de esta inversión en los primeros años de funcionamiento.

Analizando las razones por las que muchas personas no han adquirido una casa se quiere crear la empresa de Bienes Raíces para actuar como empresa mediadora que acceda a créditos y facilite el proceso de compra venta; de la misma manera, se necesita de una capacidad innovadora y creativa para poder alcanzar cada uno de los objetivos planteados que permitan la oportuna satisfacción de las necesidades de los clientes.

INDICE

CAPÍTULO I

MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 PROBLEMA DE LA INVESTIGACION	17
1.2 JUSTIFICACIÓN	18
1.3 OBJETIVOS	19
GENERAL	19
ESPECÍFICOS	19

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 CONCEPTOS GENERALES	20
2.1.2 INEC	21
2.1.2.1 CONCEPTO	21
2.1.2.2 MISIÓN	21
2.1.2.3 VISIÓN	21
2.1 BIENES RAÍCES	21
2.2.1 DEFINICIONES	21

2.2.1.1 Bienes	21
2.2.1.2 Bien inmueble	22
2.2.1.3 Compra	22
2.2.1.4 Venta	22
2.2.1.5 Remodelar	22
2.2.2 COMPRA Y VENTA DE BIENES RAÍCES	22
2.2.2.1 Compra de bienes raíces	22
2.2.2.2 Venta de bienes raíces	23
2.2.2.3 Consejos para comprar casa	23
2.3 ESTUDIO DE MERCADO	24
2.3.1 CONCEPTO	24
2.3.1.1 Mercado	24
2.3.1.2 Estudio de mercado	25
2.3.2 CLASIFICACIÓN	25
2.3.2.1 Clases de mercado	25
2.3.2.1.1 Mercado total	25
2.3.2.1.2 Tamaño del mercado	25
2.3.2.1.3 Mercado potencial	25
2.3.2.1.4 Mercado disponible	25
2.3.2.1.5 Mercado disponible calificado	25

2.3.2.1.6 Mercado meta	26
2.3.2.1.7 Mercado en el que se penetra	26
2.3.3 ANÁLISIS DEL ENTORNO	26
2.3.3.1 Entorno social y económico	26
2.3.3.2 Análisis de la competencia	26
2.3.3.3 Análisis de los proveedores	27
2.3.3.4 Los recursos humanos	27
2.4 MARCO CONTRACTUAL	27
2.4.1 DEFINICIÓN	27
2.4.1.1 Contrato	27
2.4.1.2 Contrato de compra- venta de bienes inmuebles	27
2.5 FINANCIAMIENTO	28
2.5.1 DEFINICIÓN	28
2.5.2 INTERMEDIARIOS FINANCIEROS	28
2.5.2.1 Bancos	28
2.5.2.2 Cooperativas de Ahorro	28
2.5.3 FUNCIÓN	28
2.5.4 CRÉDITO HIPOTECARIO	28
2.6 MARKETING	29
2.6.1 DEFINICIONES	29
2.6.1.1 Marketing	29

2.6.1.2 Marketing Estratégico	29
2.6.2 LA COMUNICACIÓN	29
2.6.2.1 Concepto	29
2.6.2.2 Técnicas	29
2.6.2.3 Medios habituales utilizados por el sector inmobiliario	30

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	31
3.2 CONSTRUCCIÓN METODOLÓGICA DE LA INVESTIGACIÓN	31
3.2.1 NIVEL DE INVESTIGACIÓN	31
3.3 ELABORACIÓN DEL MARCO TEÓRICO	31
3.4 RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN EMPÍRICA	32
3.4.1 Información Primaria	32
3.4.2 Información Secundaria	32
3.5 DESCRIPCIÓN DE LA INFORMACIÓN OBTENIDA	32
3.6 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	32
3.6.1 Población y Muestra	33
3.7 CONSTRUCCIÓN DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN	34

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS EN RELACIÓN CON LOS OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO DEL PROYECTO	51
4.1.1 Efectos del Plan Nacional de Desarrollo para el Proyecto	51
4.1.2 Efectos de las Restricciones con Tratados Internacionales	52
4.2 FUNCIÓN DE LA DEMANDA	52
4.2.1 La Naturaleza de la Demanda del Proyecto	52
4.2.2 Estructuras preferenciales y gustos de la Demanda	55
4.2.3 Nivel de Ingresos de la Demanda	56
4.2.4 Precios de los artículos relacionados	57
4.2.5 Demanda del Producto (Inelástica)	57
4.2.6 Condiciones del Mercado para su comercialización	58
4.2.7 Durabilidad del producto	59
4.2.8 Condiciones del consumo del producto (Independiente)	59
4.3 OFERTA DEL PRODUCTO	59
4.3.1 Incentivo nacional para la comercialización	59
4.3.2 Requerimientos tecnológicos para la comercialización	60
4.3.3 Incidencia climática para la comercialización	60
4.3.4 Bienes sustitutos existentes en el mercado	60
4.4 ESTUDIO DE MERCADO	61
4.4.1 Mercado Proveedor	61

4.4.2 Segmentación de Mercado	62
4.4.3 Proyección de Ventas	65
4.4.4 Mercado Competidor	67
4.4.5 Estrategia Comercial	67
4.4.5.1 Canales de Distribución y Comercialización	67
4.4.5.2 Variables Externas	68
4.4.5.3 Análisis FODA	69
4.4.5.4 Estrategias de Ventas, Promoción, Publicidad y Financiamiento	70
4.5 INGENIERÍA DE PROYECTOS	78
4.5.1 Características del Proyecto	78
4.5.2 Proceso de Producción y Comercialización	78
4.5.3 Descripción del Proceso	79
4.5.4 Flujo del Proceso	81
4.5.5 Sistema de Comercialización	82
4.5.6 Localización y Tamaño	82
4.5.7 Distribución de la Planta	83
4.6 ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL	84
4.6.1 Nombre del negocio	84
4.6.2 Logo	84
4.6.3 Propuesta de Venta	84

4.6.4 Características y tipo de organización	85
4.6.5 Misión, Visión y Objetivos	85
4.6.6 Requerimiento del capital humano para la puesta en marcha	86
4.6.7 Organigrama estructural y funcional de la organización	88
4.6.8 Trámites y Permisos para Funcionamiento	90
4.7 ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO	94

CAPÍTULO V

ANÁLISIS DE IMPACTOS

5.1 IMPACTO ECONÓMICO	121
5.2 IMPACTO SOCIAL- CULTURAL	122
5.3 IMPACTO GENERAL	123

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 CONCLUSIONES	124
6.2 RECOMENDACIONES	125

SECCIÓN REFERENCIAL

GLOSARIO 127

BIBLIOGRAFÍA 130

ANEXOS 133

INTRODUCCIÓN

La empresa apareció desde tiempos muy remotos, desde el momento en que el hombre comenzó a organizarse socialmente, nació para atender algunas necesidades de la sociedad, buscando dar respuestas satisfactorias a los requerimientos de las personas.

Conforme al avance del tiempo, la necesidad de una vivienda se ha vuelto cada vez más exigente; es por eso, que la empresa inmobiliaria ha tenido un auge positivo dentro de la sociedad al intervenir como empresa mediadora para facilitar la adquisición de un inmueble que se ajuste a los requerimientos personales.

Hoy en día, en Esmeraldas, existen personas dedicadas al área inmobiliaria de forma empírica, pero no existen empresas legalmente constituidas que brinden los servicios en bienes raíces y que sean seguras y confiables para realizar todo trabajo de compra venta y remodelación de viviendas.

La creciente población que cada vez va más en aumento y los continuos cambios y alza de todos los productos ha encarecido el costo de vida de los habitantes, cada vez se compra menos por más precio y muchas de las personas han manifestado que una de las razones por las que aún no cuentan con una vivienda es por la falta de financiamiento de las instituciones y por la falta de ingresos económicos que no les permiten calificar como sujetos de crédito.

Es de allí que el objetivo de esta investigación es crear una empresa para la compra, venta y remodelación de bienes raíces, a través de los datos estadísticos de la necesidad habitacional de la ciudad de Esmeraldas.

Toda la información recopilada en el trabajo de investigación ha sido analizada y ordenada de forma específica y clara para una mejor comprensión; la misma que se detalla a continuación en forma de síntesis en cada uno de los seis capítulos que conforman el proyecto realizado.

CAPÍTULO I.- Consiste en el desarrollo del marco contextual donde se define el problema de la investigación narrando que es lo que acontece en la actualidad y que se espera

realizar, justificando como se desarrollaría el proyecto en conjunto con el planteamiento de los objetivos que permitirán definir las metas a cumplir.

CAPÍTULO II.- Es la esquematización del plan de investigación, describe el marco teórico que compone a todo el proyecto; cada tema ha sido desarrollado conforme se ha presentado la necesidad de ampliar la teoría científica, y con el propósito de sustentar toda la información recopilada se adjunta en cada una el respectivo pie de página y fuente bibliográfica.

CAPÍTULO III.- Se especifica la metodología utilizada en la investigación, en todo lo que refiere a los métodos, técnicas, formas y tipos de investigación; así como la determinación de la muestra parte importante de todo el proyecto.

CAPÍTULO IV.- Estructurado por el análisis e interpretación de los resultados en relación con los objetivos propuestos, el mismo que se divide en:

El Estudio de Mercado, el cual se realizó en base a una planificación y tomando en consideración variables como: oferta, demanda, precio, necesidad, ubicación; las cuáles fueron analizadas a través de las técnicas de investigación como la encuesta y entrevista.

A través de la identificación del universo se pudo seleccionar la muestra y en relación a esta se realizó las respectivas encuestas dirigidas a los grupos familiares de la ciudad de Esmeraldas, lo cual permitió conocer cuáles eran las necesidades e impedimentos que tenían las familias en cuanto a la compra de una vivienda.

Este capítulo también hace referencia al estudio técnico, que sirvió para conocer los montos de inversión de la empresa Bernal & Asociados S.A, en infraestructura, equipamiento, personal; esta información se obtuvo con la ayuda de profesionales en el área.

Incluye también, el análisis económico financiero del proyecto, el mismo que determina la viabilidad del estudio, los requerimientos de la inversión para la ejecución de este proyecto.

CAPÍTULO V.- Consiste en identificar que impactos y cuales indicadores afectarían en la puesta en marcha de la empresa.

CAPÍTULO VI.- Hace referencia a las conclusiones y recomendaciones finales del proyecto de grado.

Como autora de este trabajo de investigación espero haber contribuido a la solución del problema determinado y cubrir la necesidad social que requiere la ciudad de Esmeraldas brindando las mejores opciones en cuanto a la compra de una vivienda y facilitando todo el proceso para la obtención de la misma.

CAPÍTULO I

MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

La provincia de Esmeraldas cuenta con una ubicación geográfica privilegiada conocida a nivel nacional e internacional por sus lugares turísticos, es un sitio llamativo para la inversión y creación de empresas generadoras de fuentes de ingresos económicos y empleo. Es evidente, que Esmeraldas es una de las ciudades donde las personas desearían obtener un terreno o una vivienda para disfrutar de sus múltiples beneficios, pero la falta de edificaciones modernas y los precios de los bienes inmuebles que no están dentro de su capacidad de pago, han ocasionado que muchas personas se vean obligadas a alquilar para satisfacer en cierta forma su necesidad.

El valor de un inmueble en la ciudad de Esmeraldas es demasiado alto debido a que el municipio con el interés de cobrar más impuestos prediales incrementa los avalúos, conllevando a que se le dificulte más a las personas a obtener una casa, ya que éstos incrementos provocan el alza desmedida de los precios, restringiendo la capacidad de crédito y financiamiento para adquirir una vivienda.

La ciudad cuenta con el recurso humano necesario para fomentar un desarrollo económico, pero la falta de préstamos a largo plazo y de planes habitacionales como los que proporcionaba el Banco Ecuatoriano de Vivienda, son algunas de las causas por las que muchas personas no se arriesgan a invertir en una vivienda; por esta razón y por lo detallado anteriormente se ha considerado la necesidad de realizar un estudio para la creación de una empresa dedicada a la compra, venta y remodelación de bienes raíces en la ciudad de Esmeraldas que brinde asesoría confiable y de calidad al cliente en ofertas inmobiliarias.

1.2 JUSTIFICACIÓN

Esmeraldas es una de las ciudades donde las personas desearían obtener un terreno o una vivienda para disfrutar de sus múltiples beneficios, pero la falta de fuentes de financiamiento y de ingresos económicos que no les permiten calificar como sujeto de crédito han ocasionado que gran parte de la ciudadanía esmeraldeña aún no cuente con casa propia, siendo éste un activo de importancia para toda su vida.

Ante la necesidad de contar con un inmueble se ha buscado los medios necesarios para lograr un crédito que esté dentro de la capacidad de pago, y la aplicación de estrategias que permitan la obtención del mismo, porque una casa propia es el sitio más seguro y comfortable para estar con la familia y es la mejor inversión que se puede realizar pensando en el futuro de los suyos.

Con este trabajo investigativo se quiere incluir aquellas casas abandonadas de los diferentes sectores de la ciudad o que simplemente han quedado olvidadas por sus dueños y con el pasar de los años se han ido deteriorando; con el fin, de proceder a remodelarlas con toques sencillos y modernos para que sean del agrado del futuro cliente.

Se espera, que con la creación de la empresa de bienes raíces se beneficie a toda la ciudadanía esmeraldeña, brindando asesoría profesional y haciendo de la compra venta o remodelación de la vivienda un proceso seguro y confiable.

1.3 OBJETIVOS:

1.3.1 GENERAL:

Crear una empresa para la compra, venta y remodelación de bienes raíces, a través de los datos estadísticos de la necesidad habitacional de la ciudad de Esmeraldas.

1.3.2 ESPECÍFICOS:

- ✓ Realizar una investigación de mercado en el cantón Esmeraldas para determinar la necesidad habitacional de la población y la capacidad de compra de inmuebles de la ciudadanía, que permita establecer estrategias de comercialización de viviendas de acuerdo a los sectores y a su capacidad de crédito.
- ✓ Identificar los requerimientos legales y de funcionamiento para la creación de una empresa dedicada a la compra venta y remodelación de bienes raíces.
- ✓ Determinar la inversión requerida mediante un estudio financiero que permita determinar fuentes de financiamiento para la implementación de la empresa y su viabilidad.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 CONCEPTOS GENERALES

2.1.1 ESMERALDAS

“Esmeraldas es una ciudad que ofrece posibilidades para los negocios, la cultura, la recreación, y además se integra con la oferta turística de la región.

La ciudad de Esmeraldas, se caracteriza porque su proceso de ocupación y consolidación está signado por la naturaleza de su origen y expansión, pues, se trata de una ciudad que se ha constituido a partir de tres localizaciones en el territorio, lo que ha definido su emplazamiento, traza y tejido urbano.

La ciudad dispone de aeropuerto y puerto comercial, además de dos terminales petroleros, la refinera más grande del país y una planta termoeléctrica. La ciudad de Esmeraldas es el punto de partida para iniciar el recorrido y visitar diferentes sitios de interés como el Jardín Tropical de Mútile, las Cascadas del Tigre y Sachacury, lagunas como la de Timbre, las playas de Achilube, Camarones, Tacusa y los balnearios de agua dulce de Vuelta Larga, Tabiazo y San Mateo”.¹

“La provincia de Esmeraldas está situada en la costa noroccidental del país y constituye uno de los polos de atracción turística a nivel nacional e internacional, en especial por sus múltiples y hermosas playas, alrededor de las cuales gira la estructura económica de la provincia. Su temperatura es benigna, sus términos promedio se encuentran entre 21 y 25 °C.

La capital de provincia, Ciudad de Esmeraldas es uno de los puertos principales del Ecuador, posee un aeropuerto para vuelos domésticos y es la terminal del Sistema de

¹ <http://municipio-esmeraldas.org/paginas/cgiVistInfo.php?txtCodiInfo=17>

Oleoducto Transecuatoriano (SOTE) y también la del Oleoducto para Crudos Pesados (OCP).

A 30 kms de la ciudad de Esmeraldas se encuentra la playa de Atacames, muy popular en el país y a nivel internacional; y a 16 km hacia el suroeste está la playa de Same donde se ha edificado el exclusivo Club Casablanca”.²

2.1.2 INEC

2.1.2.1 CONCEPTO

“Es el órgano encargado de la generación y difusión de estadísticas del país.

2.1.2.2 MISIÓN

La misión del INEC es generar y difundir información estadística útil y de calidad del país con el propósito de facilitar la evaluación del desarrollo de la sociedad y de la economía, así como promover las actividades del Sistema Estadístico nacional.

2.1.2.3 VISIÓN

El INEC en el mediano plazo es una fuente de información completa, oportuna y confiable que satisface las necesidades de información estadística del sector público, sector privado y de la sociedad en general”³.

2.2 BIENES RAÍCES

2.2.1 DEFINICIONES

2.2.1.1 Bienes

“Un bien es un objeto material o servicio inmaterial cuyo uso produce cierta satisfacción de un deseo o necesidad”.⁴

² Ver <http://www.green9casablanca.com/ubicacion.php>

³ Ver http://www.inec.gov.ec/web/guest/institucion/mis_vis_obj

⁴ http://es.wikipedia.org/wiki/Bien_económico

2.2.1.2 Bien inmueble

Toma el nombre de bienes raíces o inmueble, todos aquellos bienes que no pueden ser trasladados de un lugar a otro porque se encuentran sujetos a un terreno, como por ejemplo casas, fincas, quintas, edificios.

2.2.1.3 Compra

Es la actividad de adquirir un bien o un servicio a cambio de dinero.

2.2.1.4 Venta

Es entregar o transferir un bien o servicio a cambio de un precio establecido entre las dos partes.

2.2.1.5 Remodelar

Es adecuar un bien inmueble realizando cambios en estructura, pintura, acabados, para darle una mejor presentación.

2.2.2 COMPRA Y VENTA DE BIENES RAÍCES

2.2.2.1 Compra de bienes raíces

“Comprar una casa puede ser abrumador para alguien que no está familiarizado con los términos y las transacciones de bienes raíces, pero hoy en día comprar una casa es más fácil. El comprador necesitará buena energía y estar dispuesto a aprender mientras hace este emocionante recorrido. Hay que hacer varias tareas, analizar cuáles son sus necesidades y deseos y revisar el estado de sus finanzas es sólo el comienzo. Tendrá que buscar la casa que quiere al precio que puede pagar; si lo requiere, conseguir un préstamo hipotecario; vigilar que se realicen las inspecciones a la propiedad; pensar en la forma en que va a negociar el precio; contratar un agente de bienes raíces; organizar la mudanza; entre varias otras cosas”.⁵

⁵ http://www.articulosinformativos.com/Proceso_De_Compra-a963330.html

El proceso de compra de un inmueble requiere una serie de pasos desde el momento que se decide adquirir una casa hasta que se empieza a vivir en ella. Comprar una casa, elegirla de acuerdo a las necesidades y exigencias, conocer la ubicación, precio, quien va a financiar la compra, quien ayudara a la selección, son factores que toman tiempo y todo depende de la agilidad con la que trabaje la empresa que brinda el servicio.

2.2.2.2 Venta de bienes raíces

“Vender una casa requiere conocimientos sobre el mercado de los bienes raíces del área donde se encuentra ubicada, por eso es común que los vendedores contraten a un agente de bienes raíces para que les represente durante la transacción. El agente se encargará de una serie de actividades para promover la compra del inmueble”.⁶

La venta de un inmueble es tan importante que necesita de un profesional en el área de bienes raíces para que todo el proceso sea exitoso.

2.2.2.3 Consejos para comprar casa

“He aquí 6 consejos que le ayudarán a tomar una mejor decisión para la compra de su propiedad:

1. Ubicación del inmueble. Sea casa nueva o usada, es importante considerar diversas opciones que se apeguen a lo que se busca y el presupuesto con el que se cuenta. La zona en la cual se encuentra el inmueble puede determinar su costo y beneficios desde antes de conocer al mismo.
2. Busque financiamiento de diferentes empresas. No debe irse con la primera opción que se le presente. Analice detenidamente varias propuestas antes de contratar un crédito. Averigüe la tasa de amortización para poder calcular lo que se pagará durante todo el crédito.
3. Hable con profesionales del ramo inmobiliario. Tal como cuando se atiende a un doctor, siempre es necesario buscar al mejor médico posible y no a un charlatán.

⁶ http://www.articulosinformativos.com/Proceso_De_Venta_De_Una_Vivienda-a963322.html

Pasa lo mismo a la hora de buscar casa o departamento: busque a empresas serias (desarrolladores o inmobiliarias) o profesionales (corredores inmobiliarios) con buenas referencias. Exija licencias y permisos para así evitar a defraudadores.

4. Verifique la zona donde se ubica la casa o departamento. Tenga especial cuidado en elegir la zona, ya que puede incurrir en problemas por inundaciones, abastecimiento de agua, luz o gas, seguridad, etc. ¿Le gustaría vivir con problemas de este tipo solo por ahorrarse algunos pesos? No lo creo.
5. Acuda a profesionales inmobiliarios si su casa o departamento es usado. Ellos podrán asegurarle con mayor certeza que todos los trámites y documentación en términos legales se encuentren en orden y que el costo valuado del inmueble sea el real.
6. Busque casas o departamentos ubicados en zonas de alto crecimiento. Consulte con su asesor inmobiliario por oportunidades en estas zonas. Se pueden obtener propiedades por bajo costo, pero con el paso del tiempo éstas aumentarán su valor si la zona se sitúa entre áreas para oficinas o comercios”.⁷

Hay muchos factores que juegan un papel importante a la hora de comprar una casa, y cada uno debe ser atendido por profesionales que respalden un proceso exitoso y confiable.

2.3 ESTUDIO DE MERCADO

2.3.1 CONCEPTO

2.3.1.1 Mercado

“Los Mercados que en la terminología económica de un mercado es el área dentro de la cual los vendedores y los compradores de una mercancía mantienen estrechas relaciones comerciales, y llevan a cabo abundantes transacciones de tal manera que los distintos precios a que éstas se realizan tienden a unificarse”.⁸

⁷http://www.articulosinformativos.com/6_Consejos_para_Comprar_Casa-a1145893.html

⁸ <http://www.monografias.com/trabajos13/mercado/mercado.shtml>

Es el espacio público y libre donde se puede comprar, vender y ofrecer los diferentes productos que disponen el comprador y el vendedor, bajo un precio establecido.

2.3.1.2 Estudio de mercado

“Es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado”.⁹

Es una herramienta que permite identificar las oportunidades y los problemas que se pueden presentar en todo el proceso del mercadeo.

2.3.2 CLASIFICACIÓN

2.3.2.1 Clases de mercado

En Mercadeo los vendedores constituyen la industria y los compradores el mercado.

2.3.2.1.1 Mercado total.- Es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto.

2.3.2.1.2 Tamaño del mercado.- Es el número de compradores que pudieran existir para una oferta de mercado en particular.

2.3.2.1.3 Mercado potencial.- Es el conjunto de clientes que manifiesta un grado suficiente de interés en una determinada oferta del mercado.

2.3.2.1.4 Mercado disponible.- Es el conjunto de consumidores que tiene interés, ingresos y acceso a una oferta de mercado específica.

2.3.2.1.5 Mercado disponible calificado.- Es el conjunto de consumidores que tiene interés, ingresos, acceso y cualidades que concuerdan con la oferta de mercado en particular.

⁹ <http://www.monografias.com/trabajos13/mercado/mercado.shtml>

2.3.2.1.6 Mercado meta.- Es la parte del mercado disponible calificado que la empresa decidió servir. Recuerde que la empresa debe escoger las necesidades del cliente que ha de satisfacer y las que no. Toda organización tiene un conjunto finito de recursos y capacidades y, por lo tanto, solo puede atender a cierto grupo de clientes y satisfacer una serie limitada de necesidades. Una decisión fundamental es seleccionar el mercado meta.

2.3.2.1.7 Mercado en el que se penetra.- Es el conjunto de consumidores que ya ha comprado el producto.¹⁰

2.3.3 ANÁLISIS DEL ENTORNO

2.3.3.1 Entorno social y económico

Toda empresa se desenvuelve dentro de un círculo social, económico, político, legal, cultural, demográfico, medio ambiente y tecnológico; todo este entorno viene a ser los factores externos a los que la empresa se va a enfrentar y que tiene que estar preparada, como conocer el tamaño que tendrá la empresa, a que sector se dirige, bajo que reglamentos se sustenta, cual es su ubicación, como es el clima, etc. Así también se habla del entorno específico que viene a ser los factores internos, es decir, el lugar donde se va a desarrollar la actividad de la empresa y con quienes se va a relacionar, como por ejemplo clientes, proveedores, competencia, trabajadores.

2.3.3.2 Análisis de la competencia

La competencia son todas aquellas empresas dedicadas a la misma actividad comercial o de servicios, y que se encuentra en el mismo mercado.

Al analizar la competencia tomamos en cuenta, donde están ubicados, cuántos son, que productos ofrecen, quienes son sus clientes, cuáles son sus tácticas y formas de publicidad, cuáles son sus formas de distribución; todos estos son factores que nos permiten crear estrategias de competitividad.

¹⁰ www.dequate.com/infocentros/gerencia/mercadeo/mk24.htm

2.3.3.3 Análisis de los proveedores

Se debe conocer con qué empresas proveedoras se va a trabajar, cuáles son sus políticas y que beneficios proporcionan. Entre ellos tenemos, conocer el producto, los precios, la calidad, plazos de entrega, presentación, descuentos, flexibilidad en cambios o devoluciones, etc.

2.3.3.4 Los recursos humanos

El recurso humano es el factor más importante de la empresa y por eso debe tomarse en cuenta los siguientes puntos:

- . Elaboración de un organigrama funcional y de responsabilidades.
- . Contratos de trabajo.
- . Horarios y turnos.
- . Adecuación del puesto de trabajo
- . Salarios y demás bonificaciones.
- . Capacitaciones
- . Seguros

2.4 MARCO CONTRACTUAL

2.4.1 DEFINICIÓN

2.4.1.1 Contrato

Es un acuerdo privado, oral o escrito, entre dos o más partes que se obligan sobre materia o cosa.

2.4.1.2 Contrato de compra- venta de bienes inmuebles

“Por el contrato de compra y venta uno de los contratantes se obliga a entregar una cosa determinada y el otro a pagar por ella un precio cierto, en dinero o signo que lo represente. En el presente contrato el objeto de la compraventa es un bien inmueble”.¹¹

¹¹ www.todalaley.com/modelofor8p1.htm

2.5 FINANCIAMIENTO

2.5.1 DEFINICIÓN

“Es el conjunto de recursos monetarios financieros para llevar a cabo una actividad económica, con la característica de que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios o capital inicial. Por lo general, se toman estos recursos en financiamiento con el propósito de completar el capital semilla e iniciar la unidad productiva. Los recursos de financiamiento se obtienen siempre a crédito y son siempre reembolsables”.¹²

2.5.2 INTERMEDIARIOS FINANCIEROS

2.5.2.1 Bancos

Un banco es una institución financiera que se encarga de administrar y prestar dinero.

2.5.2.2 Cooperativas de Ahorro

“Una cooperativa de ahorro y crédito es la unión de un grupo de personas que trabajan solidariamente para enfrentar sus necesidades y autogestionar sus aspiraciones, a través de la captación y colocación de los recursos de la comunidad”¹³.

2.5.3 FUNCIÓN

La función principal de los intermediarios financieros (bancos, cooperativas de ahorro y mutualistas) es captar recursos del público y con ellos otorgar préstamos.

2.5.4 CRÉDITO HIPOTECARIO

Cuando se quiere adquirir una casa que tiene un valor muy alto, y no se tiene el dinero para pagarla de contado; un crédito hipotecario representa una oportunidad de adquirirla, sin tener que aportar de golpe una cantidad importante de dinero.

¹² uldeantoniarino.com/index.php?option=com_content&view=article&id=115&Itemid=129

¹³ www.ucacsur.coop/index.php?option=com_content&view=article&id=78&Itemid=103

Un crédito hipotecario es un préstamo que se hace a largo plazo, el cual está respaldado en la hipoteca de la casa que se compra.

2.6 MARKETING

2.6.1 DEFINICIONES

2.6.1.1 Marketing

“Es un sistema total de actividades que incluye un conjunto de procesos mediante los cuales, se identifican las necesidades o deseos de los consumidores o clientes para luego satisfacerlos de la mejor manera posible al promover el intercambio de productos y/o servicios de valor con ellos, a cambio de una utilidad o beneficio para la empresa u organización”.¹⁴

2.6.1.2 Marketing Estratégico

“El marketing estratégico busca conocer las necesidades actuales y futuras de nuestros clientes, localizar nuevos nichos de mercado, identificar segmentos de mercado potenciales, valorar el potencial e interés de esos mercados, orientar a la empresa en busca de esas oportunidades y diseñar un plan de actuación que consiga los objetivos buscados”.¹⁵

2.6.2 LA COMUNICACIÓN

2.6.2.1 Concepto

“La comunicación es la interacción de las personas que entran en ella como sujeto. No solo se trata del influjo de un sujeto en otro (aunque esto no se excluye), sino de la interacción. Para la comunicación se necesitan como mínimo dos personas, cada una de las cuales actúa como sujeto”.¹⁶

2.6.2.2 Técnicas

“Diversas son las técnicas de comunicación, y la publicidad es una de ellas. La necesidad de adecuarse a la complejidad del mercado y procurar que el mensaje llegue con la mayor

¹⁴ www.marketing-free.com/articulos/definicion-marketing.htm

¹⁵ www.marketing-xxi.com/concepto-de-marketing-estrategico-15.htm

¹⁶ www.apuntesgestion.com/2007/02/06/concepto-de-comunicacion/

eficacia posible ha llevado a crear variadas técnicas, como las que se detallan a continuación”¹⁷:

TÉCNICAS	PÚBLICO O AUDIENCIA	TIPO DE CANAL
Publicidad	Masiva. Anónima	Impersonal
Promoción	Masiva e individual Anónima o individualizada	Personal
Merchandising/ (marketing del punto de venta)	Masiva. Anónima	Impersonal
Marketing directo	Masiva. Anónima	Personal e impersonal
Telemarketing o televenta	Individual e individualizada	Personal
Relaciones públicas	Masiva e individual Anónima o individualizada	Personal
Prensa	Masiva. Anónima	Impersonal
Auspicio o patrocinio	Masiva. Anónima	Impersonal
Propaganda	Masiva. Anónima	Personal e impersonal

2.6.2.3 Medios habituales utilizados por el sector inmobiliario

“El sector inmobiliario recurre habitualmente a ciertos medios de comunicación, que son sus preferidos. Básicamente, porque el público target al que se dirige recurrirá a esos instrumentos para informarse cuando tenga una necesidad vinculada con los bienes raíces. Esos medios más habituales son:

- Avisos en los diarios.
- Cartelería en los inmuebles ofrecidos en venta o alquiler.
- Anuncios en las vidrieras de los locales.
- Anuncios en la página web”¹⁸.

¹⁸ Alonso, Jorge, A., Marketing Inmobiliario Aplicado, Bienes Raíces ediciones, 2007

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

El método que se utilizó es el **científico**; a través de la investigación documental sobre la necesidad habitacional en la ciudad de Esmeraldas y así se pudo hallar soluciones en cuanto al requerimiento poblacional, ubicación, condiciones de financiamiento y necesidades de la ciudadanía.

3.2 CONSTRUCCIÓN METODOLÓGICA DEL OBJETO DE INVESTIGACIÓN

Este trabajo se ha desarrollado conforme a los parámetros que establece la Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas, así como también a los parámetros regulares de investigación proporcionados por el asesor de proyecto que ha tenido como fin común presentar un trabajo coherente a través de los resultados obtenidos para que la universidad determine la puesta en marcha del mismo.

3.2.1 NIVEL DE INVESTIGACIÓN

La investigación fue de tipo **descriptiva**, permitió conocer la necesidad básica que tenía la población en cuanto a la falta de una vivienda; para así, plantear alternativas que posibiliten el fácil acceso a un inmueble.

3.3 ELABORACIÓN DEL MARCO TEÓRICO

El marco teórico se ha desarrollado en base a conceptos básicos y definiciones sobre bienes inmuebles, compra venta y remodelaciones de viviendas y los aspectos generales relacionados en si con el análisis de factibilidad para la creación de la empresa de bienes raíces (estudio de mercado, estudio técnico, estudio organizativo y legal y estudio económico- financiero).

3.4 RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN EMPÍRICA

3.4.1 Información Primaria

La información primaria, se obtuvo a través de las técnicas de estudio tales como:

ENCUESTA.- Se realizó a una muestra de la ciudad de Esmeraldas, para conocer cuáles son sus expectativas en cuanto a la adquisición de una vivienda y cuanto están dispuestos a pagar para obtenerla.

ENTREVISTA.- Estuvo dirigida a profesionales que se destaquen en cada área como por ejemplo: arquitectos, abogados, ingenieros, empresas constructoras, colegas profesionales, organismos de control y todos quienes aporten con ideas para lograr los mejores resultados.

3.4.2 Información Secundaria

Se ha recopilado toda la información necesaria de textos, libros, folletos, búsquedas en páginas web, entre otros; para así, contar con información verídica que certifique el trabajo que se realizó.

3.5 DESCRIPCIÓN DE LA INFORMACIÓN OBTENIDA

Para el estudio se utilizaron fuentes primarias y secundarias, para el desarrollo de las primarias las técnicas de encuesta y entrevista. Para el desarrollo de las encuestas se tuvo que trasladar a las diferentes parroquias de la provincia de Esmeraldas para cumplir con el número de encuestas estratificadas en cada área; así mismo, con las entrevistas se tuvo que dialogar con los diferentes profesionales a fin de obtener una mayor recopilación de información verídica.

3.6 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

$$N = \frac{Z^2 PQN}{Z^2 PQ + Ne^2}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Población

Z = Nivel de Confianza

95% $0.95/2= 0.475$ $Z= 1.96$

P = Probabilidad de ocurrencia 0.50

Q = Probabilidad de no ocurrencia $1 - 0.50 = 0.50$

e = Error de muestreo 0.06 (6%)

$$\frac{(1.96)^2 \times 0.50 \times 0.50 \times 18755}{(1.96)^2 \times 0.50 \times 0.50 + 18755 \times (0.06)^2}$$

n = 252 HABITANTES DE LA CLASE MEDIA ALTA A ENCUESTAR

3.6.1 Población y Muestra

La población o universo que se consideró para esta investigación fue de las proyecciones al 2010 del último censo realizado por el INEC en el 2001 de la provincia de Esmeraldas, la población urbana de la provincia es 125.034 habitantes, como las encuestas realizadas fueron dirigidas a la clase media alta se estimó un porcentaje del 15% pertenecientes a esta clase, teniendo como resultado una población de 18755 habitantes

Se hizo uso de un cuestionario como herramienta para realizar la encuesta; el mismo, que se entregó a 252 habitantes conformados por hombres y mujeres desde los 25 años en adelante y luego de ser contestadas las preguntas se procedió a su análisis; así mismo, las entrevistas se realizaron de forma planificada y fueron dirigidas a las instituciones

financieras y a profesionales desempeñados en el área inmobiliaria como arquitectos y corredores de bienes raíces, esto facilitó la obtención de conclusiones.

3.7 CONSTRUCCIÓN DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN

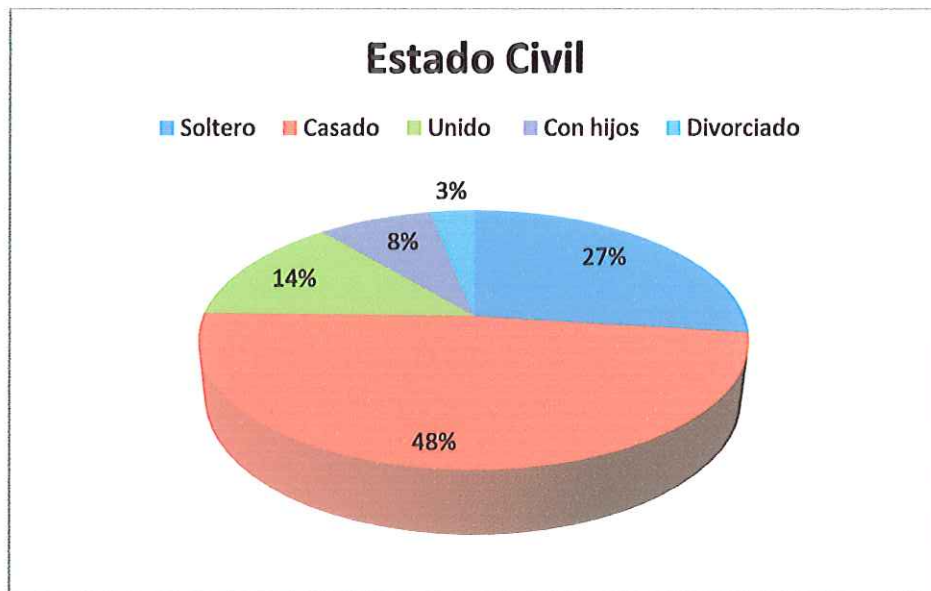
A continuación se presentan los resultados de las encuestas y entrevistas realizadas a los grupos familiares, y a los profesionales destacados en el área de bienes raíces, cabe indicar que hay preguntas de las encuestas que no están ubicadas en este punto porque están en el Capítulo IV.

RESULTADO DE ENCUESTAS

1. ¿Cuál es su estado civil?

CONTROLADOR

Soltero	68
Casado	122
Unido	34
Con hijos	20
Divorciado	8
	252



Fuente: Investigación de Mercado realizada por la autora

Gráfico N° 1

De los encuestados el 48% son casados, el 27% son solteros, seguido de un 14% en unión libre, 8% con hijos y un 3% está divorciado.

2. ¿Usted cuenta con vivienda propia?

CONTROLADOR

SI	130
NO	122
	252



Fuente: Investigación de Mercado realizada por la autora

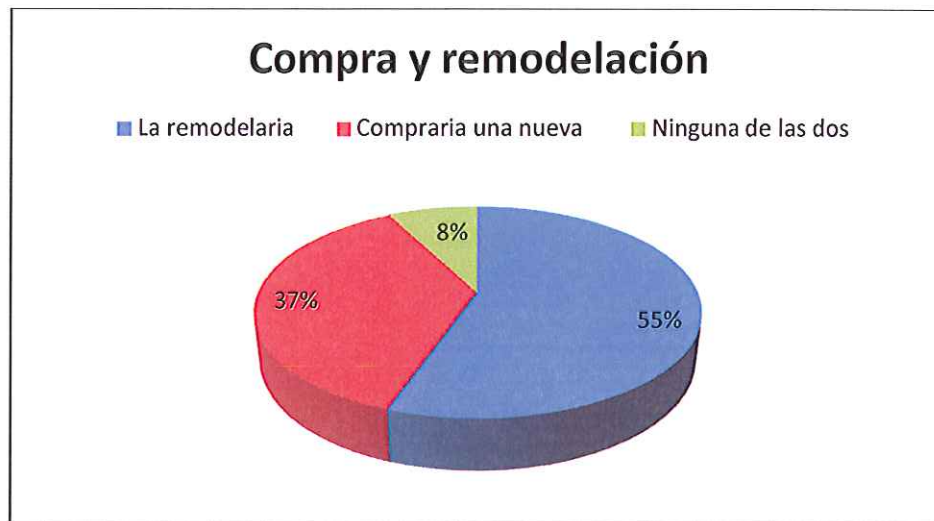
Gráfico N° 2

El 52% de los encuestados cuenta con vivienda, y el 48% no cuenta con una.

Del 52% que cuenta con vivienda el 55% desea remodelarla y el 37% desearía comprar una nueva como lo muestra en la tabla y en el gráfico a continuación.

CONTROLADOR

La Remodelaría	72
Compraría una nueva	48
Ninguna de las dos	10



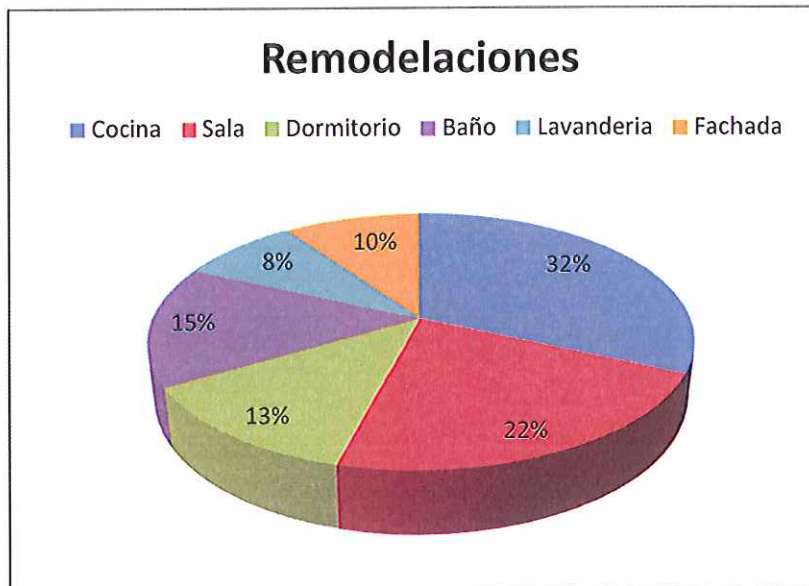
Fuente: Investigación de Mercado realizada por la autora

Gráfico N° 3

3. ¿Qué parte de su casa necesita remodelación?

CONTROLADOR

Cocina	23
Sala	16
Dormitorio	9
Baño	11
Lavanderia	6
Fachada	7
	72



Fuente: Investigación de Mercado realizada por la autora

Gráfico N° 4

De las personas encuestadas que desean remodelar su vivienda el 32% desea remodelar la cocina, el 22% la sala, el 15% desea remodelar el baño y un 18% de los encuestados corresponden a las otras dos opciones.

Del total de las personas que no cuentan con una vivienda el 95% desea adquirir una el 5% no desea por el momento, como lo muestra el grafico a continuación.

CONTROLADOR

SI	116
NO	6

122



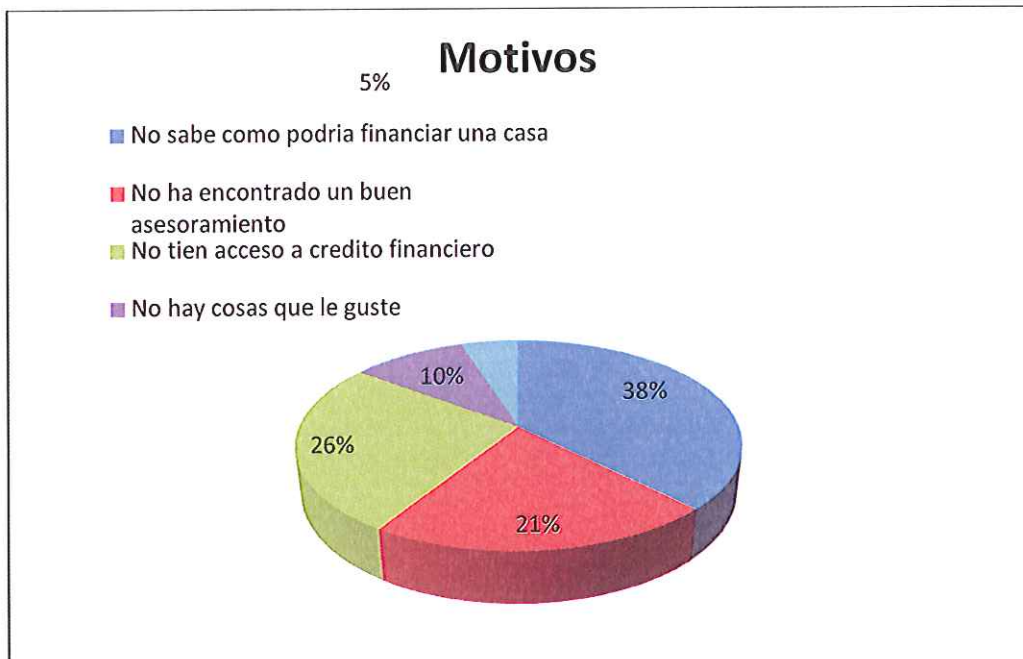
Fuente: Investigación de Mercado realizada por la autora.

Gráfico N° 5

4. Cuál es la razón por la que aún no ha comprado su casa? Escoja una opción

CONTROLADOR

No sabe cómo podría financiar una casa	46
No ha encontrado un buen asesoramiento	26
No tiene acceso a crédito financiero	32
No hay cosas que le guste	12
No deseo por el momento	6
	122



Fuente: Investigación de Mercado realizada por la autora

Gráfico N° 6

Como podemos observar en el gráfico el 38% de los encuestados, no sabe cómo podría financiar una casa, el 26% de los encuestados considera que no tiene acceso a crédito financiero, el 21% de los encuestados no ha encontrado un buen asesoramiento y el 10% no ha encontrado casas que le gusten.

5. ¿En qué sector de la ciudad le gustaría comprar su casa?

CONTROLADOR

Zona Norte	22
Centro	40
Zona Sur	54

116



Fuente: Investigación de Mercado realizada por la autora

Gráfico N° 7

El gráfico muestra que el 47% de los encuestados le gustaría adquirir una vivienda en el sur de la ciudad, el 34% de los encuestados desearía adquirirla en el centro y el 19% de los encuestados le gustaría comprar una vivienda en la Zona Norte.

6. Esta usted afiliado al IESS?

CONTROLADOR

SI	230
NO	22
	252



Fuente: Investigación de Mercado realizada por la autora

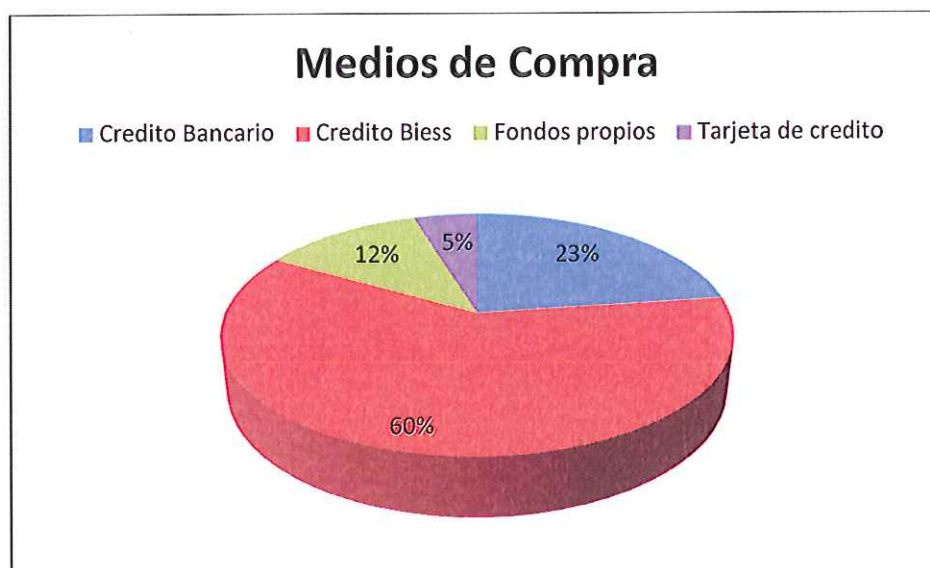
Gráfico N° 8

El gráfico muestra que el 91% de los encuestados se encuentran afiliados al IESS y un 9% no está afiliado.

7. ¿Cómo cree usted que financiaría la compra o remodelación de su vivienda?

CONTROLADOR

Crédito Bancario	58
Crédito BIESS	152
Fondos propios	30
Tarjeta de crédito	12
	252



Fuente: Investigación de Mercado realizada por la autora

Gráfico N° 9

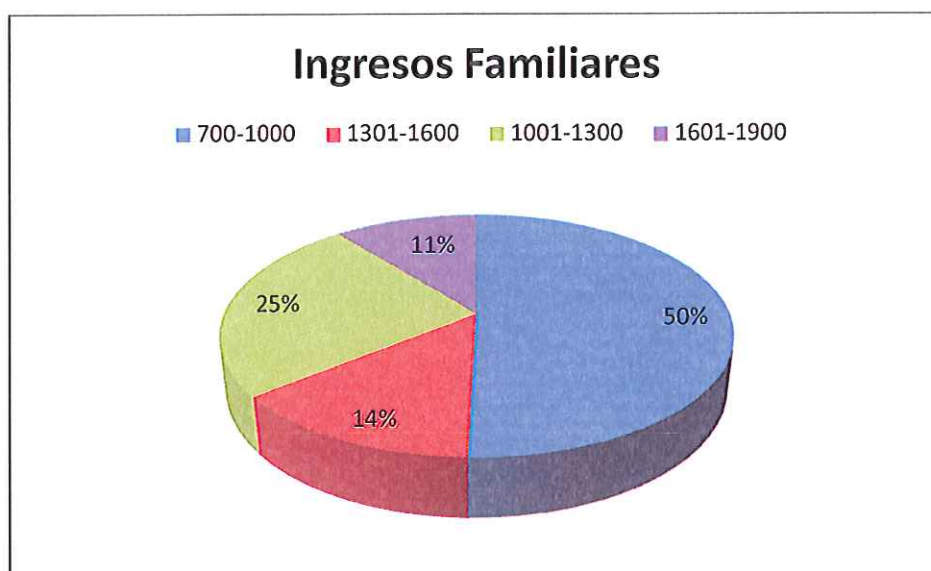
Como podemos observar en el gráfico el 60% de los encuestados financiaría la compra o remodelación de una vivienda con un crédito en el banco del IESS, el 23% de los encuestados lo realizaría mediante un crédito bancario, el 12% utilizaría fondos propios y un 5% lo realizaría mediante tarjetas de crédito.

8. ¿En qué rango se encuentra su ingreso mensual familiar?

CONTROLADOR

700-1000	127
1301-1600	35
1001-1300	63
1601-1900	27

252



Fuente: Investigación de Mercado realizada por la autora

Gráfico N° 10

El 50% de los encuestados se encuentra en un rango de ingresos familiares de 700 a 1000, el 25% de los encuestados en un rango de ingresos de 1001 y 1300 dólares, el 14% de 1301 a 1600 y el 11% de los encuestados tienen ingresos de 1601 a 1900 dólares.

9. ¿Si se creara una empresa dedicada a la compra venta y remodelación de Bienes raíces usaría sus servicios?

CONTROLADOR

SI	236
NO	16



Fuente: Investigación de Mercado realizada por la autora

Gráfico N° 11

Observando el gráfico podemos determinar que el 94% de los encuestados usarían los servicios de la empresa y el 6% no usaría los servicios.

ENTREVISTAS

Nombre: Arq. Marco Estupiñán

Cargo: GERENTE DE URBANIZACIÓN “JULIO ESTUPIÑAN”

Lugar: Oficinas de la empresa

Fecha: Martes 13 de Abril de 2010

Hora: 10:00 am

Duración: 30 minutos

Actualmente la necesidad habitacional en la ciudad de Esmeraldas es grande y el mercado de bienes raíces muy amplio; por lo que, la creación de empresas enfocadas a cubrir las necesidades insatisfechas de la ciudad ayudaría a mejorar el nivel de vida de la población.

Una de las falencias de este mercado es que la falta de créditos hipotecarios y préstamos bancarios no están al alcance de la población que los necesita; ya que, su nivel de ingresos no les permite en cierta forma tener capacidad de ahorro, la misma que es una característica que se fijan las instituciones financieras para poder otorgar un préstamo.

Las viviendas son consideradas en este sistema capitalista como mercancías y se adquieren en función a la capacidad de compra y a las remuneraciones mensuales, considerando que existe mucha necesidad de vivienda, es notable que la falta de capacidad de pago sea uno de los factores que no les permite adquirirlas.

La creación de una empresa dedicada a la compra venta y remodelación de viviendas en la ciudad de Esmeraldas debe venir acompañada de una propuesta de financiamiento direccionada a localizar la demanda potencial de posibles clientes enfocando las líneas de crédito y garantías para así brindar viviendas que dignifiquen al ser humano y contribuyan con la sociedad.

Nombre: Ing. Liliana Sabando

Cargo: COORDINADORA DE VIVIENDA

Lugar: Oficinas del MIDUVI

Fecha: Jueves 15 de Abril de 2010

Hora: 11:30 am

Duración: 30 minutos

1. ¿Cuál es la función del MIDUVI?

El MIDUVI trabaja específicamente en la construcción de vivienda y sistema de agua potable.

2. ¿Cuál es su función?

Coordinadora de viviendas y realización de proyectos

3. ¿Cómo se realiza el financiamiento para la construcción de casas?

Para el financiamiento de la construcción de una vivienda, el estado aporta con el 90% del valor de la vivienda y el beneficiario aporta con un 10%; en algunos casos el estado aporta con el 100% del valor de la vivienda.

4. ¿Cómo determina el MIDUVI la necesidad habitacional?

Para determinar la necesidad habitacional de la ciudad se realiza un estudio socioeconómico de las personas que requieren una vivienda, y en base al estudio se aprueba el proyecto.

5. ¿Cuál es el proceso a seguir para adquirir una casa por medio del MIDUVI?

Primeramente las personas que desean adquirir una vivienda deben cumplir con todos los requisitos que exige la institución, posteriormente se procede a calificar y aprobar la carpeta y se esperan los recursos del Ministerio de Finanzas; y por último, una vez que se tienen los recursos, se contrata una persona para que construya la casa.

6. **¿Una empresa dedicada a la venta de viviendas puede realizar trámites en el MIDUVI para obtener las casas de la posible venta?**

Se califica como un oferente de viviendas y a través del MIDUVI se le promociona la vivienda que ellos están ofertando.

7. **A su criterio ¿Cuáles son los factores que influyen en la compra de una vivienda?**

Los factores que influyen en la compra de una vivienda son: la capacidad de compra de las personas y la ubicación de la vivienda.

8. **¿Considera usted que uno de los factores para que las personas no puedan adquirir una vivienda es la falta de financiamiento?**

El financiamiento es uno de los factores que impide a las personas la compra de una vivienda, teniendo en cuenta que la situación económica actual no es tan buena y los posibles compradores no tiene la capacidad de compra necesaria, aun los Bancos se han enfocado en determinar en quien es o no una persona con capacidad de crédito.

9. **¿Cómo considera usted la creación de una empresa dedicada a la compra venta y remodelación de viviendas en la ciudad de Esmeraldas?**

Considero muy bueno el proyecto; ya que, en la ciudad no existen empresas de este tipo y realmente son necesarias porque existen muchas personas que desean vender una vivienda y pasa mucho tiempo sin poder hacerlo, además no hay una persona que se dedique a promocionar y a ejecutar la venta con todos los requisitos necesarios.

Nombre: Lic. Vicente Mosquera

Cargo: CORREDOR DE BIENES RAÍCES

Lugar: Oficina particular

Fecha: Lunes 19 de Abril de 2010

Hora: 10:15 am

Duración: 1:30

1. ¿Cuál es la diferencia entre un corredor y un agente de bienes raíces?

El corredor de bienes raíces es titulado, tiene una licencia está aprobado por el Ministerio respectivo y bajo alineamiento de una asociación y esta asociación está amparada bajo una federación como titulado en derecho inmobiliario que es la parte que corresponde; mientras que el agente no cumple con estas cualidades.

2. ¿Que se necesita para ser corredor de bienes raíces?

Debe inscribirse en los cursos que dan a nivel nacional una de las asociaciones más fuertes una vez que se aprueba el curso se rinde los exámenes que son valorados y una vez aprobado el curso le otorgan la licencia de corredor.

3. ¿Cuál es el trabajo de un corredor de bienes raíces?

El trabajo de un corredor de bienes raíces es el de vender y comprar casa ya sea con recursos propios o con capital al nombre de un cliente. Efectúa contratos, y verifica si debe realizarse pagos o impuesto del bien que se desea compra o vender.

4. ¿Qué opina usted sobre los precios de los inmuebles en la ciudad de Esmeraldas?

La tendencia de los precios en la ciudad de esmeraldas es alta, y no van con relación al bien ofertado, esto hace que el mercado inmobiliario se dañe y que la transacción se demore o no se realice.

5. Hay impedimentos en el proceso de comercialización de una vivienda. ¿Cuáles?

Existen dos tipos de impedimentos legales y familiares, en los legales podemos encontrar casos en los que el bien que se desea vender es declarado como patrimonio cultural, o que un bien al momento de realizar la inspección en el registrador de la propiedad se encuentre en alguna hipoteca.

De tipo familiar tenemos casos en los que el bien a vender es propiedad de herederos, el cual por la falta de aprobación de uno de ellos no se pueda llevar a cabo la venta.

6. ¿Qué opina sobre la creación de una empresa dedicada a la compra venta y remodelación de bienes raíces en la ciudad de Esmeraldas?

La creación de una empresa dedicada a la compra y venta y remodelación de bienes en la ciudad de Esmeraldas me parece muy buena siempre y cuando el organigrama este muy bien estructurado y cuente con un corredor de bienes legalmente autorizado, para que las diferentes actividades realizadas por la empresa garanticen seguridad al vendedor o comprador del bien

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS EN RELACIÓN CON LOS OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO DEL PROYECTO

4.1.1 Efectos del Plan Nacional de Desarrollo para el Proyecto

“El Presidente de la República, ha puesto en el Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda y en el Banco Ecuatoriano de la Vivienda, como entidades encargadas de direccionar la política de vivienda gubernamental y contrarrestar el déficit habitacional en el Ecuador”¹⁹.

Dentro del Plan Nacional de Desarrollo denominado “Plan Nacional para el Buen Vivir 2009 – 2013” el Gobierno del Ecuador consciente de la necesidad habitacional del país ha enfocado dentro de la estructura del plan, contrarrestar este déficit con el Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda y el Banco Ecuatoriano de la Vivienda.

Dada la necesidad del país que cada vez aumenta más, el gobierno considera la reactivación del Banco de la Vivienda y de una agencia del Banco del Pacífico, así lo detalla el siguiente artículo:

“El Gobierno Nacional en sus objetivos de satisfacer una necesidad aún muy grande y creciente en el país y específicamente en nuestra ciudad está impulsando la reactivación del Banco Ecuatoriano de la Vivienda y la apertura de una sucursal del Banco del Pacífico a quienes desde el 31 de Marzo de 2010 fueron otorgados las partidas de créditos para viviendas”²⁰.

¹⁹ <http://www.bevecuador.com/paginas/noticias.html>

²⁰ Eco. Mirna Chichande Gerente de la CFN Sucursal Esmeraldas

4.1.2 Efectos de las Restricciones con Tratados Internacionales

“Los empresarios venezolanos quieren intercambiar servicios como la implantación de ensamblajes de computadoras, baños plásticos, implementar 10 mil viviendas con tecnología china para que el Ecuador alcánce una balanza comercial aproximada de \$2 mil millones, expresó Alejandro Uzcátegui, representante de Empreven.

Con respecto al plan de vivienda de Empreven, el empresario José Luis Pineda, señaló que se propondrá un kit de vivienda china, construida por venezolanos para ecuatorianos. "Tienen 70 m², con tres habitaciones, dos baños, etc. elaborados con materiales de mi país". Su costo oscila entre \$45 mil y \$50 mil"²¹.

Los tratados internacionales en los que está inmerso el Ecuador permiten que exista una buena oferta comercial y de servicios para el Ecuador por parte de los diferentes países que conforman estos bloques, un claro ejemplo es la oferta del plan de vivienda construida por venezolanos para ecuatorianos con el fin de satisfacer en cierta parte la necesidad habitacional del país. La incursión del Ecuador en los diferentes tratados comerciales como el ALBA, ALADI y UNASUR abre un amplio mercado de oportunidades para el país.

4.2 FUNCIÓN DE LA DEMANDA

4.2.1 La Naturaleza de la Demanda del Proyecto

La necesidad de un lugar seguro de refugio hizo que con el pasar del tiempo el ser humano buscara la manera de protegerse del clima, de los peligros de la naturaleza e incluso del hombre mismo, y con el afán de cuidar al clan y a su familia buscó y construyó lugares rudimentarios que cubrieron en cierta forma sus necesidades. Así como lo detalla el siguiente artículo:

“El ser humano siempre ha tenido la necesidad de refugiarse para paliar las condiciones adversas de vivir a la intemperie. En la prehistoria, para protegerse del clima adverso o las fieras, solía refugiarse en cuevas naturales, con su clan.

²¹ <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/venezuela-ofrece-plan-de-vivienda-a-ecuador-365042.html>

La primera función de la vivienda es proporcionar un espacio seguro y confortable para resguardarse.

Tradicionalmente, en el mundo rural eran los propios usuarios los responsables de construir su vivienda, adaptándolas a sus propias necesidades a partir de los modelos habituales de su entorno; por el contrario, en las ciudades, era más habitual que las viviendas fueran construidas por artesanos especializados. En los países desarrollados, el diseño de las viviendas ha pasado a ser competencia exclusiva de arquitectos e ingenieros, mientras que su construcción es realizada por empresas y profesionales específicos, bajo la dirección técnica del arquitecto y/u otros técnicos²².

A medida que el hombre ha ido evolucionando ha ido mejorando su condición de vida y renovando sus lugares de refugio adaptándolas a sus propias necesidades desde construcciones antiguas hasta grandes edificaciones modernas que hoy en día se pueden observar. A pesar de la evolución que el hombre ha vivido en el sector inmobiliario la necesidad habitacional con la que cuenta el país y en especial la ciudad Esmeraldas aún es considerablemente alto como lo muestra el gráfico.

Datos obtenidos en la Investigación de Mercado realizada para determinar la necesidad habitacional que tiene la ciudad de Esmeraldas.

²² <http://es.wikipedia.org/wiki/Vivienda>

CONTROLADOR

SI	130
NO	122
	252



Fuente: Investigación de Mercado realizada por la autora

Gráfico N° 2

El 52% de los encuestados cuenta con vivienda, y el 48% no cuenta con una

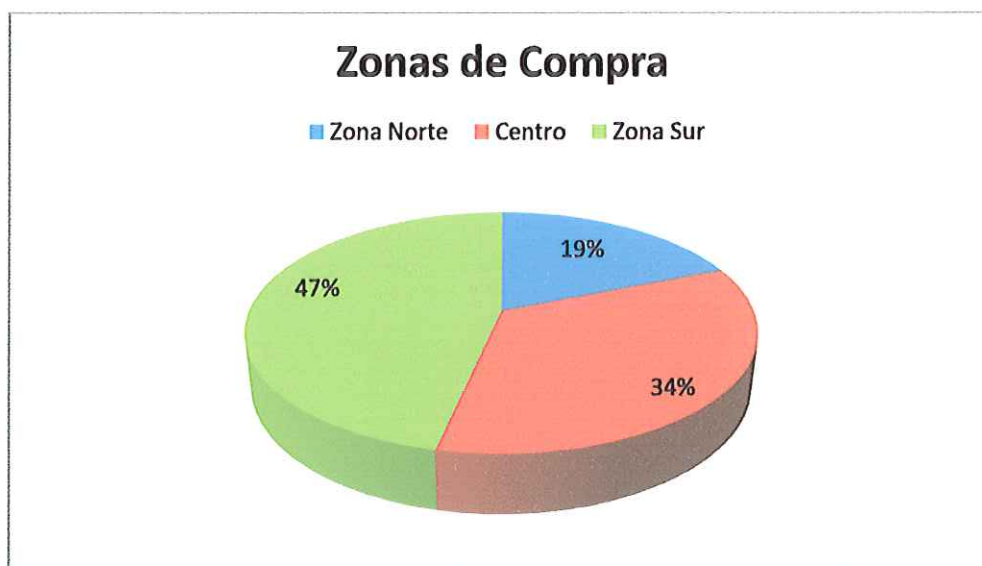
4.2.2 Estructuras preferenciales y gustos de la Demanda de Consumo

Uno de los factores más influyentes para la compra de una vivienda es la ubicación, a continuación se muestra las Zonas de mayor preferencia para la compra de una vivienda en la ciudad.

CONTROLADOR

Zona Norte	22
Centro	40
Zona Sur	54

116



Fuente: Investigación de Mercado realizada por la autora

Gráfico N° 7

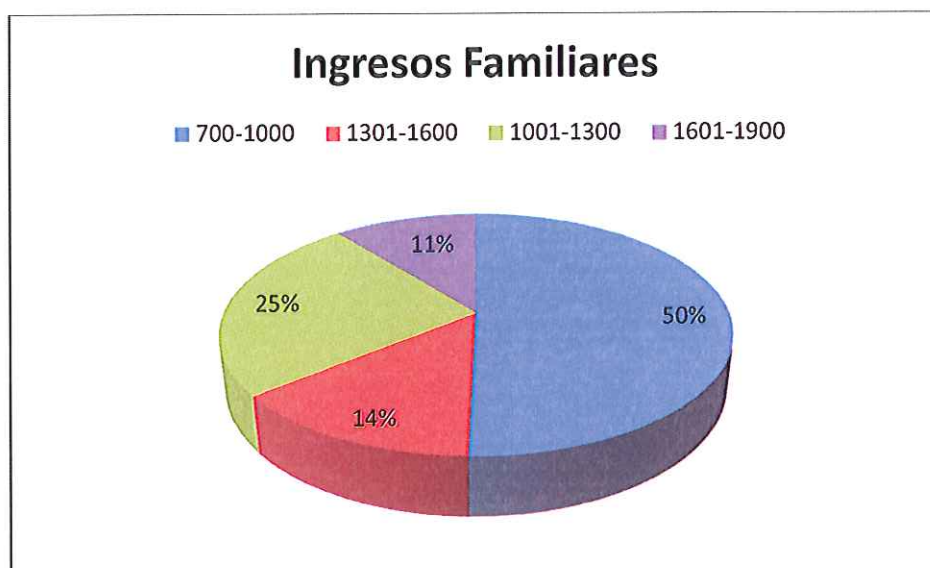
El gráfico muestra que el 47% de los encuestados le gustaría adquirir una vivienda en el Sur de la ciudad, el 34% de los encuestados desearía adquirirla en el centro y el 19% de los encuestados le gustaría comprar una vivienda en la Zona Norte.

4.2.3 Nivel de Ingresos de la Demanda

Conscientes de la necesidad económica y política del país es evidente la falta de fuentes de empleo y el ingreso de divisas; y con ello el aumento de las necesidades insatisfechas de la ciudad y el aumento en los precios de los productos que ha encarecido el costo de vida, y que a pesar de los esfuerzos del gobierno actual por establecer un salario básico, gran parte de la ciudadanía esmeraldeña no tiene acceso a estos.

Para que una persona sea calificada como sujeto de crédito por una institución financiera debe percibir ingresos mensuales mínimos de \$800.00, comparando esta información con los resultados obtenidos en la investigación de mercado se determino lo siguiente:

El 50% de los encuestados se encuentra en un rango de ingresos familiares de 700 a 1000, el 25% de los encuestados en un rango de ingresos de 1001 y 1300 dólares, el 14% de 1301 a 1600 y el 11% de los encuestados tienen ingresos de 1601 a 1900 dólares, según lo muestra el grafico.



Fuente: Investigación de Mercado realizada por la autora

Gráfico N° 10

4.2.4 Precios de los artículos relacionados

En la ciudad de Esmeraldas los precios promedios de los arriendos de apartamentos varían de acuerdo a la ubicación y están entre \$150.00 hasta \$500.00 mensuales; por lo que se ha establecido una comparación en base a la cuota que podría pagar una persona que accede a un préstamo bancario de \$80,000.00 a un interés del 11.33% anual a un plazo de 15 años, considerando que el banco financia el 70% en relación al avalúo de la casa, y esta operación da como resultado una cuota de \$346.36 mensuales, lo que se podría entender que es mucho mejor realizar un préstamo bancario para la compra de una casa propia antes que vivir dependiente de arriendos por muchos años, esta misma información es explicada a continuación:

ZONA	ARRIENDO	CUOTA DE PRESTAMO
NORTE	\$300.00	\$346.36
CENTRO	\$250.00	\$346.36
SUR	\$100.00	\$346.36

Fuente: Investigación realizada por la autora

4.2.5 Demanda del Producto (Inelástica)

El mercado inmobiliario en la ciudad de Esmeraldas es amplio aunque no se lo ha explotado completamente; ya que, no existen empresas dedicadas a brindar este tipo de servicios en la compra venta y remodelación de bienes raíces.

La demanda de viviendas en el mercado es inelástica, considerando que si los precios de las casas suben, las personas aún desearán adquirir una. Como lo menciona la siguiente definición:

“Los bienes necesarios suelen tener una demanda inelástica. Su demanda oscila poco ante variaciones de precio (la gente va a seguir comprando ese bien porque tienen necesidad del mismo)”²³.

²³ http://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:ATS-0mp-TbYJ:www.edured.ec/web_html/documentos/links/Microeconomia/Elasticidad_de_demanda_y_oferta.pdf+definicion+de+bien+sustituto&hl=es&gl=ec&pid=bl&srcid=ADGEEISi4uv239vER4oWW81APM3ewe3Q08DmXBSRGh

4.2.6 Condiciones del Mercado para su comercialización

El mercado de bienes raíces en la ciudad de Esmeraldas es bueno; ya que, la existencia de un porcentaje considerable en la necesidad habitacional que posee la ciudad hace atractiva la inversión en este tipo de empresas que se dediquen a brindar ya sea, asesoramiento como corretaje o directamente en la compra venta y remodelación. El mercado posee competencia perfecta porque no existe ningún tipo de monopolio u oligopolio, al contrario, es una actividad que cualquier persona natural o jurídica que cumpla con los requerimientos necesarios puede realizarla.

CONTROLADOR

SI	116
NO	6

122



Fuente: Investigación de Mercado realizada por la autora.

Gráfico N° 5

Conforme a los datos expresados en el gráfico se puede determinar que el 95% de las personas que no poseen vivienda desearían adquirir una.

4.2.7 Durabilidad del producto

Las viviendas son un bien de tipo permanente en comparación a otros productos, cuenta con vida útil que es relativamente larga y la plusvalía del bien aumenta con el paso del tiempo; normalmente un inmueble sufre deterioros, pero estos son contrarrestados con remodelaciones o toques sencillos que ofrecen mejoras, haciendo que el valor de las casas permanezca o se incremente.

4.2.8 Condiciones del consumo del producto (Independiente)

Las viviendas son consideradas bienes de consumo independiente; ya que sus características son distintas a la de los bienes sustitutos o complementarios que normalmente los encontramos en el mercado.

4.3 OFERTA DEL PRODUCTO

4.3.1 Incentivo nacional para la comercialización

El Estado preocupado por mejorar la calidad de vida de los habitantes y cubrir la demanda de vivienda ha venido impulsando en los últimos años cambios estructurales en la política habitacional en donde interviene activamente el sector privado, así lo detalla el siguiente artículo:

“El Gobierno Ecuatoriano por intermedio del Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda, MIDUVI, ha venido impulsando en los últimos años un cambio estructural en la política habitacional, que se sustenta en la participación activa del sector privado, a quien le corresponde la oferta de vivienda y el Estado interviene como rector del sector y facilitador del acceso a la vivienda a las familias de menores recursos, mediante la entrega de subsidios directos”²⁴.

²⁴ http://www.derechoecuador.com/index.php?option=com_content&task=view&id=5041&Itemid=540

4.3.2 Requerimientos tecnológicos para la comercialización

Para la creación de una empresa de compra venta de bienes raíces se va a necesitar de herramientas tecnológicas, mediante el uso de equipos de cómputo y el servicio de internet que permitan facilitar los procesos, llevar un control minucioso de las operaciones y mejorar la atención a los clientes; así también se va a requerir de diversas maquinarias y herramientas que permitan realizar remodelaciones y acabados perfectos a las distintas viviendas, para así; agilizar tiempo, perfeccionar el servicio y dar mayor respaldo a la empresa.

4.3.3 Incidencia climática para la comercialización

Los diferentes cambios climáticos que tiene el país y en especial la ciudad de Esmeraldas que solo cuenta con las estaciones de invierno y verano varían constantemente alargando muchas veces los períodos y en otros casos aumentando la fuerza climática que tienen incidencias en las diferentes actividades comerciales que se realizan.

La compra y venta de bienes raíces muchas veces se ve afectada por los drásticos cambios climáticos que hoy en día se presentan, claros ejemplos son cuando existen casas de venta cerca a lugares altos y que al producirse fuertes lluvias se ven afectados por los deslaves y aglomeración de lodo en las calles en el área donde se encuentra ubicada la vivienda que retrasan o imposibilitan la venta del bien.

Otras de las incidencias climáticas es la especulación que se producen sobre catástrofes naturales como son los tsunamis, maremotos, los cuales inciden gravemente la realización de las transacciones comerciales en las ventas de los bienes ubicados en lugares cerca a las costas, a pesar de que estos sean de gran demanda por su ubicación privilegiada.

4.3.4 Bienes sustitutos existentes en el mercado

Se puede considerar como bien sustituto de una vivienda el arrendamiento que puede realizar una persona de determinada casa o apartamento satisfaciendo en cierta forma la necesidad de contar con un lugar donde habitar por no haber podido concretar un crédito de vivienda ante las exigencias para su aprobación.

4.4 ESTUDIO DE MERCADO

4.4.1 Mercado Proveedor

El mercado proveedor para una empresa dedicada a la compra venta y remodelación de bienes raíces son todas aquellas personas que cuentan con una vivienda y la desean vender, estas viviendas pueden estar ubicadas en las distintas zonas de la ciudad; por lo que, se procederá a realizar un banco de casas de las posibles compras evaluando cada una de las características que demanda un comprador en la búsqueda de satisfacer su necesidad.

TIPO DE CONSTRUCCION	LOCALIZACION	DIMENSION	m2	PRECIO COMPRA DEL BIEN
HORMIGON ARMADO 3 PISOS	LAS PALMAS	12 X35	420	160.000,00
MIXTA	LAS PALMAS SEPTIMA Y LUIS TELLO	14 X 32	448	110.000,00
CONCRETO HORMIGON ARMADO	LIBERTAD Y PERDOMO	8,5 X 12	102	120.000,00
MADERA	COLON RICAURTE Y QUITO	5 X 30	150	50.000,00
MADERA	CODESA	8 X 20	160	25.000,00
HORMIGON ARMADO	TOLITA 1 MZ. 40 V. 15	12 X 15	180	50.000,00
HORMIGON ARMADO	TOLITA 1	6 X 15	90	20.000,00
HORMIGON ARMADO	TOLITA 1	8 X 12	96	16.000,00
HORMIGON ARMADO	TOLITA 2	8 X 20	160	30.000,00

4.4.2 Segmentación de Mercado

La segmentación de mercado realizada tiene como objetivo identificar el segmento de clientes con necesidades, deseos y capacidades de adquisición iguales, a los cuales la empresa buscara satisfacer.

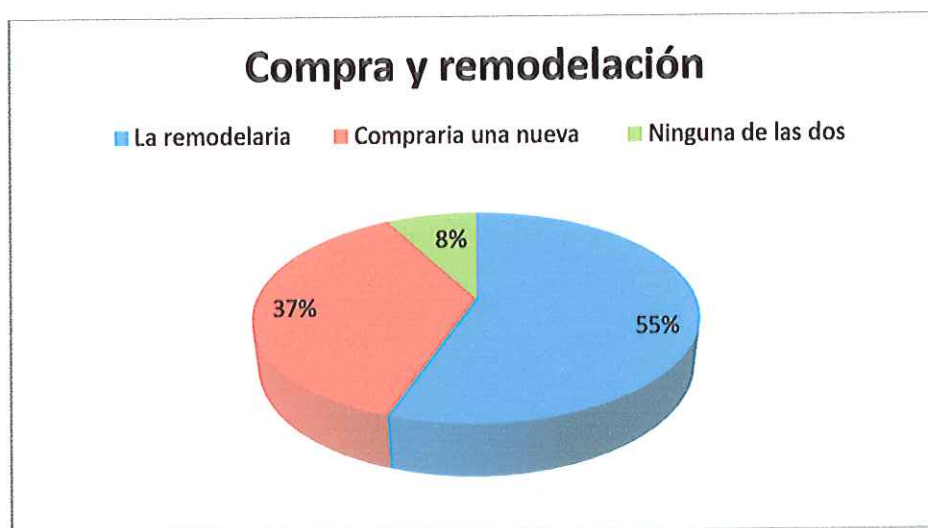
Base de Segmentación:

Variables demográficas

Base de Segmentación	Categorías.
A. Sexo	masculino / femenino
B. Edad	Desde 25 años en adelante
C. Educación	Básica
D. Ocupación	Profesional, empleados, microempresarios
E. Clase Social	Media alta
F. Responsabilidad familiar y Estado Civil	Familia, hijos, responsabilidades.
G. Ingresos	De 700 \$ en adelante.
H. Posesión de bienes	Personas sin vivienda, y con necesidad de remodelación.

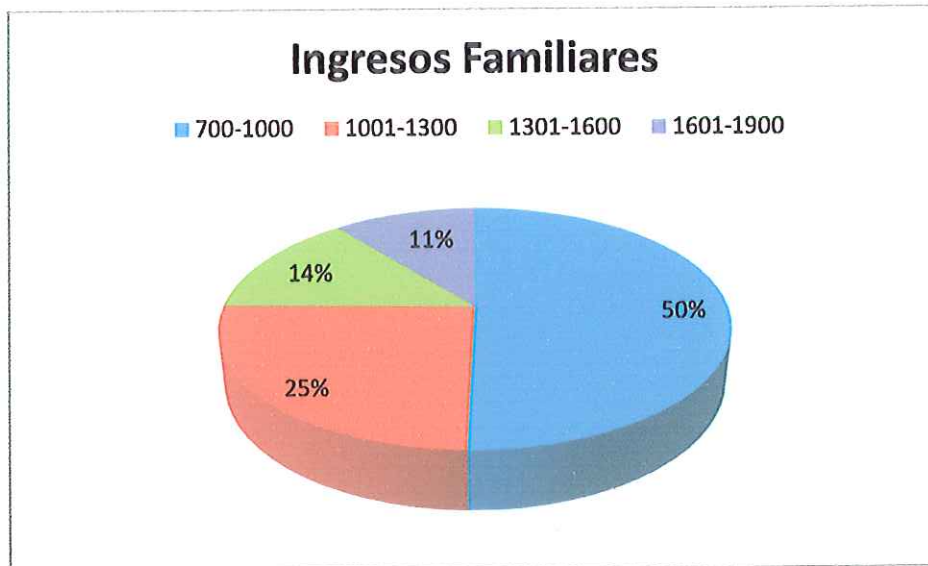
- A. Los servicios que brindará la empresa van dirigidos a hombres o mujeres ya que ambos sexos necesitan de un lugar para vivir.
- B. Está segmentado entre una edad de 25 a 50 años considerando que a los 25 años una persona es económicamente activa y no se considera a los 50 años como un límite de edad para ser cliente de la empresa, pero dentro de este rango de edad la persona puede ser considerada aun como un sujeto de crédito.
- C. El nivel de educación de las personas puede ser básica.
- D. Los servicios de la empresa estarán enfocados a profesionales, empleados y microempresarios.
- E. Los servicios de la empresa van dirigidos a una clase social media alta.

- F. La empresa se enfocara especialmente a un segmento de estado civil casado o personas comprometidas que tengan como prioridad la adquisición de una vivienda.
- G. La empresa no solo se enfocara en aquellas personas que no cuentan con vivienda sino también en aquellas que cuentan con una, pero que tienen diferentes necesidades aun insatisfechas, y tomando como referencia los resultados muestran que el 55% de encuestados que poseen una casa desearía realizar remodelaciones y el 37% compraría una nueva.



Fuente: Investigación de Mercado realizada por la autora

- H. El resultado del nivel de ingresos por persona que se obtuvo es el siguiente:



Fuente: Investigación de Mercado realizada por la autora

Dentro de la información recolectada y tomando en cuenta que la encuesta se realizó en relación a los ingresos familiares mensuales, se estima que el 50% de los ingresos familiares se encuentra en un rango de 700 a 1000, el 25% en un rango de ingresos de 1001 y 1300 dólares, el 14% de 1301 a 1600 y el 11% tienen ingresos de 1601 a 1900 dólares.

Variable Geográfica

Base de Segmentación	Categorías
Tamaño localidad	1,075,000
Tipo de población	Urbana

Variable Psicográfica

Base de Segmentación	Categorías
Estilo de vida	Clase media alta

4.4.3 Proyección de Venta

Población urbana clase media alta proyectada 2011: 18755 habitantes

Personas que no tienen vivienda: 48%

Personas que desean comprar una vivienda: 65%

Promedio de ingresos mensuales personas con capacidad de pago 50%

El investigador proyecta cubrir al año el 5% en casas de acuerdo a su capacidad de inversión, maquinarias y equipos.

Según los datos del Registro de la Propiedad, el número de casas vendidas en los últimos tres años son:

2007 = 1888 casas

2008 = 2210 casas

2009 = 2378 casas

2010 = 2538 casas

Julio 2011 = 1329 casas

Proyección de aumento de venta promedia de viviendas por año 160 casas.

$$18755 \times 48\% = 9002 \text{ familias} \times 65\% = 5851 \text{ familias} \times 50\% = 2926 \text{ casas} \times 5\% =$$

31 casas al año

LOCALIZACION	DIMENSION	m2	PRECIO COMPRA DEL BIEN	COSTO DE ADECUACION	UTILIDAD	PRECIO DE VENTA	CANT. VENTA AL AÑO	COSTO TOTAL	VENTA TOTAL
SECTOR LAS PALMAS		350	120.000,00	6.771,00	19.015,65	145.786,65	1	126.771,00	145.787
SECTOR AV LIBERTAD		100	75.000,00	5.625,00	12.093,75	92.718,75	1	80.625,00	92.719
SECTOR CENTRO		150	50.000,00	1.500,00	7.725,00	59.225,00	4	206.000,00	236.900
SECTOR CODESA		135	28.000,00	2.100,00	6.020,00	36.120,00	5	150.500,00	180.600
SECTOR TOLITA		135	34.000,00	2.516,00	9.129,00	45.645,00	5	182.580,00	228.225
				18.512,00				746.476,00	884.230,40
							PROPORCION MENSUAL	62.206,33	73.685,87

4.4.4 Mercado Competidor

En cuanto al mercado competidor de la ciudad de Esmeraldas referente a bienes raíces no se cuenta con ninguna empresa competitiva que se dedique exclusivamente a la compra venta y remodelación de viviendas en forma organizada, sólo existen intermediarios como lo son los corredores de bienes raíces y otras empresas que brindan los servicios exclusivos de remodelaciones y acabados para las viviendas; estas razones dan credibilidad para realizar una inversión segura en este proyecto.

4.4.5 Estrategia Comercial

4.4.5.1 Canales de Distribución y Comercialización

A continuación se describe el canal de distribución y comercialización que se realizará en el proceso de compra, venta y remodelación de bienes raíces de la empresa:

La empresa para obtener el bien objeto de comercialización determinará las viviendas de venta de la ciudad, realizará los avalúos del bien, también se determinarán sus características, buscando la tranquilidad del lugar en su ubicación, la comodidad y el entorno comercial del bien, características que obtuvieron un porcentaje considerable en la investigación realizada de los factores que las personas consideran más importantes al momento de adquirir una vivienda, luego de esto la empresa procederá a la adquisición del inmueble.

La empresa realizará mejoras en el inmueble comprado dando retoques al acabado o a la pintura con el propósito de que se facilite la venta de la vivienda. Considerando las características de las necesidades de los clientes y su capacidad económica se le presentará las diferentes opciones de la posible compra que puede realizar, actuando como un ente buscador de soluciones a ciertos problemas que pueden encontrarse en el proceso de compra y venta del bien. Guiando en cierta forma la obtención de créditos y los diferentes pasos en el proceso operativo de la documentación necesaria, facilitando y motivando la compra para que el cliente se sienta satisfecho, sembrando en la mente del cliente que la adquisición no ha sido un gasto sino una inversión de seguridad, confianza y que formará parte importante de la felicidad de él y su familia.

Diagrama del canal de distribución y comercialización.



En el proceso de remodelación se llegará al cliente por medio de la necesidad que este tenga y será utilizada como canal conector cliente - empresa, una vez analizado los requerimientos necesarios y las posibilidades de satisfacer aquella necesidad se obtendrán de los proveedores los materiales requeridos, luego la empresa realizará la remodelación solicitada por el cliente en el bien hasta concluir con el trabajo.

4.4.5.2 Variables Externas

Las empresas son sistemas económicos productivos y pueden ser afectadas por variables externas; ya que, la actividad que desarrollan repercute en su entorno. Las variables externas de influencia en la empresa pueden ser:

Políticas

El gobierno puede desestimar la inversión en vivienda impidiendo la construcción de casas en ciertas zonas o también el Municipio podría prohibir que se construyan viviendas con más de tres pisos.

Económicas

Una variable externa económica que afecta puede ser la alta tasa de desempleo, o también que no haya inversión en las políticas económicas en cuanto al sector inmobiliario.

Fiscales

Al incluirse en el pago de impuestos un impuesto progresivo y este va de acuerdo a la cotización de la vivienda; es decir, si el primer año se pagó un valor del 2% adicional luego de diez años se pagará un porcentaje mayor puede ser del 4%.

Laborales

Si no se producen incrementos salariales el costo de vida se elevaría y no alcanzaría la cuota mínima para acceder a préstamos bancarios para la compra de una vivienda.

4.4.5.3 Análisis FODA

Para poder delimitar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, se elaboró un FODA y a continuación se lo describe:

FORTALEZAS

- Contar con los recursos económicos para la creación de la empresa.
- Estar ubicados estratégicamente en la zona centro de la ciudad de Esmeraldas para beneficio de la empresa y los clientes contando con el lugar donde va a estar ubicada la oficina.
- Poseer los conocimientos de contabilidad y administración necesarios para realizar las actividades comerciales de la empresa.

DEBILIDADES

- Poca experiencia en mercadeo inmobiliario.
- Al ser una empresa nueva una de las principales debilidades que enfrentara es el ingreso al mercado esmeraldeño hasta la obtención de prestigio y posicionamiento.

OPORTUNIDADES

- La ciudad de Esmeraldas posee un alto porcentaje de necesidad habitacional.
- Crecimiento en la utilización del internet por los consumidores.
- El aumento del turismo en la ciudad para promover la empresa en hoteles, medios y eventos turísticos, cuyo crecimiento permite el aumento de personas que puedan

observar los rótulos, los anuncios en periódicos etc., estas personas tendrán posesionada la imagen de la empresa en su mente, y el momento que necesiten servicios inmobiliarios posiblemente acudirán a la empresa.

- El campo estructural de viviendas en Esmeraldas no es moderno existiendo un mercado potencial para la remodelación.

AMENAZAS

- Gran cantidad de agentes de corretaje.
- Desarrollo de planes habitacionales en el cantón Tachina.
- Elevados precios de las viviendas en la ciudad de Esmeraldas.
- Incremento en los precios de los materiales de construcción.
- Políticas de gobierno impredecibles (Nuevos Impuestos).

4.4.4.5 Estrategias de Ventas, Promoción, Publicidad y Financiamiento

En la actualidad a más de que la vivienda es considerada como la necesidad fundamental requerida para la reproducción de las familias es también para el mercado de bienes raíces una mercancía y un bien de inversión, es de esta manera que las estrategias de venta de la empresa van enfocadas en fortalecer la confianza en los procesos de compra, venta y remodelación, brindando asesoramiento de las diferentes opciones de financiamiento a los cuales los posibles clientes pueden acceder, juntamente con la operatividad de los requisitos previos, verificando si debe realizarse pagos o impuesto o algún tipo de impedimento del bien que se desea compra o vender.

Para poder captar la atención de los clientes potenciales del mercado al cual se ha segmentado se desarrollaran formas más sofisticadas de que los usuarios encuentren lo que buscan. Buscando en la mayor parte de los casos obtener información y transmitir soluciones reales y necesarias dentro del alcance de la empresa, introduciendo unos simples criterios que sirven para definir el tipo de vivienda, zonas de preferencia y el desembolso de dinero conforme a la capacidad del cliente conjuntamente con la característica del bien ofertado, tomando como base estos criterios y partiendo de la necesidad aún insatisfecha de la ciudad y una vez contando con los bienes a ofertar, las estrategias para llegar al cliente serán las siguientes:

- Avisos en los diarios



- Marketing televisivo



- Cartelería en los inmuebles ofrecidos en venta o alquiler



- Marketing personalizado



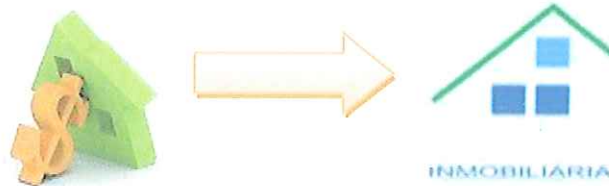
- Anuncios en las vidrieras de los locales



- Anuncios en la página web



- Otra estrategia de venta sería que la empresa de bienes raíces asuma los valores que incurrirán en el proceso de compra, venta de la vivienda con el fin de evitarle un gasto mas al cliente.



- También, puede ser que la empresa establezca asumir el pago de la primera cuota del préstamo bancario que le ha sido otorgado al cliente para la compra de la vivienda.



Dentro de las diferentes estrategias que la empresa utilizará para brindar un servicio de calidad, se encuentra el asesoramiento financiero; el cual, es de gran importancia en la compra de una vivienda y cuyo tema es uno de los más desconocidos para los posibles compradores de un bien, considerando lo expuesto y por medio de la investigación realizada se determinó que actualmente una de las instituciones que mayor capacidad de préstamos ofrece para vivienda y con bajo porcentaje de interés es el Banco del IESS (BIESS) considerado ahora como una competencia para las demás instituciones financieras de la ciudad y del país.

Banco del IESS

Misión

Administrar, de manera eficiente, los recursos previsionales de los asegurados generando operaciones financieras con retorno social y económico adecuado, que contribuyan a impulsar la producción, creen valor agregado y garanticen nuevas fuentes de empleo.

Visión

Ser la institución Financiera Pública reconocida por la excelencia en la generación de rendimientos y servicios financieros para beneficio de los asegurados del IESS, la integridad de su gente y su contribución al desarrollo nacional.

Productos

a. Vivienda Terminada

Información del Producto

- El Biess ofrece préstamos para adquirir viviendas terminadas como casas, departamentos y viviendas multifamiliares que se encuentren listas para ser habitables (pueden contener locales comerciales)

Requisitos Generales para Afiliados:

1. Mínimo 36 aportes individuales o solidarias (cónyuge y/o unión libre reconocida legalmente) y 12 últimas aportaciones consecutivas.
2. No mantener obligaciones vencidas con el IESS o Biess.
3. No tener calificación equivalente a D o E en la de la Central de Riesgos y tener capacidad de endeudamiento calificada por el Biess o IESS.
4. No encontrarse el empleador en mora de sus obligaciones con el IESS.

Condiciones del Financiamiento

Monto y Financiamiento

- El Biess financiará el 100% del avalúo actualizado, hasta USD \$100.000, cuando el valor de la vivienda sea igual o superior a USD \$125.000; se financiará el 80% del avalúo actualizado y la diferencia deberá ser cubierta por el solicitante.

Plazo Máximo

- Hasta 25 años.
- Dependerá de la edad del asegurado.

Tasa de Interés

- La tasa de interés que se concederá al préstamo hipotecario fluctúa de acuerdo con el plazo, entre el 7.90% y 8.56%, tomando como referencia la Tasa Activa Efectiva Referencial del Segmento de Vivienda publicada por el Banco Central del Ecuador, considerando los plazos máximos de pago.

Capacidad de Endeudamiento

- El afiliado puede comprometer hasta el 40% de sus ingresos netos, una vez deducidas las deudas reportadas por el Buró de Crédito y de la Central de Riesgos
- Se tomará en cuenta los últimos 6 meses de sueldo reportados al IESS.

b. Construcción de vivienda

Información del Producto

- El Biess ofrece préstamos para construcción de vivienda o la edificación de unidades en terreno propio del asegurado y/o su cónyuge o conviviente, el mismo que debe estar libre de gravámenes.
- Edificación de unidades de vivienda independientes que estén sobre o junto a construcciones ya existentes, y también a la terminación de las unidades de vivienda que no estén en condiciones habitables.

Requisitos Generales para Afiliados

1. Mínimo 36 aportes individuales o solidarias (cónyuge y/o unión libre reconocida legalmente) y 12 últimas aportaciones consecutivas.
2. No mantener obligaciones vencidas con el IESS o Biess.
3. No tener calificación equivalente a D o E en la de la Central de Riesgos, tener capacidad de endeudamiento calificada por el Biess o IESS.
4. No encontrarse el empleador en mora de sus obligaciones con el IESS.
5. Tener terreno propio libre de gravámenes.

Condiciones de Financiamiento

Monto y Financiamiento

- El financiamiento, que va desde el 80% hasta el 100%, estará en función directa con el valor del Presupuesto de Construcción.

Plazo Máximo

- Hasta 25 años.
- Dependerá de la edad del asegurado.

Tasa de Interés

- La tasa de interés que se concederá al préstamo hipotecario fluctúa de acuerdo con el plazo, entre el 7.90% y 8.56%, tomando como referencia la Tasa Activa Efectiva Referencial del Segmento de Vivienda publicada por el Banco Central del Ecuador, considerando los plazos máximos de pago.

Capacidad de Endeudamiento

- El afiliado puede comprometer hasta el 40% de sus ingresos netos, una vez deducidas las deudas reportadas por el Buró de Crédito y de la Central de Riesgos.
- Se tomará en cuenta los últimos 6 meses de sueldo reportados al IESS.

c. Remodelación de vivienda

Información del Producto

- El Biess ofrece préstamos para remodelación o mejoramiento de vivienda que incluye la modificación interna de la vivienda de propiedad del asegurado, sin cambios ni variaciones en la estructura principal (por ejemplo el cambio de pisos, closets, mampostería, etc.)
- El Biess ofrece préstamos para ampliación de vivienda que se refiera al incremento de la superficie de la vivienda actual y remodelación de la vivienda principal, siempre que la ampliación no sobrepase una superficie de 40m².

Requisitos Generales para Afiliados

- Mínimo 36 aportes individuales o solidarias (cónyuges y/o unión libre reconocida legalmente) y 12 últimas aportaciones consecutivas.
- No mantener obligaciones vencidas con el IESS o Biess.
- No tener calificación equivalente a D o E en la de la Central de Riesgos, tener capacidad de endeudamiento calificada por el Biess o IESS.
- No encontrarse el empleador en mora de sus obligaciones con el IESS.
- Tener vivienda propia libre de gravámenes.

Condiciones de Financiamiento

Monto y Financiamiento

- Se financiará hasta el 50% del avalúo de realización de la vivienda.

Plazo Máximo

- Hasta 15 años.
- Dependerá de la edad del asegurado.

Tasa de Interés

- La tasa de interés que se concederá al préstamo hipotecario para remodelación, fluctúa de acuerdo con el plazo, entre el 7.90% y el 8.56%, tomando como referencia la Tasa Activa Efectiva Referencial del Segmento de Vivienda publicada por el Banco Central del Ecuador, considerando los plazos máximos de pago.

Capacidad de Endeudamiento

- El afiliado puede comprometer hasta el 40% de sus ingresos netos, una vez deducidas las deudas reportadas por el Buró de Crédito y de la Central de Riesgos
- Se tomará en cuenta los últimos 6 meses de sueldo reportados al IESS.

d. Sustitución de hipoteca

Información del Producto

- Este tipo de préstamo, aplica para que usted pueda cancelar sus obligaciones con garantía hipotecaria en cualquiera de las entidades financieras del país, reguladas por la Superintendencia de Bancos y Seguros.
- Únicamente podrá acceder a este préstamo, si la hipoteca se refiere a obligaciones para adquisición, construcción, ampliación, remodelación o mejora de vivienda de su propiedad; siempre y cuando su obligación no se encuentre con pagos vencidos o dividendos en mora.
- En el caso de que el IESS haya adquirido previamente su obligación hipotecaria de cualquier Institución Financiera podrá acogerse a las mismas condiciones financieras establecidas para los demás préstamos hipotecarios del Biess previa solicitud.
- El BIESS financiará hasta la totalidad del saldo adeudado a la Institución Financiera, siempre que su capacidad de pago lo permita.
- El avalúo actualizado del bien inmueble debe ser igual o superior al 125% del saldo a cancelar y no menor a DIEZ MIL DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (USD 10.000,00).
- No se reconocerá pagos por multas, penalizaciones o cualquier otro valor por pago anticipado de la obligación, estipulados por la Entidad Financiera.
- De así requerirlo, el Biess hasta concluir el trámite de Constitución de Hipoteca, podrá solicitar a una Institución Financiera, la emisión de una Carta de Garantía Bancaria, la cual viabilizará la sustitución de la hipoteca que pesa sobre el inmueble de su propiedad.
- La obtención de esta Carta de Garantía Bancaria necesariamente será tramitada por el personal del Biess asignada a este proceso.

Requisito exclusivo para Cancelación de Obligaciones Hipotecarias:

- Mantener una deuda cuyo destino original haya sido la vivienda con garantía hipotecaria en cualquier Banco, Mutualista o Cooperativa de Ahorro y Crédito.

4.5 INGENIERÍA DE PROYECTOS

4.5.1 Características del Proyecto

Con el paso del tiempo, es evidente la evolución de los diferentes tipos de vivienda y el crecimiento de las necesidades de adquisición y remodelación de los bienes de las personas; es por ello, que la empresa estará enfocada en brindar los servicios y satisfacer las necesidades cada vez crecientes en la ciudad con la construcción y remodelación de casas de acuerdo a las exigencias de los clientes, pudiendo ser estas de hormigón, materiales mixtos, entre otras, que cubran aquellas necesidades identificadas en el comprador actuando como un instrumento de planeación entre su capacidad de inversión y su necesidad.

Conscientes de los constantes cambios en las estructuras, arquitecturas y diseños a aplicar en los modelos a ofrecer tanto en la construcción y mejoramiento del bien, y para contrarrestar uno de los mayores problemas que el cliente enfrenta que es el no contar con el dinero necesario para adquirir la vivienda, se presentarán diferentes alternativas si el cliente se decide en comprar el bien, entre ellas la empresa ofertará las diferentes viviendas o remodelaciones de bienes buscando siempre satisfacer las necesidades del cliente y se le orientará en lo correspondiente a la adquisición del crédito que le permita al cliente obtener la inversión necesaria para la adquisición de la vivienda.

4.5.2 Proceso de Producción y Comercialización

El proceso que realizará la empresa para obtener las viviendas de sus proveedores y luego proceder a venderlas encierra ciertos pasos a llevar a cabo:

La empresa realizará un crédito hipotecario en una institución bancaria de la ciudad por un valor estimado a largo plazo, considerando 15 años más la tasa de interés fijada. La

empresa al cumplir con todos los requisitos que exige la institución para calificar como sujeto de crédito le es aprobada la solicitud y recibe el crédito deseado.

La empresa también ya cuenta con una base de datos actualizada de todos los posibles proveedores, conoce la ubicación, el precio, los materiales con la que están hechas las casas, las medidas de frente y fondo, y ciertos detalles particulares de cada una. Luego de haber analizado las características de las viviendas, la empresa procede a escoger la casa que tiene mayor ventaja o beneficio, ya sea por su precio, por la ubicación o estructura.

Esta vivienda antes de ser vendida pasa a ser remodelada con acabados y detalles que vayan acorde a las necesidades actuales, y que beneficien y satisfagan a los posibles compradores; para lo cual, la empresa aplica estrategias de venta para captar al cliente. Así también, hay que considerar que las posibles remodelaciones hechas no sean del gusto del cliente, por lo que, la empresa realizará sólo aquellas que sean necesarias; luego se realizará la preventa citando a los interesados para mostrarles las características de la vivienda, es aquí, que si para alguno de los interesados fue de su agrado la vivienda y desea adquirirla se procederá a realizar los trámites correspondientes y si hay algún tipo de remodelación específica o de construcción la empresa procederá a realizarla; al aplicar esta estrategia la empresa podrá satisfacer en gran porcentaje la necesidades y gustos del comprador como también evitará realizar grandes inversiones en remodelaciones que posiblemente no sean del agrado del cliente e influya en la posible venta.

4.5.3 Descripción del Proceso

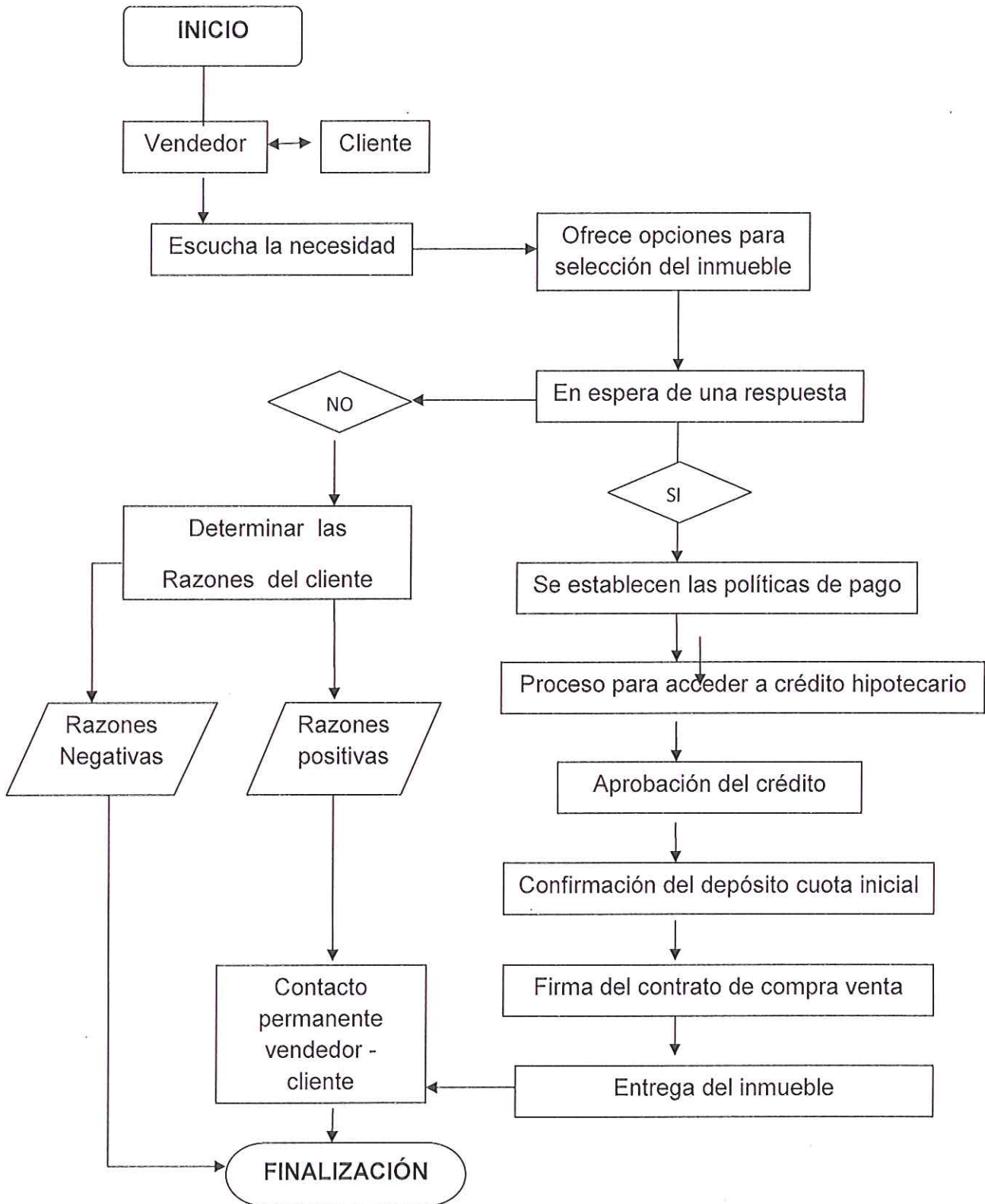
La empresa al contar con una casa para la venta procederá a aplicar estrategias que le permitan llegar al futuro cliente, y se realizará el siguiente proceso:

Para iniciar el proceso de compra de la vivienda el vendedor de la empresa planificará una cita con la persona interesada, el vendedor escuchará las necesidades del cliente y en base a eso mostrará las distintas opciones en cuanto a la selección del inmueble. El comprador podrá escoger la vivienda de su preferencia y podrá incluir remodelaciones si las requiere para mayor comodidad.

Si el cliente no se interesa en la compra de la casa el proceso habrá terminado; pero si al cliente le interesa la compra de la casa, la empresa procederá a darle a conocer las políticas de pago, como se trata de una gran inversión la empresa le ayudará a tramitar todo el proceso para que pueda acceder a un crédito hipotecario, este proceso demorará unos 10 días hábiles y se conocerá si el cliente fue aprobado como sujeto de crédito.

Luego el cliente procederá a cancelar el valor del inmueble a la empresa a través de un depósito, una vez confirmado, la empresa procederá a firmar el contrato de compra venta y entregar al cliente todos los documentos en regla y título de propiedad, cumpliendo con las cláusulas del contrato; la empresa entrega la vivienda al cliente y el proceso terminará cuando cancele la última cuota correspondiente del inmueble, cabe recalcar que la empresa mantendrá contacto con el cliente mostrando respaldo después de la venta.

4.5.4 Flujo del Proceso



4.5.5 Sistema de Comercialización

Las estrategias de comercialización para compra y venta de las viviendas tendrán el siguiente proceso:

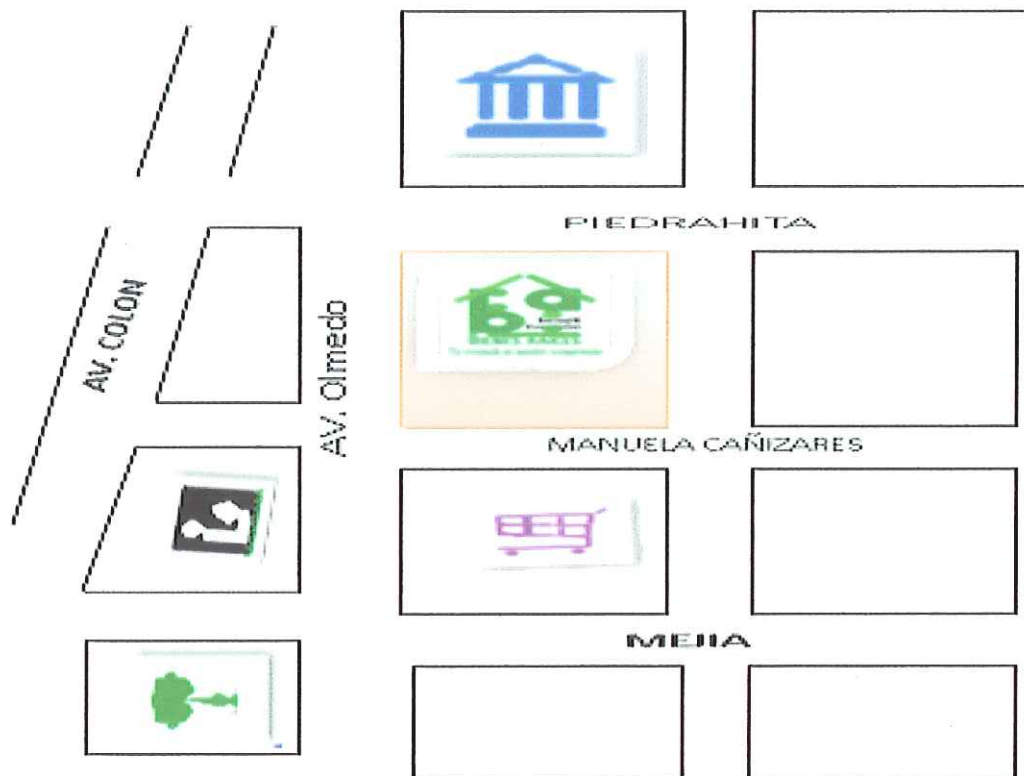
La empresa estará enfocada en el asesoramiento exclusivo en la búsqueda de la solución máxima de las necesidades que se presenten a los clientes para la compra o remodelación de la vivienda, abarca el proceso desde la selección de la vivienda por el comprador, en el caso de que se vaya a realizar una compra o el asesoramiento en el desarrollo de la planificación de la remodelación requerida por el cliente, continuando con un análisis del cliente que permita identificar en que institución financiera podría acceder a un crédito, continuando con la negociación cliente empresa en la que se determinaran el precio y la política de pago, y una vez acordado la negociación se prestaran los diferentes asesoramientos en cuanto a la legalizaciones, tramitación, hasta la compra o remodelación de la vivienda, el cliente deberá cancelar cada cuota mensual mediante un depósito a la cuenta general y luego se acercará a la oficina de la empresa con el recibo para proceder a actualizar los datos.

El marketing personalizado contará con la capacitación de 3 personas, las mismas que se encargarán de ir a distintas organizaciones de la ciudad y dar a conocer las características de los inmuebles y las modalidades de pago que aplica la empresa.

Para captar los primeros clientes la empresa podrá aplicar una estrategia que es asumiendo todos los valores que incurrirán en el proceso de compra venta o también podrá asumir la primera cuota del préstamo que le ha sido otorgado al cliente, con el propósito de darle confianza, seguridad y placer en todo el proceso de la compra que está realizando.

4.5.6 Localización y Tamaño

La empresa de bienes raíces va a estar ubicada en la zona centro de la ciudad de Esmeraldas, cuenta con vías en buen estado y un fácil acceso para el cliente. La empresa se encontrará en las calles Piedrahita entre Olmedo y Sucre, en el 2° piso del almacén Boutique EL PARAÍSO, así lo muestra el siguiente croquis:



4.5.7 Distribución de la Planta

La empresa tendrá para comenzar una matriz ubicada en el centro, la misma que estará dividida en cuatro oficinas la del gerente, contador, corredor de bienes raíces, y la secretaria. Aparte la empresa tendrá una sala de espera acondicionada para los clientes y contará con los servicios de transporte.

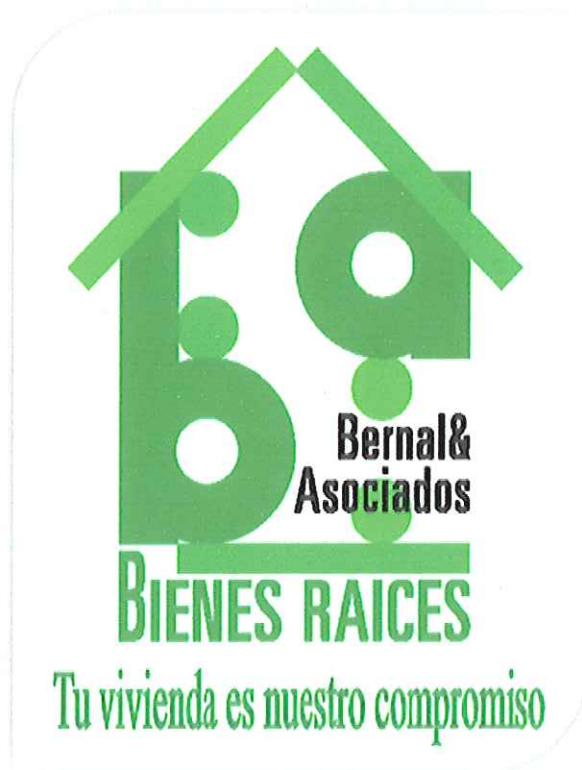
VER ANEXO N° 5

4.6 ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL

4.6.1 Nombre del negocio

**EMPRESA DE BIENES RAÍCES
BERNAL & ASOCIADOS S.A**

4.6.2 Logo



4.6.3 Propuesta de Venta

El slogan que se utilizará para la empresa es el siguiente:

Tu vivienda es nuestro compromiso.

4.6.4 Características y tipo de organización

Uno de los aspectos importantes en el diseño del proyecto es la base legal con el cual se organizará la empresa, a continuación se describe los siguientes aspectos:

SOCIEDAD ANÓNIMA

“La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas”²⁵.

Características

“Como principales características de este tipo de sociedad las siguientes:

- Limitación de responsabilidad de los socios frente a terceros.
- División del capital social en acciones.
- Negociabilidad de las participaciones.
- Estructura orgánica personal.
- Existencia bajo una denominación pública”²⁶.

4.6.5 Misión, Visión y Objetivos

Misión

Brindar servicios de calidad e innovación que generen confianza y garanticen los procesos de comercialización a los clientes ya sea en la compra, venta o remodelación, mediante estrategias que busquen satisfacer y resguardar las necesidades del cliente bajo un sistema de gestión inmobiliario que actúe como un instrumento de planeación entre su capacidad de inversión y su necesidad.

²⁵ <http://www.supercias.gov.ec/Documentacion/Sector%20Societario/Marco%20Legal/LEY%20DE%20COM PANIAS.pdf>

²⁶ http://es.wikipedia.org/wiki/Sociedad_anónima

Visión

Hasta el 2015, llegar a ser una empresa reconocida en el campo inmobiliario del país y en especial, de la ciudad de Esmeraldas.

Objetivos

General

Facilitar la compra venta y remodelación de viviendas en la ciudad de Esmeraldas, mediante una correcta planificación y ejecución de las distintas estrategias inmobiliarias; a fin de, brindar cumplimiento y satisfacción al cliente.

Específico

Brindar asesoría profesional en cuanto a la compra venta y remodelación de una vivienda.

4.6.6 Requerimiento del capital humano para la puesta en marcha

Gerente General

Profesional con título de cuarto nivel.

Experiencia de 2 años en cargos administrativos.

Conocimientos de Finanzas, Marketing, Computación.

Dominio del idioma Inglés.

Capacidad de relaciones interpersonales, innovación, creatividad.

Corredor

Estudios superiores.

Licencia de corredor.

Mínimo 2 años de experiencia laboral.

Secretaria- Contadora

Estudios superiores (Título de CPA).

Experiencia 3 años en cargos similares.

Conocimiento en Contabilidad y Computación (Tributación, Código de trabajo, Word, Excel, etc.)

Tener buenas relaciones humanas.

Disponibilidad de tiempo.

Personal de Limpieza

Estudios secundarios (Título Bachiller).

Experiencia 1 año en cargos similares.

Conocimientos en arreglo y limpieza.

Tener buenas relaciones humanas.

Personal de Apoyo Temporal

Arquitecto

Título en arquitectura.

Experiencia 3 años.

Tener buenas relaciones humanas.

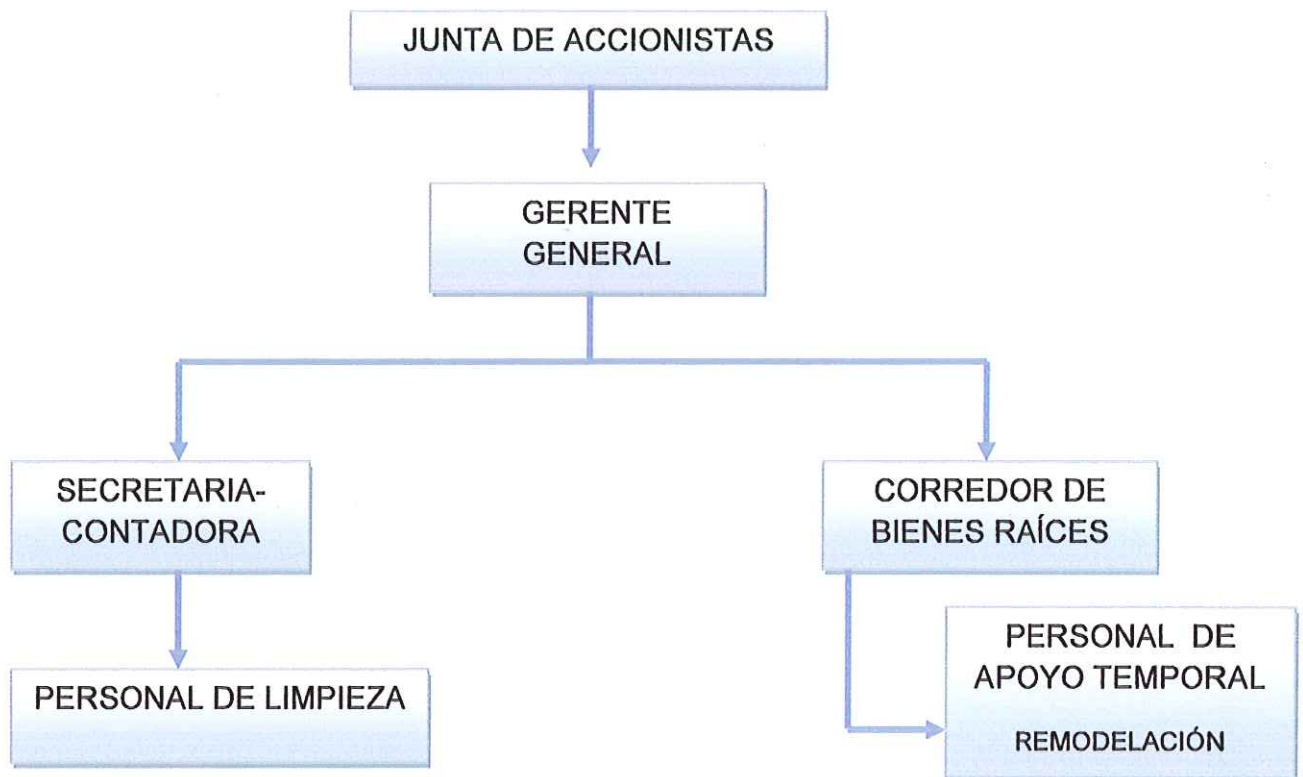
Albañil

Estudios secundarios.

Conocimientos en construcción y remodelación de viviendas.

Experiencia mínima de 5 años.

4.6.7 Organigrama estructural y funcional de la organización



FUNCIONES

Gerente General

- Supervisar y dirigir el trabajo del personal a cargo.
- Representar el establecimiento.
- Supervisar la ejecución de las labores propias de la empresa.
- Coordinar las estrategias de mercadeo y de servicio trazadas por los directivos.
- Seleccionar personal competente y desarrollar programas de entrenamiento para potenciar sus capacidades.
- Desarrollar un ambiente de trabajo que motive positivamente a los individuos y grupos organizacionales.
- Atender quejas y reclamos por parte de los clientes.
- Mantener actualizada la base de clientes con información completa.

Corredor

- Actualización de las características del mercado de propiedades de la zona.
- Contacto inicial con el propietario.
- Hacer una tasación
- Explicar y llenar El mandato de Venta de la propiedad.
- Presentar y comentar el Plan de venta.
- Tomar fotos y notas para avisos. Colocar letreros.
- Reunir toda la documentación de la propiedad
- Colocar la propiedad en la página web de la oficina Corredora incluyendo fotos.
- Preparar y coordinar la visita a la propiedad.
- Mostrar la propiedad a compradores potenciales.
- Seguimiento de las visitas.
- Recibir y presentar la oferta.
- Negociar la oferta si fuera el caso.

Secretaria- Contadora

- Efectuar el control previo a la documentación contable.
- Elaborar los estados financieros.
- Elaborar roles de pagos y cheques.
- Conciliar cuentas bancarias con frecuencia mensuales.
- Realizar retenciones y pagos de impuestos.
- Cancelar a los proveedores.
- Archivar todas las facturas y requerimientos.
- Atender a los usuarios.

Arquitecto

- Diseñar planos para construcción y remodelación de viviendas.
- Liderar y supervisar obras y proyectos.
- Realizar cotizaciones y proformas de construcción.
- Manejar personal de construcción.
- Redactar informes y elaborar propuestas.

Albañil

- Realizar todos los trabajos referentes a la construcción y remodelación.
- Mantener informado de cada trabajo al jefe inmediato.
- Cumplir los tiempos determinados en cada trabajo.
- Controlar de forma adecuada los materiales.

Personal de Limpieza

- Realizar la limpieza diaria de las oficinas.
- Mantener los suministros de limpieza necesarios.
- Cuidar y velar por el aseo de la empresa.

4.6.8 Trámites y Permisos para Funcionamiento

SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS

Pasos para constituir una compañía:

- Solicitar la aprobación de la denominación o razón social a la Superintendencia de Compañías.
- Si el aporte es numerario, solicitar a una entidad bancaria la apertura de una "Cuenta de Integración de Capital".
- El capital de la Compañía Sociedad Anónima S.A. es de \$800.00 dólares, puede pagar el 25% \$200.00
- Elevar a escritura pública la minuta contentiva de los estatutos sociales de la compañía.
- Presentar a la Superintendencia de Compañías tres testimonios de escrituras públicas con la petición en la que solicita la aprobación.
- Publicar en un diario de mayor circulación en el domicilio principal de la compañía, el extracto de la resolución aprobatoria.
- Que el notario en donde se realizó la escritura pública, tome nota al margen de la resolución y las escrituras de su aprobación.
- Inscribir en el registro mercantil del domicilio principal de la compañía, las escrituras y la resolución.

- Inscribir en el registro mercantil los nombramientos de administradores de la compañía.
- Entregar a la Superintendencia de Compañías una copia de la escritura pública, de la resolución y del nombramiento de administradores debidamente inscritos.
- Obtener en el SRI, el Registro Único de Contribuyente.
- Entregar a la Superintendencia de Compañías una copia del RUC, para que esta a su vez entregue el oficio dirigido al Banco, para la entrega de los valores depositados en cuenta de integración de capital, a los administradores de la compañía.

REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES (RUC)

Personas jurídicas

- Copia de la escritura de constitución de la compañía y la certificación de inscripción correspondiente, ley de creación o acuerdo ministerial de creación, según corresponda.
- Nombramiento del representante legal y su inscripción en el Registro Mercantil.
- Fotocopia de la cédula de identidad y papeleta de votación del representante legal.
- En el caso de extranjeros fotocopia original de la cédula de identidad, pasaporte y censo de extranjeros.
- Fotocopia de un documento que certifique la dirección de la empresa.

PERMISO DE FUNCIONAMIENTO

- Original y copia de la cédula y papeleta de votación del propietario o representante legal.
- Escritura de constitución legalizada en caso de ser persona jurídica.
- Original y copia del RUC.
- Original y copia de la Resolución de la Superintendencia de Compañías en caso de ser persona jurídica.
- Permiso del Cuerpo de Bomberos
- Especie para Permiso de Funcionamiento
- Balance de Situación Inicial

PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DEL CUERPO DE BOMBEROS

- Copia del RUC
- Copia de la cédula de ciudadanía del representante legal

PATENTE MUNICIPAL

Patente Jurídica nueva

Es el requisito a constituir una empresa en cuyo caso se necesita:

- Escritura de constitución de la compañía original y copia.
- Original y copia de la Resolución de la Superintendencia de Compañías.
- Copias de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada del representante legal.
- Dirección donde funciona la misma.
- Permiso del Cuerpo de Bomberos.

COMISARÍA MUNICIPAL

- Copia del RUC
- Copia de la cédula de ciudadanía del representante legal

AFILIACIÓN A LA CÁMARA DE COMERCIO

- Copia de la resolución de la Superintendencia de Compañías.
- Copia de la escritura de la compañía.
- Copia del nombramiento del representante legal.
- Copia de la cédula de identidad.
- 2 fotos tamaños carnet.
- Copia del RUC.
- Llenar la solicitud de afiliación.
- Pago de la afiliación de acuerdo al monto capital (1 sola vez)
- Pago mensual de cuotas sociales.

Para realizar remodelaciones, mejoramientos, cerramientos, se necesita permiso de:

COMISARÍA DE LA CONSTRUCCIÓN

- Copia de la escritura pública notariada.
- Copia de la cédula de ciudadanía.
- Pago de impuestos prediales.

4.7 ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

4.7.1 Inversión Fija

EQUIPOS INFORMATICOS

CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
4	COMPUTADORAS DUO 2.9H2 DISCO DURO 500	825,00	3.300,00
	TOTAL EQUIPOS INFORMATICOS		3.300,00

Elaborado por: Martha Bernal Ávila

EQUIPOS DE OFICINA

CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
1	DISPENSADOR DE AGUA G/E	260,00	260,00
2	TELÉFONO FAX	128,00	256,00
1	AIRE ACONDICIONADO G/E	390,00	390,00
	TOTAL EQUIPOS DE OFICINA		906,00

Elaborado por: Martha Bernal Ávila

MUEBLES Y ENSERES

CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
1	SILLON GERENCIAL BRAWA	186,70	186,70
1	MODULAR FLEX 3 GAVETAS 180X180X60	308,93	308,93
2	SILLAS TENTACION	43,63	87,26
1	ARCHIVADOR 4 GAVETAS C/RIEL	176,96	176,96
2	MODULAR FLEX 1 GAVETA 150X150	147,23	294,46
1	SILLA PILOT MEDIANA C/BRAZO	94,82	94,82
1	BUTACA TRIPLE POSSIO	232,54	232,54
1	MESA DE CENTRO SENSACION	51,61	51,61
2	SILLAS APILABLES	26,94	53,88
	TOTAL MOBILIARIOS Y ENSERES		1.487,16

Elaborado por: Martha Bernal Ávila

VEHICULOS

CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
1	CAMIONETA CHEVROLET LUV DMAX HEC	18.490,00	18.490,00
	TOTAL VEHICULOS		18.490,00

Elaborado por: Martha Bernal Ávila

SUMINISTROS DE OFICINA

CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
4	PAPEL A4	4,00	16,00
2	TONER	87,00	174,00
12	ESFEROS	0,30	3,60
54	CLIPS	0,50	27,00
12	CARPETAS	0,25	3,00
1	GRAPAS	1,50	1,50
3	GRAPADORA	8,00	24,00
3	PERFORADORA	9,00	27,00
12	LÁPICES	0,25	3,00
1	PEGA	1,30	1,30
	TOTAL SUMINISTROS		280,40

Elaborado por: Martha Bernal Ávila

MAQUINARIA Y EQUIPO

CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
1	CONCRETERA BAGANT MOTOR VANGUARD	3.021,65	3.021,65
1	VIBRADOR EMARESA M. GASL. VANGUARD	999,60	999,60
1	COMPACTADORA MOTOR VANGUARD	1.232,43	1.232,43
1	SOLDADORA LINCOLN AC-225	462,69	462,69
	TOTAL MAQUINARIA		5.716,37

Elaborado por: Martha Bernal Ávila

HERRAMIENTAS

CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
2	PALAS REDONDAS	7,08	14,16
2	ZAPAPICOS 5 LIBRAS HANSA HERRAGRO	6,48	12,96
2	MARTILLO 27MM STANLEY	4,92	9,84
	TOTAL HERRAMIENTAS		36,96

Elaborado por: Martha Bernal Ávila

MATERIALES DE CONSTRUCCION

CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U	TOTAL
100	BLOQUES POMEZ	0,20	20,00
50	CEMENTO ROCAFUERTE TIPO IP SACOS	5,34	267,00
1	FREGADERO SIDEK	44,27	44,27
1	PUERTA DE AMDERA	165,00	165,00
1	INODORO	85,00	85,00
1	LAVAMANOS	55,00	55,00
1	DUCHA	25,00	25,00
	TOTAL MATERIALES DE CONSTRUCCION		661,27

Elaborado por: Martha Bernal Ávila

SUMINISTROS DE LIMPIEZA

CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U	TOTAL
3	DESINFECTANTES TIPS	1,59	4,77
1	GALON AJAX CLORO	2,35	2,35
2	TRAPEADOR DE ALGODÓN	1,99	3,98
2	ESCOBAS PLUMADA	2,79	5,58
3	GUANTES MASTER	1,29	3,87
3	AMBIENTADOR GLADE	2,94	8,82
2	JABON LIQUIDO	2,50	5,00
3	TACHOS DE BASURA	2,80	8,40
2	PALAS	1,50	3,00
3	PAQUETES FUNDAS DE BASURA	1,20	3,60
	TOTAL DE SUMINISTROS DE LIMPIEZA		49,37

Elaborado por: Martha Bernal Ávila

4.7.2 Gasto de Constitución

GASTO DE CONSTITUCION

PERMISO DE FUNCIONAMIENTO	241,50
PERMISO CUERPO DE BOMBEROS	60,00
REGISTRO MERCANTIL	45,00
NOTARIA	50,00
CAMARA DE COMERCIO	35,00
TOTAL GASTOS DE CONSTITUCION	431,50

Elaborado por: Martha Bernal Ávila

TOTAL INVERSIÓN FIJA

\$ 39.474,71

4.7.3 Recurso Humano

NOMINA LABORAL											
CANTIDAD	FUNCION	REMUNERAC UNIFICADA TABLA SECT.	HORAS EXTRAS	TOTAL	10º TERCERO	10º CUARTO	FONDO DE RESERVA	LIQUIDACION AÑOS DE SERVICIOS	VACACIONES	TOTAL BENEFICIOS SOCIALES	TOTAL REMUNERACION
1	GERENTE	850,00		850,00	70,83	22,00				92,83	942,83
1	CORREDOR	300,00		300,00	25,00	22,00				47,00	347,00
1	AUXILIAR DE SERVICIOS	264,00		264,00	22,00	22,00				44,00	308,00
1	SECRETARIA CONTADORA	320,00		320,00	26,67	22,00				48,67	368,67
4	TOTAL	1734,00	0,00	1734,00	144,50	88,00	0,00	0,00	0,00	232,50	1966,50
		MENSUAL	1.734,00								
	TOTAL IESS PATRONAL	PATRON	210,68								23336,172
		SUELDOS	1.944,68		1944,68						

Nómina del primer año

NOMINA LABORAL

CANTIDAD	FUNCION	REMUNERAC UNIFICADA TABLA SECT.	HORAS EXTRAS	TOTAL	10º TERCERO	10º CUARTO	FONDO DE RESERVA	LIQUIDACION AÑOS DE SERVICIOS	VACACIONES	TOTAL BENEFICIOS SOCIALES	TOTAL REMUNERACIO
1	GERENTE	850,00		850,00	70,83	20,00	70,83	17,71	35,42	214,79	1064,79
1	CORREDOR	300,00		300,00	25,00	20,00	25,00	6,25	12,50	88,75	388,75
1	AUXILIAR DE SERVICIOS	264,00		264,00	22,00	22,00	22,00	5,50	11,00	82,50	346,50
1	SECRETARIA CONTADORA	320,00		320,00	26,67	20,00	26,67	6,67	13,33	93,33	413,33
4	TOTAL	1734,00	0,00	1734,00	144,50	82,00	144,50	36,13	72,25	479,38	2213,38

	MENSUAL	1.734,00	BENEFIC.	479,38			
TOTAL IESS PATRONAL	PATRON	210,68					2424,06
	SUELDOS	1.944,68		2424,06			
							2424,06

Nómina del segundo año

4.7.4 Capital de Trabajo

CUADRO DE CAPITAL DE TRABAJO		
DESCRIPCIÓN	SUBTOTAL	TOTAL
GASTOS DE CONSTITUCIÓN		431,50
SUELDOS Y REMUNERACIONES		2.186,59
Sueldos y salarios del personal fijo	2.186,59	
Sueldos y salarios del personal eventual		
SERVICIOS BÁSICOS		140,00
Energía Eléctrica	45,00	
Agua	10,00	
Telecomunicación	85,00	
SUMINISTROS DE OFICINA		15,00
SUMINISTROS DE LIMPIEZA		25,00
PUBLICIDAD Y PROPAGANDA		150,00
SUMINISTROS DE SEGURIDAD Y MANTENIMIENTO		35,00
SERVICIO BANCARIO		3,50
OTROS		50,00
SUBTOTAL		3.036,59
TOTAL DE CAPITAL DE TRABAJO		3.036,59
Nota: El capital de trabajo ha sido provisionado para nueve meses		\$ 27.329,31
Elaborado por: Martha Bernal Ávila		

4.7.5 Resumen de Inversión

RESUMEN DE INVERSION TOTAL

DESCRIPCION				TOTAL
Recursos materiales y equipos			39.043,21	39.043,21
Recurso Humano	9,00	2.186,59		19.679,31
Gastos de Constitución				431,50
Capital de Trabajo				-
Materia Prima		18.512,00		18.512,00
TOTAL INVERSION INICIAL				77.666,02

Elaborado por: Martha Bernal Ávila

4.7.6 Financiamiento

FUENTES DE FINANCIAMIENTO						
COSTO DE CAPITAL						
INVERSION INICIAL	77.666,02	100%	TASA SISTEMA FINANCIERO		TASA DEL SISTEMA FINANCIERO	TASA APLICADA AL PROYECTO
APORTE DE SOCIEDAD	20.000,00	0,25751289	Tasa Pasiva	3,75	0,0375	0,00966
PRESTAMO BANCARIO	57.666,02	0,74248711	TASA ACTIVA	15,15	0,1515	0,11249
		0	Tasa Activa		0	0,00000
TOTAL INVERSION	77.666,02	1,00000000	TASA DE RENTABILIDAD		0,122144	12,21%

Elaborado por: Martha Bernal Ávila

El proyecto de la creación de la empresa para compra venta y remodelación de bienes raíces será financiada por un aporte de la sociedad de \$20.000,00 y para cubrir el total de la inversión, se realizará un préstamo de \$57.666,02 amortizados a 5 años, con una tasa activa referencial del 15,15% en el Banco del Pichincha, sucursal Esmeraldas; teniendo en cuenta que esta tasa será fluctuante y que cuando se lleve a cabo el proyecto posiblemente ésta no sea la misma.

4.7.7 Tabla de Amortización

**TABLA DE AMORTIZACION GRADUAL
CRÉDITO BANCARIO**

METODO		CUOTA FIJA		12
CAPITAL	57.666,02	PAGO CADA	1	MESES
TASA DE INTERES ANUAL		15,15%	PERIODOS	60
PLAZO		5	AÑOS	
PAGOS ANUALES		12		
INTERES	1,26%	PAGO PERIODICO		1.376,42
PERIODO	PAGO PERIODICO	INTERESS PAGADOS	CAPITAL PAGADO	SALDO INSOLUTO
0				57.666,02
1	1.376,42	728,03	648,38	57.017,63
2	1.376,42	719,85	656,57	56.361,07
3	1.376,42	711,56	664,86	55.696,21
4	1.376,42	703,16	673,25	55.022,96
5	1.376,42	694,66	681,75	54.341,21
6	1.376,42	686,06	690,36	53.650,85
7	1.376,42	677,34	699,07	52.951,78
8	1.376,42	668,52	707,90	52.243,88
9	1.376,42	659,58	716,84	51.527,04
10	1.376,42	650,53	725,89	50.801,16
11	1.376,42	641,36	735,05	50.066,11
12	1.376,42	632,08	744,33	49.321,78
TOTAL	16.516,98	8.172,74	8.344,24	
13	1.376,42	622,69	753,73	48.568,05
14	1.376,42	613,17	763,24	47.804,80
15	1.376,42	603,54	772,88	47.031,93
16	1.376,42	593,78	782,64	46.249,29
17	1.376,42	583,90	792,52	45.456,77
18	1.376,42	573,89	802,52	44.654,25
19	1.376,42	563,76	812,66	43.841,59
20	1.376,42	553,50	822,91	43.018,68
21	1.376,42	543,11	833,30	42.185,37
22	1.376,42	532,59	843,82	41.341,55
23	1.376,42	521,94	854,48	40.487,07
24	1.376,42	511,15	865,27	39.621,80
TOTAL	16.516,98	6.817,01	9.699,97	
25	1.376,42	500,23	876,19	38.745,61
26	1.376,42	489,16	887,25	37.858,36
27	1.376,42	477,96	898,45	36.959,91
28	1.376,42	466,62	909,80	36.050,11

29	1.376,42	455,13	921,28	35.128,83
30	1.376,42	443,50	932,91	34.195,92
31	1.376,42	431,72	944,69	33.251,23
32	1.376,42	419,80	956,62	32.294,61
33	1.376,42	407,72	968,70	31.325,91
34	1.376,42	395,49	980,93	30.344,99
35	1.376,42	383,11	993,31	29.351,68
36	1.376,42	370,56	1.005,85	28.345,83
TOTAL	16.516,98	5.241,00	11.275,98	
37	1.376,42	357,87	1.018,55	27.327,28
38	1.376,42	345,01	1.031,41	26.295,87
39	1.376,42	331,99	1.044,43	25.251,44
40	1.376,42	318,80	1.057,62	24.193,82
41	1.376,42	305,45	1.070,97	23.122,86
42	1.376,42	291,93	1.084,49	22.038,37
43	1.376,42	278,23	1.098,18	20.940,19
44	1.376,42	264,37	1.112,05	19.828,14
45	1.376,42	250,33	1.126,08	18.702,06
46	1.376,42	236,11	1.140,30	17.561,75
47	1.376,42	221,72	1.154,70	16.407,06
48	1.376,42	207,14	1.169,28	15.237,78
TOTAL	16.516,98	3.408,93	13.108,05	
49	1.376,42	192,38	1.184,04	14.053,74
50	1.376,42	177,43	1.198,99	12.854,76
51	1.376,42	162,29	1.214,12	11.640,63
52	1.376,42	146,96	1.229,45	10.411,18
53	1.376,42	131,44	1.244,97	9.166,21
54	1.376,42	115,72	1.260,69	7.905,51
55	1.376,42	99,81	1.276,61	6.628,91
56	1.376,42	83,69	1.292,73	5.336,18
57	1.376,42	67,37	1.309,05	4.027,13
58	1.376,42	50,84	1.325,57	2.701,56
59	1.376,42	34,11	1.342,31	1.359,25
60	1.376,42	17,16	1.359,25	0,00
TOTAL	16.516,98	1.279,20	15.237,78	

Elaborado por: Martha Bernal Ávila

4.7.8 Estado Financiero Inicial

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

ACTIVO	PASIVO
ACTIVOS CORRIENTES	PASIVO CORRIENTE
CAJA Y BANCOS	PRESTAMO BANCARIO C/P
SUMINISTROS DE OFICINA	TOTAL PASIVOS CORRIENTES
SUMINISTROS LIMPIEZA	PASIVOS NO CORRIENTES
MATERIA PRIMA	PRESTAMO BANCARIO L/P
MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN	TOTAL PASIVOS NO CORRIENTE
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	TOTAL PASIVOS
ACTIVOS NO CORRIENTES(FIJOS)	PATRIMONIO
MUEBLES Y ENSERES	CAPITAL SOCIAL
EDIFICIO	
VEHICULO	
EQUIPOS DE OFICINA	
EQUIPOS DE COMPUTACION	
MAQUINARIA Y EQUIPOS	
HERRAMIENTAS	
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	TOTAL PATRIMONIO
OTROS ACTIVOS	
GASTO DE CONSTITUCIÓN	
TOTAL OTROS ACTIVOS	PASIVO MAS PATRIMONIO
TOTAL ACTIVO	77.666,02

Elaborado por: Martha Bernal Ávila

4.7.9 Depreciación de Activos Fijos

TABLA DE DEPRECIACION ANUAL			
NOMBRE DEL ACTIVO		EQUIPOS DE COMPUTACION	
COSTO		3.300,00	
VIDA UTIL		3 AÑOS	
VALOR RESIDUAL		10%	330,00
DEPRECIACION ANUAL		990,00	
V.U.	DEPRECIACION ANNUAL	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR EL LIBROS
0			3.300,00
1	990,00	990,00	2.310,00
2	990,00	1.980,00	1.320,00
3	990,00	2.970,00	330,00
	2.970,00		

TABLA DE DEPRECIACION ANUAL

NOMBRE DEL ACTIVO		VEHICULO	
COSTO		18.490,00	
VIDA UTIL		5 AÑOS	
VALOR RESIDUAL		10%	1.849,00
DEPRECIACION ANUAL		3.328,20	
V.U.	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR EL LIBROS
0			18.490,00
1	3.328,20	3.328,20	15.161,80
2	3.328,20	6.656,40	11.833,60
3	3.328,20	9.984,60	8.505,40
4	3.328,20	13.312,80	5.177,20
5	3.328,20	16.641,00	1.849,00
	16.641,00		

TABLA DE DEPRECIACION ANUAL

TABLA DE DEPRECIACION ANUAL			
NOMBRE DEL ACTIVO		EQUIPOS DE OFICINA	
COSTO		906,00	
VIDA UTIL		10 AÑOS	
VALOR RESIDUAL		10%	90,60
DEPRECIACION ANUAL		81,54	
V.U.	DEPRECIACION ANNUAL	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR EL LIBROS
0			906,00
1	81,54	81,54	824,46
2	81,54	163,08	742,92
3	81,54	244,62	661,38
4	81,54	326,16	579,84
5	81,54	407,70	498,30
6	81,54	489,24	416,76
7	81,54	570,78	335,22
8	81,54	652,32	253,68
9	81,54	733,86	172,14
10	81,54	815,40	90,60
	815,40		

TABLA DE DEPRECIACION ANNUAL

NOMBRE DEL ACTIVO		MUEBLES Y ENSERES	
COSTO		1.487,16	
VIDA UTIL		10 AÑOS	
VALOR RESIDUAL		10%	148,72
DEPRECIACION ANNUAL		133,84	
V.U.	DEPRECIACION ANNUAL	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR EL LIBROS
0			1.487,16
1	133,84	133,84	1.353,32
2	133,84	267,69	1.219,47
3	133,84	401,53	1.085,63
4	133,84	535,38	951,78
5	133,84	669,22	817,94
6	133,84	803,07	684,09
7	133,84	936,91	550,25
8	133,84	1.070,76	416,40
9	133,84	1.204,60	282,56
10	133,84	1.338,44	148,72
	1.338,44		

TABLA DE DEPRECIACION ANNUAL			
NOMBRE DEL ACTIVO		MAQUINARIA Y EQUIPOS	
COSTO		5.716,37	
VIDA UTIL		10 AÑOS	
VALOR RESIDUAL		10%	571,64
DEPRECIACION ANUAL		514,47	
V.U.	DEPRECIACION ANNUAL	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR EL LIBROS
0			5.716,37
1	514,47	514,47	5.201,90
2	514,47	1.028,95	4.687,42
3	514,47	1.543,42	4.172,95
4	514,47	2.057,89	3.658,48
5	514,47	2.572,37	3.144,00
6	514,47	3.086,84	2.629,53
7	514,47	3.601,31	2.115,06
8	514,47	4.115,79	1.600,58
9	514,47	4.630,26	1.086,11
10	514,47	5.144,73	571,64
	5.144,73		

Elaborado por: Martha Bernal Ávila

RESUMEN DE DEPRECIACIONES

NOMBRE DEL ACTIVO	VIDA ÚTIL	COSTO DEL ACTIVO	DEPRECIACIÓN MENSUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR DE RESCATE
MUEBLES Y ENSERES	10	1.487,16	11,15	133,84	148,72
EDIFICIO	20	8.115,68	-	-	-
VEHICULO	5	18.490,00	277,35	3.328,20	1.849,00
EQUIPOS DE OFICINA	10	906,00	6,80	81,54	90,60
EQUIPOS DE COMPUTACION	3	3.300,00	82,50	990,00	330,00
MAQUINARIA Y EQUIPOS	10	5.716,37	42,87	514,47	571,64
TOTAL		38.015,21	420,67	5.048,06	2.989,95

Elaborado por: Martha Bernal Ávila

4.7.10 Resumen de Gastos Operativos

PRESUPUESTO DE GASTOS MENSUALES		
DESCRIPCION	MENSUAL	ANUAL
Sueldos	1.944,68	23.336,17
Luz	45,00	540,00
Agua	10,00	120,00
Teléfono e Internet	85,00	1.020,00
Publicidad	150,00	1.800,00
Pago de intereses crédito	415,31	4.983,78
Útiles de Aseo y Limpieza	25,00	300,00
Útiles de Oficina	15,00	180,00
Permisos de Construcción	75,00	900,00
Suministros de Seguridad	35,00	420,00
Depreciación de Activos Fijos	420,67	5.048,06
Servicios Bancarios	3,50	42,00
Décimo Tercer Sueldo	144,50	1.734,00
Décimo Cuarto Sueldo	88,00	1.056,00
Provisión Años de Servicio y Vacaciones	0,00	-
Fondo de Reserva		-
Gastos de Constitución	35,96	431,50
Otros Gastos/ Imprevistos	50,00	600,00
TOTAL GASTOS MENSUALES	3.542,63	42.511,51
TOTAL GASTOS ANUALES	42.511,51	

Elaborado por: Martha Bernal Ávila

4.7.11 Cuadro de Ingresos y Costos

TIPO DE CONSTRUCCION	LOCALIZACION	DIMENSION	m2	PRECIO COMPRA DEL BIEN	COSTO DE ADECUACION	UTILIDAD
HORMIGON ARMADO 3 PISOS	LAS PALMAS	12 X 35	420	160.000,00	7.000,00	183.700,00
MIXTA	LAS PALMAS SEPTIMA Y LUIS TELLO	14 X 32	448	110.000,00	6.542,00	134.023,30
CONCRETO HORMIGON ARMADO	LIBERTAD Y PERDOMO	8,5 X 12	102	120.000,00	4.250,00	142.887,50
MADERA	COLON RICAURTE Y QUITO	5 X 30	150	50.000,00	1.245,00	58.931,75
MADERA	CODESA	8 X 20	160	25.000,00	824,00	30.988,80
HORMIGON ARMADO	TOLITA 1 MZ. 40 V. 15	12 X 15	180	50.000,00	1.332,50	61.599,00
HORMIGON ARMADO	TOLITA 1	6 X 15	90	20.000,00	3.752,90	28.503,48
HORMIGON ARMADO	TOLITA 1	8 X 12	96	16.000,00	1.562,70	21.953,38
HORMIGON ARMADO	TOLITA 2	8 X 20	160	30.000,00	3.321,40	41.651,75

Elaborado por: Martha Bernal Ávila

4.7.12 Punto de Equilibrio

CUADRO DE RESUMEN DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES

DESCRIPCION	MENSUALES		TOTAL MENSUAL	ANUALES		TOTAL ANUAL
	FIJOS	VARIABLES		FIJOS	VARIABLES	
Sueldos	1.944,68		1.944,68	23.336,17		23.336,17
Luz	45,00		45,00	540,00		540,00
Agua	10,00		10,00	120,00		120,00
Teléfono e Internet	85,00		85,00	1.020,00		1.020,00
Publicidad	150,00		150,00	1.800,00		1.800,00
Pago de intereses crédito	415,31		415,31	4.983,78		4.983,78
Útiles de Aseo y Limpieza	25,00		25,00	300,00		300,00
Útiles de Oficina	15,00		15,00	180,00		180,00
Permisos de Construcción	75,00		75,00	900,00		900,00
Suministros de Seguridad	35,00		35,00	420,00		420,00
Depreciación de Activos Fijos	420,67		420,67	5.048,06		5.048,06
Servicios Bancarios	3,50		3,50	42,00		42,00
Décimo Tercer Sueldo	144,50		144,50	1.734,00		1.734,00
Décimo Cuarto Sueldo	88,00		88,00	1.056,00		1.056,00
Provisión Años de Servicio y Vacaciones	-		-	-		-
Fondo de Reserva	-		-	-		-
Gastos de Constitución	35,96		35,96	431,50		431,50
Otros Gastos/ Imprevistos	50,00		50,00	600,00		600,00
COSTOS VARIABLES		62.206,33	62.206,33		746.476,00	746.476,00
TOTAL	3.542,63	62.206,33	65.748,96	42.511,51	746.476,00	788.987,51

Elaborado por: Martha Bernal Ávila

CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

	MENSUAL	ANUAL
VENTAS	73.685,87	884.230,40
COSTOS FIJOS TOTALES	3.542,63	42.511,51
COSTOS VARIABLES TOTALES	62.206,33	746.476,00
PUNTO DE EQUILIBRIO	22.739,73	272.876,71

Elaborado por: Martha Bernal Ávila

$$\text{Punto de Equilibrio} = \text{Costos Fijos} / 1 - (\text{Costos Variables} / \text{Ventas})$$

Al calcular el Punto de Equilibrio da un valor mensual de \$ 22.739,73 lo que significa que eso es lo mínimo que debo vender para no ganar ni perder.

4.7.13 Flujo de Caja

ESTADO DE RESULTADOS DEL PROYECTO

INGRESOS	AÑO 0	VIDA UTIL DEL PROYECTO					TOTAL
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
INGRESOS							
SECTOR LAS PALMAS		145.786,65	160.365,32	176.401,85	194.042,03	213.446,23	
SECTOR AV LIBERTAD		92.718,75	101.990,63	112.189,69	123.408,66	135.749,52	
SECTOR CENTRO		236.900,00	260.590,00	286.649,00	315.313,90	346.845,29	
SECTOR CODESA		180.600,00	198.660,00	218.526,00	240.378,60	264.416,46	
SECTOR TOLITA		228.225,00	251.047,50	276.152,25	303.767,48	334.144,22	
TOTAL INGRESOS		884.230,40	972.653,44	1.069.918,78	1.176.910,66	1.294.601,73	-
EGRESOS							
SECTOR LAS PALMAS		126.771,00	130.574,13	134.491,35	138.526,09	142.681,88	
SECTOR AV LIBERTAD		80.625,00	83.043,75	85.535,06	88.101,11	90.744,15	
SECTOR CENTRO		206.000,00	212.180,00	218.545,40	225.101,76	231.854,81	
SECTOR CODESA		150.500,00	155.015,00	159.665,45	164.455,41	169.389,08	
SECTOR TOLITA		182.580,00	188.057,40	193.699,12	199.510,10	205.495,40	

TOTAL EGRESOS		746.476,00	768.870,28	791.936,39	815.694,48	840.165,31	
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS							
GASTOS OPERACIONALES		137.754,40	203.783,16	277.982,40	361.216,18	454.436,41	1.435.172,55
Gastos de Administración							
Sueldos	1.944,68	23.336,17	24.502,98	25.728,13	27.014,54	28.365,26	128.947,08
Luz	45,00	540,00	553,50	567,34	581,52	596,06	2.838,42
Agua	10,00	120,00	123,00	126,08	129,23	132,46	630,76
Teléfono e Internet	85,00	1.020,00	1.045,50	1.071,64	1.098,43	1.125,89	5.361,46
Publicidad	150,00	1.800,00	1.845,00	1.891,13	1.938,40	1.986,86	9.461,39
Pago de intereses crédito	415,31						-
Útiles de Aseo y Limpieza	25,00	300,00	307,50	315,19	323,07	331,14	1.576,90
Útiles de Oficina	15,00	180,00	184,50	189,11	193,84	198,69	946,14
Permisos de Construcción	75,00	900,00	922,50	945,56	969,20	993,43	4.730,70
Suministros de Seguridad	35,00	420,00	430,50	441,26	452,29	463,60	2.207,66
Depreciación de Activos Fijos	420,67	5.048,06	5.048,06	5.048,06	5.048,06	5.048,06	25.240,29
Servicios Bancarios	3,50	42,00	43,05	44,13	45,23	46,36	220,77

Décimo Tercer Sueldo	144,50	1.734,00	1.777,35	1.821,78	1.867,33	1.914,01	9.114,47
Décimo Cuarto Sueldo	88,00	1.056,00	1.082,40	1.109,46	1.137,20	1.165,63	5.550,68
Provisión Años de Servicio y Vacaciones	-		433,50	444,34	455,45	466,83	1.800,12
Fondo de Reserva	-		1.734,00	1.777,35	1.821,78	1.867,33	7.200,46
Gastos de Constitución	35,96	431,50		-	-	-	431,50
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION		36.927,73	40.033,34	41.520,54	43.075,56	44.701,61	206.258,78
Gastos Financieros							
Intereses Bancarios		8.172,74	6.817,01	5.241,00	3.408,93	1.279,20	24.918,89
TOTAL GASTOS FINANCIEROS		8.172,74	6.817,01	5.241,00	3.408,93	1.279,20	24.918,89
TOTAL GASTOS OPERACIONALES		45.100,47	46.850,35	46.761,55	46.484,50	45.980,81	231.177,67
UTILIDAD OPERACIONAL		92.653,93	94.970,28	97.344,53	99.778,15	102.272,60	487.019,49
15% Participación trabajadores	15%	13.898,09	14.245,54	14.601,68	14.966,72	15.340,89	73.052,92
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		78.755,84	80.724,73	82.742,85	84.811,42	86.931,71	413.966,56
25% Impuesto a la Renta	25%	19.688,96	20.181,18	20.685,71	21.202,86	21.732,93	103.491,64
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS		59.066,88	60.543,55	62.057,14	63.608,57	65.198,78	310.474,92

Pago de cuota bancaria		8.344,24	9.699,97	11.275,98	13.108,05	15.237,78	57.666,01
Depreciación de Activos fijos		5.048,06	5.048,06	5.048,06	5.048,06	5.048,06	25.240,29
FLUJO NETO		55.770,70	55.891,64	55.829,22	55.548,58	55.009,06	278.049,20

Elaborado por: Martha Bernal Ávila

RENTABILIDAD =	884.230,40	55.770,70	6,31%	1ER. AÑO
----------------	------------	-----------	-------	----------

4.7.14 Indicadores Financieros del Proyecto

INVERSION INICIAL		77.666,02		TASA MENOR DEL PROYECTO		TASA MAYOR DE INCERTIDUMBRE			
TASA PASIVA REFERENCIAL		3,75%		0,1221%		0,2221			
TASA ACTIVA REFERENCIAL		15,15%							
VIDA UTIL PROYECTO		5 AÑOS		0,12%		0,2221			
VIDA UTIL PROYECTO	FLUJO NETO	FACTOR TASA DE RENTABILIDAD	FLUJO PRESENTE NETO	FACTOR TASA DE INCERTIDUMBRE	FLUJO PRESENTE NETO	FACTOR TASA DE INCERTIDUMBRE	FLUJO PRESENTE NETO		
0	-77.666,02		-77.666,02						
1	55.770,70	0,0012210	55.702,68	0,9987805	55.702,68	0,8183	45.635,13		
2	55.891,64	0,0012210	55.755,40	0,9975625	55.755,40	0,6696	37.422,55		
3	55.829,22	0,0012210	55.625,22	0,9963459	55.625,22	0,5479	30.587,31		
4	55.548,58	0,0012210	55.278,11	0,9951309	55.278,11	0,4483	24.902,67		
5	55.009,06	0,0012210	54.674,46	0,9939173	54.674,46	0,3668	20.179,04		
	200.383,18								
TOTAL FLUJO PRESENTE NETO			277.035,86		277.035,86		158.726,71		
INVERSION INICIAL			77.666,02		77.666,02		77.666,02		
VAN			199.369,85		199.369,85		81.060,69		
PRC			1,9379		1,9379				
TIR			37,34%		37,34%				
R.C.B.			2,58		2,58				
RENTABILIDAD SIMPLE			51,60		51,60				

Elaborado por: Martha Bernal Ávila

CAPÍTULO V

ANÁLISIS DE IMPACTOS

Después de dar cumplimiento a las fases iniciales del estudio, el paso siguiente es realizar ciertos análisis dar un criterio más preciso de cómo esta investigación va a afectar el entorno; es por ello, que a continuación se mencionan en forma general lo positivo y beneficioso que este proyecto generará en diferentes ámbitos, los mismos que para una mejor interpretación se los analizará sobre la base de matrices de impactos que tiene la siguiente estructura y metodología:

NIVEL DE IMPACTO	INTERPRETACIÓN
-3	ALTO NEGATIVO
-2	MEDIO NEGATIVO
-1	BAJO NEGATIVO
0	NO HAY IMPACTO
1	BAJO POSITIVO
2	MEDIO POSITIVO
3	ALTO POSITIVO

Para determinar el impacto se desarrolló una fórmula matemática en la que se divide la sumatoria de los niveles de impactos de cada indicador para el número de indicadores.

Bajo cada matriz se realiza un breve análisis; indicador es el que se fundamenta los motivos o las razones por los que asigno determinado nivel de impacto de cada indicador.

5.1 IMPACTO ECONÓMICO

NIVEL DE IMPACTOS INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3
Genera fuentes de trabajo al realizar las remodelaciones.						x	
Mejor estándar de vida.							x
Actividad de comercialización							x
Total						2	6

$$\Sigma = 8$$

$$\text{Nivel de Impacto Económico} = \frac{\Sigma}{\text{Número de Indicadores}}$$

$$\text{Nivel de Impacto Económico} = 8 / 3 = 2,7 \text{ Alto Positivo}$$

Análisis

El nivel de impacto es alto positivo; ya que, el servicio que ofrecerá la empresa, nos proyectarán a mejores ingresos; los cuales, serán utilizados para la contratación de nuevos trabajadores en la remodelación de las viviendas; así también, la implementación del negocio mejorará el estándar de vida del segmento del mercado al ofrecer calidad de servicios y satisfacción a los clientes.

5.2 IMPACTO SOCIAL- CULTURAL

NIVEL DE IMPACTOS INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3
Mejor organización familiar y personal.							x
Mejoramiento de la cultura de los ciudadanos.						x	
Mayor comodidad habitacional							x
Total						2	6

$$\Sigma = 8$$

$$\text{Nivel de Impacto Social} = \frac{\Sigma}{\text{Número de Indicadores}}$$

$$\text{Nivel de Impacto Social} = 8 / 3 = 2,7 \text{ Alto Positivo}$$

Análisis

La creación de una empresa para la compra venta y remodelación de bienes raíces, provocará un impacto social- cultural alto positivo, para la colectividad esmeraldeña; permitirá mejorar la organización familiar y brindar mayor comodidad en cuanto a la elección de una vivienda que vaya acorde a las exigencias del cliente.

5.3 IMPACTO GENERAL

NIVEL DE IMPACTOS INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3
Económico							x
Social- Cultural							x
Total							6

$\Sigma = 6$

$$\text{Nivel de Impacto General} = \frac{\Sigma}{\text{Número de Indicadores}}$$

Nivel de Impacto General = 6 / 2 = 3 Alto Positivo

Análisis

La puesta en marcha de este proyecto tendrá un impacto alto positivo tanto en lo económico como en lo social- cultural; ya que, generará fuentes de empleo para los esmeraldeños en las remodelaciones de las viviendas, y mejorará la organizacional familiar de ellos.

Hay que recordar que el éxito de una empresa depende fundamentalmente de los clientes, pues son el factor más importante; y por esa razón hay que brindarles atención de calidad y trabajar como empresa facilitadora para la aprobación de créditos y la obtención de una vivienda satisfaciendo de esta forma al cliente.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 CONCLUSIONES

1. Se realizó la investigación de mercado que permitió determinar que existe un alto porcentaje de necesidad habitacional, en la ciudad de Esmeraldas, cuyos impedimentos más considerables son la falta de asesoramiento en cuanto a medios de financiamiento, que vayan enfocados según la capacidad de crédito de la población y cuya información permitió desarrollar las estrategias necesarias y obtener los lineamientos principales que han servido de base para el desarrollo de la empresa de bienes raíces.
2. Se identificó los requerimientos legales y de funcionamiento para la creación de una empresa dedicada a la compra venta y remodelación de bienes raíces, que permitió determinar que el tipo de sociedad más adecuado para la empresa, corresponde a una sociedad anónima; ya que, es más estricta y segura en lo que refiere a los trámites para su constitución y manejo, considerando que el enfoque principal de la empresa es brindar los servicios de asesoramiento total en cada una de las etapas en los procesos para la compra de Bienes raíces de las personas que usen los servicios, los cuales se mencionan específicamente en el presente trabajo investigativo.
3. Se determinó la inversión requerida para poner en marcha el proyecto mediante un estudio financiero, teniendo como resultado que la inversión inicial es de \$81.412,62 y las fuentes de financiamientos el 24.57% corresponderá al aporte de la sociedad y el 75.43% será financiado a través de un crédito hipotecario en una institución financiera de la ciudad. El periodo de recuperación de capital es del 1.9%; por lo que, se puede afirmar que el proyecto es viable y factible,

6.2 RECOMENDACIONES

1. Para que la creación de la empresa de bienes raíces en la ciudad de Esmeraldas resulte, los inversionistas deberán enfocarse a la identificación de nuevas estrategias para la satisfacción de las distintas necesidades en cuanto a la obtención de una vivienda; así también, en ofrecer nuevas opciones y características del producto que revolucionen la mente de los clientes.
2. Para reconocer nuevas oportunidades en el mercado, la empresa de bienes raíces deberá actualizar constantemente el banco de casas; lo que le permita a la empresa presentar diferentes alternativas de compra, aplicando estrategias de venta para mantener la aceptación y captar nuevos clientes.
3. Se debe conservar en la empresa de bienes raíces una buena estructura organizacional que le permita la optimización de las funciones administrativas y contables y que acceda al desarrollo de nuevas estrategias, para asegurar la durabilidad y éxito de la empresa.
4. Es importante que los inversionistas se comprometan con la empresa de bienes raíces no sólo a que les genere utilidades, sino también, que beneficie y contribuya con el desarrollo económico y cultural de la ciudad de Esmeraldas.

SECCIÓN REFERENCIAS

GLOSARIO

Avalúo: Una opinión calificada de un grupo sobre el valor de una propiedad.

Bien inmueble: Se dice de todos aquellos bienes que por contraposición a los bienes muebles, tienen una situación fija en el espacio y no son susceptibles de ser tomados o trasladados, tales como el suelo, los edificios y construcciones de todo género adheridas al terreno, por naturaleza o por accesión.

Compraventa: Contrato por medio del cual una de las partes se obliga a transferir la propiedad de una cosa a la otra, y ésta se obliga a recibirla y a pagar por ella un precio cierto en dinero.

Corredor: Persona que se dedica a asistir en la obtención de financiación o en la negociación de contratos para la compra de un cliente que no puede solicitar el crédito por sí mismo. Los corredores generalmente cobran una tarifa o reciben una comisión por sus servicios.

Crédito hipotecario: Sinónimo de Préstamo Hipotecario. Es un préstamo que, además de contar con la garantía personal del prestatario, se garantiza adicionalmente con una vivienda, un inmueble o un bien. Además de la devolución del capital prestado, se garantiza también el cobro de los intereses ordinarios, los intereses de demora, las costas y los gastos derivados de una posible reclamación judicial en caso de incumplimiento en los pagos. Este contrato debe formalizarse mediante una escritura e inscribirse en el Registro de la Propiedad.

Crédito para la construcción: Se trata de un crédito a corto plazo para pagar la construcción de edificaciones o viviendas. Generalmente están diseñados para proporcionar desembolsos periódicos al constructor a medida que progresa en su trabajo.

Crédito personal: Se denomina así al crédito otorgado sin garantía real.

Escritura de dominio: Documento público mediante el cual se transfiere el título de dominio sobre los bienes inmuebles.

Escritura de propiedad: Documento público por el que se adquiere la titularidad de una vivienda, susceptible de su inscripción en el Registro de la Propiedad.

Escritura pública: Documento en el que se hace constar un determinado hecho o derecho autorizado por un fedatario público, que da fe sobre la capacidad de los otorgantes, el contenido del mismo y la fecha en que se realizó.

Propiedad Privada: En materia estrictamente inmobiliaria, es la persona física, o moral, que tiene tres derechos sobre un inmueble, que a saber son el derecho de uso, el derecho de goce, y el derecho de disposición. El primero se refiere a poder ocuparlo, el segundo al derecho de disfrutar del producto como rentas, cosechas, etc. y el último al derecho de poder venderlo, hipotecarlo, darlo en prenda, etc. Vale la pena aclarar que no es lo mismo ser poseedor que ser propietario, pues el primero se refiere al derecho de uso estrictamente, es decir que puede estar ocupándolo como arrendatario, comodatario, o hasta como invasor, pero ello no le dará nunca la propiedad sobre dicho inmueble al carecer relativamente del segundo derecho (de goce), y no tener absolutamente derecho alguno del derecho de disposición.

Promesa de compraventa: Es el contrato que da origen exclusivamente a obligaciones de hacer, y por lo mismo no genera obligaciones de dar, lo que significa que es un contrato donde se estipulan las condiciones de un contrato futuro donde habrá transmisión de propiedad, y a la par obligaciones de pago. Es recomendable no entregar dinero o cosas en un contrato de esta naturaleza, pues automáticamente este contrato de promesa (precontrato o contrato preliminar) se convertiría en una compraventa, generando confusión y dificultades en un eventual litigio. Hay que recordar que para un juez lo que cuenta es el contenido y no el título del contrato.

Registro de la Propiedad: Oficina pública que tiene por función llevar los libros oficiales en los que consten todas las circunstancias que afectan a las fincas de la demarcación correspondiente a dicho Registro. Estas circunstancias son las relativas a la propiedad: cargas, transmisiones, notas marginales, etc.

Registro mercantil: Oficina pública que tiene la obligación de llevar los libros oficiales en los que consten las circunstancias de una empresa: creación, domicilio y razón social, capital, constitución, estatutos, representante legal y demás circunstancias que afecten a la vida de la empresa o sociedad, así como su desaparición.

Título de propiedad: Se dice de la escritura que acredita la propiedad de un inmueble y en la que se contiene la fecha y forma de adquisición y las características principales del mismo.

Tasación: Valor de un inmueble certificado por sociedades constituidas al efecto. Mediante este certificado no sólo se conoce el valor real del inmueble, sino que además sirve de referencia para obtener la financiación necesaria.

Valor de Mercado: El precio con el que una propiedad se establece en el mercado abierto.

BIBLIOGRAFÍA

Textos:

Alonso, Jorge, A., Marketing Inmobiliario Aplicado, Bienes Raíces Ediciones, Buenos Aires, 2007.

Varios Autores, Compiladora: Estela Reca, Principios de la gestión inmobiliaria, Bienes Raíces Ediciones, Buenos Aires, 2006.

L. Abatti, Enrique,- Rocca, Ival, Manual teórico práctico de contratos inmobiliarios, Bienes Raíces Ediciones, Buenos Aires, 2008.

Sepúlveda Larroucau, Marco Antonio, Estudio de títulos de inmuebles, Editorial Metropolitana.

Sepúlveda Larroucau, Marco Antonio, Venta de dos o más inmuebles en un precio único o total, en Temas de Derecho Inmobiliario, Editorial Metropolitana.

Seminario Copropiedad Inmobiliaria. Universidad Central de Chile, Editorial Conosur, 2000.

Sepúlveda Larroucau, Marco Antonio, Estudio de títulos de inmuebles, Editorial Metropolitana.

Geler J., Silvano, Código de planeamiento urbano para inmobiliarias, Bienes Raíces Ediciones, Buenos Aires, 2008.

Tabakman, Damián, Las claves del éxito en los negocios inmobiliarios, Bienes Raíces Ediciones, Buenos Aires, 2008.

Varios Autores, Compiladora: Estela Reca, Principios de la gestión del administrador de consorcios, Bienes Raíces Ediciones, Buenos Aires, 2008.

Tabakman A., Damián,- Colombo, Federico,- Rudolph, Daniel, Desarrollos Inmobiliarios Exitosos, Bienes Raíces Ediciones, Buenos Aires, 2006.

Gómez, Mario, Herramientas financieras para la valuación de inmuebles, Bienes Raíces Ediciones, Buenos Aires, 2007.

López Salteri, Alfredo, El servicio al cliente en la actividad inmobiliaria, Bienes Raíces Ediciones, Buenos Aires, 2006.

Rozados, José,- Gómez Picasso, Germán, Tasación de inmuebles, Bienes Raíces Ediciones, Buenos Aires, 2006.

Gómez, Mario,- Tisocco, David, Evaluación de proyectos inmobiliarios, Bienes Raíces Ediciones, Buenos Aires, 2009

Tabakman, Damián, De arquitecto a desarrollista, Bienes Raíces Ediciones, Buenos Aires, 2009.

Sokolowski, Darío, Captación de propiedades y de clientes, Bienes Raíces Ediciones, Buenos Aires, 2009.

Monografías:

Mosquera López, Vicente, Fundamentos del Marketing Inmobiliario, Taller de Alta Gerencia Inmobiliaria, Esmeraldas, 2003.

Armando F, Pepe, II Seminario Internacional Inmobiliario, Manual Teórico Practico de la Actividad Inmobiliaria, Ambato, 2006.

Mosquera López, Vicente, Módulo de Derecho Inmobiliario, Taller de Alta Gerencia Inmobiliaria, Esmeraldas, 2003.

Mosquera López, Vicente, Módulo de Avalúos Inmobiliarios, Taller de Alta Gerencia Inmobiliaria, Esmeraldas, 2003.

Cruz Santamaría, José Luis, Manual de Avalúos Inmobiliarios Teoría y Aplicaciones Inmobiliarias, Taller de Alta Gerencia Inmobiliaria, Ecuador, 2002.

Mosquera López, Vicente, Módulo de Gerencia Inmobiliaria, Taller de Alta Gerencia Inmobiliaria, Esmeraldas, 2003.

Internet:

municipio-esmeraldas.org/paginas/cgiVistInfo.php?txtCodiInfo=17

www.green9casablanca.com/ubicacion.php

www.inec.gov.ec/web/guest/institucion/mis_vis_obj

es.wikipedia.org/wiki/Bien_económico

www.articulosinformativos.com/Proceso_De_Compra-a963330.html

www.articulosinformativos.com/Proceso_De_Venta_De_Una_Vivienda-a963322.html

www.articulosinformativos.com/6_Consejos_para_Comprar_Casa-a1145893.html

www.consorcio.cl/tramites/tramite_compra_casa.asp

www.monografias.com/trabajos13/mercado/mercado.shtml

www.dequate.com/infocentros/gerencia/mercadeo/mk24.htm

www.todalaley.com/modeloform8p1.htm

uldeantonioarino.com/index.php?option=com_content&view=article&id=115&Itemid=129

www.marketing-free.com/articulos/definicion-marketing.htm

www.marketing-xxi.com/concepto-de-marketing-estrategico-15.htm

www.apuntesgestion.com/2007/02/06/concepto-de-comunicacion/

www.es.wikipedia.org/wiki/Vivienda

www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/venezuela-ofrece-plan-de-vivienda-a-ecuador-365042.html¹

www.bevecuador.com/paginas/noticias.html

www.docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:ATS-0mp-TbYJ:www.edured.ec/web_html/documentos/links/Microeconomia/Elasticidad_de_demanda_y_oferta.pdf+definicion+de+bien+sustituto&hl=es&gl=ec&pid=bl&srcid=ADGEESi4uv239vER4oWW81APM3ewe3Q08DmXBSRGh

ANEXOS

ANEXO N° 1

PROYECTO Y CONSTRUCCIONES

Piedrahita #512 y Colón -Teléf. 2725508

PROYECTO: REMODELACION DE VIVIENDA - BERNAL Y ASOCIADOS

UBICACIÓN: CIUDADELA TOLITA I-CANTON ESMERALDAS-PROV. ESMERALDAS

PRESUPUESTO

DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	P. UNITARIO	P .TOTAL
DEMOLICION	GLOBAL	1,00	85,00	85,00
MAMPOSTERIA DE BLOQUES	M2	25,00	12,50	312,50
ENLUCIDO	M2	48,00	8,50	408,00
CERAMICA EN PISO	M2	14,00	18,50	259,00
CERAMICA EN PARED	M2	28,00	17,50	490,00
PUERTAS DE MADERA	U	3,00	165,00	495,00
MESONES DE COCINA	ML	4,50	85,00	382,50
PINTURA DE CAUCHO	M2	20,00	5,20	104,00
INODORO	U	1,00	85,00	85,00
LAVAMANO	U	1,00	55,00	55,00
DUCHA	U	1,00	25,00	25,00
LAVAPLATOS	U	1,00	95,00	95,00
VENTANAS DE ALUMINO	M2	1,80	65,00	117,00
ILUMINACION	PTO	4,00	28,60	114,40
TOMACORRIENTES	PTO	5,00	28,60	143,00
PUNTOS DE AGUAS SERVIDAS	PTO	7,00	22,50	157,50
PUNTOS DE AGUA POTABLE	PTO	6,00	26,50	159,00
			TOTAL	3.486,90

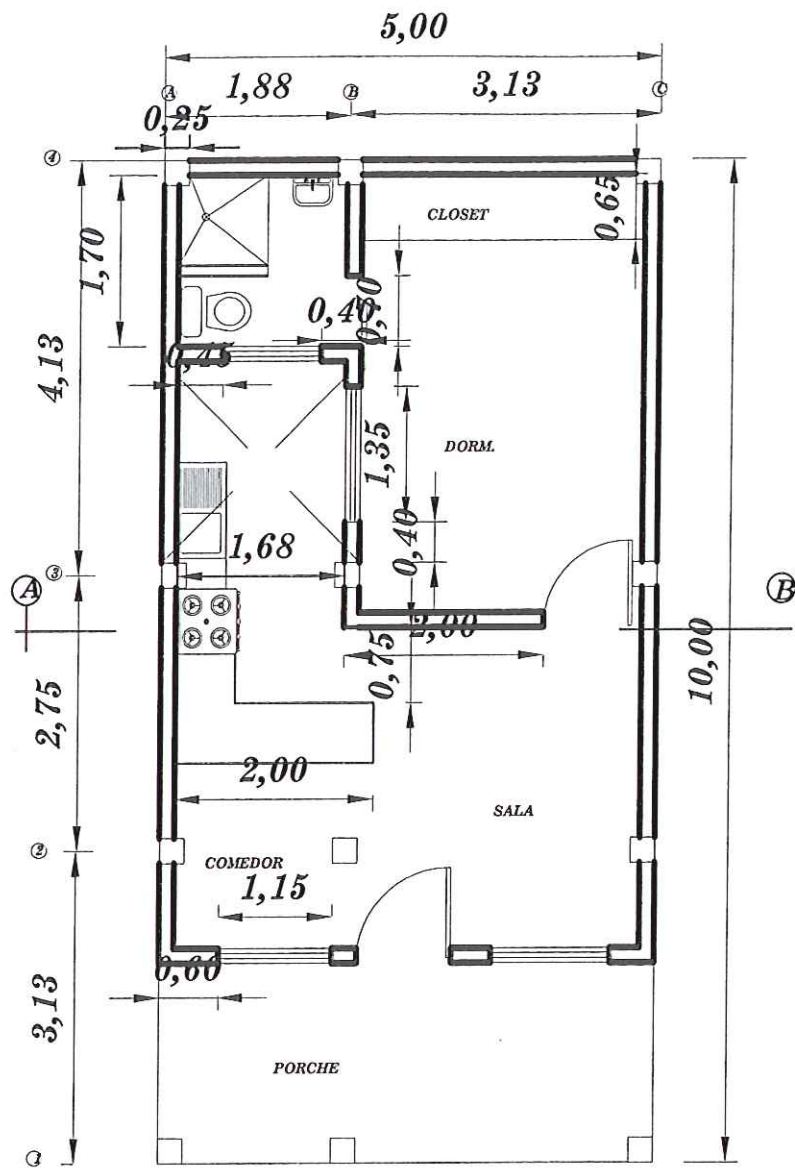
ANEXO N° 2

PROYECTO: CONSTRUCCION DE VIVENDA DE 1 PLANTA - BERNAL Y ASOCIADOS
UBICACIÓN: CIUDADELA LA CONCORDIA-CANTON ESMERALDAS-PROV. ESMERALDAS
PRESUPUESTO

DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	P. UNITARIO	P. TOTAL
MOVIMIENTO DE TIERRA			-	-
EXCAVACION DE PLINTOS Y CIMIENTOS	M3	11,00	7,50	82,50
RELLENO MEJORAMIENTO	M3	20,00	16,50	330,00
DESALOJO DE MATERIAL	M3	15,00	10,00	150,00
CIMIENTOS			-	-
CIMENTACION DE H.S. 210Kg/cm2	M3	2,20	280,00	616,00
ESTRUCTURA			-	-
HORMIGON EN COLUMNAS	M3	1,41	285,00	401,28
HORMIGON EN VIGAS	M3	1,40	315,00	441,00
HORMIGON EN LOSA	M3	5,00	292,00	1.460,00
BLOQUE ALIVIANADO 15X20X40 tim+est.	U	420,00	0,85	357,00
ACERO DE REFUERZO	KG	1.620,00	2,15	3.483,00
MAMPOSTERIA			-	-
MAMP.BLOQUE CEMENTO ARENA 15cms.	M2	75,00	12,50	937,50
CONTRAPISO			-	-
CONTRAPISO DE H.S. 210Kg/cm2 e=10cm	m2	46,00	14,20	653,20
MALLA ELECTROSOLDADA R-64	M2	46,00	11,00	506,00
PISOS			-	-
CERAMICA	M2	48,00	18,50	888,00
ENLUCIDOS			-	-
ENLUCIDO LISO ESTUCADO	M2	125,00	8,50	1.062,50
IMPERMEABILIZACION Y PENDIENTES			-	-
MASILLADO DE LOSA+IMPERMEABILIZAN	M2	46,00	9,60	441,60
HERRERIA			-	-
PUERTAS DE PANELADA CON MDF	U	3,00	148,00	444,00
VENTANA DE ALUMINIO Y VIDRIO	M2	5,80	72,00	417,60
INSTALACION SANITARIA (A.NEGRAS)				
DESAGUES DE AGUA NEGRA DE 4"	ML	14,40	5,80	83,52
DESAGUES DE AGUA NEGRA DE 2"	ML	6,00	25,60	153,60
MUEBLES SANITARIOS				
INODORO TANQUE BAJO	U	1,00	85,00	85,00
LAVAMANOS	U	1,00	55,00	55,00
AGUA POTABLE				
SALIDA DE AGUA POTABLE	UD.	4,00	25,00	100,00
TUB. PVC. 3/4"	ML	12,00	22,50	270,00
TUB. PVC. 1/2"	M	18,00	5,80	104,40
INSTALACIONES ELECTRICAS				-
PUNTO DE ILUMINACION	PTO	8,00	28,60	228,80
TOMACORRIENTE DOBLE	PTO	5,00	28,60	143,00

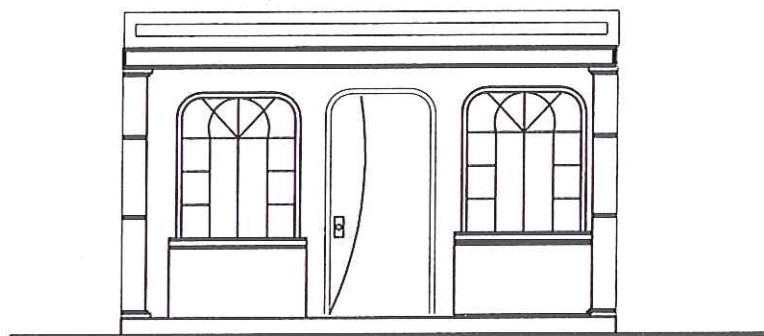
FOCOS	PTO	8,00	3,20	25,60
TABLERO DE CONTROL 8 PUNTOS	U	42,00	38,00	1.596,00
ACOMETIDA ELECTRICA	U	1,00	48,00	48,00
PINTURA				
PINTURA DE CAUCHO INT-EXTERIOR	M2	171,00	5,40	923,40
			TOTAL	16.487,50

Arq. Joffre Méndez Bernal
Reg. Cae-08-E-013



B

PLANTA BAJA



FACHADA

PROYECTO DE RESIDENCIA
BERNAL Y ASOCIADO

ANEXO N° 3

PROYECTO Y CONSTRUCCIONES

Piedrahita #512 y Colón -Teléf. 2725508

PROYECTO: CONSTRUCCION DE VIVIENDAS DE DOS PLANTAS - BERNAL Y ASOCIADOS

UBICACIÓN: CIUDADELA LA CONCORDIA-CANTON ESMERALDAS-PROV. ESMERALDAS

PRESUPUESTO

DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	P. UNITARIO	P .TOTAL
MOVIMIENTO DE TIERRA			-	-
EXCAVACION DE PLINTOS Y CIMIENTOS	M3	14,80	7,50	111,00
RELLENO MEJORAMIENTO	M3	24,00	16,50	396,00
DESALOJO DE MATERIAL	M3	18,60	10,00	186,00
CIMIENTOS			-	-
CIMENTACION DE H.S. 210Kg/cm2	M3	3,96	280,00	1.108,80
ESTRUCTURA			-	-
HORMIGON EN COLUMNAS	M3	5,15	285,00	1.467,18
HORMIGON EN VIGAS	M3	5,88	315,00	1.852,20
HORMIGON EN LOSA	M3	14,00	292,00	4.088,00
BLOQUE ALIVIANADO 15X20X40 tim+est.	U	860,00	0,85	731,00
ACERO DE REFUERZO	KG	2.480,00	2,15	5.332,00
ESCALERA DE H. ARMADO	U	1,00	890,00	890,00
MAMPOSTERIA			-	-
MAMP.BLOQUE CEMENTO ARENA 15cms.	M2	260,00	12,50	3.250,00
CONTRAPISO			-	-
CONTRAPISO DE H.S. 210Kg/cm2 e=10cm	m2	52,00	14,20	738,40
MALLA ELECTROSOLDADA R-64	M2	52,00	11,00	572,00
PISOS			-	-
CERAMICA	M2	128,00	18,50	2.368,00
ENLUCIDOS			-	-
ENLUCIDO LISO ESTUCADO	M2	480,00	8,50	4.080,00
IMPERMEABILIZACION Y PENDIENTES			-	-
MASILLADO DE LOSA+IMPERMEABILIZAN	M2	52,00	9,60	499,20
HERRERIA			-	-
PUERTAS DE PANELADA CON MDF	U	8,00	148,00	1.184,00
VENTANA DE ALUMINIO Y VIDRIO	M2	14,80	72,00	1.065,60
INSTALACION SANITARIA (A.NEGRAS)			-	-
DESAGUES DE AGUA NEGRA DE 4"	PTO	14,00	22,80	319,20
DESAGUES DE AGUA NEGRA DE 2"	PTO	8,00	25,60	204,80
MUEBLES SANITARIOS			-	-
INODORO TANQUE BAJO	U	4,00	85,00	340,00
LAVAMANOS	U	4,00	55,00	220,00
AGUA POTABLE			-	-
SALIDA DE AGUA POTABLE	UD.	14,00	25,00	350,00
TUB. PVC. 3/4"	ML	16,00	22,50	360,00
TUB. PVC. 1/2"	M	32,00	5,80	185,60

INSTALACIONES ELECTRICAS				
PUNTO DE ILUMINACION	PTO	24,00	28,60	686,40
TOMACORRIENTE DOBLE	PTO	22,00	28,60	629,20
FOCOS	PTO	24,00	3,20	76,80
TABLERO DE CONTROL 8 PUNTOS	U	2,00	38,00	76,00
ACOMETIDA ELECTRICA	U	1,00	48,00	48,00
PINTURA				
PINTURA DE CAUCHO INT-EXTERIOR	M2	220,00	5,40	1.188,00

TOTAL 34.603,38

Arq. Joffre Méndez Bernal
Reg. Cac-08-E-013

ANEXO N° 4

PROYECTO Y CONSTRUCCIONES

Piedrahita #512 y Colón -Teléf. 2725508

PROYECTO: ADECUACION DE LOCAL PARA OFICINA DE BERNAL Y ASOCIADOS

UBICACIÓN: CIUDADELA TOLITA I-CANTON ESMERALDAS-PROV. ESMERALDAS

PRESUPUESTO

DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	P. UNITARIO	P .TOTAL
DEMOLICION	GLOBAL	1,00	150,00	150,00
MAMPOSTERIA DE BLOQUES	M2	25,00	12,50	312,50
ENLUCIDO	M2	48,00	8,50	408,00
CERAMICA EN PISO	M2	69,05	18,50	1.277,43
CERAMICA EN PARED EN BAÑO	M2	8,40	17,50	147,00
PUERTAS DE MADERA	U	4,00	165,00	660,00
MAMPARAS DE VIDRIOS	ML	12,72	105,00	1.335,60
PINTURA DE CAUCHO	M2	40,00	5,20	208,00
INODORO	U	1,00	85,00	85,00
LAVAMANO	U	1,00	55,00	55,00
PASAMANO MADERA-HIERRO	ML	6,45	45,00	290,25
RECUBRIMIENTO DE VIDRIO EN FACHADA	M2	20,80	120,00	2.496,00
VENTANAS DE ALUMINO	M2	1,80	65,00	117,00
ILUMINACION	PTO	4,00	28,60	114,40
TOMACORRIENTES	PTO	5,00	28,60	143,00
PUNTOS DE AGUAS SERVIDAS	PTO	7,00	22,50	157,50
PUNTOS DE AGUA POTABLE	PTO	6,00	26,50	159,00
TOTAL				8.115,68

Arq. Joffre Méndez Bernal

Reg. Cae-08-E-013

