PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
SEDE ESMERALDAS



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

INFORME FINAL TESIS

PREVIA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA

TEMA:

"CREACIÓN DE UNA INMOBILIARIA EN LA CIUDAD DE ESMERALDAS"

AUTORA:

EMILIA KATHERINE TORRES ESTUPIÑAN

ASESOR:

ING. JOSE LUIS VERGARA MGST.

ESMERALDAS - ECUADOR

2014

"Trabajo de tesis aprobado luego de haber dado cumplimiento a los requisitos exigidos por el reglamento de grado de la PUCESE, previo a la obtención del título de INGENIERA EN CONTABILIDAD CPA Y AUDITORIA.

_____

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADUACION.

LECTOR 1

_____

LECTOR 2

_____

DIRECTOR DE LA ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

_____

DIRECTOR DE TESIS

Esmeraldas, _____

AUTORIA DE TESIS

Yo, EMILIA KATHERINES TORRES ESTUPIÑAN, portadora de la cédula de ciudadanía 080277435-6 estudiante de la Escuela de Contabilidad y Auditoría de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas, declaro que la presente investigación enmarcada en el actual trabajo de tesis, fueron realizados con mi autoría y la ayuda de mi asesor Ing. Jose Luis Vergara Torres, Msgt tomando en cuenta que en la investigación se ha respetado todas las fuentes bibliográficas y consultas en internet, rigiéndome en la normativa APA

En tal virtud, el contenido de esta investigación, es de exclusiva responsabilidad legal y académica de la autora.

_____

EMILIA TORRES ESTUPIÑAN

AUTORA

CERTIFICACIÓN

Ing. Jose Luis Vergara Torres, Msgt

DIRECTOR DE TESIS

CERTIFICA:

Haber dirigido y revisado el presente trabajo de Proyecto previo a la obtención del título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA, el mismo que se titula **"CREACIÓN DE UNA INMOBILIARIA EN LA CIUDAD DE ESMERALDAS",** autorizando por lo tanto su presentación aprobación y sustentación correspondiente.

……..

ING. JOSE LUIS VERGARA TORRES, MSGT

DIRECTOR DE TESIS

DEDICATORIA

A mi hija Johhanys Padilla Torres,

quien es mi ángel y el regalo más

hermoso que Dios me ha dado.

Emilia Torres Estupiñán

AGRADECIMIENTO

A Dios por ser el que me ilumina y me da fuerzas para seguir esforzándome cada día más y lograr cumplir todos los objetivos y metas planteados.

A mi padre Ernesto que es mi ángel de la guarda y desde el cielo derrama sus bendiciones, a mi madre Lérida que con sus quejas y exigencias todos los días me impulso a terminar con este reto.

A mi esposo Juan Padilla, quien me dio su apoyo incondicional y quien compartirá conmigo este gran momento.

A mi hija Johannys, que es el tesoro más preciado que tengo, quien me dio el ánimo para terminar culminar con esta etapa de mi vida.

A todos mis maestros catedráticos que compartieron sus conocimientos y enseñanzas, convirtiéndose en puntales fundamentales para la conclusión de esta etapa de mi vida.

A mis hermanos que han sido un gran apoyo y un pilar fundamental en mi carrera.

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación se realizó en base a un estudio de mercado que se ejecutó en el Cantón Esmeraldas, en oficinas públicas, privadas y microempresas donde se ubican personas con una capacidad económica para poder obtener una vivienda. Para esto se aplicó el método descriptivo, con una metodología inductiva y deductiva y se aplicaron técnicas donde se utilizó la encuesta, la entrevista y ficha de observación lo que permitió determinar un mercado con amplia oportunidad de éxito.

Se podría indicar que a pesar de que existen programas de vivienda como de construcción civil personalizada el mercado arroja una gran posibilidad de éxito ya que la demanda insatisfecha no puede ser cubierta por toda la competencia, esto nos permite crear un nicho de mercado seguro y a un precio justo como se lo podrá demostrar en la propuesta e indicadores financieros. Con esto pretendemos solucionar un problema de necesidad de vivienda y de mejoramiento de la calidad de vida de las personas, como también generar otros aspectos económicos y sociales que el mercado lo determina, como son fuentes empleo e inversión productiva.

Este proyecto ha tomado en consideración los diferentes aspectos que el mercado esmeraldeño ofrece desde la existencia de una demanda insatisfecha que permite una oportunidad de negocio, además de considerar todos los factores positivos y negativos que se han considerado para establecer que este proyecto puede ser viable, y que promete dar una oportunidad a quienes requieren una vivienda propia, llegando a establecer que las empresas inmobiliarias y de construcción son rentables porque existe una necesidad latente la de poder poseer una vivienda digna.

ABSTRACT

The present investigation was carried out based on a market study that was executed in the Canton Emeralds, in public, private offices and microempresas where people are located with an economic capacity to be able to obtain housing. For this the descriptive method was applied, with an inductive and deductive methodology and they were applied technical where it was used the survey, the interview and observation record what allowed to determine a market with wide opportunity of success.

You could indicate that although housing programs exist like of personalized civil construction the market throws a great possibility of success since the unsatisfied demand it cannot be covered by the whole competition, this allows us to create a niche of sure market and to a fair price as he/she will be possible it to demonstrate in the proposal and financial indicators. With this we seek to solve a problem of housing necessity and of improvement of the quality of people's life, as well as to generate other economic and social aspects that the market determines it, like they are sources employment and productive investment.

This project has taken in consideration the different aspects that the market Esmeraldeño offers from the existence of an unsatisfied demand that allows a business opportunity, besides considering all the positive and negative factors that have been considered to establish that this project can be viable, and that he/she promises to give an opportunity to those who require an own housing, ending up settling down that the real estate companies and of construction they are profitable because a latent necessity exists the one of being able to possess a worthy housing.

INDICE GENERAL

PORTADA I

HOJA EN BLANCO II

TRIBUNALDE GRADUACIÓN III

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE TESIS IV

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TESIS V

DEDICATORIA VI

AGRADECIEMIENTO VII

RESUMEN EJECUTIVO VIII

ABSTRACT IX

INDICE GENERAL X

INTRODUCCIÓN XVIII

CAPÍTULO I 1

1. **MARCO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN** 1

1.1. ESTRATEGIA METODOLÓGICA 1

1.1.1. NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN 1

1.1.2. TIPO DE ESTUDIO 1

1.1.3. MÉTODOS 2

1.1.3.1. MÉTODO DEDUCTIVO 2

1.1.3.2. MÉTODO INDUCTIVO 2

1.1.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS 3

1.1.4.1 OBSERVACIÓN 3

1.1.4.2. ENTREVISTAS 3

1.1.4.3. ENCUESTAS 3

1.1.5. DISEÑO ESTADÍSTICO 4

1.1.5.1. POBLACIÓN 4

1.1.5.2. IDENTIFICACIÓN DE LA MUESTRA 4

1.1.5.3. CÁLCULO PARA LA OBTENCIÓN DE LA MUESTRA 4

1.1.6. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN 6

CAPÍTULO II

2. ANÁLISIS E INTERPRETACIÒN DE LOS RESULTADOS 17

2.1. ESTUDIO DE MERCADO 17

2.1.1. PROYECTAR EL CONOCIMIENTO 17

2.1.2. INNOVACIÓN 18

2.1.3. PLANIFICAR 19

2.1.4. OBJETIVOS DE PLANIFICACIÓN 19

2.1.5. TRABAJO EN EQUIPO 20

2.1.6. ACCIONES RÁPIDAS 20

2.2. ELEMENTOS DEL ESTUDIO DE MERCADO 21

2.2.1. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO 21

2.2.2. MERCADO ACTUAL 21

2.2.2.1 CRITERIOS DE SELECCIÓN 24

2.2.2.2. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO 24

2.3. ANÁLISIS DE LA DEMANDA 24

2.3.1. DEMANDA ACTUAL 25

2.3.2. DEMANDA PERFECTAMENTE INELÁSTICA 25

2.3.3. CONDICIONES DEL MERCADO PARA SU COMERCIALIZACIÓN 27

2.3.3.1 BIEN DEPENDIENTE 28

2.3.4. DEMANDA PROYECTADA 28

2.3.5. ANÁLISIS DE LA OFERTA 29

2.3.5.1. OFERTA ACTUAL 29

2.3.5.2. OFERTA PROYECTADA 29

2.3.5.3. ANÁLISIS DE LA DEMANDA INSATISFECHA 30

2.4. MERCADO COMPETIDOR 30

2.4.1. COMPARACIÓN CON LA COMPETENCIA 30

2.4.2. VENTAJAS COMPETITIVAS 31

2.4.3. BARRERAS DE ENTRADA 31

2.5. MERCADO PROVEEDOR 32

2.6. ANÁLISIS DE COMERCIALIZACIÓN 33

2.6.1. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN 33

2.7. MARKETING 33

2.7.1. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN 33

2.7.2. PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD 34

2.8 ESTUDIO TÉCNICO 36

2.8.1. MACRO –LOCALIZACIÓN 36

2.8.2. MICRO – LOCALIZACIÓN 36

2.8.3. TAMAÑO **37**

2.9. FLUJO DE PROCESO 37

2.9.1. PROCESO DE CALIFICACIÓN 37

2.9.2 PLANO Y FLUJO DE CONSTRUCCIÓN 38

2.9.3. REQUERIMIENTO DEL RECURSO HUMANO 40

2.9.4. REQUERIMIENTO DE MATERIALES E INSUMOS 41

2.10. PROPUESTA ADMINISTRATIVA 46

2.10.1. RAZÓN SOCIAL 46

2.10.2. LOGO-ESLOGAN 46

2.10.3. TARJETA DE PRESENTACIÓN 46

2.11. CONSTITUCIÓN JURÍDICA 47

2.11.1. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL – FUNCIONAL 47

2.11.2. MISIÓN 59

2.11.3. VISIÓN 59

2.11.4. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS 59

2.12. LICENCIA PARA CONSTRUCCIÓN 60

2.12.1 ANTES DE CONSTRUIR 60

2.12.2. REGISTROS DE CONSTRUCCIÓN 61

2.12.3. LA INSPECCIÓN FINAL 62

2.13.- ESTUDIO FINANCIERO 64

2.13.1. REQUERIMIENTOS FIJOS 64

2.13.2. RECURSOS HUMANOS 67

2.13.3. RESUMEN DE GASTOS 67

2.13.4. RESUMEN DE INVERSIÓN 68

2.13.5. PLAN DE FINANCIAMIENTO 68

2.13.6. TABLA DE AMORTIZACIÓN 69

2.13.7. ESTADO FINANCIERO 71

2.13.8. RESUMEN DEPRECIACIONES 71

2.13.9. RESUMEN DE GASTOS 72

2.13.10. PUNTO DE EQUILIBRIO 73

2.13.11. FLUJO DE CAJA PROYECTADO 74

2.13.12. INDICADORES FINANCIEROS 75

2.13.13. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS 76

CAPÍTULO III

3. IMPACTOS, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 78

3.1. IMPACTOS 78

3.1.1. IMPACTO SOCIAL 79

3.1.2. IMPACTO ECONÓMICO 80

3.1.3. IMPACTO AMBIENTAL 81

3.1.4. IMPACTO GENERAL 82

3.1.5. DISCUSIÓN 82

3.2. CONCLUSIONES 84

3.3. RECOMENDACIONES 86

BIBLIOGRAFÍA 87

GRAFICOS

GRAFICO # 1	INVERSION PUBLICA	XXV
GRAFICO # 2	¿CUÁL ES EL RANGO DE EDAD?	6
GRAFICO # 3	TIPO VIVIENDA QUE POSEE	7
GRAFICO # 4	TENDENCIA A ADQUIRIR VIVIENDA	8
GRAFICO # 5	TIPO DE VIVIENDA QUE LE GUSTARIA	9
GRAFICO # 6	CAPACIDAD DE PAGO	9
GRAFICO # 7	FORMA DE PAGO	10
GRAFICO # 8	MOTIVO PARA ADQUIRIRLA	11
GRAFICO # 9	LOCALIZACION DE LA VIVIENDA	12
GRAFICO # 10	CUANDO PIENSA ADQUIRIRLA	13
GRAFICO # 11	CARACTERISTICAS DE LA VIVIENDA	14
GRAFICO # 12	COMO SE ENTERO DE LA OFERTA	15
GRAFICO # 13	LA GARANTIA ES IMPORTANTE	16
GRAFICO # 14	DEMANDA INSATISFECHA	27
GRAFICO # 15	LOCALIZACION DE LA EMPRESA	36
GRAFICO # 16	PROCESO DE CALIFICACION	37

CUADROS

CUADRO # 1	EMPRESAS CONSTRUCTORAS ESMERALDAS	18
CUADRO # 2	PRESTAMOS HIPOTECARIOS BIESS	23
CUADRO # 3	PROYECTOS DE VIVIENDA	23
CUADRO # 4	CRITERIOS DE SEGMENTACION	24
CUADRO # 5	RESULTADOS DE ENCUESTAS	25
CUADRO # 6	ANALISIS OFERTA DEMANDA	26
CUADRO # 7	DEMANDA	28
CUADRO # 8	PRECIOS A OFERTAR	29
CUADRO # 9	OFERTA PROYECTADA	29
CUADRO # 10	DEMANDA INSATISFECHA	30
CUADRO # 11	MERCADO PROVEEDOR	32
CUADRO # 12	ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN	33

ANEXOS

- **ANEXO # 1** ORPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES
- **ANEXO # 2** DISEÑO DE ENCUESTA
- **ANEXO # 3** DISEÑO DE ENTREVISTA
- **ANEXO # 4** MODELO DE FICHA DE ONSERVACIÓN
- **ANEXO # 5** PROFORMAS
- **ANEXO # 6** FOTOGRAFÍAS DE LAS PRIMERAS VIVIENDAS CONSTRUIDAS

INTRODUCCIÓN

Las necesidades de satisfacción de las personas son factores fundamentales, que permiten crear una oportunidad de productos y servicios para llegar a los consumidores, necesidad y deseo siempre están latentes en los clientes, algunos se convierten en problemas, uno de estos es la posibilidad de tener una vivienda propia, lo cual permite una oportunidad de negocio para satisfacer la demanda en un mercado donde las condiciones económicas y sociales son muy reducidas y debe considerarse que existe una oportunidad para quienes poseen un estatus económico social referencial donde se pueda ofrecer la posibilidad de satisfacer a ese cliente.

El presente proyecto de tesis pretende demostrar que el problema anteriormente señalado puede ser superado a un nivel socioeconómico cuyo estatus de ingreso está representado cuando hay una situación laboral estable que les permita el acceder a una vivienda propia.

Todo este proceso investigativo está plasmado en los tres capítulos que se van a desarrollar:

En el marco contextual y teórico se establecieron antecedentes investigativos, el problema, los objetivos de la investigación, ciertas preguntas a las que tiene que dar respuestas la investigación, todo esto está basado en una investigación previa a la propuesta que se desea donde obtenemos información de fuentes fidedignas que nos arrojan estudios y definiciones sobre el tema que se plantea y que aquí se ha podido investigar.

En el estudio metodológico se enuncia el método que se utilizó para investigar, las metodologías que se aplicó las herramientas para la investigación como: encuestas,

entrevistas, fichas , fuentes primarias, fuentes secundarias y la observación con todo esto se realizó la investigación donde se obtuvo la opinión y el resultado cuantitativo de la investigación y que una vez procesado estos resultados se lo expreso en forma analítica lo que las personas opinan sobre la propuesta y sobre todo corroboran el problema que se desea investigar. Este análisis y explicación se lo presenta mediante cuadros gráficos y análisis interpretativo.

En el estudio de mercado se establece los diferentes factores que intervienen en el proceso de mercadotecnia, tomando en consideración el capítulo anterior que son los resultados de la investigación y que con estos datos se aplica todo el proceso que interviene como es: demanda, oferta, competencia, crecimiento, aspectos sobre precio, producto, plaza, promoción sobre la empresa inmobiliaria. Todas estas variables son las que indican el camino que se debe seguir para lograr el éxito de la empresa.

El estudio técnico hace referencia a cómo está la estructura administrativa, de la empresa tomando en consideración las funciones y responsabilidades que va a desempeñar cada persona en la empresa.

En la parte operativa se establece un flujo de proceso que determina las acciones a seguir desde que se inicia la negociación con el cliente para obtener una vivienda, también se pudo establecer los costos de construcción que representa una vivienda como el diseño a proyectarse, además se estima los requerimientos de activos que se necesitarán para la ejecución del proyecto inmobiliario. También se establece cual es el recurso humano que se requiere para desarrollar esta actividad.

La parte de la propuesta financiera determina la construcción de la viabilidad financiera la misma que considera factores como: requerimientos de activos, recursos humanos,

costos de construcción, tablas de depreciación y amortización, gastos operacionales, punto de equilibrio, flujos proyectados e indicadores financiero, que llevan a determinar si el proyecto es rentable o no.

Con el capítulo de impactos, conclusiones y recomendaciones se termina con la construcción de la tesis la misma que determina los impactos que genera el proyecto en diferentes aspectos sociales, económicos y de medio ambiente.

Las conclusiones se han trabajo en función de los objetivos que plantea el proyecto y que es lo que se ha desarrollado tomando en consideración el entorno donde se ubica el estudio. Sobre estas conclusiones y la investigación realizada se propone las recomendaciones que sirven para interpretar los beneficios que se desearía se logren para mejorar las situaciones posteriores, además ofrecer al mercado o a la ciudadanía posibilidades de inversión.

Situación Actual de la Problemática

Debido a varios aspectos de desarrollo en la ciudad de Esmeraldas uno de ellos: el crecimiento poblacional hacia el sur y este de la misma, en un porcentaje vertiginoso del 160% en relación al año 2000; produjo que se detengan los asentamientos en las lomas y sitios de riesgo dentro de la urbe y que los habitantes optaran por habitar en zonas más seguras, planas, pero que estaban a las afuera del cantón.

Es así que la parroquia Simón Plata Torres, hoy en día es considerada la Nueva Esmeraldas, claro está que en un inicio fue centro de un sin número de invasiones, en el presente ha empezado su ordenamiento territorial; pero, con problemas sociales, ya que sectores como el Valle de San Rafael, ya no pueden abastecer nuevos espacios para programas habitacionales, por lo que las zonas que han despegado en la actualidad son las que están en la vía a Atacames, ubicadas desde la ciudadela de los Judiciales hasta el límite de Tonsupa. Y por el este y norte, aprovechando la oportunidad del nuevo puente sobre el río Esmeraldas, está el sector de Tachina y las zonas de Camarones y por el Sur se tiene a la zona de Tabule y San Mateo. Zonas como la isla Luis Vargas Torres mantienen posición de terreno pero no escrituras. Plan Desarrollo Territorial Esmeraldas 2012 – 2022.

La demanda de vivienda en Esmeraldas, está generando un impulso en el área de la construcción, es por eso que se pretende crear una inmobiliaria en la ciudad que vaya a satisfacer en parte el problema habitacional que vive la localidad, ofertando viviendas a cómodos precios y con garantía de calidad adoptando todas las normas de construcción seguras y aprobadas por el medio. Ya que en el asunto de financiamiento para la adquisición de una casa, está, por un lado el Estado a través de los créditos hipotecarios

que otorga el Banco del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (BIESS), a los afiliados, permitiendo el acceso al crédito cuyos montos de préstamos se otorga de acuerdo al nivel de sueldos y aportaciones que tiene la persona. O también existen otros programas particulares de viviendas que ofertan en urbanizaciones, a los cuales se puede acceder a través de la banca privada, quienes aplican una entrada y el resto a crédito de hasta 10 años.

Formulación del Problema

¿La creación de una empresa inmobiliaria en la ciudad de Esmeraldas, proporcionará viviendas edificadas bajo técnicas de construcción segura y satisfacerá una parte del problema habitacional del mercado meta?

Interrogantes

- ¿Cuál es la situación del mercado inmobiliario en la ciudad de Esmeraldas?
- ¿Cuál es la demanda en cuanto a vivienda en la ciudad de Esmeraldas?
- ¿Qué le falta a los oferentes del sector inmobiliario para mejorar sus actividades?
- ¿Cómo se volverá este proyecto rentable?

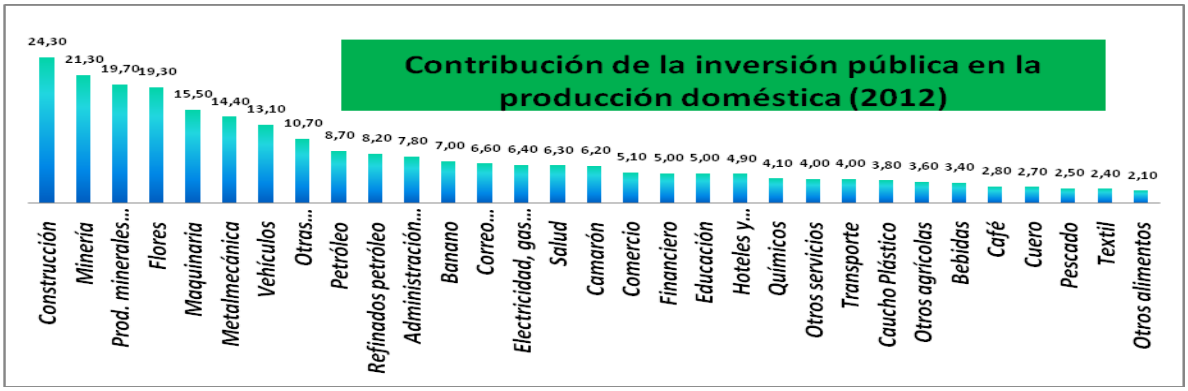
MARCO TEÓRICO

Plan del Buen Vivir

En el nuevo Plan Nacional de desarrollo del Buen Vivir, en el Objetivo 10, referente al tema de Impulsar la Transformación Productiva, existe un diagnóstico sobre el Rol del Estado en la transformación productiva que se refiere a como el Estado ha potencializado la inversión pública, donde esto produjo efectos directos e indirectos en la producción doméstica. Entre el 2001 y 2012, el efecto multiplicador de la inversión pública contribuyó en el crecimiento de los sectores industriales, primarios y de servicios, como se puede observar en el gráfico adjunto. (pág. 298 a 300).

Uno de los planes sociales que se le ha dado mayor prioridad, son a los programas de desarrollo de la vivienda, como parte de la filosofía del Buen Vivir, en estos cuatro últimos años, se ha logrado incrementar en el país nuevos programas de vivienda, para todos los sectores poblacionales, unos manejados por el Estado en cuanto a programas dirigidos a las masas menos desposeídas y otros, que han logrado los afiliados del IESS, a través de la nueva Institución financiera que es el Bancos del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (BIESS), lo que ha permitido una oportunidad, para ingresar a un mercado potencial y competitivo.

Gráfico # 1



Fuente y Elaboración Castro y Sáenz, 2012 (Plan Nacional Buen Vivir 2013 – 2017)

En Esmeraldas, el aumento de vivienda popular ha ido paulatinamente creciendo, como también en el sector privado ha habido un incremento de programas de viviendas, enfocados al financiamiento a través de la banca privada y otros por medio del BIESS, por medio de empresas constructoras o de personas privadas, que poseen capitales propios. Esto lo podemos constatar en la investigación realizada donde se indican los diferentes programas habitacionales que existen en Esmeraldas.

Antecedentes del Estudio

Para entender la trayectoria del mercado inmobiliario en el Ecuador es importante dividirla desde una perspectiva histórica en tres etapas:

La etapa inicial, que tiene que ver con la incorporación de la arquitectura moderna y la aparición de los programas de vivienda con financiamiento del Estado; una segunda etapa, relacionada con los primeros proyectos inmobiliarios particulares con apoyo de la banca privada; y, finalmente la etapa de impulso y desarrollo de las empresas inmobiliarias a partir de la estabilidad económica del país.

En el país y específicamente en la ciudad de Esmeraldas existen planes de vivienda privados y otros a través del Gobierno, que los maneja el Ministerio de Urbanidad y Vivienda (MIDUVI), quien oferta viviendas populares, en unos casos ya existe un modelo como las viviendas de Gatazo o Cananga, los mismos que poseen todos los servicios básicos, pero, en otros casos se les asigna un valor que se les entrega, como apoyo para la construcción de la vivienda que los beneficiarios lo deseen, También existe otros planes de vivienda popular, para un muy bajo nivel que se llama Hogar de Cristo, este programa, lo que hace es apoyar la obtención de una vivienda humilde a bajo costo en materiales de caña y madera.

Otros planes o programas habitacionales son particulares, donde existe un proceso de infraestructura de servicios completos y donde se manifiesta el diseño y el precio, éstos son más ordenados, y tienen todos los servicios básicos disponibles, entre estos tenemos Ciudadela Julio Estupiñán, Palma Real, Camino Real, Malibu, Técnipetrol, estas son urbanizaciones en etapa de casas terminadas, y otros programas urbanísticos que están en proceso como: Balcones de Tachina, Puerta Sol, que han iniciado la parte de construcción de los servicios básicos y una vivienda demostrativa, estos proyectos han permitido impulsa una mejor presentación urbanística de la ciudad. Jiménez, 2011.

Fundamentación Teórica

Dentro de las bases teóricas se ha involucrado todas las especificaciones generales de organización y distribución de recursos y procesos, por ello se ha tomado en cuenta conceptos que expertos han resaltados y que para esta investigación resulta oportuno se hagan mención y se describan brevemente, para conceptuar los manejos corporativos que se dan, en la actualidad.

En el entorno teórico, se hace énfasis en la teoría de empresa, y marcos legales de orientación a la propuesta, como se elabora paso a paso el estudio de mercado, el estudio técnico y económico para soportar el desarrollo de la investigación.

ASPECTOS BÁSICOS

Concepto de Proyecto

Un proyecto no es ni más ni menos que la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver, entre tantas, una necesidad humana.

Cualquiera sea la idea que se pretende implementar, cualquiera la inversión, cualquiera la metodología o la tecnología por aplicar, ella conlleva necesariamente la búsqueda de proposiciones coherentes destinadas a resolver las necesidades de la persona humana en todos sus alcances: alimentación, salud, educación, vivienda, religión, defensa, política, cultura, recreación, etc. Sapag Chain, 2002, pág.4

Características de la Inversión Inmobiliaria

La inversión inmobiliaria presenta características diferenciales a otro tipo de opciones que la hacen singular y que todo inversor debe apreciar para evaluar cada caso en forma particular. En primer lugar, en general, demanda montos o sumas de dinero mínimas, que fluctúan según la opción, pero que en general son más elevadas que opciones financieras bancarias tradicionales, aunque como veremos no en todos los casos. Por otro lado, requieren la inmovilidad del capital invertido por un plazo determinado, que suele, también, ser más prolongado como veremos en las inversiones directas. A su vez cuando se trata de inversiones inmobiliarias directas, la realización del activo demanda

un período de tiempo determinado para su comercialización, el cual es variable según las condiciones del mercado y el tipo de bien según Cuesta, 2007, pág.12.

Estas características citadas de plazo de exposición prolongado de la inversión y de un tiempo requerido para la salida del negocio, le confieren a las inversiones inmobiliarias directas una cualidad de iliquidez de un grado mucho mayor que las de opciones financieras o bursátiles. Otra característica a considerar son los costos de entrada y salida de la inversión. En la opción inmobiliaria, no deben ser dejados de lado ya que es habitual el pago de comisiones, sellados de contratos, gastos notariales, honorarios e impuestos, que según el caso incrementan entre un 6 y un 10 % los costos directos de ingreso al negocio. Así, como vemos, la seguridad y el bajo riesgo de la inversión inmobiliaria, presenta como contrapartida su mayor iliquidez y sus altas barreras de entrada y salida, que deben ser siempre cuidadosamente analizados en función del plazo y exposición de la inversión. No obstante, como veremos y en función de la cada vez mayor participación de opciones financieras en el negocio inmobiliario, este tradicional concepto de iliquidez está quedando cada vez más reservado sólo para la inversión inmobiliaria con fines de renta fija o de resguardo de capital.

Modalidades de inversión.- La inversión en inmuebles no se reduce a la compra de un bien raíz con fines, por ejemplo, de alquilarlo y así obtener una renta. Si bien esta es una de las alternativas usuales, no se agota en ello. Existen, como veremos una amplia variedad de formas para canalizar ahorros y excedentes de rentas habituales hacia el rubro inmobiliario. Cada una de ellas por supuesto, con características propias de montos, plazos, rentabilidades, nivel de seguridad y grado de liquidez.

En principio podría dividirse a la inversión inmobiliaria en:

1) Directa

2) Indirecta

La inversión inmobiliaria directa, comprende a todas aquellas inversiones destinadas a obtener una renta fija, a comprar y revender.

La inversión en Desarrollos Constructivos: En esta modalidad, el inversor juega desde el inicio una suerte mucho más atada al proyecto desde que comienza el negocio. Existen diferentes escalas de inversión que se corresponden con la magnitud del emprendimiento constructivo a llevar adelante. El interesado puede participar ya sea en forma individual o ingresando en pequeñas sociedades con el fin determinado de llevar adelante obras de menor escala o bien en proyectos que pueden involucrar la participación de gran cantidad de inversores en función de la magnitud del proyecto a materializar. Dentro de los proyectos de menor escala suelen encontrarse aquellos que involucran la construcción de una vivienda unifamiliar y emprendimientos de construcción de varias unidades sobre un solo terreno. En estos casos no es inusual obtener beneficios del orden del 30 % del capital invertido (de punta a punta).

El Ciclo de Vida de un Proyecto

Las fases del ciclo de vida de un proyecto son:

- **Inicio.** En este caso, el proyecto inicia con la formulación de una idea de negocio. A partir de ella se recogerá la mayor cantidad posible de información del mercado para compararla con el conocimiento adquirido durante la formación profesional, experiencia laboral y lectura de material impreso y digital.

- **Planificación**. Es la fase decisiva en la cual se formulan los objetivos, se determinan los alcances del proyecto. Es en esta fase que se identifican los beneficiarios y se establecen las metas que se debe alcanzar, así como el desarrollo del estudio técnico y financiero, que permitirá señalar la viabilidad del proyecto.

- **Ejecución**. Incluye la creación formal de la empresa, el nombramiento de sus representantes y todo lo relativo al inicio de operaciones. Incluye, además, la evaluación del proyecto, que permite tomar la decisión respecto a su mantenimiento o liquidación y cierre.

- **Cierre del proyecto.** En esta fase se pueden mencionar actividades específicas como la demolición de obras, la liquidación de activos y cierre total (fin de todo tipo de compromisos).

  Así se determina los valores de recuperación o de desecho de las inversiones comprometidas. (Ramiro, 2010)Anónimo, 2009

Las Etapas en la Elaboración de un Plan de Negocios

La preparación y evaluación de un proyecto contribuye en la reducción de la incertidumbre inicial, respecto de la conveniencia de llevar a cabo una inversión. La decisión que se tome con más información siempre será la mejor. Un plan de negocios está constituido por una serie de pasos que utilizados correctamente permiten la obtención de resultados favorables para los inversionistas. Canelos, 2010, pág.70.

Proyectos de Inversión Mobiliaria

Los proyectos de inversión inmobiliaria que se financian a través de los apoyos que presta la Banca a los Promotores, presentan a veces un grado de dificultad debido en la mayoría de las ocasiones a que estos promotores no disponen de la infraestructura económica necesaria (solvencia) que les permita acceder a estos créditos de una forma total y efectiva. Algunos de estos proyectos, los que realizan pequeños promotores y que comparados con los de otros mejor considerados - los grandes -, podrían considerarse como pequeños. Desde nuestra óptica profesional consideramos que estos proyectos revisten una gran importancia, puesto que el número de pequeños y medianos promotores-constructores en el país, representan casi el 90% de este colectivo empresarial. El boom de la construcción que tuvimos en décadas pasadas vuelve a producirse nuevamente a partir del 2006. La demanda de viviendas se anima, sobre todo por el precio del dinero asequible a los bolsillos menos favorecidos, que ya pueden comprar una vivienda en condiciones muy ventajosas. Baca, 2007, pág.15

Fundamentación Legal

Quien rige los aspectos legales para el sector de la construcción e inmobiliaria son los Gobiernos Autónomos Municipales, porque ellos están a cargo del ordenamiento territorial y quienes tienen la autoridad de aprobar o negar estos procesos. G.A.D.M, 2008

Otros son los aspectos crediticios que imponen cumplir con determinados permisos, trámites y garantías que proceden para la adquisición de una vivienda, como también, aspectos de legalización y posicionamiento de las inversiones realizadas.

La creación de una empresa inmobiliaria, está dentro del proceso de una empresa que determina, una serie de trámites para su funcionamiento, tanto en aspectos legales como: Notarías, Registro de la Propiedad, tributarios, laborales como: aportes al IESS, certificados de sueldos de las empresas y otros, también, permisos ambientales, en caso de riesgo.

Requisitos para Constituir una Compañía

Aprobación del Nombre de la Compañía

Se deben presentar alternativas de nombres para la nueva Compañía, para su aprobación en la Superintendencia de Compañías.

Apertura Cuenta de Integración de Capital

Se debe aperturar una cuenta de Integración de Capital de la nueva Compañía en cualquier banco de la ciudad de domicilio de la misma.

Celebrar la Escritura Pública

Se debe presentar en una Notaría la minuta para constituir la Compañía

Solicitar la Aprobación de las Escrituras de Constitución

Las Escrituras de constitución deberán ser aprobadas por la Superintendencia de Compañías.

Obtener la Resolución de Aprobación de las Escrituras

La Superintendencia de Compañías nos entregará las Escrituras aprobadas con un extracto y 3 resoluciones de aprobación de la Escritura.

Cumplir con las Disposiciones de la Resolución

1. Publicar el extracto en un periódico de la ciudad de domicilio de la Compañía.
2. Llevar las resoluciones de aprobación a la Notaría donde se celebró la Escritura de constitución para su marginación.
3. Obtener la patente municipal y certificado de inscripción ante la Dirección Financiera.

Inscribir las Escrituras en el Registro Mercantil

Una vez cumplidas las disposiciones de la resolución de aprobación de la Superintendencia de Compañías se deberá inscribir las Escrituras en el Registro Mercantil.

Elaborar Nombramientos de la Directiva de la Compañía

Una vez inscritas las Escrituras se deberán elaborar los nombramientos de la directiva (Gerente y Presidente).

Inscribir Nombramientos en el Registro Mercantil

Los nombramientos deberán ser inscritos en el Registro Mercantil

Reingresar los Documentos a la Superintendencia de Compañías

Se debe reingresar las Escrituras a la Superintendencia de Compañías para el otorgamiento de cuatro hojas de datos de la Compañía.

Obtener el R.U.C.

Reingresadas las Escrituras se entregarán las hojas de datos de la Compañía que permitirán obtener el RUC en el S.R.I.

Retirar la Cuenta de Integración de Capital

Una vez que se obtenga el RUC de la Compañía, éste debe ser presentado a la Superintendencia de Compañías para que se emita la autorización de retirar el valor depositado para aperturar la cuenta de Integración de Capital.

Apertura una Cuenta Bancaria a Nombre de la Compañía

La Compañía puede abrir una cuenta corriente o de ahorros.

Obtener Permiso para Imprimir Facturas

Para que la Compañía pueda emitir facturas, el SRI deberá comprobar la dirección de la Compañía.

Ley de Compañías

Reglamento de funcionamiento de las compañías que realizan actividad inmobiliaria

Artículo Primero:

Ámbito de aplicación.- Las disposiciones del presente reglamento serán de cumplimiento obligatorio para las compañías cuyo objeto social contemple la actividad inmobiliaria en cualesquiera de sus fases, esto es, la promoción, construcción, comercialización u otras; y que para el desarrollo y ejecución de los proyectos inmobiliarios que ofrecen al público reciban dinero de sus clientes en forma anticipada a la entrega de las viviendas y edificaciones. No se entenderá por proyecto inmobiliario la construcción aislada de una unidad habitacional por cuenta del propietario del terreno sobre el que se erigirá la edificación.

Artículo Segundo: Obligaciones.- Las compañías que realicen actividad inmobiliaria, en los términos referidos en el artículo primero de este Reglamento, deberán cumplir todas y cada una de las siguientes obligaciones:

2.1.-En forma previa a la ejecución de cada proyecto inmobiliario:

Ser propietaria del terreno en el cual se desarrollará el proyecto o titular de derechos fiduciario en el fideicomiso que sea propietario del terreno, lo que se acreditará con el testimonio de la escritura pública contentiva del título traslaticio de dominio y el certificado correspondiente del Registro de la Propiedad.

2.2.-En todo momento, las compañías que realicen actividad inmobiliaria, deberán:

a) Atender los requerimientos de información que formule la Superintendencia de Compañías, a través de sus delegados debidamente acreditados, así como de los organismos públicos que tienen competencias legales en materia de vivienda.

b) Cumplir las disposiciones de la Superintendencia de Compañías, encaminadas a corregir situaciones que pudieren causar perjuicios a los clientes de la compañía, dentro de los términos o plazos que el organismo de control establezca.

2.3.-Las compañías que realicen actividad inmobiliaria a través de un fideicomiso mercantil en el que ostenten la calidad de constituyentes o constituyentes adherentes o beneficiarios deberán, además, cumplir con las regulaciones dictadas por el Consejo Nacional de Valores.

Artículo Tercero.-

Las compañías obligadas a aplicar el presente reglamento, que para el desarrollo proyectos inmobiliarios requieran de recursos dinerarios provenientes de promesas de compraventa de las unidades inmobiliarias de tales proyectos, deberán constituir de forma previa a su celebración un encargo fiduciario para que una administradora de fondos y fideicomisos administre dichos recursos. Los promitentes compradores

entregarán el precio del bien directamente a la administradora de fondos y fideicomisos, como constituyentes adherentes.

El contrato de encargo fiduciario se regirá por lo dispuesto en la Ley de Mercado de Valores y normas complementarias.

Los dineros administrados por una administradora de fondos y fideicomisos se entregarán a su constituyente o fideicomitente, únicamente cuando se haya verificado el punto equilibrio para la construcción del proyecto respectivo; de no verificarse el punto de equilibrio, la administradora de fondos y fideicomisos procederá a restituir los dineros entregados por cada uno de los constituyentes adherentes.

Artículo Cuarto.-

Las compañías que realicen actividad inmobiliaria, en los términos del presente Reglamento, deben abstenerse de realizar lo siguiente:

a) Ofrecer al público la realización de proyectos en terrenos que no sean de su propiedad, o en terrenos que sean de propiedad de fideicomisos respecto de los cuales no sea titular de derechos fiduciarios.

b) Invitar al público a participar en proyectos inmobiliarios que no cuenten con las autorizaciones previas del organismo u organismos públicos competentes en materias de autorización, regulación y control del uso de suelo y construcciones, o proyectos que no tengan el presupuesto económico que evidencie legal y financieramente su viabilidad.

c) Recibir dinero del público para la ejecución y desarrollo de los respectivos proyectos inmobiliarios, sin contar con las autorizaciones de los organismos competentes en la materia.

d) Suscribir contratos de reserva o promesa de compraventa por instrumento privado.

e) Suscribir promesas de compraventa respecto de bienes que han sido prometidos en venta a otros promitentes compradores.

|f) Destinar el dinero de promitentes compradores participantes de un determinado proyecto inmobiliario, a otros proyectos inmobiliarios que desarrolle la compañía, así como desviarlos a fines distintos al objeto específico para el cual fueron entregados.

Ley de Régimen Tributario Interno

Art. 28.- Ingresos de las empresas de construcción.- Las empresas que obtengan ingresos provenientes de la actividad de la construcción, satisfarán el impuesto a base de los resultados que arroje la contabilidad de la empresa. Cuando las obras de construcción duren más de un año, se podrá adoptar uno de los sistemas recomendados por la técnica contable para el registro de los ingresos y costos de las obras, tales como el sistema de "obra terminada" y el sistema de "porcentaje de terminación", pero, adoptado un sistema, no podrá cambiarse a otro sino con autorización del Servicio de Rentas Internas según Ley de Compañías

OBJETIVOS

General

Crear una inmobiliaria en la ciudad de Esmeraldas, para satisfacer la demanda y ayudar a solucionar los problemas habitacionales en los sectores de clase media de este cantón.

Específicos

1. Analizar el comportamiento y crecimiento del mercado inmobiliario de la ciudad de Esmeraldas.

2. Diseñar un plan de marketing para conocer la demanda del mercado inmobiliario en Esmeraldas

3. Identificar la competencia que existe en el mercado para estimar las posibilidades de éxito.

4. Elaborar un estudio financiero para determinar la factibilidad del negocio.

JUSTIFICACIÓN

Se ha elegido la ciudad de Esmeraldas para creación de una empresa inmobiliaria, considerando la demanda que existe en determinado segmento del mercado de compradores potenciales de viviendas, dado que en la actualidad se encuentra disponible el apoyo de financiamiento económico por parte de IESS y otras entidades financieras, para adquisición de vivienda, es ahí donde se presenta la oportunidad de satisfacer la necesidad de obtener un inmuebles totalmente terminado, que sea construido con materiales de calidad y bajo normas técnicas aprobadas de construcción. Todo esto a un precio accesible para el mercado potencial de compradores al cual estará dirigido el presente proyecto.

Con la creación de la inmobiliaria se generará empleo en diferentes ámbitos profesionales, por lo cual afectará de manera positiva la economía de las personas que se empleen en este proyecto, logrando mejorar su nivel de vida y el de sus familias.

La realización del presente proyecto constituye un requisito fundamental propuesto por la universidad para poder concluir los estudios superiores y poder recibirme como Ingeniera en Contabilidad y Auditoría.

CAPÍTULO I

1. MARCO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Estrategia Metodológica

1.1.1. Nivel de la Investigación

Es una investigación de tipo descriptiva, porque parte de la relación causa y efecto, recoge datos objetivos, precisos y sistemáticos que pueden usarse en promedios, frecuencias y cálculos estadísticos, sobre un problema seleccionado.

Esto permite proyectarse hacia el futuro tomando en consideración, una propuesta que se realizará, en este caso es la de crear una empresa inmobiliaria. Esto permitirá comprobar los fenómenos que ocurren realmente.

1.1.2. Tipo de Estudio

Investigación de Campo: Es la investigación aplicada para interpretar y solucionar alguna situación, problema o necesidad en un momento determinado. Las investigaciones son trabajadas en un ambiente natural en el que están presentes las personas, grupos y organizaciones científicas las cuales cumplen el papel de ser la fuente de datos para ser analizados.

1.1.3. Métodos

Los métodos utilizados en el proceso de investigación fueron los siguientes:

1.1.3.1. Método Deductivo

Éste método de razonamiento consiste en tomar conclusiones generales para obtener explicaciones particulares. El método se inicia con el análisis de los postulados, teoremas, leyes, principios, de aplicación universal y de comprobada validez para aplicarlos a las soluciones o hechos particulares.

Es decir una serie de información que permitirá comprender el enfoque del proyecto inmobiliario, ya que es importante analizar las necesidades de los potenciales beneficiarios, que garantice un servicio serio, seguro y de calidad para el cliente.

1.1.3.2. Método Inductivo

Este método utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones cuya aplicación sea de carácter general. El método se inicia con un estudio individual de los hechos y se formulan conclusiones universales que se postulan como principios o fundamentos de una teoría.

Determinar la propuesta más viable, para que los beneficiarios puedan obtener sus servicios y sus condiciones y sobre todos, que lleguen a una satisfacción sobre el bien a adquirir.

1.1.4. Técnicas e Instrumentos

La información primaria se ha obtenido a través de las técnicas de estudio como la encuesta, entrevista y la observación.

1.1.4.1 Observación.- Esta herramienta proporcionará mucha información, pues determinará por medio de la presencia física y personal, un análisis y comparación valorativa de los hechos que refuerce el contenido de los datos del proyecto.

1.1.4.2. Entrevistas.- Se realizarán a personas especializadas en el manejo de empresas Inmobiliarias, que conocen de los aspectos legales sobre el tema construcción y venta de viviendas.

1.1.4.3. Encuestas

En el diagnóstico o estudio del mercado inmobiliario será imprescindible la aplicación de encuestas a los habitantes de la ciudad de Esmeraldas, en especial a los funcionarios del sector público y empleados del sector privado con una actividad profesional o comercial activa, que puedan aportar con información requerida para la investigación; encuestas que serán aplicadas a una muestra calculada matemáticamente sobre la base de una población o universo a investigar

La información secundaria necesaria se recopilará de libros, documentos, revistas, folletos, leyes y páginas web según Hernández, Fernández, Baptista, 2007.

1.1.5. Diseño Estadístico

1.1.5.1. Población

La población para este trabajo de investigación se centrará en personas que no posean vivienda propia o que deseen comprar una vivienda en la ciudad de Esmeraldas, que tengan ingresos propios y trabajo estable. También se considerará a empresas o personas que estén inmersos en el tema inmobiliario.

1.1.5.2. Identificación de la Muestra

La población a la que se realizará las encuestas se corresponde al sector que conforma la Población Económicamente Activa (PEA) de la Ciudad Esmeraldas, según el censo del INEC año 2010 corresponde a 74.701 personas de las cuales 44.311 son hombres y 30.390 son mujeres.

1.1.5.3. Cálculo para la Obtención de la Muestra

Para el cálculo del tamaño de la muestra (n) se consideran sus propiedades y el error máximo, por lo tanto se puede aplicar la siguiente formula.

$$N = \frac{Z^2 P Q N}{Z^2 P Q + N e^2}$$

Dónde:

n = Tamaño de la Muestra

Z = Nivel de Confianza 95% 0.95/2 = 0.4750 Z = 1.96

P = Probabilidad de ocurrencia 0.50

Q = Probabilidad de no ocurrencia 1 - 0.50 = 0.50

N = Población o Universo (74.701)

e = Error de muestreo 5% (0.05)

$$n = \frac{(1.96)^2\,(0.5)\,(0.5)\,(74.701)}{(1.96)^2\,(0.5)\,(0.5) + (74.701)\,(0.05)^2} = \frac{71742,8404}{187,7129}$$

n = 382.19

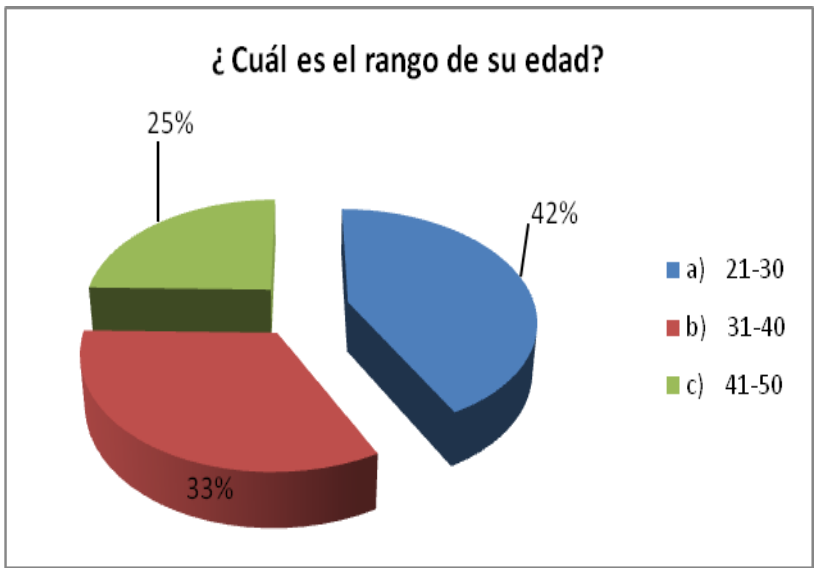
n = 382

Dando como resultado que se le realizará encuestas a **382** personas

1.1.6. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

1. **¿Cuál es el rango de su edad?**

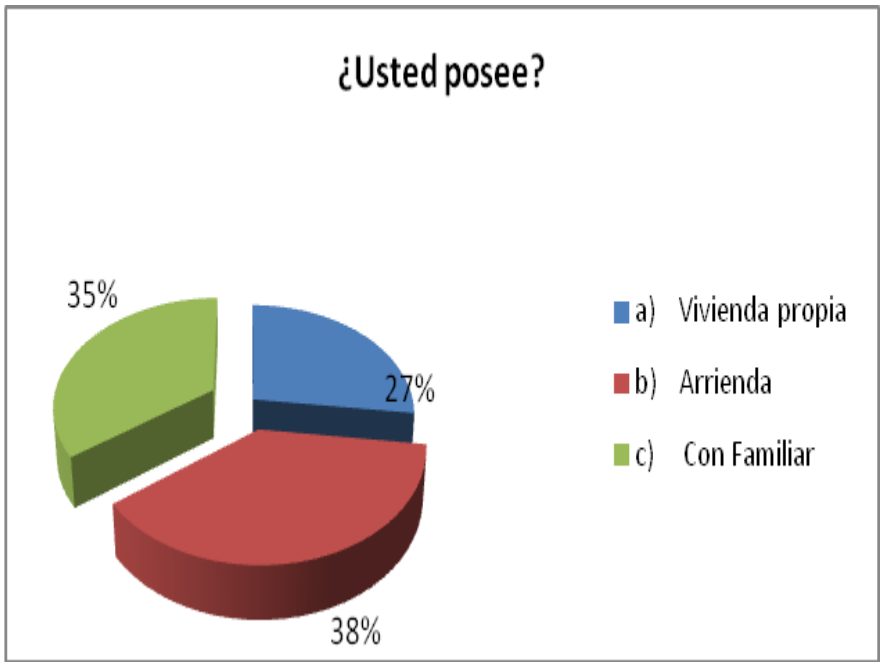
Grafico # 2



La encuesta fue planteada al mercado meta que se pretende conquistar de la ciudad de Esmeraldas, para lo cual fuerón contestadas en su mayoria por personas jovenes que reciense encuentran empezando una vida profesional y personal y requiere de una vivienda para sentar bases con vista a un futuro familiar.

2. ¿Usted posee?

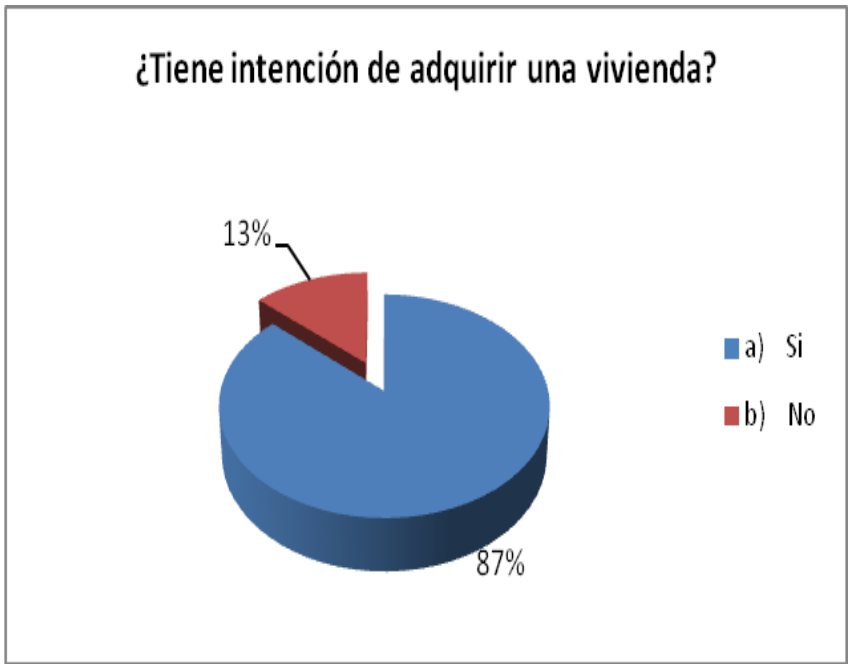
Grafico # 3



En la actualidad a través de esta pregunta se puede evidenciar que aún existe un gran número de personas que no cuentan con una vivienda propia, y viven aun alquilando o viviendo con algún familiar. Este número de personas vendría a ser el mercado potencial del proyecto.

3. ¿Tiene intención de adquirir una vivienda?

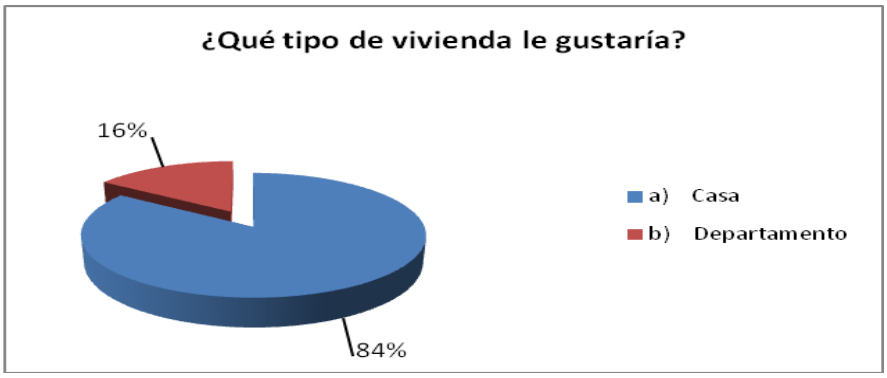
Grafico # 4



Se considera un alto nivel de desición y de entusiasmo en adquirir una vivienda propia dentro de los encuestados por el proyecto, situación que habla muy bien de la demanda que podria tener el presente proyecto ante el mercado de la ciudad de Esmeraldas.

4. ¿Qué tipo de vivienda le gustaría?

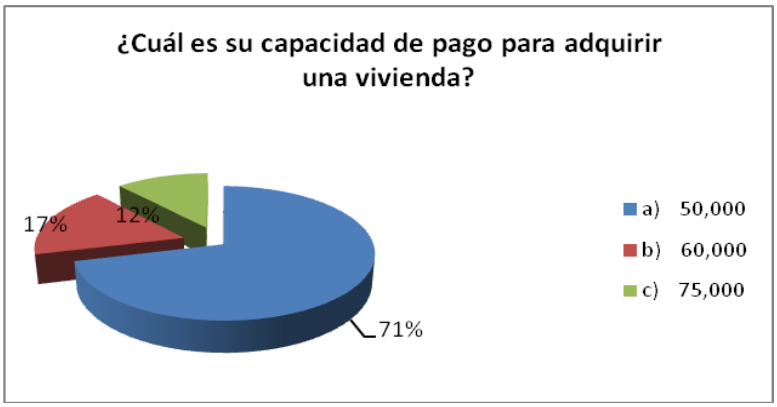
Grafico # 5



Existe una preferencia muy considerable por las viviendas tipo casa, lo que hay que tomar muy en cuenta al momento de realizar este proyecto.

5. ¿Cuál es su capacidad de pago para adquirir una vivienda?

Grafico # 6



Se puede suponer que debido a la situación económica actual del país, las personas se inclinan por obtener una vivienda que se ajuste a sus necesidades y a la vez a su presupuesto.

6. **¿Si en caso de adquirir una casa o departamento cuál sería su forma de pago?**

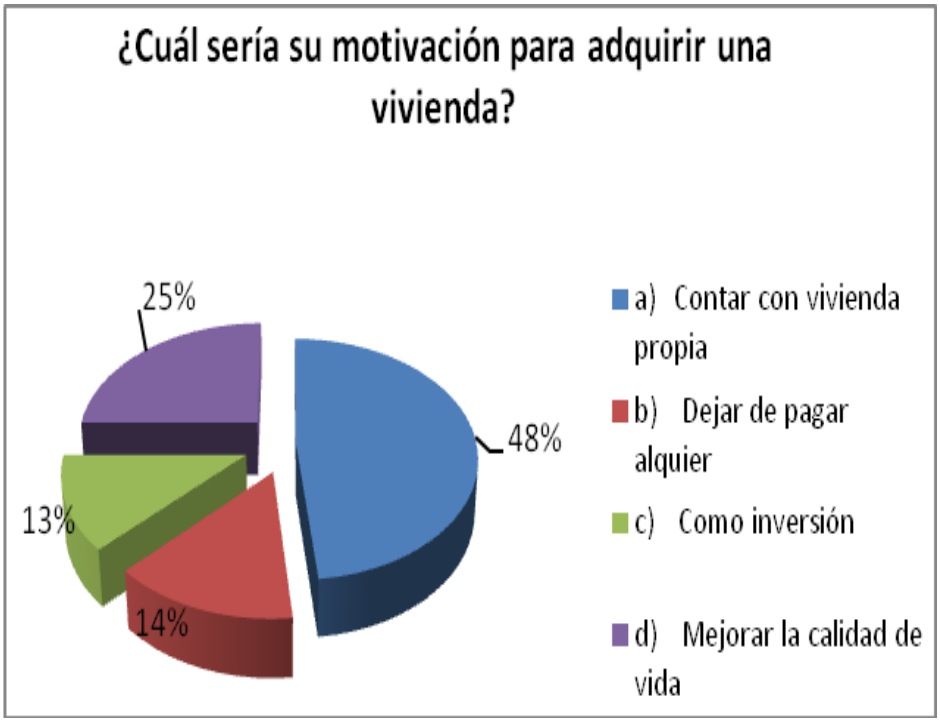
Grafico # 7



Casi todos se inclinan por la opción del crédito con alguna entidad financiera ya que es difícil que se tenga junto todo el valor del costo de una vivienda, por lo que el financiamiento estaría encabezando la forma de compra.

7. **¿Cuál sería su motivación para adquirir una vivienda?**

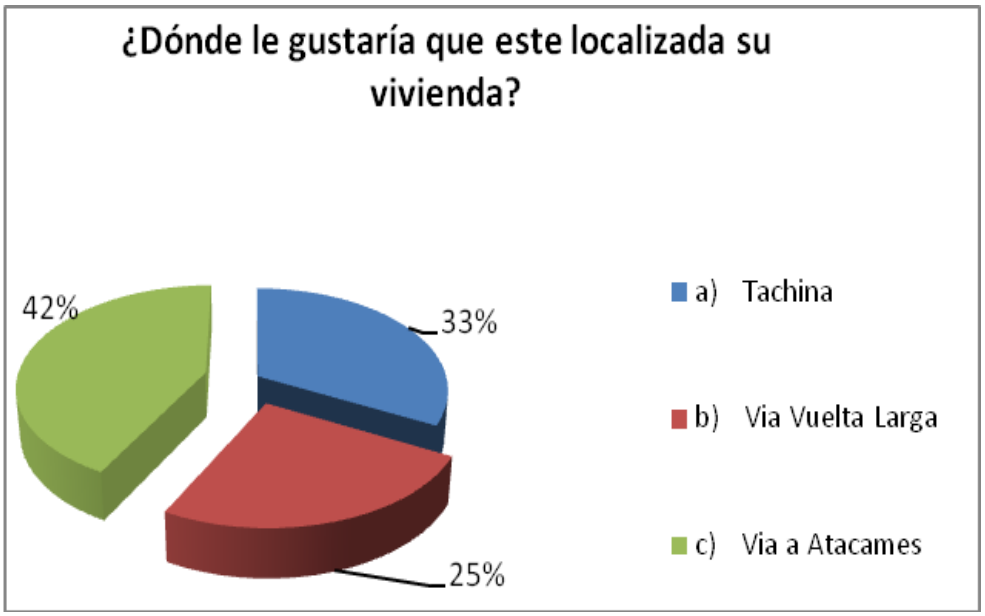
Grafico # 8



El tener una vivienda propia seria uno de los principales motivos por el cual las personas optarían por adquirir una vivienda, dejando así de alquilar o de convivir con familiares donde se ve limitada su independencia.

8. ¿Dónde le gustaría que este localizada su vivienda?

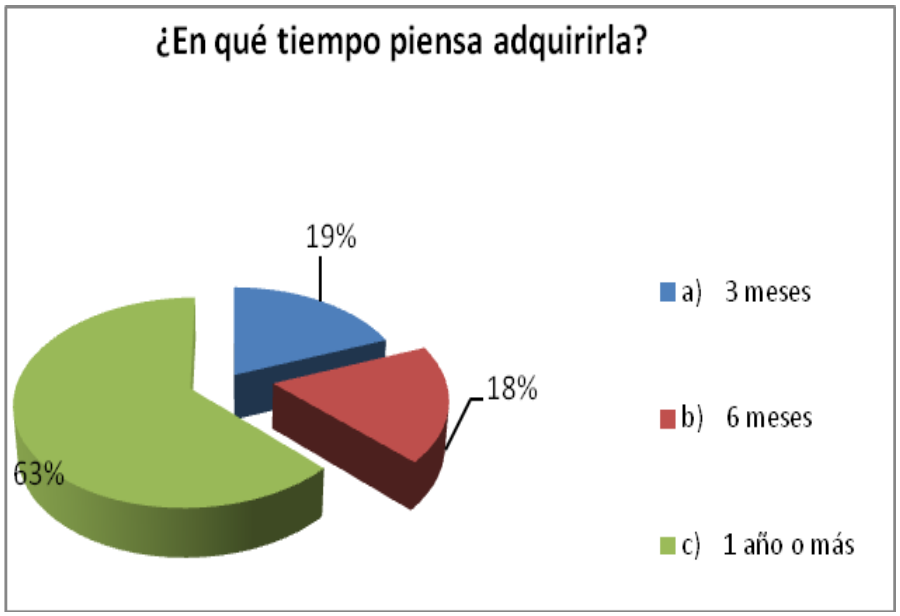
Grafico # 9



En esa pregunta hay dos zonas que tienen exclusividad por su potencialidad de crecimiento urbano que es Tachina y Vía a Atacames esto es por la seguridad que ofrecen los terrenos en las zonas planas.

9. ¿En qué tiempo piensa adquirirla?

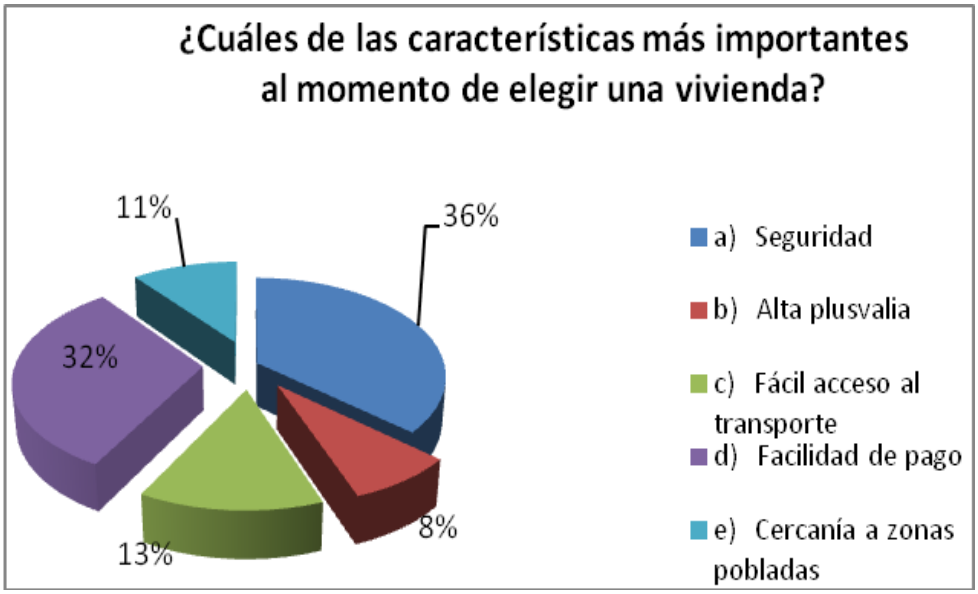
Grafico # 10



La mayoría de las personas encuestadas por el momento no tienen las posibilidades de adquirir una vivienda a corto plazo, lo que da un tiempo considerable para realizar el estudio del proyecto y analizar con detenimiento la rentabilidad del mismo. Además de ir trabajando de manera moderada hasta poner en el mercado su producto.

10. ¿Cuáles de las características que se enlistan a continuación considera usted las más importantes al momento de adquirir una vivienda?

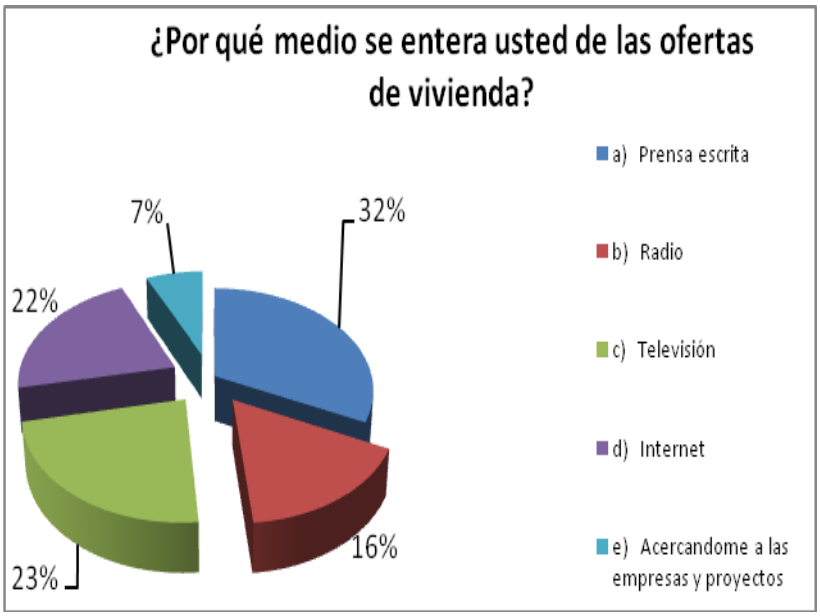
Grafico # 11



Debido a la situación actual de la sociedad los clientes potenciales de las viviendas demandan que estas sean además de construidas con todas las normas de seguridad necesarias y aprobadas, y también estén ubicadas en lugares seguros, y que den la posibilidad de condiciones accesibles de pago y en lo referente al transporte toda la ciudad de Esmeraldas actualmente posee un recorrido de transporte urbano e interprovincial que facilita el acceso a todos los lugares.

11. ¿Por qué medio se entera usted de las ofertas de vivienda?

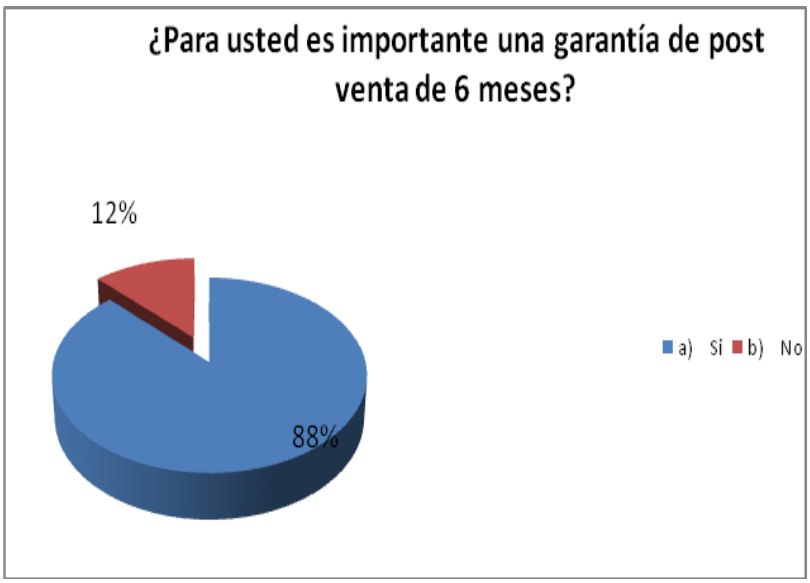
Grafico # 12



Entre los medio de comunicación más eficientes para difundir este tipo de anuncios de bienes inmuebles se considera que la prensa escrita seria uno de los primeros en tomarse en cuenta al momento de hacer publicidad del producto, además la televisión ofrece una apertura a este mercado, si se considera que en Esmeraldas en estos dos tipos de comunicación los valores de publicidad son convenientes.

12. ¿Para usted es importante una garantía de 6 meses después de la venta?

Grafico # 13



Esta pregunta garantiza la calidad del producto pues los beneficiarios tienen la seguridad de que si hubiera defectos están en la posibilidad de que sean solucionados y logren la satisfacción del producto.

CAPÍTULO II

2. ANÁLISIS E INTERPRETACIÒN DE LOS RESULTADOS

El estudio de investigación arrojo un poco la perspectiva que se tenía sobre el negocio de la inmobiliaria, se ha demostrado que existe un, mercado insatisfecho con preocupaciones de costos de ubicación de necesidades de vivienda, de garantías, lo que representa tener una oportunidad en el mercado esmeraldeño, además de darnos cuenta que este mercado que fue investigado está ligado a un estatus económico laboral sostenible, lo que garantiza la retornabilidad de la inversión. Cabe indicar que las personas en un gran porcentaje hablan sobre financiamiento y esto para el proyecto es una gran potencialidad por que la facilidad del acceso a crédito en vivienda nos permite una venta casi de contado.

2.1. ESTUDIO DE MERCADO

2.1.1. Proyectar el Conocimiento

El mercado debe ser visualizado desde el punto de vista de la proyección, que se estime lograr en un mediano plazo, la situación económica actual permite proyectar una economía de crecimiento, en especial en la actividad de la construcción, las expectativas sobre la apertura a nuevos procesos económicos y financieros, dan la pauta de que este mercado, asegura la inversión sobre el crecimiento de los servicios de construcción de viviendas, esto se lo puede demostrar, porque en un lustro se han creado 3 nuevos programas de viviendas, fuera de los ya existentes, ésta situación permite con objetividad la probabilidad de lograr la inversión.

Cuadro # 1

INMOBILIARIA	AREA	OFERTA ACTUAL DE CASAS
MALIBU	135 m2	85
CONSTRUCTORA VITERI	64 m2	325
BALCONES DE TACHINA	135 m2	480
TECNIPETROL	95 M2	125
CORAL HERTK	95 M2	120
TORRES Y TORRES	132 m2	12
		1.147

Fuente: Empresas constructoras

2.1.2. Innovación

Es acelerar para ser el primero, que pueda llegar antes a dar soluciones nuevas, formas nuevas, cambios a lo actual o crear nuevos conceptos, que se alimenta de la creatividad de individuos y colectivos que actúan en el medio.

La funcionabilidad del mercado, está en buscar la diferenciación competitiva, que nos permita dominar el mercado, el producto vivienda, permite escoger al cliente, las condiciones y características de cómo desea su vivienda, lo que permite un proceso de planeación de su vivienda y lo más importante es poder ajustar los precios, acorde a las necesidades de los clientes, no es cuestión de masificar.

No se requiere ser un profesional estratégico, sino innovar en función de tu producto. Esto permite mayor confianza, y se puede llegar a más rápidos entendimientos.

2.1.3. Planificar

El estudio de mercado permite analizar los resultados, para conocer las tendencias del mercado en cuanto a clientes y competencias, es esa información la que servirá para tomar decisiones que vayan a demostrar que se puedan cumplir los objetivos trazados, generando a futuro la sostenibilidad y rentabilidad deseada, el ingreso a cualquier tipo de mercado requiere de investigación para trazar un plan estratégico, que permita monitorear las actividades y el seguimiento a los clientes.

2.1.4. Objetivos de Planificación

- ✓ Conocer las características del consumidor, estableciendo un perfil del consumidor: qué, cómo, cuándo, para qué, frecuencia, quién, dónde, precio, producto
- ✓ Precisar como el producto llega al consumidor: qué, cómo, cuándo, para qué, frecuencia, quién, dónde, precio, producto, plaza, postventa, actitudes frente al producto
- ✓ Identificar a los proveedores de insumos del sector: productos, condiciones de venta, ubicación, clientes, medios de distribución, tiempo de entrega.
- ✓ Determinar como la competencia, llega al consumidor: productos, precios, promoción, estrategias, calidad, clientes, tecnología, puntos fuertes y débiles de la competencia.
- ✓ Definir estrategias para llegar al mercado: Información sobre: productos, precios canales de distribución promociones, competencia, ventajas.

En la Planificación se establece el segmento al que va a dirigirse, en este caso el proyecto va hacia personas o familias, que no cuentan con una casa propia, o desean un cambio de lugar, y esto lo conocemos a través de la formulación de preguntas que están dirigidas por medio de una encuesta, a un segmento de mercado potencial, lo que me permitirá, saber el comportamiento sobre el producto a ofrecer y las condiciones en las que me indican como lo quisieran.

2.1.5. Trabajo en Equipo

Para una buena visión del negocio se requiere conformar un equipo de trabajo, que permita distribuir mejor las actividades que se tiene que realizar, en el negocio de la construcción e inmobiliaria, se necesita coordinar las relaciones y los tiempos de visitas, lo que determina que en el equipo se debe asignar responsabilidades, que en muchos casos crees que tu solamente puedes hacerlo, por ese motivo, se debe trabajar con personal muy bien seleccionado, logrando habilidades y destrezas en el momento de la contratación, eso forma líderes comprometidos en el equipo.

Hay que poseer confianza en el trabajo de equipo, aceptar los cambios del mercado y manejar las posiciones de los clientes, la necesidad de un bien es persistente y se tiene que manejar la flexibilidad del negocio, sin perder la visión original del negocio, además, debes creer en la capacidad de adaptación de cada miembro de la empresa.

2.1.6. Acciones Rápidas

El negocio de bienes raíces, requiere de espontaneidad, prontitud y puntualidad, son como portadores de la información diaria, se debe tener conocimiento de todo lo que sucede en el mercado, es decir, el desarrollo socio económico y sus necesidades, para

esto se requiere una visión de emprendimiento, planificación, confianza y sobre todo actuar rápido y con decisiones satisfactorias para las dos partes:

- ✓ Definir a los clientes potenciales.
- ✓ Organizar un plan de visitas que no interrumpa las actividades del cliente.
- ✓ Tener el portafolio listo demostrar el producto o en caso de cualquier pregunta.
- ✓ Crear un ambiente familiar.
- ✓ Establecer precios, que permitan la rápida flexibilidad del negocio.
- ✓ Facilidades para el movimiento operativo del cliente, cuando tengan que realizar acciones de trámites legales.

2.2. ELEMENTOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

2.2.1. Segmentación del Mercado

Segmentar el mercado, es un proceso donde se divide el mercado total de un bien o servicios en grupos más pequeños y homogéneos, que nos permita conocer una serie de hábitos, ubicación, deseos de compra, poder de compra, y otros, que nos permitirán aplicar una mezcla de marketing.

Para este proyecto el segmento a donde se dirige el producto es a personas de la ciudad de Esmeraldas, que deseen poseer una vivienda, y que tienen el deseo de mejorar su calidad de vida y quienes están arrendando una vivienda.

2.2.2. Mercado Actual

El crecimiento inmobiliario viene desde 2009, apoyado especialmente por la incursión del Banco del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (Biess) en el financiamiento de

crédito hipotecario, según el director de Inmobiliaria de Mutualista Pichincha, Juan Carlos Terán. Pero sobre todo, dijo, por la estabilidad económica que le da al Ecuador tener una moneda fuerte como es el dólar.

Dentro del sector de la construcción, el inmobiliario representa alrededor del 60%. Esto ha impulsado que la construcción crezca 9,05%, dentro del Producto Interno Bruto (PIB) en 2011, según revela el Banco Central.

En un análisis que se obtuvo del último censo del 2010, el Instituto de estadísticas y Censos (INEC), y el Departamento de Estudios y Analíticos Estadísticos (DEAE) demostró que, en el año 1990 los permisos de construcción fueron de 11.100, y que para el año 2012 estos subieron a 42.500, lo que demuestra el incremento de la construcción en la vivienda.

Las estadísticas sobre construcción de vivienda particular, urbanizaciones, edificios u otro tipo de construcciones, sea a nivel del Ecuador o Provincia, no se conoce, quien posee estadísticas parcializadas es el BIESS, no existen en Municipios, estos lo único que tienen es un levantamiento catastral, no llevan estadísticas sobre construcción de viviendas, tampoco hay en el Registros de la Propiedad, Cámaras de la Construcción, los Bancos, no entregan información, lo que no permite establecer una apreciación de la magnitud que representa el mercado constructor. Quienes tienen una información estadística sobre el apoyo a la construcción civil es el B.I.E.S.S., como lo demuestra hasta inicios del 2013.

Cuadro # 2

Préstamos hipotecarios del Biess.
Valor transferido neto (miles de USD) (1)

A inicios de 2013 los créditos hipotecarios sumaron 175'590.436 de dólares, y un crecimiento del 27%.

Mes	Vivienda terminada	Construcción de vivienda	Remodelación y ampliación	Sustitución de hipoteca	Terrenos y construcción	Otro bienes inmuebles	Vivienda hipotecada	Total
Octubre 2010	19.108,3	1.978,5	--------	--------	--------	--------	--------	21.340,1
Octubre 2011	74.348,5	8.312,8	768,1	430,3	3.321,2	317,6	--------	87.498,6
Octubre 2012	73.302,5	8.732,1	356,7	613,7	5.570,9	1.028,1	1.813,6	91.417,5
Febrero 2013	67.578,1	7.041,9	156,2	1.987,1	5.268,5	712,3	4.219,0	86.963,0

* En estos valores no se encuentran incluidos los gastos legales y de avalúo

Fuente: Biess- Diseño editorial másQmenos.

www.telegrafo.com.ec/.../crece-la-demanda-**de**-creditos-habitacionales.ht...

En la actualidad existen 5 proyectos inmobiliarios de vivienda, en proceso de construcción:

Cuadro # 3

NOMBRE PROYECTO	DIRECCION	TIPO
MALIBU	**Vía a Tabiazo a 2Km. De Poblado Vuelta Larga**	Casas de Dos pisos
CONSTRUCTORA VITERI	**Via a Atacames a 3 Km. De Urbanización de los Judiciales.**	Casas de una planta
BALCONES DE TACHINA	**En el poblado de Tachina a unos 500 metros por la salida a San Mateo**	Casas de uno, dos y tipo condominio.
TECNIPETROL	**Vía a Atacames, Km. 12 por sector Colegio Domingo Conboni**	Casas de 2 pisos, separadas,
Coral y Hertz.	**Vía Atacames, Km. 13, frente a Urbanización de los judiaicales**	Casas de 2 pisos, adozadas.

Además existen constructores particulares y profesionales que se dedican a ofrecer financiamiento para la construcción de viviendas como:

Arq. Marco Estupiñán, Arq. Fernando Sánchez,

2.2.2.1 Criterios de Selección

Cuadro # 4

CRITERIOS DE SEGMENTACION	SEGMENTOS TIPICOS DEL MERCADO
GEOGRAFICOS	
Cantón	Esmeraldas
Area	Urbana
DEMOGRAFICOS	
Género	Ambos sexos
Edad	Entre 32 a 55 años
Actividad Económica	Empleados con Trabajo estable de Empresas, Publicas, Privadas y Prpietarios de Negocios.
Clase Social	Alta, Media, Media Baja

2.2.2.2. Características del Mercado

- Los inversionistas son personas que residen permanentemente en la ciudad de Esmeraldas.
- Personas que gestionan con frecuencia solicitudes de compra o construcción de vivienda.
- Personas que buscan garantizar su calificación para ser acreedores, como futuros beneficiarios para la obtención de un financiamiento de una vivienda.

2.3. Análisis de la Demanda

La investigación realizada es fundamental para definir una adecuada vialidad de la demanda, es decir que el producto a ofrecer estará en función de las variables que hayan investigado, donde nos dan a conocer situaciones de precio, modalidad de pago, que son las que nos permiten que el mercado suba o baje, tomando en consideración la oportunidad que el mercado inversionista ofrece. Esto va a permitir una oportunidad

para acrecentar la demanda y la satisfacción por parte del cliente de poseer una vivienda.

2.3.1. Demanda Actual

En el cuadro siguiente, que se obtuvo del estudio de investigación, podemos obtener cual podría ser el probable mercado demandante, y que se define en función de las necesidades que poseen.

Cuadro # 5

Variable	Frecuencia	Porcentaje
a) Contar con vivienda propia	187	48,36%
b) Dejar de pagar alquiler	55	14,14%
c) Como inversión	48	12,50%
d) Mejorar la calidad de vida	97	25,00%
TOTAL	**387**	**100,00%**

Estos parámetros nos fijan una posible demanda que existe en el mercado, y que se podría interpretar como un buen segmento de mercado insatisfecho. Si pudiéramos clasificarlos, se diría que los clientes serían personas con un trabajo estable, hombres y mujeres, del sector público, privado y dueños o propietarios de negocios.

2.3.2. Demanda Perfectamente Inelástica

La cantidad demandada es insensible a las variaciones del precio, también llamada demanda rígida, el valor de la elasticidad toma el valor de cero.

En el caso de la adquisición de Viviendas la cantidad demandada siempre está en aumento y si los precios suben igualmente la demanda se mantendrá constante, entonces se convierte en una demanda perfectamente inelástica.

Con la elasticidad de la demanda se podrá evidenciar la medida de la sensibilidad del volumen de construcción de viviendas ante un cambio en alguno de los distintos factores que operan; es decir, la variación de la demanda determina una variación en el precio del producto y con ello conocer las características del mercado, prever los precios y los beneficios.

Cuadro # 6

EXPLICACIÓN DE LA DISTRIBUCIÓN DEL MERCADO ACTUAL		
DEMANDA		
CANTÓN ESMERALDAS		
SECTOR URBANO		
Existen	44071	Hogares
Propias	14534	
No poseen	**29537**	Demanda Potencial
OFERTA		
Ofertantes	1147	Actuales
Mercado Actual	28390	Mercado potencial

DISTRIBUCIÓN DEL MERCADO		
Demanda Potencial	29537	
Oferta Actual	1147	4%
Mercado Insatisfecho	28390	96%
Cuota de Mercado	12	0,04%

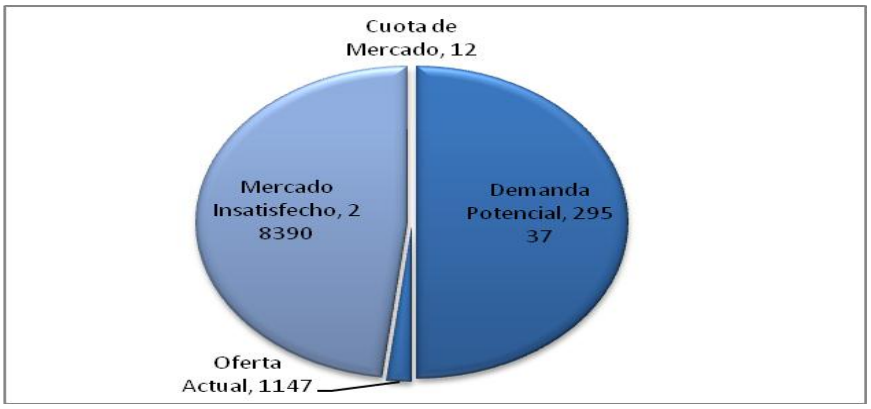


GRAFICO # 14

2.3.3. Condiciones Del Mercado Para Su Comercialización

En el mercado existen muchos ofertantes (vendedores) y demandantes (compradores) que están dispuestos a vender o comprar un determinado producto, como el caso de las viviendas, existen de varios precios por su tamaño, terminados, y acorde a las disponibilidades económicas de las personas, aquí se conjugan compradores y vendedores.

Es así que las viviendas mantienen características diferentes que irán de acuerdo a tamaño, modelo, terminados, precio, que la diferencian de acuerdo al precio o al espacio físico construido, en otros casos se los ubicará por el sector donde sean construidos.

El mercado está bien definido, compradores y vendedores están informados sobre precios de los inmuebles, porque en este tipo de mercado la información es amplia y circula de manera perfecta, sea por: prensa, vallas, televisión, promocionistas, radio y otros. Los ofertantes o vendedores dedican un tiempo prudencial a elaborar una estrategia de mercadotecnia, realizan actividades relacionadas con ésta, como investigación de mercados, desarrollo de nuevos modelos y tamaños, fijación de

precios e implementación de programas de promoción (como la publicidad y la promoción de ventas).

2.3.3.1 Bien Dependiente

La construcción de viviendas es un bien que mantiene una demanda constante, su mercado está ligado a los ingresos de los clientes, que en ciertos casos dependerá de las condiciones económicas por las que atraviesa un país, se podría decir que la dolarización fue uno de los factores que impulsó el sector de la construcción, pero las crisis financieras mundiales, desestabilizó este mercado, sin embargo en el Ecuador, su recesión no fue muy drástica, esto lo convierte en un bien dependiente porque la demanda u oferta dependen del comportamiento de los precios de los otros productos, que intervienen en la construcción de la vivienda, además estará en función de normas, técnicas, procedimientos y permisos que son obligatorios para su actividad

2.3.4. Demanda Proyectada

Cuadro # 7

	DEMANDA HISTÓRICA	DEMANDA POTENCIAL
2014	11.582	
2015	11.744	
2016	11.909	
2017	12.076	
2018	12.245	
2019	12.416	
2020		16.762
2021		22.628
2022		30.548
2023		41.240
2024		55.674
tasa 1,35		

2.3.5. ANÁLISIS DE LA OFERTA

2.3.5.1. Oferta Actual

El mercado de Esmeraldas actualmente ha despertado, la oportunidad que ha dado el país al mantener una estabilidad económica y la facilidad de circulante para el área de la construcción, ha permitido que el mercado incremente su oferta, esto lo podemos referenciar por el crecimiento de empresas y personas que están ofreciendo la posibilidad de obtener una vivienda con facilidades para su compra, y podemos citar algunas como:

Cuadro # 8

INMOBILIARIA	ÁREA	PRECIO CASA
MALIBU	135 m2	95.000,00
CONSTRUCTORA VITERI	64 m2	48.000,00
BALCONES DE TACHINA	135 m2	105.000,00
TECNIPETROL	95 M2	65.000,00
CORAL HERTK	95 M2	85.000,00
TORRES Y TORRES	132 m2	69.300,00

2.3.5.2. Oferta Proyectada

Cuadro # 9

	OFERTA HISTÓRICA	OFERTA POTENCIAL
2014	1.147	
2015	1.548	
2016	2.090	
2017	2.822	
2018	3.810	
2019	5.143	
2020		4.116
2021		4.466
2022		4.817
2023		5.168
2024		5.519

tasa 1,35

2.3.5.3. Análisis De La Demanda Insatisfecha

Cuadro # 10

	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2014	12.416	1.147	11.269
2015	12.668	1.548	11.120
2016	12.925	2.090	10.835
2017	13.188	2.822	10.366
2018	13.455	3.810	9.645
2019	13.728	5.143	8.585
2020	13.823	4.116	9.707
2021	14.037	4.466	9.571
2022	14.251	4.817	9.434
2023	14.465	5.168	9.297

Como podemos observar la demanda insatisfecha, nos da una oportunidad para ofrecer los productos en el mercado, los precios son competitivos y hay una gran accesibilidad al crédito financiero.

2.4. MERCADO COMPETIDOR

2.4.1. Comparación con la Competencia

El producto que se vende tiene una diferenciación frente a los otros ya que busca las siguientes condiciones:

- Atención Personalizada
- Modelos acorde a las necesidades de los clientes, no se masifica.
- Construcción con materiales de calidad y excelentes acabados

2.4.2. Ventajas Competitivas

La empresa a corto plazo debe realizar las siguientes estrategias:

- Una buena aplicación en el análisis de los costos, para que puedan el momento de la negociación utilizarlo como estrategia de precios.

- Siempre analizar los modelos a ofrecer, una variedad de estos permite satisfacer la necesidad de los clientes y permite evitar indecisiones a largo plazo, por parte del cliente.

- El estudio de mercado nos demuestra que existe un nicho de mercado potencial, al cual debemos ponerle atención y que se encuentra bien segmentado.

- Personal bien seleccionado, me permite mejores posibilidades de aceptación del mercado, por sus destrezas y habilidades en el cumplimiento de los objetivos del cliente.

2.4.3. Barreras de Entrada

La empresa actualmente tiene abierto su mercado, puede ofrecer su producto hacia las personas que laboran en el sector público, privado o a propietarios de negocios, pero también puede pactar con el Estado para colocar una determinada oferta de casas económicas, este factor ya fue superado.

2.5. Mercado Proveedor

Cuadro # 11

MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN				
N°	**PROVEEDOR**	**LOCALIDAD**	**DIRECCIÓN**	**TELÉFONOS**
1	Centro Ferretero la Economía	Esmeraldas	Olmedo y San José Obrero / Simón Plata Torres –Sector Propicia #2	062702-199
2	Cerámicos (Saavedra & Santander Cía. Ltda.	Esmeraldas Y Santo Domingo	Olmedo 427-423 entre San José Obrero y Delgadillo Av. Quito n° 1300 y Pallatanga	062456-541 062451237
3	Novocentro Madekor	Esmeraldas	Vía a Atacames km 1 ½ y Av. Del Ejército y Codesa Junto al Terminal Terrestre	062704-503
4	Comercial KYWI S.A	Esmeraldas	AV. Pedro Vicente Maldonado S/N y Julio Estupiñán	062710-658
5	Importador Ferretero Trujillo CIA. LTDA.	Quito	Matilde Álvarez Guamaní S59 s/n y Calle E2C	023652-330 / 023650-048
6	Pinturas el Artesano	Esmeraldas	Quito y Olmedo y Sucre	062452-783
7	Distribuidora Sur	Esmeraldas	Propicia # 4 y Calle Principal S/N	062704-350
8	JM Materiales Construcción	Quito	Calacalí, Vía la Independencia (Proveedora de Bloques)	022306-563
SUMINISTROS Y MATERIALES DE OFICINA				
1	Librería y Papelería Bolívar	Esmeraldas	Calle Bolivar N°309 y Mejia	062450-380
EQUIPOS INFORMÁTICOS				
1	R.V. CÍA. LTDA.	Quito	Juan Acevedo 339 Av. La Gasca	023201-313 / 023201-339
MUEBLES DE OFICINA				
1	INDUMATER	Esmeraldas	Calle Salinas y Avenida 5ta. Eloy Alfaro	062452172

2.6. ANÁLISIS DE COMERCIALIZACIÓN

2.6.1. Canales de Comercialización

El principal producto que la empresa entrega al consumidor es una vivienda de tipo terminada con acabados de calidad.

- Los servicios se ofrecerán personalizadamente, sea en la casa del cliente, su oficina o en las oficinas de la empresa, o donde éste lo indique.
- Se ofrecerá asistencia técnica directa, al sitio donde el cliente lo requiera, cuando éste no tenga el tiempo y un arquitecto recogerá todas las inquietudes, para conocer todas las necesidades y alternativas que se le pueda ofrecer.
- Una vasta y suficiente publicidad televisiva y de vallas permitirá el acceso a la información de los clientes.

2.7. MARKETING

2.7.1. Estrategias de Promoción

CLIENTES CLAVES

Cuadro # 12

CLIENTE	LOCALIZACION
EMPLEADOS PÚBLICOS	SECTOR URBANO
EMPLEADOS PRIVADOS	SECTOR URBANO
DOCENTES	CENTRO Y SUR DE LA CIUDAD
PROFESIONALES	CENTRO, NORTE Y SUR DE LA CIUDAD

Las estrategias que tendremos para la promoción del producto vendrá definido por:

Antes del inicio del proyecto:

- Pruebas piloto con personas que han accedido al producto
- Conversación con los más posibles clientes potenciales que existan.

Inicio del proyecto:

- Sobre los servicios a ofrecer se le dará el servicio de tramitología gratuita.
- Descuentos por acceder en el compromiso en el tiempo de un mes.
- Asesoría y diseño a mitad de precio, realizado por un profesional en la rama de la construcción.
- Por cada cliente que nos pueda ofrecer tendrá un descuento especial.
- Presentaciones en los canales de la Provincia ofertando el servicio.

Cuando el negocio ya está maduro:

- Promociones con logotipos de la empresa en diferentes sectores de la ciudad y fuera de este.
- Investigaciones del mercado para conocer necesidades de los clientes.
- Patrocinios de eventos sobre aspectos de la construcción y viviendas sociales

2.7.2. Promoción y Publicidad

En este punto utilizaremos:

- Publicidad directa: es personal, permite flexibilidad en tiempo y espacio, es económica y permite actuar sobre un sector muy determinado. Hay que realizarla a conciencia para que capte la atención del cliente.

- Publicidad exterior: tiene visibilidad, se puede situar en lugares muy diferentes. Pero debemos estudiar bien la posición para que sea accesible a la venta y no pase desapercibido

- Publicidad en Local de Venta: Actúa en el mismo establecimiento, mejora la notoriedad de la marca, complementa el trabajo en otros medios.

- Prensa: Nos permite seleccionar el público objetivo lector. Habrá que valorar bien el posicionamiento en función del presupuesto, pues los buenos espacios suelen ser caros.

- Radio: Permite comodidad de escucha para el cliente, tiene gran frecuencia y los mensajes se pueden repetir. La desventaja de este medio es que es difícil controlar y seleccionar el público objetivo.

- Reparto directo de publicidad: Permite un contacto directo con el cliente, crea la sensación de que el servicio está cerca y alcanzable, permite cambiar de estrategia si la campaña no funciona bien, el cliente dispone en forma el papel la oferta.

2.8 ESTUDIO TÉCNICO

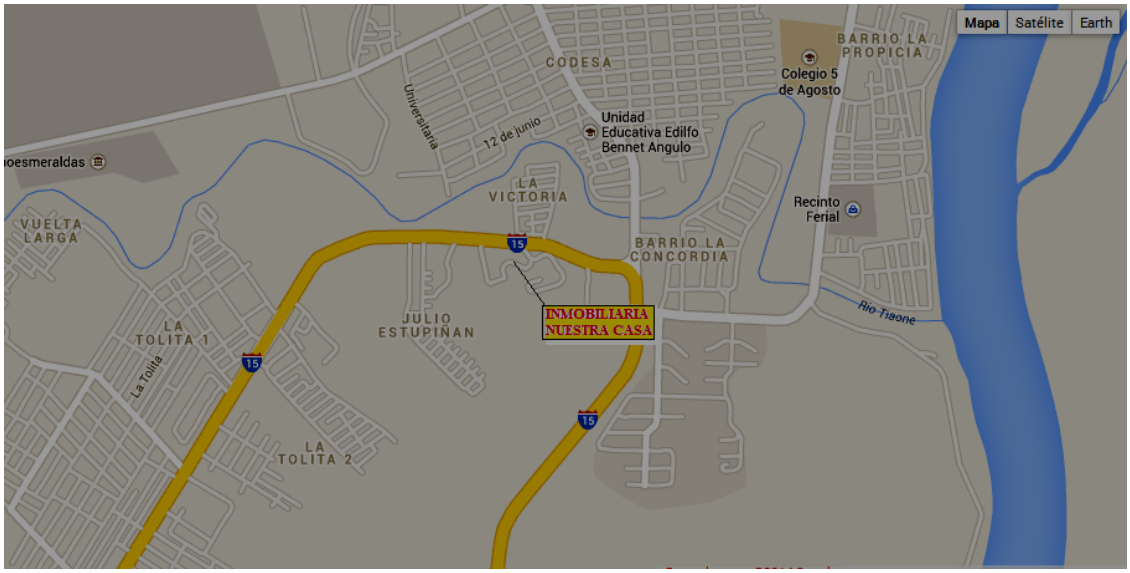
2.8.1. Macro –Localización

La empresa se encuentra en la ciudad de Esmeraldas, en el Cantón y Provincia del mismo nombre, está ubicada en la zona norte del Ecuador, sector costa, posee una exuberante riqueza natural, fauna y flora, posee los más bellos paisajes naturales y sus playas son una de las más hermosas del mundo, colinda al norte con Colombia y al Sur con Perú, por el este con el Océano Pacífico.

2.8.2. Micro – Localización

Inmobiliaria **NUESTRA CASA** posee sus oficinas en la ciudad de Esmeraldas, en la Ciudadela Ballesteros, vía Atacames a 300 metros del león. De distancia del centro comercial y político.

Gráfico # 15



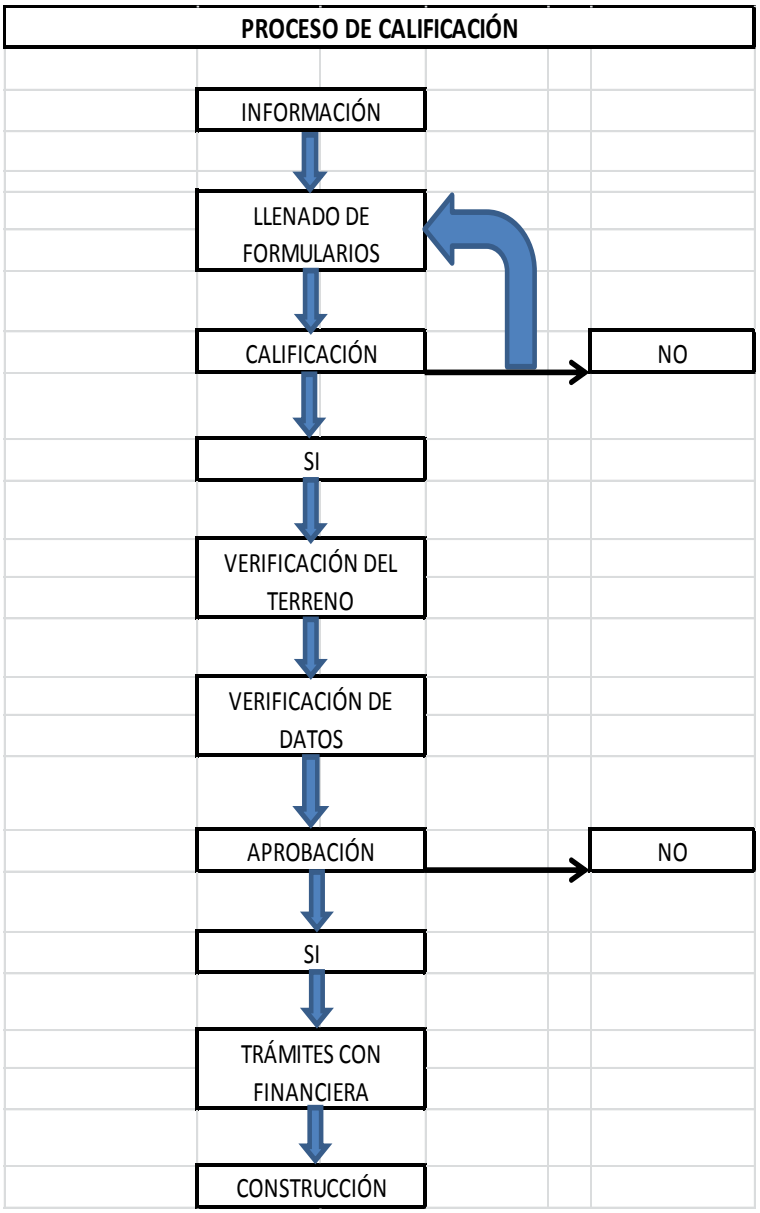
2.8.3. Tamaño

La ciudad de Esmeraldas posee según el censo del 2010, 189.504 con una tasa de crecimiento del 1,35 %, la Población Económicamente Activa representa el 45%.

2.9. Flujo de Proceso

2.9.1. Proceso de Calificación

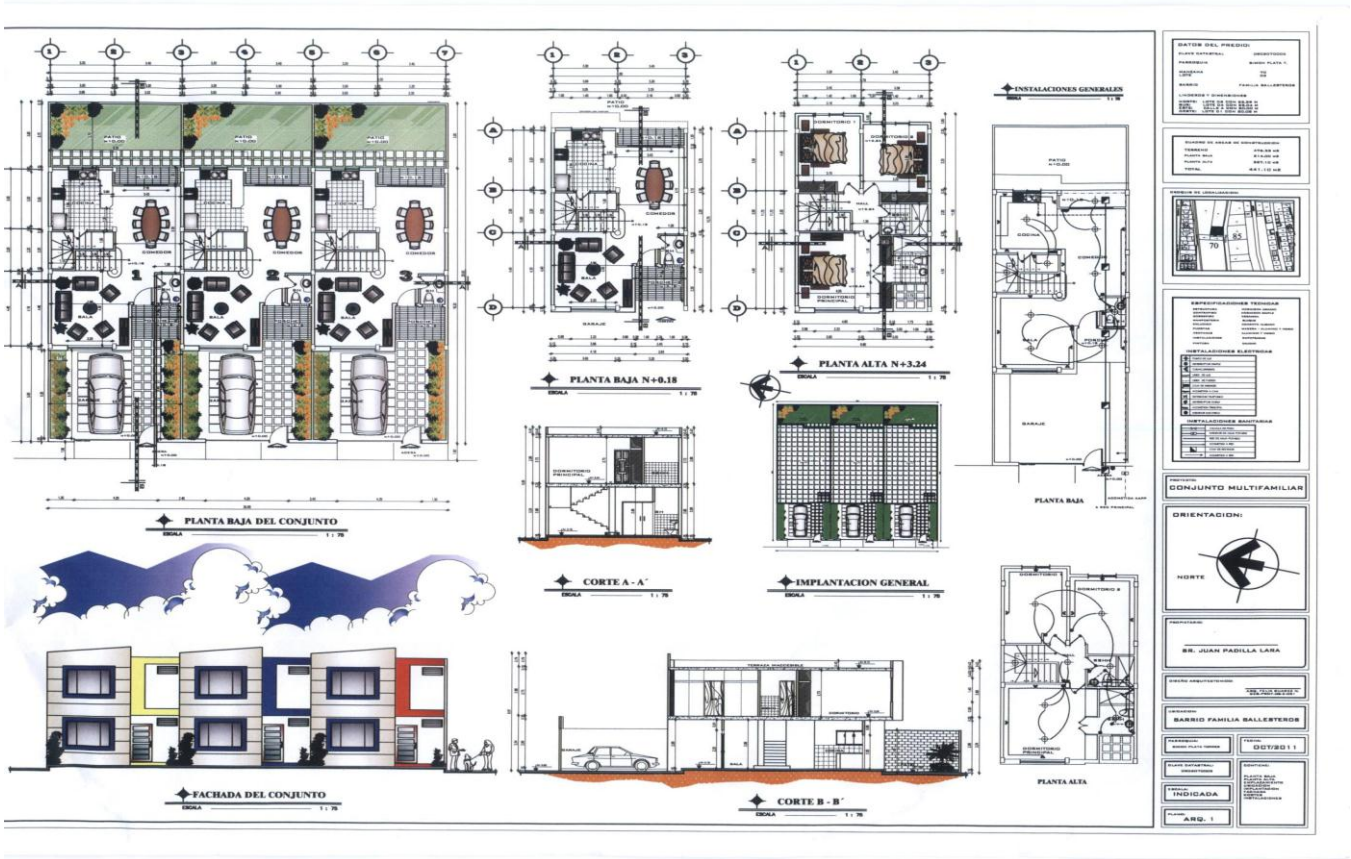
Gráfico # 16



2.9.2 Plano y Flujo de Construcción

Plano de Casa de Dos Pisos 132 Metros Cuadrados

Plano de casa de 132 mt². Terreno de 7 metros de frente x 19 m de fondo (133 m2). Tres dormitorios y cochera para 2 carros y patio o jardín:



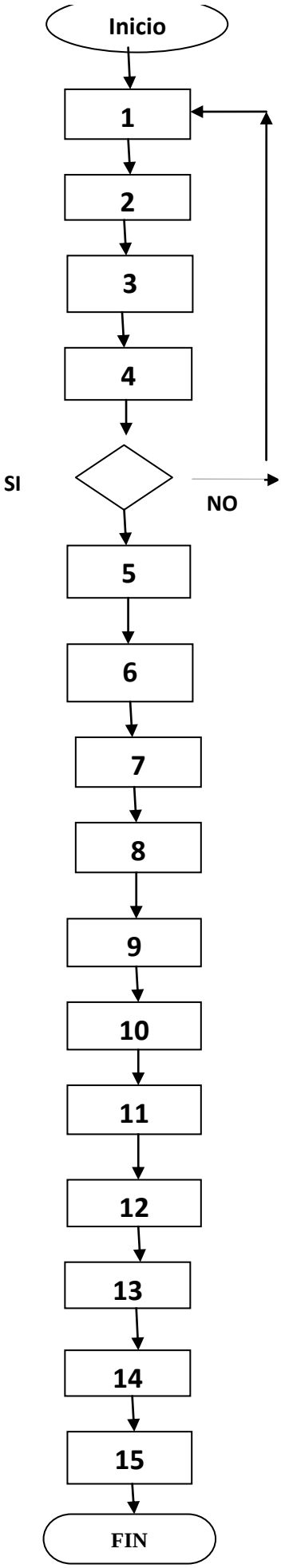
Planta Baja

- Baño de visitas
- Sala
- Comedor
- Cocina
- Garaje para automóviles
- Patio

Planta Alta

- Dormitorio principal con walk-in closet y baño
- Segundo baño completo
- Dormitorio dos
- Dormitorio tres

Diagrama Nº2: Flujo de Construcción



1.-*UBICACIÓN DEL TERRENO*

2*.- MODELO DE LA CASA*

3*.- LEVANTAMIENTO TOPOGRÁFICO PARA REALIZAR PLANOS*

4*.- ESTUDIO GEOMÉTRICO*

5*.- EXCAVACION DE MATERIAL QUE PUEDA AFECTAR LA CONSTRUCCION.*

6*.- ESTUDIO DE MECANICA DE SUELOS (EN ESTE PUEDES VER QUE MATERIAL PUEDES UTILIZAR PARA EL RELLENO DEL TERRENO)*

7*.- NIVELACION DEL TERRENO.*

8*.- CONSTRUCCION DE CIMENTACION YA SEA DE ROCA O DE CONCRETO.*

9*.- CONSTRUCCION DE LA CADENA DE DESPLANTE*

10*.- UBICAR LAS TOMAS HIDRAULICAS Y SANITARIAS Y COLOCAR LA TUBERIA NECESARIA PARA SU FUNCIONAMIENTO ABRIENDO PASO HACIA LA CALLE PRINCIPAL PARA SU DESASOLVE CORRECTO.*

11*.- CONSTRUCCION DE LA CADENA INTERMEDIA O TRABE INTERMEDIA*

12*.- CONSTRUCCION DEL MURO DE CERRADO SOBRE LA CADENA INTERMEDIA.*

13*.-CONSTRUCCION DE LA LOSA*

14*.- CONSTRUCCION DEL FIRME (PISO*

15*.- CURADO DE LA LOSA (RECUERDA QUE EL TIEMPO ESTABLECIDO DE CURADO ES DE 28 DIAS)*

Hay que recordar que para poder llevar a cabo una construcción primero se debe de contar con los trámites necesarios para poder realizarla como permiso municipal, contrato eléctrico, de abastecimiento de agua potable, etc. al mismo tiempo se debe saber que a partir del paso 7 se toma en cuenta y es muy necesario basarse en los planos de la vivienda como lo son el plano arquitectónico, el de instalación hidráulica y sanitaria, el de instalaciones eléctricas y el de corte de muro.

2.9.3. Requerimiento del Recurso Humano

Cuadro # 1: Nomina primer año

ROL DE PAGO AÑO 1

REMUNERACION MINIMA UNIFICADA		340,00	PORCENTAJE DE LIQUIDACION						
N°	FUNCION	REMUNERAC UNIFICADA TABLA SECT.	TOTAL	10° TERCERO	10° CUARTO	FONDO DE RESERVA	IESS PATRONAL 12,15%	TOTAL SUELDO MENSUAL	TOTAL ANUAL
1	GERENTE	700,00	700,00	58,33	28,33		85,05	**871,72**	10.460,60
1	CONTADORA-SECRETARIA	450,00	450,00	37,50	28,33		54,68	**570,51**	6.846,10
1	PROMOCIONISTA / VENDEDO	450,00	450,00	37,50	28,33		54,68	**570,51**	6.846,10
			-	-			-	**-**	-
3	**TOTAL**	**1600,00**	**1600,00**	**133,33**	**85,00**	**0,00**	**194,40**	**2012,73**	**24152,80**
	SUELDOS MENSUALES	1600,00							
	APORTE IESS PATRONAL	**194,40**							
	TOTAL DE SUELDOS MENSU	**1794,40**							

2.9.4. Requerimiento de Materiales e Insumos

COSTOS POR UNIDAD DE VIVIENDA					
casas de 132 m2					
ORD.	PRODUCTOS	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNIT. DE COSTO	TOTAL
1	HIERRO DE 12"	UNIDAD	368	11,45	4213,6
2	HIERRO DE 10"	UNIDAD	18	7,95	143,1
3	HIERRO DE 8"	UNIDAD	140	5,1	714
5	ALAMBRE RECOCIDO # 18	ROLLO	3	25,15	75,45
6	TABLAS ROJAS	UNIDAD	100	4	400
7	ARENA GRUEZA M3	M3	32	15	480
8	ARENA FINA M3	M3	49	12	588
9	RIPIO M3	M3	32	18	576
10	PIEDRA BOLA M3	M3	2	19	38
11	TERRENO	M2	100	40	4000
12	BLOQUES DE 15 CM	UNIDAD	3000	0,35	1050
13	BLOQUES DE 10 CM	UNIDAD	2000	0,24	480
14	MANGUERAS DE LUZ 1/2	METRO	100	0,13	13
15	MANGUERA DE 3/4	METRO	70	0,23	16,1
16	CEMENTO SELVA ALEGRE	SAC50K	543	8,05	4371,15
17	TUBO RIVAL DESAGUE E/C 160 MM	UNIDAD	3	17,5	52,5
18	TUBO PLASTIGAMA DE DESAGUE E/C	UNIDAD	8	11,4	91,2
19	TUBO PLASTIGAMA DE DESAGUE E/C	UNIDAD	2	9,3	18,6
20	TUBO PLASTIGAMA DE DESAGUE E/C5	UNIDAD	3	4,6	13,8
21	CODO DESAGUE E/C110MM*90	UNIDAD	6	3,4	20,4
22	CODO DESAGUE E/C 75 MM * 90	UNIDAD	6	2,4	14,4
23	CODO DESAGUE E/C50MM*90	UNIDAD	6	1,2	7,2
24	ALQUILER DE ENCOFRADO Y FUNDIDO	M2	70	5,5	385
25	CAÑAS GUADUAS	UNIDAD	30	3	90
26	CLAVOS DE 3 "	LIBRAS	10	1	10
27	CLAVOS DE 2 1/2 "	LIBRAS	20	0,75	15
28	ROLLOS DE CABLE # 10	ROLLO	1	71	71
29	ROLLOS DE CABLE # 12	ROLLO	6	40	240
30	ROLLOS DE CABLE # 14	ROLLO	4	26	104
31	CAJA DE BREAKER	UNIDAD	1	22	22
32	BREAKER DE 32 WTS.	UNIDAD	4	4	16
33	CINTA AISLANTES	UNIDAD	10	0,85	8,5
34	CAJETINES PARA TOMACORRIENTES	UNIDAD	32	0,75	24
35	CAJETINES PARA ENCEDIDOS DE LUZ	UNIDAD	12	0,75	9
36	CAJETINES PARA BOQUILLAS	UNIDAD	15	0,75	11,25

37	TOMACORRIENTES	UNIDAD	32	3,25	104
38	INTERRUPTORES	UNIDAD	12	2,8	33,6
39	BOQUILLAS	UNIDAD	15	0,75	11,25
40	VENTANAS DE ALUMINIO	M2	15	50	750
41	PUERTAS DE MADERA EXTERIOR 2,1 X 1	UNIDAD	2	235,2	470,4
42	PUERTAS MELAMINICAS INTERIOR 2 X,8	UNIDAD	6	184,8	1108,8
43	CLOSETS DORMITORIOS	M2	12	224	2688
44	CLOSET COCINA	M LINEAL	6	162,4	974,4
45	BAÑOS COMPLETOS DE PORCELANA (INCLUYE TASA, LAVABO Y PEDESTAL	UNIDAD	3	175	525
46	LLAVE DE LAVABO	UNIDAD	3	12	36
47	LLAVES DE PASO	UNIDAD	8	5,8	46,4
48	DUCHA Y LLAVE	UNIDAD	2	25	50
49	LAVABO DE COCINA	UNIDAD	1	60	60
50	LLAVE DE COCINA	UNIDAD	1	15	15
51	CINTA DE TEFLON	UNIDAD	10	0,5	5
52	TUBO PVC 1/2 6MTS	UNIDAD	8	7,7	61,6
53	CODOS 1/2	UNIDAD	30	0,6	18
54	UNIONES 1/2	UNIDAD	20	0,48	9,6
55	T DE 1/2	UNDAD	20	0,5	10
56	UNIVERSALES DE 1/2	UNIDAD	6	1,25	7,5
57	PINTURA DE INTERIORES	GALONES	18	15	270
58	PINTURA DE EXTERIORES	GALONES	4	15	60
59	PEGA PARA PVC.	FRASCOS	2	5	10
60	EMPASTE INTERNO 20 KILOS	UNIDAD	25	9,5	237,5
61	EMPASTE EXTERNO 20 KILOS	UNIDAD	5	19,75	98,75
62	BONDEX 25 KILOS	PACAS	33	10	330
63	PORCELANA DE 2 KILOS	FUNDAS	8	2	16
64	CERAMICA DE PISO GRAIMAN PARA BAÑOS	M2	15	10,5	157,5
65	CERAMICA PARA PAREDES GRAIMAN BAÑOS	M2	25	10,5	262,5
66	PORCELANATO PISOS	M2	120	13	1560
67	CENEFAS DE BAÑOS Y COCINAS	M LINEAL	30	0,95	28,5
68	GASFITEROS	PUNTO	20	10	200
69	ELECTRICISTAS	PUNTO	50	8	400
70	PASTEADORES	M2	500	1,5	750
71	PINTORES	M2	500	1,5	750
72	CERAMISTAS	M2	200	6	1200
73	CONTRATISTA OBRA GRIS	M2	132	50	6600
74	ARQUITECTO		1	5000	5000

				Total costo	38.297,55
				Área de casa	132
				Costo x m 2	290,13295
	PROYECCION DE INGRESOS Y COSTOS				
	PRODUCTO	UNIDADES ANUALES	COSTO POR UNIDAD	VENTA POR UNIDAD	TOTAL DE COSTO
	CASA DE 132 M2	8	38.297,55	76.000,00	306.380,40
			ENTRADA	6.000,00	306.380,40
			FINANCIAM.	70.000,00	

EQUIPOS INFORMÁTICOS

CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCIÓN	P.U.	TOTAL
3		Computadora Inter Core I3 3.40Ghz	695,00	2.085,00
1		Cámara Digital Sony	224,00	224,00
				-
		TOTAL EQUIPOS INFORMÁTICOS		**2.309,00**

MUEBLES DE OFICINA

CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCIÓN	P.U.	TOTAL
3		Escritorios Secretaria 3 gavetas	257,60	772,80
3		Sillones Gerente Malla	134,40	403,20
8		Sillas Apilables	39,20	313,60
1		Archivador Vertical de 4 Gavetas	280,00	280,00
2		Papeleras de 2 servicios	16,80	33,60
1		Mesa de Reunión para 6 personas	392,00	392,00
1		Pizarra con pedestal 200x120x120	138,31	138,31
		TOTAL MUEBLES Y ENSERES		**2.333,51**

EQUIPOS DE OFICINA

CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCIÓN	P.U.	TOTAL
1		Fotocopiadora Ricoh MP 171 Printer, Scner Fax 17 Pag x minuto	850,00	850,00
1		Televisor LED de 22 Pulgadas DAEWWO	255,00	255,00
1		Aire Acondicionado Invert "Panasonic"	681,00	681,00
1		Dispensador de agua Electrolux	158,00	158,00
		TOTAL EQUIPOS DE OFICINA		**1.944,00**

MAQUINARIA Y EQUIPO

CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCIÓN	P.U.	TOTAL
1		Mezcladora	2.772,00	2.772,00
1		Vibradora	924,00	924,00
1		Aplanadora Manual	2.234,40	2.234,40
1		Bomba de Agua 20 litros	33,60	33,60
6		Carretillas	50,40	302,40
8		Palas	14,00	112,00
12		Cajones Metálicas	56,00	672,00
3		Combos	14,84	44,52
4		Martillos	6,72	26,88
2		Cizalla Manual	29,12	58,24
1		Equipo de Nivelación	156,24	156,24
2		Barras	19,04	< 38,08
2		Zapapicos	13,44	26,88
5		Bailejos	14,11	70,55
		TOTAL MAQUINARIA		**7.471,79**

VEHÍCULO

CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCIÓN	P.U	TOTAL
1	UNID.	Camioneta	26.000,00	**26.000,00**
		TOTAL VEHÍCULO		**26.000,00**

SUMINISTROS DE OFICINA

CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCIÓN	P.U	TOTAL
		NO FUNGIBLES		-
4		Porta cinta	1,84	7,36
4		Perforadora	3,20	12,80
4		Grapadora	2,50	10,00
				-
		TOTAL NO FUNGIBLES		**30,16**
		FUNGIBLES		
5	cajas	Clips	0,40	2,00
2	cajas	Grapas	1,25	2,50
10	resmas	Hojas A4	3,50	35,00
24	unidades	Esferos	0,28	6,72
10	unidades	Marcadores de Tiza Liquida	0,54	5,40
2	unidades	Cinta de Embalaje	1,29	2,58

2	unidades	Cinta scotch	0,34	0,68
10	unidades	Carpetas Folder para archivo	3,00	30,00
10	unidad	cintas masking	0,99	9,90
				-
		TOTAL FUNGIBLES		**94,78**
		TOTAL SUMINISTROS DE OFICINA		**124,94**

SUMINISTROS DE LIMPIEZA

CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCIÓN	P.U	TOTAL
		NO FUNGIBLES		
3	Unid.	Cabeza de escoba popular	1,23	3,69
2	Unid.	Cabeza de trapeador	1,37	4,11
2	Unid.	Palas de basura, unid Iglesias	4,87	9,74
2	Unid.	Tacho tucker balance	3,83	7,66
4	Unid.	Tubos plasticos	0,65	1,30
		TOTAL NO FUNGIBLES		**26,50**
		FUNGIBLES		
5	Paquete	Fundas de basura la dura x 20 (30x25)	4,32	21,60
5	Paquete	Fundas desprendibles 23x30 x 20,50	2,42	12,10
6	Unidad	Elite P.H Celeste doble hoja x 12	3,20	19,20
5	Mililitros	Klin Fabuloso Floral, 1000 ml	1,89	9,45
5	Mililitros	Clorox Regular 3800 ml	3,94	19,70
		TOTAL FUNGIBLES		**82,05**
		TOTAL DE SUMINISTROS DE LIMPIEZA		**108,55**

2.10. PROPUESTA ADMINISTRATIVA

2.10.1. Razón Social

"Inmobiliaria Nuestra Casa"

2.10.2. Logo-Eslogan

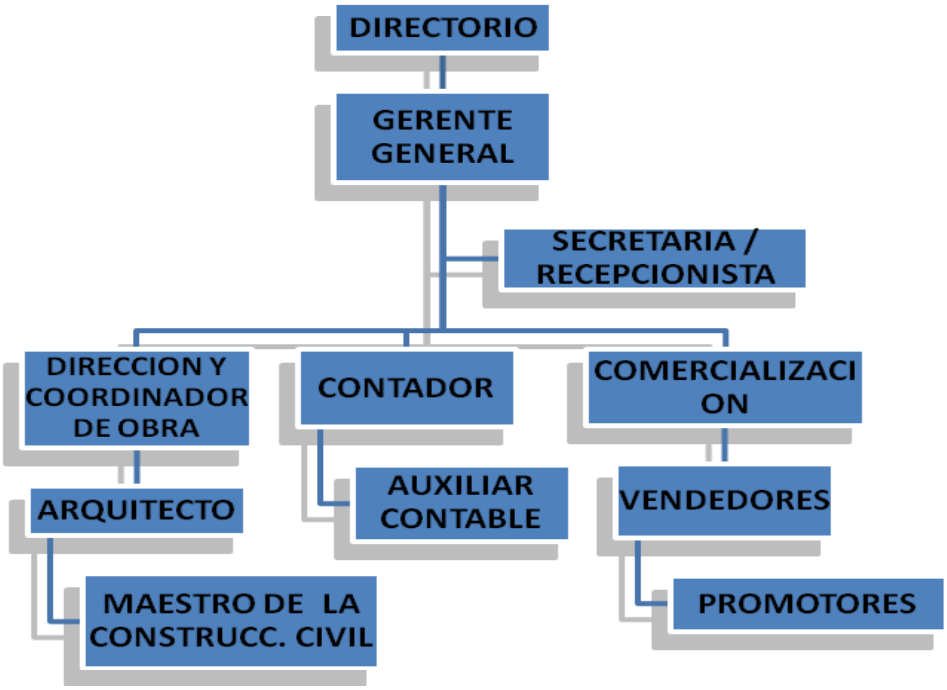
NUESTRA CASA
INMOBILIARIA
Tu propio espacio, una realidad para nosotros

2.10.3. Tarjeta de Presentación



2.11. CONSTITUCIÓN JURÍDICA

2.11.1. Estructura Organizacional – Funcional



PRESENTACIÓN

ESTRUCTURA ORGÁNICA.

Inmobiliaria **Nuestra Casa**, con el propósito de presentar las funciones generales establecidas en su Organigrama, ha elaborado el Manual de Organización y Funciones.

En este Manual se ha tomado en cuenta la estructura orgánica y funciones generales establecidas en el Reglamento de Organización y Funciones, así como los requerimientos de los cargos considerados en el Cuadro Orgánico de Personal.

En el Manual de Organización y Funciones, que es un instrumento normativo de la gestión administrativa, se precisan en total concordancia con la estructura orgánica y funciones, la descripción de los cargos que la integran, las líneas de autoridad, responsabilidad y acompañamiento.

Mediante este Manual de Organización y Funciones cada funcionario y trabajador de Inmobiliaria Nuestra Casa, deberá conocer sus funciones y su ubicación dentro de la estructura general de la organización, con el fin de participar, de manera integral, en el logro de los principales objetivos de la Empresa.

GERENTE GENERAL

1. OBJETIVO

El Gerente General tiene responsabilidad directa en la dirección, coordinación, control y evaluación del funcionamiento y actividades de la Empresa, en concordancia con las políticas, planes y estrategias aprobadas; garantiza que los procedimientos y políticas se lleven a cabo dentro del marco de la ley, y que se obtengan los objetivos propuestos, sobre la base de una organización y administración eficientes; y asesora al Directorio en la buena marcha de la Empresa.

Asimismo, ejerce la representación legal de la Empresa. Desarrolla las siguientes funciones:

Funciones Generales

a) Formular y presentar al Directorio para su aprobación el plan anual de la Empresa que incluye las estrategias de planeamiento, objetivos, políticas, metas, programas y presupuestos referidos a las actividades institucionales.

b) Asesorar al Directorio en cuestiones técnicas proporcionándole la información necesaria.

c) Dirigir las medidas correctivas que fueran necesarias para el logro de los objetivos, planes, programas, metas y presupuestos establecidos.

d) Asegurar que el desarrollo de programas y planes que dirijan las actividades y el uso de los recursos, se lleven a cabo conforme la estrategia, políticas, procedimientos y normas establecidas.

e) Hacer cumplir de manera eficiente los acuerdos y resoluciones que adopte la Junta General de Accionistas y el Directorio.

f) Evaluar los criterios y procedimientos de selectividad en la calidad de clientes, a fin de garantizar una mejor rentabilidad lucrativa dentro de los planes diseñados.

g) Plantear al Directorio el nombramiento, promoción y traslado de los funcionarios, así como sus remuneraciones.

h) Inspeccionar directamente o por medio de los funcionarios responsables el sistema de contabilidad adecuado y el buen desarrollo financiero de conformidad con el presupuesto anual de la Empresa, informando mensualmente al Directorio.

i) Aprobar los Estados Financieros, Estados de Resultados e información complementaria, con la percepción respecto de los objetivos de la Empresa, antes que sean sometidos a consideración del Directorio.

Funciones Específicas

a) Establecer con los Funcionarios bajo su responsabilidad las actividades que aseguren una tarea ordenada y de coordinación constante.

b) Ejercer atribuciones, cuando lo estime conveniente, que le corresponden específicamente a otros funcionarios bajo su responsabilidad, en forma particular o simultáneamente con ellos.

c) Supervisar y evaluar periódicamente al personal directamente a su cargo.

d) Disponer proyectos de capacitación para el personal, orientados a su desarrollo técnico.

e) Firmar la correspondencia de acuerdo con la magnitud del tema y la jerarquía de su cargo.

f) Firmar cheques en forma mancomunada con los funcionarios autorizados.

g) Aprobar la contratación de servicios de terceros, cuando sea necesario, para la ejecución de las actividades y operaciones.

h) Informar permanentemente al Directorio de las actividades que por su índole o importancia requieren de su conocimiento.

Relaciones de Responsabilidad y de Autoridad

Es directamente responsable ante el Directorio

SECRETARIA:

Objetivo

Realiza labores específicas de apoyo al Directorio y a la Gerencia General, y en general a todas los Jefes Departamentales de la Empresa; así como, otras tareas asignadas por la Gerencia General.

Funciones Generales

a) Apoyar en las labores de su cargo a la Alta Dirección de la Empresa.
b) Atender a los miembros del Directorio en el transcurso de sus sesiones.
c) Archivar, registrar y controlar las Actas del Directorio, y otros documentos importantes.
d) Receptar, registrar y distribuir toda la documentación que ingresa a la Empresa (Cartas, Informes, Facturas, Recibos, etc.).
e) Tramitar y procesar los expedientes que fluyen de la Gerencia General; controlar y distribuir el despacho de la correspondencia a través del Servicio Local.
f) Atender la central telefónica, efectuar y atender las comunicaciones e informar a nivel interno y al público sobre las gestiones que se vienen realizando en el área de su competencia.
g) Controlar y archivar las Normas Legales.

h) Tramitar las publicaciones de los avisos en los Diarios.

i) Archivar, controlar y registrar las pólizas de seguros por los bienes de la Empresa.

j) Registrar y controlar el Fondo de Caja Chica de conformidad con las normas y procedimientos establecidos.

Relaciones de Responsabilidad y Coordinación Funcional

Depende y reporta directamente al Presidente del Directorio y al Gerente General.

Coordina con los otros órganos lo relacionado a sus funciones y labor de apoyo.

JEFE DE FINANZAS

Objetivo

El Jefe Financiero es el encargado de planificar, establecer, normar, conducir, coordinar, supervisar, controlar y evaluar la aplicación de los procesos técnicos del sistema financieros de la Empresa; así como, del personal de contabilidad y auxiliar de contabilidad. De igual forma es la encargada de la correcta ejecución y registro de las operaciones técnicas, administrativas, contables, económicas y financieras. Asimismo, es la encargada de preparar información económica financiera requerida por instituciones como: S.R.I., Superintendencia de Compañía, I.E.S.S., Ministerio Laboral, Instituciones Bancarias y otros.

Funciones Generales

a) Proponer las estrategias, planes y metas relacionados con los recursos humanos y financieros, presentándolos ante la Gerencia General.

b) Elaborar el presupuesto anual a ser presentado por la Gerencia General al Directorio, disponer las acciones y planeamientos necesarios para su correcta ejecución; deberá establecer los mecanismos de control y evaluación del mismo.

c) Supervisar la emisión de los Estados Financieros mensuales los mismos que deben contener información, confiable, veraz y oportuna; en concordancia con las Normas Tributarias y Contables vigentes; presentarlos al Directorio y Gerencia para su aprobación y velar por que se remitan a los organismos que los requieren oportunamente.

d) Dirigir, coordinar y controlar las transacciones financieras de la Empresa, velando por la correcta aplicación de los gastos e inversiones de conformidad con el presupuesto.

e) Controlar continuamente el manejo de las Cuentas Bancarias de la Empresa con las entidades del Sistema Financiero Nacional, proponiendo a la Gerencia General los cambios necesarios que contribuyan al logro de los objetivos establecidos en el presupuesto anual.

f) Formular y proponer a la Gerencia General los lineamientos de política para el adecuado funcionamiento del Sistema Contable.

g) Evaluar periódicamente que las actividades relacionadas con la los recursos financieros de la Empresa, se efectúen de acuerdo con los objetivos, planes, estrategias y presupuestos establecidos aprobados por la Alta Dirección, informando sobre su cumplimiento a la Gerencia General.

h) Preparación oportuna de cuadros e informes sobre gestión económica y financiera para el Directorio y a los organismos reguladores competentes.

i) Cautelar el patrimonio de la Empresa, disponiendo y supervisando periódicamente la ejecución de los inventarios físicos.

j) Establecer las medidas correctivas e impartir las instrucciones para su aplicación, cuando se observen desviaciones y/o incumplimiento en lo planificado.

Funciones específica:

a) Establecer canales de apoyo y comunicación con funcionarios de otras Jefaturas de la Empresa, y personal a su cargo, con el fin de ejecutar acciones que incrementen la eficiencia y el rendimiento en el desarrollo de sus actividades.

b) Supervisar que el personal a su cargo cumpla con las políticas y normas establecidas.

c) Ordenar la emisión de órdenes de compra y de servicio así como la preparación de contratos solicitando previamente al proveedor la documentación requerida para la firma del contrato a fin de

remitirlo para aprobación y firma de la Gerencia General, para la adquisición de bienes y contratación de servicios necesarios para la Empresa.

d) Firmar la correspondencia cuyo contenido esté de acuerdo con la importancia del asunto y la jerarquía de su cargo.

e) Suscribir en forma conjunta con otros funcionarios autorizados, documentos que tengan que ver directamente con la actividad funcional que desarrolla de acuerdo a las directivas emanadas de la Gerencia General, en concordancia con los poderes y facultades que le otorga la Empresa.

Relaciones de Responsabilidad y de Coordinación Funcional

Es directamente responsable ante la Gerencia General.

Coordina internamente con la Alta Dirección y otros órganos de la Empresa, para tratar y resolver asuntos propios de su función. Asimismo, coordina con el Contador que presta servicios de asesoramiento contable y tributario con la Empresa, así como el asesor de Informática.

Externamente coordina con los organismos como: S.R.I., I.E.S.S., Ministerio Laboral, Entidades Bancarias; con el fin de proporcionar la información necesaria. En lo concerniente a pago de aportes, tributos y otros. También debe coordinar con Compañías de Seguros, en la gestión de las pólizas que fueran necesarias para la Empresa. Otras coordinaciones las realiza con Proveedores y Clientes de la Empresa, en temas contractuales.

Contador

Objetivo

Su principal objetivo es apoyar en la previsión, gestión, control y evaluación del flujo de entrada y salida de fondos. Adicionalmente a sus labores, también tiene a su cargo funciones como ayudar a elaborar el Presupuesto de la Inmobiliaria en coordinación y bajo la supervisión de la Jefatura de Finanzas.

Funciones Generales y Específicas

a) Apoyar la elaboración el presupuesto anual de la Empresa para aprobación de la Alta Dirección, presentación a organismos reguladores
b) Informar al Financiero sobre control de ejecución presupuestal mensual: análisis desviaciones, ajustes.
c) Elaborar el Flujo de Caja mensual y lo presenta para aprobación al Financiero.
d) Controlar y reportar la ejecución del Flujo de Caja, al Financiero..
e) Emitir y reportar al Financiero y a los organismos competentes la posición de saldos bancarios en forma adecuada y oportuna.
f) Coordinar actividades a ejecutar o plasmar a través de informes con organismos públicos
g) Apoyar al Departamento Financiero respecto al cálculo de impuestos en coordinación con el Contador de la Empresa.
h) Controlar y coordinar la emisión del reporte de ingresos originado en la Coordinadora de Obras.

i) Coordinar con la Jefatura de Operaciones y reportar a la Jefatura Financiera, respecto a cobranzas morosas.

j) Elaborar y registrar en el sistema contable la planilla de sueldos de la Inmobiliario Torres S.A. y la somete a la aprobación del Departamento Financiero, efectuando los pagos respectivos al personal.

k) Coordinar con las entidades financieras todo lo relacionado con el movimiento de Contabilidad.

l) Verificar saldos de Caja-bancos, Clientes, etc. Cruza información y registro con entidades financieras.

m) Controlar las entregas a rendir cuenta, reportando la situación de las mismas a los Departamentos de Finanzas.

n) Coordinar con la Empresa que brinda servicios de mantenimiento de los equipos de cómputo.

Relación de Responsabilidad y Coordinación Funcional

Depende de la Jefatura de Finanzas.

Coordina con los otros órganos de la Empresa, para el mejor cumplimiento de sus funciones. Asimismo, coordina con el Contador que presta sus servicios de asesoramiento contable y tributario a la Empresa, así como con el Asesor de Informática.

Auxiliar de Contabilidad

Objetivo

Su principal objetivo es la el control de la salida de fondos. Adicionalmente debe apoyar al Contador en las labores de cierre contable. Debe llevar el control de las anotaciones en cuenta de los accionistas y el pago de sus dividendos.

Funciones Generales y Específicas

a) Emitir cheques, solicitar aprobación y firmas para la entrega de cheques a terceros. Controlar y anular los cheques vencidos en cartera.

b) Receptar recaudaciones, disponer los depósitos y los documentos sustentatorios, ingresándolos al Sistema Contable computarizado para la emisión del Registro de Ventas, reportándolos a Contabilidad.

c) Efectuar análisis de las cuentas que se requieran para informar al Directorio e instituciones públicas y privadas.

d) Apoyar en la preparación de información económica financiera a la Superintendencia de Compañías y otros.

e) Apoyar al Contador en las actividades de cierre de los Estados Financieros de periodicidad mensual y anual.

f) Determinar la depreciación de los activos fijos de la Empresa.

Relación de Responsabilidad y Coordinación Funcional

Depende de la Jefatura Financiera.

Coordina con los otros órganos de la Empresa, para el mejor cumplimiento de sus funciones. Asimismo, coordina con el Contador que presta sus servicios de asesoramiento contable y tributario a la Empresa.

2.11.2. Misión

Ser partícipes en la búsqueda de la comodidad de las personas, y en mediano plazo constituirnos como la empresa constructora de viviendas con una imagen de servicios diferenciados en atención de servicios y oferta de productos innovadores.

2.11.3. Visión

Inmobiliaria NUESTRA CASA, en el 2016 se convertirá en una de las principales empresas constructoras de viviendas en la provincia de Esmeraldas, ofreciendo un producto acorde a las necesidades y deseos de las personas, donde ellos lo requieran y al costo que sus posibilidades le alcancen, con garantía y seriedad.

2.11.4. Objetivos Estratégicos

- Ofrecer un servicio que garantice la calidad del producto, la seguridad contar a tiempo con su vivienda, y contribuir a generar confianza, además de marcar un nuevo espacio de servicios personalizados en la adquisición de su vivienda.

- Establecer una marca local que garantice confianza y seguridad en los servicios inmobiliarios ofreciendo servicios de calidad y sin exclusión de cliente alguno.
- Ofrecer diseños exclusivos, innovadores y con materiales de alta calidad, que garanticen la durabilidad del producto y de su comodidad.

2.12. LICENCIA PARA CONSTRUCCIÓN

2.12.1 Antes de Construir

Antes inclusive de diseñar los planos arquitectónicos, es recomendable obtener las normativas necesarias. El registro del solar contiene las medidas reglamentarias con las cuales se deben diseñar los planos. El trámite consiste n lo siguiente:

1. Pagar tasa del trámite en las ventanillas de recaudaciones donde se entrega la solicitud correspondiente.

2. Llenar la solicitud y adjuntar a ésta los siguientes requisitos:

- Levantamiento topográfico del solar con
- Firma de responsabilidad técnica
- Copia de la escritura registrada y catastrada
- Predios urbanos actualizados
- Copia de cédula y certificado de votación del propietario

3. Entregar la documentación en la unidad de topografía, allí verificarán los datos y realizarán la medición del predio en un plazo de ocho días a diez días. Luego de este

plazo el interesado debe regresar al Municipio a retirar su solicitud.

2.12.2. Registros de Construcción

Para obtener el registro de construcción se deben seguir los siguientes pasos:

1. Pagar la tasa del trámite en las ventanillas de recaudaciones donde se entregará solicitud correspondiente.
2. Adjuntar la siguiente documentación:
   - Copia de la escritura de adquisición del predio o carta de autorización notaria para construir sobre terreno ajeno, otorgada por el dueño.

     El costo del permiso depende del número de metros cuadrados que tenga la edificación, de su ubicación y del tipo de obra.

   - Copia de pago de predios urbanos del año en curso.

   - 3 copias de los planos arquitectónicos a escala 1:50, 1:100, 1:200 con las firm del Propietario, proyectista y responsable técnico, con su respectivo se profesional.
   - Si la construcción tiene tres o más plantas, cartas de responsabilidad técni notariadas de los de suelo, diseños estructurales, sanitarios, eléctricos telefónicos.
   - Copia del carnet profesional del responsable técnico.
   - Levantamiento topográfico con la firma de responsabilidad técnica o normas edificación, si han sido solicitadas previamente.
   - Póliza de seguros a favor de terceros por un valor no menor al 8% d

presupuesto de la obra, en el caso de edificaciones con 3 o más pisos.

- Aprobación del Cuerpo de Bomberos.
- Copia de las cédulas de identidad del propietario y responsable técnico.
- Copia de los certificados de votación del propietario y responsable técnico.

3. Entregar toda la documentación en la ventanilla con su respectiva tasa.

El costo del permiso depende del número de metros cuadrados que tenga la edificación, de su ubicación y del tipo de obra. El tiempo promedio para obtenerlo es de treinta días laborables. Cumplido el plazo, el solicitante deberá acercarse al Municipio para conocer el resultado

2.12.3. La Inspección Final

La inspección final es un trámite obligatorio.

El plazo para efectuar esta inspección es de diez días una vez terminada la construcción. Para solicitar la inspección final es menester:

1. Pagar la tasa del trámite en las ventanillas de recaudaciones, donde se retira la solicitud correspondiente
2. Llenar la solicitud para trámites del Departamento de Control de Edificaciones, firmada por el responsable técnico del proyecto y el interesado.
3. Adjuntar a esta solicitud los siguientes requisitos:

- Copia del registro de construcción y de los planos actualizados, con sellos de aprobación.
- Copia de la documentación técnica, aprobada por las empresas de servicio correspondientes.

- Copia de planos estructurales con firma de responsabilidad técnica.
- Certificado de inspección final del Cuerpo de Bomberos.
- Certificado del registro catastral.

.

2.13.- ESTUDIO FINANCIERO

2.13.1. Requerimientos Fijos

PROYECTO

INVERSIÓN INICIAL

EQUIPOS INFORMÁTICOS

CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCIÓN	P.U.	TOTAL
3		Computadora Inter Core I3 3.40Ghz	695,00	2.085,00
1		Cámara Digital Sony	224,00	224,00
		TOTAL EQUIPOS INFORMÁTICOS		**2.309,00**

MUEBLES DE OFICINA

CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCIÓN	P.U.	TOTAL
3		Escritorios Secretaria 3 gavetas	257,60	772,80
3		Sillones Gerente Malla	134,40	403,20
8		Sillas Apilables	39,20	313,60
1		Archivador Vertical de 4 Gavetas	280,00	280,00
2		Papeleras de 2 servicios	16,80	33,60
1		Mesa de Reunión es para 6 personas	392,00	392,00
1		Pizarra con pedestal 200x120x120	138,31	138,31
		TOTAL MUEBLES Y ENSERES		**2.333,51**

EQUIPOS DE OFICINA

CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCIÓN	P.U.	TOTAL
1		Fotocopiadora Ricoh MP 171 Printer, Scner Fax 17 Pag x minuto	850,00	850,00
1		Televisor LED de 22 Pulgadas DAEWWO	255,00	255,00
1		Aire Acondicionado Invert "Panasonic"	681,00	681,00
1		Dispensador de agua Electrolux	158,00	158,00
		TOTAL EQUIPOS DE OFICINA		**1.944,00**

MAQUINARIA Y EQUIPO

CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCIÓN	P.U.	TOTAL
1		Mezcladora	2.772,00	2.772,00
1		Vibradora	924,00	924,00
1		Aplanadora Manual	2.234,40	2.234,40
1		Bomba de Agua 20 litros	33,60	33,60
6		Carretillas	50,40	302,40
8		Palas	14,00	112,00
12		Cajones Metálicas	56,00	672,00

3		Combos	14,84	44,52
4		Martillos	6,72	26,88
2		Cizalla Manual	29,12	58,24
1		Equipo de Nivelación	156,24	156,24
2		Barras	19,04	38,08
2		Zapapicos	13,44	26,88
5		Bailejos	14,11	70,55
		TOTAL MAQUINARIA		**7.471,79**

VEHíCULO

CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCIóN	P.U	TOTAL
1	UNID.	Camioneta	26.000,00	**26.000,00**
		TOTAL VEHíCULO		**26.000,00**

SUMINISTROS DE OFICINA

CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCIóN	P.U	TOTAL
		NO FUNGIBLES		-
4		Porta cinta	1,84	7,36
4		Perforadora	3,20	12,80
4		Grapadora	2,50	10,00
				-
		TOTAL NO FUNGIBLES		**30,16**
		FUNGIBLES		
5	cajas	Clips	0,40	2,00
2	cajas	Grapas	1,25	2,50
10	resmas	Hojas A4	3,50	35,00
24	unidades	Esferos	0,28	6,72
10	unidades	Marcadores de Tiza Liquida	0,54	5,40
2	unidades	Cinta de Embalaje	1,29	2,58
2	unidades	Cinta scotch	0,34	0,68
10	unidades	Carpetas Folder para archivo	3,00	30,00
10	unidad	Cintas masking	0,99	9,90
				-
		TOTAL FUNGIBLES		**94,78**
		TOTAL SUMINISTROS DE OFICINA		**124,94**

SUMINISTROS DE LIMPIEZA

CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCIÓN	P.U	TOTAL
		NO FUNGIBLES		
3	Unid.	Cabeza de escoba popular	1,23	3,69
2	Unid.	Cabeza de trapeador	1,37	4,11
2	Unid.	Palas de basura, unid Iglesias	4,87	9,74
2	Unid.	Tacho Tucker balance	3,83	7,66
4	Unid.	Tubos plásticos	0,65	1,30
		TOTAL NO FUNGIBLES		**26,50**
		FUNGIBLES		
5	Paquete	Fundas de basura la dura x 20 (30x25)	4,32	21,60
5	Paquete	Fundas desprendibles 23x30 x 20,50	2,42	12,10
6	Unidad	Elite P.H Celeste doble hoja x 12	3,20	19,20
5	Mililitros	Klin Fabuloso Floral, 1000 ml	1,89	9,45
5	Mililitros	Clorox Regular 3800 ml	3,94	19,70
		TOTAL FUNGIBLES		**82,05**
		TOTAL DE SUMINISTROS DE LIMPIEZA		**108,55**

Gastos de Constitución

Honorarios de abogado	300,00
Permisos Municipales	120,00
Permisos Cuerpo de Bomberos	50,00
Gasto de publicidad Difusión Proyecto	500,00
Afiliación a La Cámara de la Construcción	120,00
Inscripción en el Registro Mercantil	60,00
Otros Permisos	200,00
TOTAL GASTOS DE CONSTITUCIÓN	**1.350,00**

TOTAL INVERSIÓN FIJA	**41.641,79**

2.13.2. Recursos Humanos

ROL DE PAGO AÑO 1									
REMUNERACIÓN MINIMA UNIFICADA		340,00	PORCENTAJE DE LIQUIDACIÓN						
N°	FUNCIÓN	REMUNERAC UNIFICADA TABLA SECT.	TOTAL	10º TERCERO	10º CUARTO	FONDO DE RESERVA	IESS PATRONAL 12,15%	TOTAL SUELDO MENSUAL	TOTAL ANUAL
1	GERENTE	700,00	700,00	58,33	28,33		85,05	**871,72**	10.460,60
1	CONTADORA-SECRETARIA	450,00	450,00	37,50	28,33		54,68	**570,51**	6.846,10
1	PROMOCIONISTA / VENDEDOR/A	450,00	450,00	37,50	28,33		54,68	**570,51**	6.846,10
3	**TOTAL**	**1600,00**	**1600,00**	**133,33**	**85,00**	**0,00**	**194,40**	**2012,73**	**24152,80**
	SUELDOS MENSUALES	1600,00							
	APORTE IESS PATRONAL	194,40							
	TOTAL DE SUELDOS MENSUALES	**1794,40**							

2.13.3. Resumen de Gastos

CUADRO RESUMEN DE CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA MENSUAL EN KV/H								
COSTO KV/H		0,48						
N°	DESCRIPCIÓN	POTENCIA (PROMEDIO) VATIOS	TIEMPO PROMEDIO DE USO AL DIA		TIEMPO DE USO AL MES EN HORA	CONSUMO MENSUAL KV/H	COSTO MENSUAL POR UNIDAD	TOTAL MENSUAL
			h	d				
1	TELEVISOR 21"	240	4	24	96	23,04	11,06	11,06
1	AIRE ACONDICIONADO	280	8	24	192	53,76	25,80	25,80
1	COPIADORA	270	4	24	96	25,92	12,44	12,44
8	FOCOS FLUORECENTE (8 de 15W c/u)	40	4	24	96	3,84	1,84	14,75
1	EQUIPO DE COMPUTO	300	8	24	192	57,6	27,65	27,65
	TOTAL MENSUAL					**164,16**	**78,80**	**91,70**

CUADRO RESUMEN DE CONSUMO DE AGUA POTABLE MENSUAL EN M^3				
COSTO POR M^3		0,60		
N°	DESCRIPCION	CONSUMO DIARIO	CONSUMO TOTAL	COSTO TOTAL
24	Agua potable	0,5	12	7,20
	TOTAL MENSUAL			**7,20**

CONSUMO DE PLANILLA TELEFÓNICA				
COSTO POR MINUTO		0,048		
N°	DESCRIPCION	CONSUMO DIARIO	CONSUMO TOTAL	COSTO TOTAL
24	Teléfono	65	1560	74,88
	TOTAL MENSUAL			**74,88**

2.13.4. Resumen de Inversión

RESUMEN DE INVERSIÓN INICIAL FIJA			
DESCRIPCIÓN			TOTAL
EQUIPOS INFORMÁTICOS	1	2.309,00	2.309,00
MUEBLES DE OFICINA	1	2.333,51	2.333,51
EQUIPOS DE OFICINA	1	1.944,00	1.944,00
MAQUINARIA Y EQUIPO	1	7.471,79	7.471,79
VEHÍCULO	1	26.000,00	26.000,00
SUMINISTROS DE OFICINA	1	124,94	124,94
SUMINISTROS DE LIMPIEZA	1	108,55	108,55
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	1	1.350,00	1.350,00
Gastos Operacionales	2	3.833,67	7.667,34
Capacitación en Servicios Crediticios y Otros	1	1.200,00	1.200,00
Costo de producción	4	38.297,55	153.190,20
TOTAL INVERSIÓN INICIAL			203.699,33

2.13.5. Plan de Financiamiento

FUENTES DE FINANCIAMIENTO						
COSTO DE CAPITAL						
INVERSION INICIAL	203.699,32					
DESCRIPCION	APORTE DE CAPITAL	100%	TASA SISTEMA FINANCIERO		TASA DEL SISTEMA FINANCIERO	TASA APLICADA AL PROYECTO
APORTE PROPIO	100.000,00	0,490920	Tasa Pasiva	4,58	0,0458	0,02248
OTROS APORTES			TASA ACTIVA		0	0,00000
PRESTAMO BANCARIO	103.699,32	0,509080	Tasa Activa	10,42	0,1042	0,05305
TOTAL INVERSION	203.699,32	1,000000				0,075530
COSTO DE CAPITAL					tasa proyecto	7,55%

2.13.6. Tabla de Amortización

TABLA DE AMORTIZACION GRADUAL

CRÉDITO BANCARIO

METODO		CUOTA FIJA		12
CAPITAL	103.699,32	PAGO CADA	1	MESES
TASA DE INTERES ANUAL		10,42%	PERIODOS	60
PLAZO		5	AÑOS	
PAGOS ANUALES		12		
INTERES	0,87%	PAGO PERIODICO		2.224,80

PERIODO	PAGO PERIODICO	INTERESS PAGADOS	CAPITAL PAGADO	SALDO INSOLUTO
0				103.699,32
1	2.224,80	900,46	1.324,34	102.374,98
2	2.224,80	888,96	1.335,84	101.039,15
3	2.224,80	877,36	1.347,44	99.691,71
4	2.224,80	865,66	1.359,14	98.332,57
5	2.224,80	853,85	1.370,94	96.961,63
6	2.224,80	841,95	1.382,85	95.578,78
7	2.224,80	829,94	1.394,85	94.183,93
8	2.224,80	817,83	1.406,97	92.776,96
9	2.224,80	805,61	1.419,18	91.357,78
10	2.224,80	793,29	1.431,51	89.926,27
11	2.224,80	780,86	1.443,94	88.482,34
12	2.224,80	768,32	1.456,47	87.025,87
TOTAL	26.697,55	10.024,09	16.673,46	
13	2.224,80	755,67	1.469,12	85.556,74
14	2.224,80	742,92	1.481,88	84.074,87
15	2.224,80	730,05	1.494,75	82.580,12
16	2.224,80	717,07	1.507,72	81.072,40
17	2.224,80	703,98	1.520,82	79.551,58
18	2.224,80	690,77	1.534,02	78.017,56
19	2.224,80	677,45	1.547,34	76.470,21
20	2.224,80	664,02	1.560,78	74.909,43
21	2.224,80	650,46	1.574,33	73.335,10
22	2.224,80	636,79	1.588,00	71.747,10
23	2.224,80	623,00	1.601,79	70.145,31
24	2.224,80	609,10	1.615,70	68.529,61
TOTAL	26.697,55	8.201,29	18.496,26	

27	2.224,80	566,64	1.658,16	63.597,84
28	2.224,80	552,24	1.672,55	61.925,29
29	2.224,80	537,72	1.687,08	60.238,21
30	2.224,80	523,07	1.701,73	58.536,48
31	2.224,80	508,29	1.716,50	56.819,98
32	2.224,80	493,39	1.731,41	55.088,57
33	2.224,80	478,35	1.746,44	53.342,13
34	2.224,80	463,19	1.761,61	51.580,52
35	2.224,80	447,89	1.776,90	49.803,61
36	2.224,80	432,46	1.792,33	48.011,28
TOTAL	**26.697,55**	**6.179,22**	**20.518,33**	
37	2.224,80	416,90	1.807,90	46.203,38
38	2.224,80	401,20	1.823,60	44.379,79
39	2.224,80	385,36	1.839,43	42.540,35
40	2.224,80	369,39	1.855,40	40.684,95
41	2.224,80	353,28	1.871,51	38.813,44
42	2.224,80	337,03	1.887,77	36.925,67
43	2.224,80	320,64	1.904,16	35.021,51
44	2.224,80	304,10	1.920,69	33.100,82
45	2.224,80	287,43	1.937,37	31.163,45
46	2.224,80	270,60	1.954,19	29.209,26
47	2.224,80	253,63	1.971,16	27.238,10
48	2.224,80	236,52	1.988,28	25.249,82
TOTAL	**26.697,55**	**3.936,09**	**22.761,46**	
49	2.224,80	219,25	2.005,54	23.244,28
50	2.224,80	201,84	2.022,96	21.221,32
51	2.224,80	184,27	2.040,52	19.180,79
52	2.224,80	166,55	2.058,24	17.122,55
53	2.224,80	148,68	2.076,11	15.046,44
54	2.224,80	130,65	2.094,14	12.952,30
55	2.224,80	112,47	2.112,33	10.839,97
56	2.224,80	94,13	2.130,67	8.709,30
57	2.224,80	75,63	2.149,17	6.560,13
58	2.224,80	56,96	2.167,83	4.392,30
59	2.224,80	38,14	2.186,66	2.205,64
60	2.224,80	19,15	2.205,64	0,00
TOTAL	**26.697,55**	**1.447,73**	**25.249,82**	

2.13.7. Estado Financiero

ESTADO DE SUTUACIÓN FINANCIERA
AL…..DE…… DEL…….

ACTIVO			PASIVO	
ACTIVO CORRIENTE		**162.291,02**	**PASIVO CORRIENTE**	
BANCOS	7.667,33		PRESTAMO BANCARIO C/P	16.673,46
CAPACITACION	1.200,00		**TOTAL PASIVOS CORRIENTES**	
INVENTARIOS	153.190,20		**PASIVOS NO CORRIENTE**	
SUMINISTROS DE OFICINA	124,94		PRESTAMOS BANCARIOS L/P	87.025,87
SUMINISTROS DE LIMPIEZA	108,55		**TOTAL PASIVOS NO CORRIENTE**	
TOTAL ACTIVO CORRIENTE			**TOTAL PASIVOS**	**103.699,33**
ACTIVO NO CORRIENTE		**40.058,30**		
EQUIPOS INFORMATICOS	2.309,00			
MUEBLES DE OFICINA	2.333,51			
EQUIPOS DE OFICINA	1.944,00			
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	7.471,79			
VEHICULOS	26.000,00		**PATRIMONIO**	
TOTAL OTROS ACTIVOS		**1.350,00**	**CAPITAL**	100.000,00
Gastos Constitución	1.350,00		**TOTAL PATRIMONIO**	
TOTAL ACTIVO		**203.699,32**	**TOTAL PASIVO+ PATRIMONIO**	**203.699,33**

2.13.8. Resumen Depreciaciones

	ACTIVOS DEPRECIABLES	VALOR	% RESIDUAL	VALOR RESIDUAL	VALOR A DEPRECIAR	AÑOS DE VIDA	ANUAL	MENSUAL
1	**EQUIPOS INFORMATICOS**	2.309,00	10	230,90	2.078,10	5	415,62	34,64
2	**MUEBLES DE OFICINA**	2.333,51	10	233,35	2.100,16	10	210,02	17,50
3	**EQUIPOS DE OFICINA**	1.944,00	10	194,40	1.749,60	10	174,96	14,58
4	**MAQUINARIA Y EQUIPO**	7.471,79	10	747,18	6.724,61	10	672,46	56,04
5	**VEHICULOS**	26.000,00	10	2.600,00	23.400,00	5	4.680,00	390,00
		40.058,30				**TOTAL**	6.153,06	512,75

2.13.9. RESUMEN DE GASTOS

RESUMEN DE GASTOS OPERACIONALES

DESCRIPCIÓN	VALOR	TOTAL ANUAL
Sueldos	1.794,40	21.532,80
Legalización de Documentos	85,00	1.020,00
Pasajes y Fletes	50,00	600,00
Publicidad	300,00	3.600,00
Viáticos y Movilización	100,00	1.200,00
Combustible y Lubricantes	320,00	3.840,00
Planilla de agua	7,20	86,40
Planilla de luz	91,70	1.100,40
Planilla de teléfono	74,88	898,56
Décimo tercer Sueldo	133,33	1.599,96
Décimo Cuarto Sueldo	85,00	1.020,00
Suministros de limpieza	45,00	540,00
Suministros de oficina	40,00	480,00
Aporte Patronal	194,40	2.332,80
Depreciación de Activos Fijos	512,76	6.153,12
TOTAL GASTOS MENSUALES	**3.833,67**	**46.004,04**

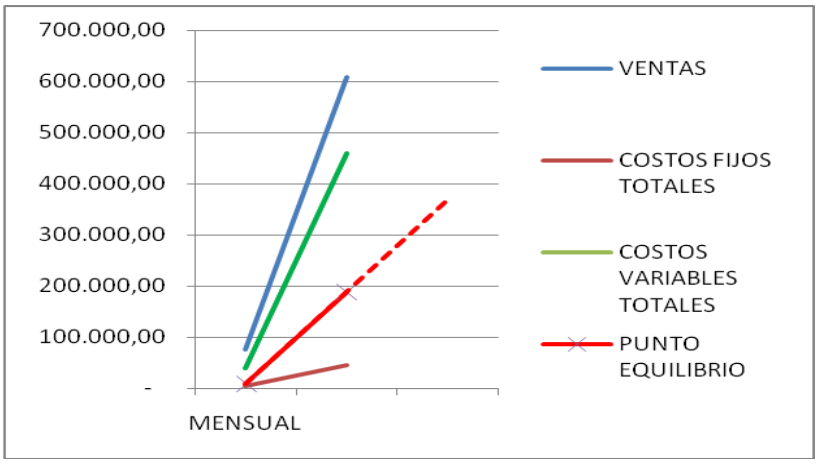
2.13.10. Punto de Equilibrio

PROCESO PARA CÁLCULO DE PUNTO DE EQUILIBRIO

DESCRIPCIÓN	MENSUAL		TOTAL MENSUAL	ANUALES		TOTAL ANUAL
	FIJOS	VARIABLES		FIJOS	VARIABLES	
Sueldos	1.794,40		1.794,40	21.532,80		21.532,80
Legalización de Documentos	85,00		85,00	1.020,00		1.020,00
Pasajes y Fletes	50,00		50,00	600,00		600,00
Publicidad	300,00		300,00	3.600,00		3.600,00
Viáticos y Movilización	100,00		100,00	1.200,00		1.200,00
Combustible y Lubricantes	320,00		320,00	3.840,00		3.840,00
Planilla de agua	7,20		7,20	86,40		86,40
Planilla de luz	91,70		91,70	1.100,40		1.100,40
Planilla de teléfono	74,88		74,88	898,56		898,56
Décimo tercer Sueldo	133,33		133,33	1.599,96		1.599,96
Décimo Cuarto Sueldo	85,00		85,00	1.020,00		1.020,00
Suministros de limpieza	45,00		45,00	540,00		540,00
Suministros de oficina	40,00		40,00	480,00		480,00
Aporte Patronal	194,40		194,40	2.332,80	-	2.332,80
Depreciación de Activos Fijos	512,75		512,75	6.153,00		6.153,00
Costos de Producción		38.297,55	38.297,55		459.570,60	459.570,60
TOTAL	**3.833,66**	**38.297,55**	**42.131,21**	**46.003,92**	**459.570,60**	**505.574,52**

CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

	MENSUAL	ANUAL
VENTAS	76.000,00	608.000,00
COSTOS FIJOS TOTALES	3.833,66	46.003,92
COSTOS VARIABLES TOTALES	38.297,55	459.570,60
PUNTO DE EQUILIBRIO	7.727,83	188.442,34



2.13.11. Flujo de Caja Proyectado

FLUJO DE CAJA PROYECTADA								
% DE CRECIMIENTO VENTAS	0,08							
INGRESOS	AÑO 0		VIDA UTIL DEL PROYECTO					
			AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Valor por Casa			76.000,00	82.080,00	88.646,40	95.738,11	103.397,16	
Construcción de Casas	76.000,00		**608.000,00**	738.720,00	886.464,00	1053.119,23	1240.765,93	**4.527.069,16**
Inversión para Casas						100		
TOTAL INGRESOS			608.000,00	738.720,00	886.464,00	1.053.120,23	1.240.765,93	4.527.069,16
EGRESOS				-	-	-	-	
costo por Casa			**38.297,55**	**39.446,48**	**40.629,87**	**41.848,77**	**43.104,23**	
Costo de Construcción	38.297,55		**306.380,40**	**355.018,29**	**406.298,71**	**460.336,44**	**517.250,76**	**2.045.284,59**
Total de Costos			306.380,40	355.018,29	406.298,71	460.336,44	517.250,76	2.045.284,59
UTILIDAD BRUTA			301.619,60	383.701,71	480.165,29	592.783,80	723.515,17	2.481.785,57
GASTOS OPERACIOALES								
Gastos de Administración								
Sueldos	1.794,40		21.532,80	22.824,77	24.194,25	25.645,91	27.184,66	**121.382,40**
Legalización de Documentos	85,00		1.020,00	1.040,40	1.061,21	1.082,43	1.104,08	**5.308,12**
Pasajes y Fletes	50,00		600,00	612,00	624,24	636,72	649,46	**3.122,42**
Publicidad	300,00		3.600,00	3.672,00	3.745,44	3.820,35	3.896,76	**18.734,54**
Viáticos y Movilización	100,00		1.200,00	1.224,00	1.248,48	1.273,45	1.298,92	**6.244,85**
Combustible y Lubricantes	320,00		3.840,00	3.916,80	3.995,14	4.075,04	4.156,54	**19.983,51**
Plannilla de Agua	7,20		86,40	88,13	89,89	91,69	93,52	**449,63**
Planilla de Luz	91,70		1.100,39	1.122,40	1.144,85	1.167,74	1.191,10	**5.726,47**
Planilla de Telefono	74,88		898,56	916,53	934,86	953,56	972,63	**4.676,14**
Décimo tercer Sueldo	133,33		1.600,00	1.696,00	1.797,76	1.905,63	2.019,96	**9.019,35**
Décimo Cuarto Sueldo	85,00		1.020,00	1.081,20	1.146,07	1.214,84	1.287,73	**5.749,83**
Suministros de limpieza	45,00		540,00	550,80	561,82	573,05	584,51	**2.810,18**
Suministros de Oficina	40,00		480,00	489,60	499,39	509,38	519,57	**2.497,94**
Aporte Patronal	194,40		2.332,80	1.399,68	839,81	503,88	302,33	**5.378,50**
Fondo de Reserva				1.696,00	1.797,76	1.905,63	2.019,96	**7.419,35**
Depreciación de Activos fijos	512,75		6.153,00	6.153,00	6.153,00	6.153,00	6.153,00	**30.765,00**
TOTAL GASTOS DE ADMINIST.			**46.004,01**	**48.483,36**	**49.833,98**	**51.512,36**	**53.434,79**	**249.268,50**
Gastos Financieros								
Intereses sobre prést. bancarios			10.024,09	8.201,29	6.179,22	3.936,07	1.447,73	**29.788,40**
TOTAL GASTOS FINANCIEROS			**10.024,09**	**8.201,29**	**6.179,22**	**3.936,07**	**1.447,73**	**29.788,40**
TOTAL GASTO OPERACIONAL			56.028,10	56.684,65	56.013,20	55.448,43	54.882,52	**279.056,90**
UTILIDAD OPERACIONAL			245.591,50	327.017,07	424.152,09	537.335,37	668.632,65	**2.202.728,67**
15% Participación trabajadores		15%	36.838,73	49.052,56	63.622,81	80.600,31	100.294,90	**330.409,30**
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS			208.752,78	277.964,51	360.529,27	456.735,06	568.337,75	**1.872.319,37**
22% Impuesto a la Renta		22%	45.925,61	61.152,19	79.316,44	100.481,71	125.034,31	**411.910,26**
UTILIDAD ANTES DE RESERVAS			**162.827,16**	**216.812,32**	**281.212,83**	**356.253,35**	**443.303,45**	**1.460.409,11**
Depreciación de Activos fijos			6.153,00	**6.153,00**	**6.153,00**	**6.153,00**	**6.153,00**	**30.765,00**
INVERSION INICIAL								-
FLUJO NETO			168.980,16	222.965,32	287.365,83	362.406,35	449.456,45	1.491.174,11

2.13.12. Indicadores Financieros

PROYECTO CASAS						
INDICADORES FINANCIEROS DEL PROYECTO						
INVERSION INICIAL			-203.699,32	TASA MENOR DEL	TASA MAYOR DE incertidumbre	
TASA PASIVA REFERENCI			4,58%	PROYECTO		
TASA ACTIVA REFERENCI			10,42%	0,0755	0,1511	
VIDA UTIL PROYECTO		5	AÑOS	10,42%	20,84%	
VIDA UTIL PROYECTO	FLUJO NETO		FACTOR TASA DE RENTABILIDAD	FLUJO PRESENTE NETO	FACTOR TASA DE INCERTIDUMBE	FLUJO PRESENTE NETO
0	-203.699,32					
1	168.980,23	0,0755303	0,9297739	157.113,40	0,8360	141.264,19
2	222.965,37	0,0755303	0,8644795	192.748,99	0,6989	155.822,37
3	287.365,87	0,0755303	0,8037705	230.976,21	0,5842	167.889,60
4	362.405,73	0,0755303	0,7473248	270.834,80	0,4884	177.002,69
5	449.456,51	0,0755303	0,6948431	312.301,76	0,4083	183.513,78
	1.287.474,38					
TOTAL FLUJO PRESENTE				1.163.975,17		825.492,63
INVERSION INICIAL				203.699,32		203.699,32
VAN				960.275,85		621.793,31
PRC				0,7911		
TIR				28,98%		
R.C.B.				4,71		
RENTABILIDAD SIMPI				126,41		

2.13.13. Análisis de los Resultados

° **Valor Actual Neto (VAN)**

Para el análisis de este indicador se debe considerar la inversión del proyecto la cual es de $ 203.699,32 esta está constituida de un aporte propio y cuyo interés se lo calcula con una tasa pasiva del 4,58% que es lo que vale el dinero propio y lo que se va a financiar a través del banco se lo calcula a una tasa activa del 10,42%, de estas dos se obtiene la tasa del proyecto que será aplicada a los flujos netos que arroja el estado de flujo proyectado. Después de realizar el nuevo cálculo respectivo con la nueva tasa del proyecto que es 7,55% se van a establecer los nuevos flujos los cuales van a arrojar $1163.975,12 y se resta el valor de la inversión $ 203.699,32 se obtiene el valor actual neto que es de $ 960.275,85 lo que quiere decir que traídas las ganancias de los 5 años a la fecha el proyecto ganaría el valor que hemos indicado anteriormente.

° **Periodo de Rrecuperación de capital (PRC)**

Este indicador que está basado en la ganancia o flujos netos nos indica el tiempo que se demora la recuperación de la inversión que en este caso es de nueve meses, esto se debe a que el producto lo pagan casi de contado que es a través de préstamos bancarios.

° **Tasa Interna de Retorno (TIR)**

La tasa interna de retorno se refiere a como nos regresa el interés de la inversión que en este caso el dinero que se colocó para el proyecto a una tasa del proyecto del 7,55% ha retornado al 28,98% lo que indica que se ha mantenido una diferencia de 21,43% que es lo que genera el proyecto de ganancia de interés.

° **Recuperación Costo Beneficio (RCB)**

La rama de la construcción donde está la parte inmobiliaria genera siempre una buena rentabilidad, y en este proyecto demuestra que por cada dólar invertido recibimos $ 4,75 es decir que nosotros obtenemos una ganancia de $ 3,75 por cada dólar que se invierte.

Si se analizan estos índices financieros se puede demostrar que el proyecto tiene una viabilidad financiera positiva, lo que presupone que la empresa en corto tiempo podrá ser exitosa.

CAPÍTULO III

3. IMPACTOS, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

3.1. IMPACTOS

Después de dar cumplimiento a las fases iniciales del estudio, el paso siguiente es realizar ciertos análisis para expresar un criterio más preciso de cómo ésta investigación va a afectar el entorno, es por ello que a continuación se analizara el proyecto en base a diferentes enfoques.

Para hacer mucho más fácil la interpretación del trabajo, se ha considerado una metodología sencilla de acuerdo a los instrumentos bibliográficos aportados por la comunidad; y, como se detalló en un inicio, para determinar los niveles de impactos se ha utilizado la información del texto guía.

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 en el que se fundamenta los motivos o las razones por los que asigno determinado nivel de impacto de cada indicador.

3.1.1. Impacto Social

El proyecto genera una transformación en la calidad de vida de los usuarios, otorgándoles una vivienda, en función de la capacidad de pago que tenga cada persona, esta capacidad determinará el tamaño y condiciones de su vivienda, lo que se denomina comodidad familiar, además el hecho de existir un convenio de servicios también nos va a determinar un beneficio social, el que está dirigido a la creación de fuentes de trabajo con mano de obra Esmeraldeña, lo que permite que tres partes se beneficien de una actividad local manteniendo estabilidad constante, laboral y social.

NIVELES DE IMPACTOS / **INDICADOR**	**-3**	**-2**	**-1**	**0**	**1**	**2**	**3**	□
Mano de obra local							x	3
Posibilidad de vivienda propia							x	3
Mejor condiciones de vida							x	3
TOTAL							**6**	**9**

NIVEL DE IMPACTO SOCIAL = $\frac{\text{Sumatoria } (\square)}{\text{Números de indicadores}}$

NIVEL DE IMPACTO SOCIAL = $\frac{9}{3}$

NIVEL DE IMPACTO SOCIAL = **3 Alto Positivo**

3.1.2. Impacto Económico

El proceso de inversión en las construcciones se ha desarrollado con mucho éxito desde la época de la dolarización y Esmeraldas también ha sido una parte de esta oportunidad, la Provincia desde hace una década ha iniciado un proceso de inversión inmobiliaria esto es: compra de terrenos, construcción de vivienda y compra de viviendas.

La demanda existente ha aprovechado las oportunidades que la banca privada y el sector financiero público y en especial el IESS han dado la posibilidad de que un buen porcentaje de personas que tienen la posibilidad de tener un trabajo fijo en cualquier nivel de salario, sean beneficiarias de obtener una vivienda.

La inversión que se da mueve diferentes frentes económicos como es materiales de construcción, materia prima local, mano de obra local, servicios profesionales, instituciones legales y logra mantener una liquidez en el mercado Esmeraldeño.

NIVELES DE IMPACTOS / INDICADOR	**-3**	**-2**	**-1**	**0**	**1**	**2**	**3**	**□**
Mercado local activo							x	3
Generación de Actividad de producción							x	3
Fuentes de trabajo permanente							x	3
TOTAL							**9**	**9**

NIVEL DE IMPACTO ECONÓMICO = $\frac{\text{Sumatoria } (\square)}{\text{Números de indicadores}}$

NIVEL DE IMPACTO ECONÓMICO = $\frac{9}{3}$

NIVEL DE IMPACTO ECONÓMICO = **3 Alto Positivo**

3.1.3. Impacto Ambiental

El mejoramiento de la urbanidad de un pueblo, genera condiciones de respeto al medio ambiente, generando una cultura de orden, aseo y limpieza, lo que contribuye a mantener un entorno limpio. Las áreas desoladas, acarrean basura, insectos, ratas y perjudican a las personas del entorno, generando enfermedades de malaria, de epidemias.

El cambio hacia el mejoramiento de un buen ambiente, es impulsando la ocupación de estos lugares, y proyectando a que la gente pueda construir su vivienda, y será parte de quienes estén involucrados en la problemática ambiental, de apoyar también los procesos de mejoramiento de la calidad de vida de las familias.

NIVELES DE IMPACTOS / **INDICADOR**	**-3**	**-2**	**-1**	**0**	**1**	**2**	**3**	□
Ordenamiento y mejor aspecto urbanístico						x		2
Apoyo a mantener una ciudad limpia							x	3
Baja contaminación ambiental de desechos						x		2
TOTAL						**4**	**3**	**7**

NIVEL DE IMPACTO AMBIENTAL = $\frac{\text{Sumatoria } (\square)}{\text{Números de indicadores}}$

NIVEL DE IMPACTO AMBIENTAL = $\frac{7}{3}$

NIVEL DE IMPACTO AMBIENTAL = **2.33** **Medio Positivo**

3.1.4. IMPACTO GENERAL

NIVEL DE IMPACTOS / INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3
Impacto Social							X
Impacto Económico							X
Impacto Ambiental						X	
TOTAL						2	6

NIVEL DE IMPACTO GENERAL $\frac{8}{3}$ = 2,67 ALTO POSITIVO

El proyecto una vez analizado nos arroja un impacto de 2,67 el cual es considerado como alto positivo, esto se da porque la construcción además de generar una rentabilidad considerable, apoya en una serie de factores sociales y económicos que dan una solución a todos los que participan en este proceso, además de mantener un mercado integral de características Esmeraldeña.

3.1.5. Discusión

Dentro del proceso de la investigación se ha podido determinar que existe un solo estudio en referencia a este tema, que es de un proyecto de grado de la escuela de Contabilidad y Auditoría y cuya autora es Carmen Zambrano Ballesteros del año 2011 y el tema en referencia **"Propuesta de Solución Habitacional para ser Ejecutado por el Gremio de Maestros de la Construcción Civil de Esmeraldas"** , que se refiere a la

construcción de casas económicas para personas con niveles de ingresos de hasta 600,00 dólares y cuyos constructores son el gremio de Maestros de la Construcción Civil de Esmeraldas.

Ellos son afiliados a la Cámara de Artesanos de Esmeraldas, cuyo objetivo era la creación de fuentes de empleos para sus asociados donde se establecía disminuir la rentabilidad y se basaba en espacios de construcción de 36 a 40 m2.

No se ha encontrado otro tema similar en ninguna otra facultad de la universidad.

3.2. CONCLUSIONES

1.- La investigación que se realizó determinó la necesidad de poder obtener una vivienda para mejorar su calidad de vida, esto lo podemos apreciar por que el aumento de la construcción en el cantón se ha acelerado desde hace una década, se debe a la oportunidad de estabilidad y crecimiento económico que presenta el país, además de la facilidad que prestan las instituciones públicas y privadas para lograr el objetivo de contar con una vivienda propia.

Esto se pudo demostrar porque existe en la actualidad complejos urbanísticos privados y públicos, que indican que el mercado esmeraldeño tiene una oportunidad de crecimiento que asegura una buena inversión, fuentes de trabajo y sobre todo satisfacer la necesidad de quienes están a la espera de poder obtener su vivienda.

2.- La investigación de mercado que se realizó en el Cantón Esmeraldas dio la posibilidad de establecer la respectiva demanda insatisfecha que existe en el cantón, esta investigación nos proyecta el poder definir un plan de mercadeo que nos fija la posición donde actualmente se está ofreciendo el producto y en base a estos lineamientos se ha tomado en consideración la oferta y la demanda, el comportamiento de los clientes ante este producto y la forma como se va a comunicar y promocionar el producto.

Las características del mercado ofrecen la posibilidad de tener un cliente seguro y también, un cliente satisfecho como ya se ha logrado con las 3 primeras viviendas que se han entregado a esas personas, lo que se visiona una buena expectativa de crecimiento.

3.- Se pudo realizar un estudio financiero en base a la investigación que existe de la competencia, se analizó precios, dimensiones, terminados, ubicación y sistemas de financiamiento, esto llevó a generar una propuesta para la creación de una inmobiliaria privada en la ciudad de Esmeraldas, donde se estableció la rentabilidad que genera la inversión privada, el estudio de investigación arroja índices confiables sobre datos reales, por el hecho de que la empresa ya está funcionando y ha permitido mediante las proyecciones visualizar una buena oportunidad de mercado y de ganancia, con beneficio social.

3.3. RECOMENDACIONES

1.- Se requiere y se necesita que alguna Institución pueda recopilar la suficiente cantidad de datos estadísticos, que permitan lograr una fuente de información segura, sería conveniente que la Universidad pueda hacer convenios con Instituciones Públicas y Privadas, para fomentar una base de datos en todos los aspectos que el mercado necesita y que se requiere para poder ofrecer, mejores propuestas.

2.- Los estudios de mercado establecen el conocimiento de las necesidades que tienen los cliente de los diferentes productos y servicios que se ofrecen en el mercado, y debería el Estado a través del INEC realizar estudios periódicos anuales que puedan ofrecer este tipo de información, ya que representa dentro del factor económico un porcentaje considerable tanto a nivel nacional como cantonal porque la información que exista determina la posibilidad de generar otros estudios de impacto en la sociedad.

3.- Sería recomendable que quienes están dentro de la rama de construcción se junten para establecer ciertas condiciones de mercado que puedan ser favorables para todos, donde sean beneficiarios inversionista-cliente, y que se permita una competencia justa.

4.-Muchas veces la universidad proyecta este tipo de estudios de investigación para ofrecer al mercado una posibilidad de línea de producción o servicio, y sería importante que la misma universidad pueda ofrecer al mercado una diversidad de proyectos de inversión, donde se puede establecer la generación de mano de obra, de inversión segura y una rentabilidad financiera de mercado. Todos estos estudios son trabajados e investigados bajo parámetros serios y de responsabilidad que permite una inversión retornable segura.

BIBLIOGRAFIA

- Anónimo: *El ciclo de vida de los proyectos – preinversión*. Extraído de: http://adminempresas.blogspot.com/2009/03/el-ciclo-de-vida-de-los-proyectos.html.

- Baca Urbina, Gabriel (2007). *Evaluación de proyectos*, McGraw Hill, 5ª edición, México, p. 15.

- Banco Central del Ecuador: *Estadísticas macroeconómicas,* abril de 2013, Ecuador.

- BLACKWELL, Roger D. y otros: (2002), *Comportamiento del consumidor*. Edit. Thompson, 9ª edición, México.

- Cámara de la Construcción de Esmeraldas.

- CANELOS, Ramiro: (2010), *Formulación y Evaluación de un Plan de Negocios*, Edit. UIDE, Ecuador, Pág. 70.

- CHIAVENATO, Idalberto: (2001) *Administración de recursos humanos*. Edit. McGRAW-HILL. 5ª Edición. Colombia. Trad. Germán VILLAMIZAR, Págs. 108-109.

- CUESTA. (2007) *Actualización de la Oferta Inmobiliaria en Ecuador*: Gridcon Cia. Ltda., pág. 12.

- FISHER, Laura y ESPEJO, Jorge*:* (2001), *Mercadotecnia*, Edit. McGraw Hill, 3ª, México, p. 77.

- GAMBOA & ASOCIADOS: (2008), *Tendencias Mercado Inmobiliario*, Ecuador, pág. 25-209
- GILBERT, Alan: *La vivienda en América Latina, Documento de trabajo del INDES*, Edit.
- Gobiernos Autónomos Descentralizados provincia de Esmeraldas.
- HERNÁNDEZ, Roberto, FERNÁNDEZ, Carlos y BAPTISTA, Pilar. (2007) *Metodología de la investigación*. McGraw Hill Editores, México.
- Extraído de http://www.ratingspcr.com/archivo/publicaciones/SECTORIAL_ECUADOR_CONSTRUC CION_201103.pdf.
- Instituto Interamericano para el Desarrollo Social (INDES), 2006, p. 15
- JIMÉNEZ, Wladimir*: Informe sectorial Ecuador*: Construcción, Pacific Credit Rating (PCR),
- Ley de Compañía de la República del Ecuador
- Servicios de Rentas Internas
- SAPAG CHAÍN, Nassir y SAPAG CHAÍN, Reinaldo:(2002), *Preparación y evaluación de proyectos*, McGraw Hill, México, p. 4
- Plan Nacional de Desarrollo del Buen Vivir

ANEXOS

ANEXO # 1

OPERACIONALIZACIÓN DE OBJETIVO Y VARIABLES

N°	Objetivos	Variables	Definición	Indicadores	Fuente	Técnicas	Instrumentos
1	Analizar el comportamiento y crecimiento del mercado inmobiliario de la ciudad de Esmeraldas.	Mercado	Conjunto de oferentes y demandantes que intercambian bienes y servicios a cambio de dinero.	• Oferta • Ventas • Demanda	• Clientes • Competencia • Ofertantes • Proveedores	• Encuestas • Entrevistas • Observación	• Cuestionario • Visibilidad
2	Diseñar un plan de marketing para conocer la demanda del mercado inmobiliario en Esmeraldas	Plan de Marketing	Herramienta básica administrativa orientada al mercado meta con el fin de alcanzar objetivos propuestos.	• Promoción • Distribución • Producto • Plaza • Precio • Publicidad	• Clientes • Competencia • Ofertantes • Proveedores	• Encuestas • Entrevistas • Observación	• Cuestionario • Visibilidad
3	Identificar la competencia que existe en el mercado para estimar las posibilidades de éxito.	Competencia	Oferente en el mercado de la misma línea de producto o servicios.	• Ventas • Promoción • Cliente • Proveedores • Valor agregado	• Clientes • Competencia • Ofertantes • Proveedores	• Encuestas • Entrevistas • Observación	• Cuestionario • Visibilidad

4	Realizar un estudio financiero para determinar la factibilidad del negocio.	Estudio Financiero	Técnica matemático – financiero y analítica a través de la cual los beneficios o perdidas que se pueden incurrir con la implementación de algún negocio.	• TIR • VAN • Periodo de Recuperación • Costo/Beneficio • Índice Rentabilidad	• Bibliográfica • Mercado • Economía local • Demanda	• Estadística • Probabilidades • Finanzas	• Lectura comprensiva • Formulas • Análisis resultados

ANEXO # 2

DISEÑO DEL CUESTIONARIO

(Encuestas dirigidas a los clientes potenciales de la ciudad de Esmeraldas)

Esta encuesta servirá para realizar un análisis de mercado y el nivel de aceptación en cuanto a la creación de una Inmobiliaria en la ciudad de Esmeraldas.

Su información será de mucha ayuda para las investigaciones, por lo que le agradecemos por su sinceridad.

1. ¿Cuál es el rango de su edad?

Variable
a) 21-30
b) 31-40
c) 41-50

2. ¿Usted posee?

Variable
a) Vivienda propia
b) Arrienda
c) Vive con Familiar

3. ¿Tiene intención de adquirir una vivienda?

Variable
a) Si
b) No

4. ¿Qué tipo de vivienda le gustaría?

Variable
a) Casa
b) Departamento

5. ¿Cuál es su capacidad de pago para adquirir una vivienda?

Variable
a) 50,000
b) 60,000
c) 75,000

6. ¿Si en caso de adquirir una casa o departamento cuál sería su forma de pago?

Variable
a) Contado
b) Crédito bancario

7. ¿Cuál sería su motivación para adquirir una vivienda?

Variable
a) Contar con vivienda propia
b) Dejar de pagar alquiler
c) Como inversión
d) Mejorar la calidad de vida

8. ¿Dónde le gustaría que este localizada su vivienda?

Variable
a) Tachina
b) Vía Vuelta Larga
c) Vía a Atacames

9. ¿En qué tiempo piensa adquirirla?

Variable
a) 3 meses
b) 6 meses
c) 1 año o más

10. ¿Cuáles de las características que se enlistan a continuación considera usted las más importantes al momento de adquirir una vivienda?

Variable
a) Seguridad
b) Alta plusvalía
c) Fácil acceso al transporte
d) Facilidad de pago
e) Cercanía a zonas pobladas

11. ¿Por qué medio se entera usted de las ofertas de vivienda?

Variable
a) Prensa escrita
b) Radio
c) Televisión
d) Internet
e) Acercándome a las empresas y proyectos

12. ¿Para usted es importante una garantía de 6 meses después de la venta?

Variable
a) Si
b) No

ANEXO # 3

Diseño de la entrevista dirigidas a Arquitectos de la ciudad de Esmeraldas.

ENTREVISTA

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE EN ESMERALDAS (PUCESE)

OBJETIVO

Obtener información que nos permita determinar la oferta habitacional existente en la cuidad de Esmeraldas.

1. ¿Qué tipos de proyectos inmobiliarios existen en la cuidad de Esmeraldas?

2. ¿Cuáles son los segmentos de la sociedad a los que están dirigidos los proyectos inmobiliarios existentes? Clase económicamente media o alta

3. ¿Qué porcentaje, en cuanto a tipos de viviendas tienen más aceptación por la ciudadanía?

4. ¿Usted cree que un proyecto habitacional con casas adosadas tendría acogida en la cuidad de Esmeraldas?

5. ¿Qué factores influyen directamente para que los costos no sean altos pero conserven la calidad de la vivienda?

6. ¿En que influye la localización del conjunto habitacional en el precio de la vivienda?

ANEXO # 4

FICHA DE OBSERVACIÓN

N°001

ÁREA DE DESARROLLO: ÁMBITO INMOBILIARIO EN ESMERALDAS

Fecha: **Lugar:**

Observadores: **Hora de inicio:**

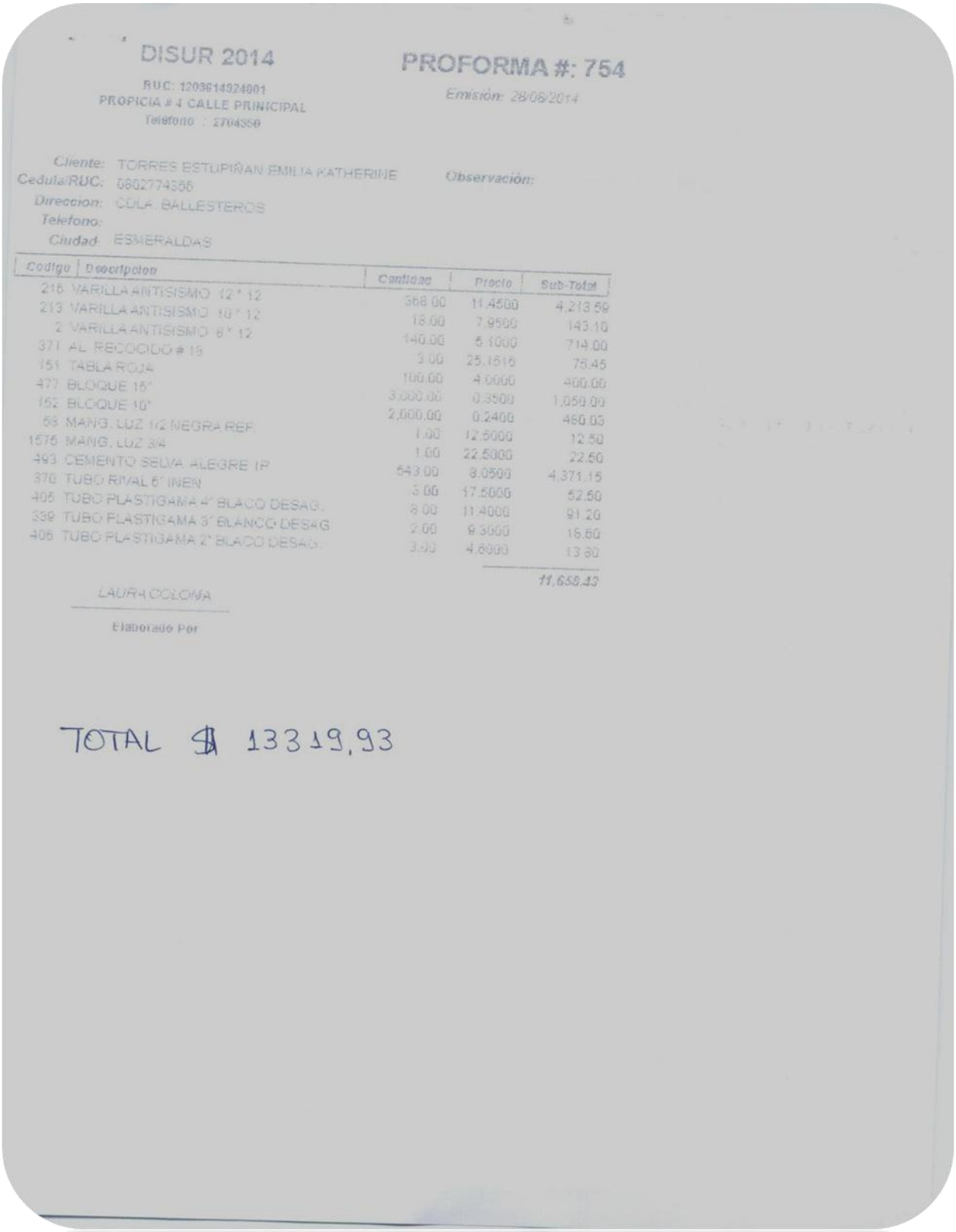
Tema: **Hora de final**

N°	OBSERVACIÓN /ACTIVIDADES	REFLEXIONES Y / O APRECIACIONES PERSONALES

Impresión general:

ANEXO # 5

PROFORMA # 1



DISUR 2014

RUC: 1203614924001
PROPICIA # 4 CALLE PRINICIPAL
Telefono : 2704350

PROFORMA #: 754

Emisión: 28/08/2014

Cliente: TORRES ESTUPIÑAN EMILIA KATHERINE
Cedula/RUC: 0802774356
Direccion: CDLA. BALLESTEROS
Telefono:
Ciudad: ESMERALDAS

Observación:

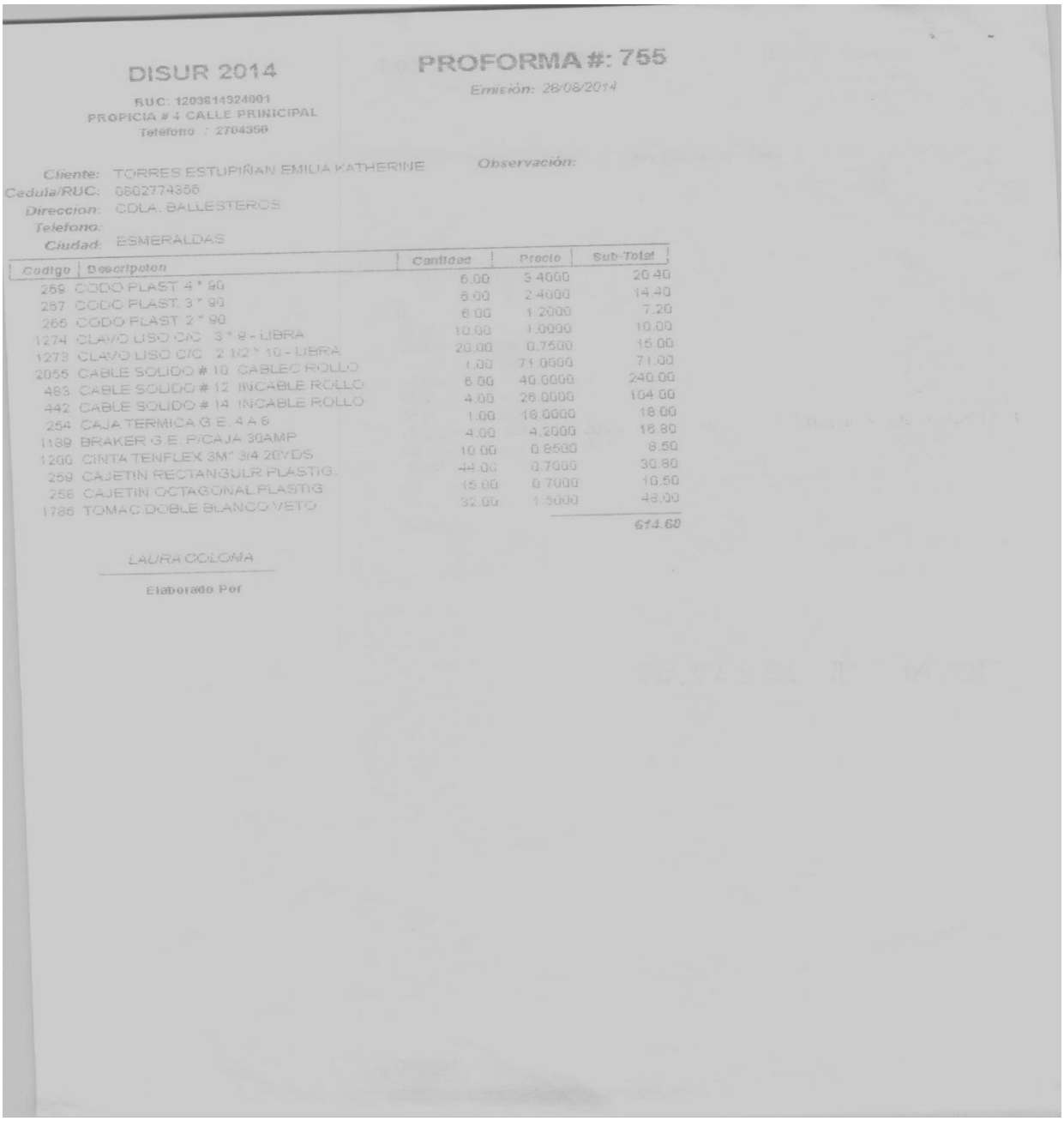
Codigo	Descripcion	Cantidad	Precio	Sub-Total
216	VARILLA ANTISISMO 12* 12	368.00	11.4500	4,213.59
213	VARILLA ANTISISMO 10* 12	18.00	7.9500	143.10
2	VARILLA ANTISISMO 8* 12	140.00	5.1000	714.00
371	AL RECOCIDO # 18	3.00	25.1515	75.45
151	TABLA ROJA	100.00	4.0000	400.00
477	BLOQUE 15*	3,000.00	0.3500	1,050.00
152	BLOQUE 10*	2,000.00	0.2400	480.03
58	MANG. LUZ 1/2 NEGRA REF.	1.00	12.5000	12.50
1575	MANG. LUZ 3/4	1.00	22.5000	22.50
493	CEMENTO SELVA ALEGRE IP	543.00	8.0500	4,371.15
370	TUBO RIVAL 6" INEN	3.00	17.5000	52.50
405	TUBO PLASTIGAMA 4" BLACO DESAG.	8.00	11.4000	91.20
339	TUBO PLASTIGAMA 3" BLANCO DESAG	2.00	8.3000	16.60
406	TUBO PLASTIGAMA 2" BLACO DESAG.	3.00	4.6000	13.80
				11,658.43

LAURA COLOMA

Elaborado Por

TOTAL $ 13319,93

PROFORMA # 2



DISUR 2014

RUC: 1203614924001
PROPICIA # 4 CALLE PRINICIPAL
Telefono : 2704356

PROFORMA #: 755

Emisión: 28/08/2014

Cliente: TORRES ESTUPIÑAN EMILIA KATHERINE
Cedula/RUC: 0802774356
Direccion: CDLA. BALLESTEROS
Telefono:
Ciudad: ESMERALDAS

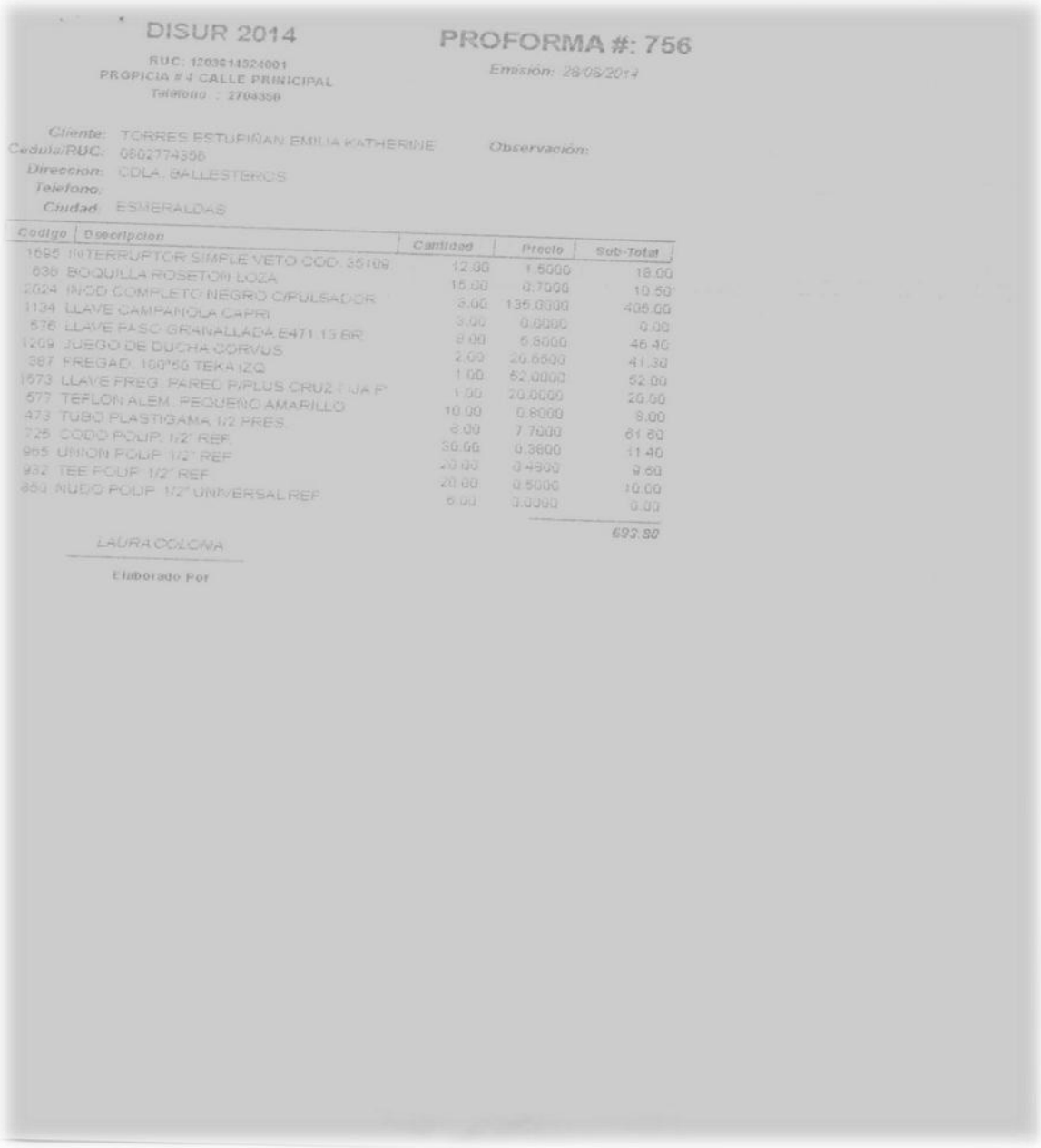
Observación:

Codigo	Descripcion	Cantidad	Precio	Sub-Total
269	CODO PLAST 4 * 90	6.00	3.4000	20.40
267	CODO PLAST. 3 * 90	6.00	2.4000	14.40
265	CODO PLAST. 2 * 90	6.00	1.2000	7.20
1274	CLAVO USO C/C 3 * 9 - LIBRA	10.00	1.0000	10.00
1273	CLAVO USO C/C 2 1/2 * 10 - LIBRA	20.00	0.7500	15.00
2056	CABLE SOLIDO # 10 CABLEC ROLLO	1.00	71.0000	71.00
483	CABLE SOLIDO # 12 INCABLE ROLLO	6.00	40.0000	240.00
442	CABLE SOLIDO # 14 INCABLE ROLLO	4.00	26.0000	104.00
264	CAJA TERMICA G.E. 4 A 6	1.00	18.0000	18.00
1189	BRAKER G.E. P/CAJA 30AMP	4.00	4.2000	16.80
1200	CINTA TENFLEX 3M" 3/4 20YDS	10.00	0.8500	8.50
259	CAJETIN RECTANGULR PLASTIG.	44.00	0.7000	30.80
258	CAJETIN OCTAGONAL PLASTIG	15.00	0.7000	10.50
1786	TOMAC DOBLE BLANCO VETO	32.00	1.5000	48.00
				614.60

LAURA COLOMA

Elaborado Por

PROFORMA # 3



DISUR 2014

RUC: 1203614324001
PROPICIA # 4 CALLE PRINICIPAL
Teléfono : 2704350

PROFORMA #: 756

Emisión: 28/08/2014

Cliente: TORRES ESTUPIÑAN EMILIA KATHERINE
Cedula/RUC: 0802774356
Direccion: CDLA. BALLESTEROS
Telefono:
Ciudad: ESMERALDAS

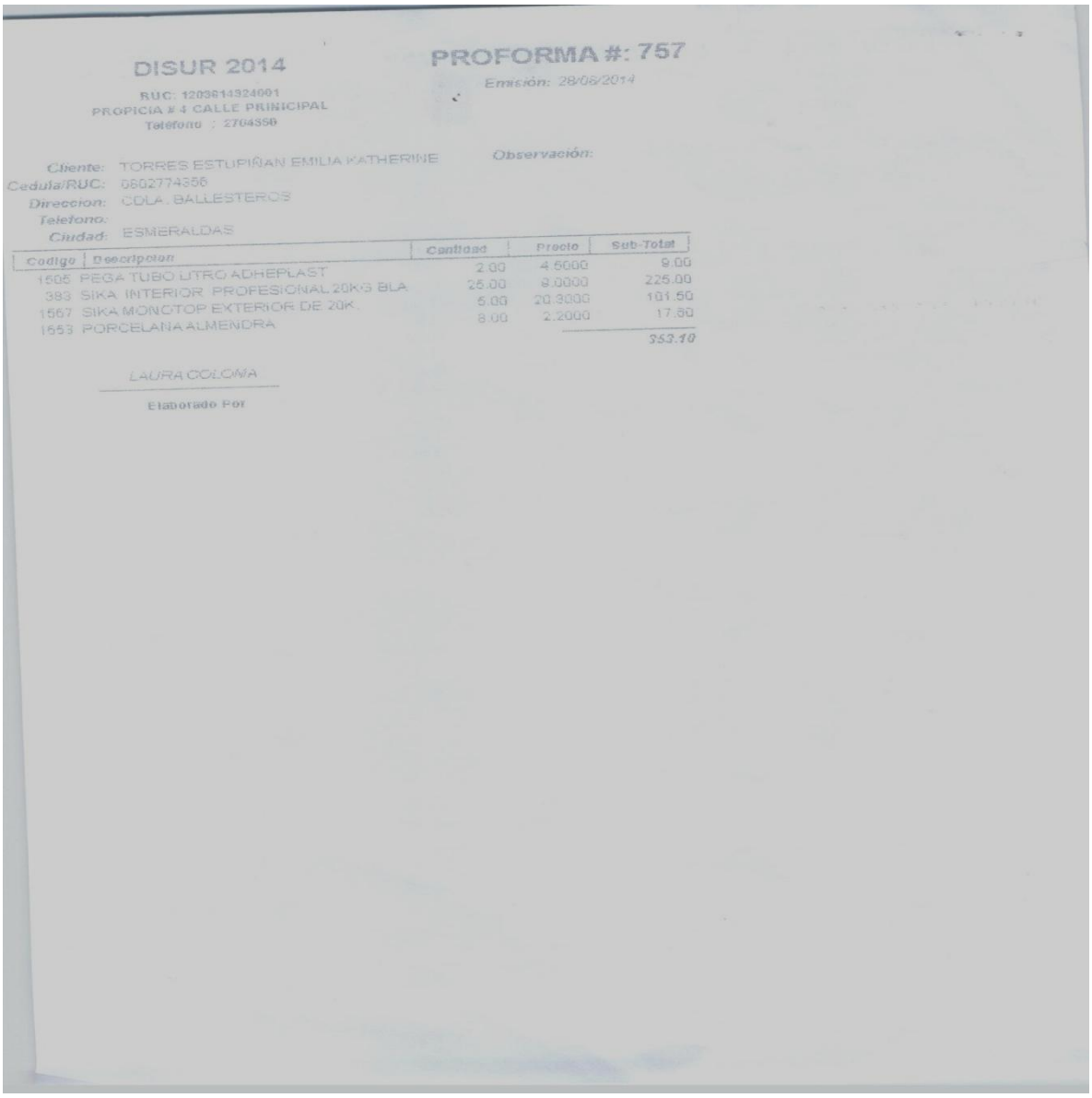
Observación:

Codigo	Descripcion	Cantidad	Precio	Sub-Total
1695	INTERRUPTOR SIMPLE VETO COD. 35109	12.00	1.5000	18.00
636	BOQUILLA ROSETON LOZA	15.00	0.7000	10.50
2024	INOD COMPLETO NEGRO C/PULSADOR	3.00	135.0000	405.00
1134	LLAVE CAMPANOLA CAPRI	3.00	0.0000	0.00
576	LLAVE PASO GRANALLADA E471.13 6R	8.00	5.8000	46.40
1209	JUEGO DE DUCHA CORVUS	2.00	20.6500	41.30
387	FREGAD. 100*50 TEKA IZQ	1.00	52.0000	52.00
1573	LLAVE FREG. PARED P/PLUS CRUZ T/JA P	1.00	20.0000	20.00
577	TEFLON ALEM. PEQUEÑO AMARILLO	10.00	0.8000	8.00
473	TUBO PLASTIGAMA 1/2 PRES.	8.00	7.7000	61.60
725	CODO POLIP. 1/2" REF.	30.00	0.3800	11.40
965	UNION POLIP. 1/2" REF	20.00	0.4900	9.80
932	TEE POLIP. 1/2" REF	20.00	0.5000	10.00
850	NUDO POLIP. 1/2" UNIVERSAL REF	6.00	3.0000	0.00
				693.80

LAURA COLCHA

Elaborado Por

PROFORMA # 4



DISUR 2014

RUC: 1203614324001
PROPICIA # 4 CALLE PRINICIPAL
Teléfono : 2704550

PROFORMA #: 757

Emisión: 28/08/2014

Observación:

Cliente: TORRES ESTUPIÑAN EMILIA KATHERINE
Cedula/RUC: 0802774356
Direccion: CDLA. BALLESTEROS
Telefono:
Ciudad: ESMERALDAS

Codigo	Descripcion	Cantidad	Precio	Sub-Total
1505	PEGA TUBO LITRO ADHEPLAST	2.00	4.5000	9.00
383	SIKA INTERIOR PROFESIONAL 20K/3 BLA	25.00	9.0000	225.00
1567	SIKA MONOTOP EXTERIOR DE 20K.	5.00	20.3000	101.50
1553	PORCELANA ALMENDRA	8.00	2.2000	17.60
				353.10

LAURA COLONA

Elaborado Por

PROFORMA # 5

teo's computer
TECNOLOGÍA SIN LÍMITES...

- ASESORÍA y ASISTENCIA TÉCNICA
- MANTENIMIENTO y REPARACIÓN DE EQUIPOS INFORMÁTICOS
- VENTA E INSTALACIÓN DE COMPUTADORES
- SOFTWARE REDES y PERIFÉRICOS

Esmeraldas, 26 de Agosto de 2014

Señores.
Emilia Torres Estupiñan
Ciudad.-

Por medio de la presente, ponemos a su consideración la propuesta de los computadores de escritorio por ustedes solicitados:

CANT	PRODUCTO	V.UNIT	V.TOTAL
3	Computadora Intel Core I3 3.40 Ghz	$ 620.54	$ 1,861.62
1	Cámara Digital Sony	$ 200.00	$ 200.00
		Subtotal	$ 2,061.62
Suman: Dos mil trecientos nueve , 01/100 USD		**Iva 12%**	$ 247.39
		Total	$ 2,309.01

CARACTERÍSTICAS

Case mini SLIM Quasad negro con fuente de poder 550W, Mainboard Biostar Procesador INTEL Core I3 3.00 Ghz, Disco Duro 500GB 7200 rpm SATA, Memoria RAM 4 GB DDR3 667Mhz, Dvd Writter LG 20X, Card Reader, Monitor de 20" LED LG, Teclado Multimedia, Mouse Óptico, Parlantes, Regulador de Voltaje, Cámara Web Cam, Impresora Canon MG 2410, Mesa de Computadora .

CONDICIONES GENERALES:
Forma de Pago: Contra entrega
Tiempo de Garantía: 12 (Doce) meses.
Validez de la oferta: 5 días
Por la atención que se digne dar a la presente, reiteramos nuestros sinceros agradecimientos.

Atentamente,

Ing. Teobaldo Cevallos Pacheco
PROPIETARIO.

Direccion: Espejo y Sucre Telf: 271 3885 RUC: 0801148404001

PROFORMA # 6

CORPORACION FAVORITA C.A. - 546 PUERTO GREEN Ruc: 1790016919001

COTIZACIÓN (Válida por 6 días)

No. de pedido: 546391424416145

Datos del cliente:

Documento: CI: 0802774356
Nombre: TORRES ESTUPINAN EMILIA KATHERINE
Teléfono: TD: SN - TT: SN - TC: SN
Email:

Datos del contacto:

SIN CONTACTO

Lugar y fecha: ESMERALDAS, 2014-09-01
Elaborado en: 546 - PUERTO GREEN
Teléfono local: 062705057
Administrador local: Leonardo Lopez.

Detalle del pedido (I: valor aplicado el IVA)

No	Código barras	Artículo	Cant.	Peso KG.	V.unit.	V.unit.IVA	Tot. bruto Inc. IVA	Tot. neto Inc. IVA
1	7702010310911	KLIN FABULOSO FLORAL, 1000 ml FCO31091, 12	1		1.69	1.89	1.89 I	1.89
2	7759185000376	ELITE P.H. CELESTE DOBLE HOJA, X 12 22m 380310, 4	1		2.86	3.20	3.20 I	3.20
3	7861000100366	PALAS DE BASURA., UNID IGLESIAS, 12	1		4.35	4.87	4.87 I	4.87
4	7861009100220	CABEZA ESCOBA POPULAR, und , 12	1		1.10	1.23	1.23 I	1.23
5	7861009100305	TUBOS PLASTIFICADO, und , 12	1		0.58	0.65	0.65 I	0.65
6	7861010902035	LA DURA FUNDAS DESPRENDIBLES, 23x30 X 20 , 50	1		2.16	2.42	2.42 I	2.42
7	7861010903155	LA DURA FUNDA, X20 (30X , 25	1		3.86	4.32	4.32 I	4.32
8	7861042520511	AK. CABEZA TRAPEADOR, und , 12	1		1.22	1.37	1.37 I	1.37
9	7861184995987	TACHO TUCKER BALANCE, 0 924650, 6	1		3.42	3.83	3.83 I	3.83
10	7862112290181	CLOROX REGULAR, 3800 ml 7862112290181, 3	1		3.52	3.94	3.94 I	3.94
							TOTAL A PAGAR:	27.72

(-) El descuento se aplica sobre el precio del artículo sin IVA

RESUMEN TRIBUTARIO

SUBTOTAL BRUTO SIN IVA: 24.76
(-)DESCUENTO: 0.00

SUBTOTAL NETO: 24.76
TARIFA 0%: 0.00
TARIFA 12%: 24.75
12% IVA: 2.97
COSTO FLETE: 0.00
TOTAL: 27.72

NOTAS:
1.- Los artículos que estan marcados con un (*) no tienen suficiente stock.
2.- Le recordamos que el archivo del beneficiario debe tener la siguiente información: Cédula, nombre, teléfono, local o dirección de domicilio, fecha de entrega.

OBSERVACIONES:

1.- El pago podra ser: efectivo, Ttrjeta de crédito, cheque, etc.
2.- En caso de efectuarse retención a la fuente deberá registrarse a nombre de Corporación Favorita C.A.
3.- Si se va a requerir la factura debe canjearse la nota de venta, acercandose a servicios al cliente y presentar el RUC y la razón social.
4.- La confirmación del cliente para surtir esta proforma, debe ser con un mínimo de 72 horas de anticipación.
5.- Al confirmar debe ser cancelado el valor total de la proforma.
6.- La mercadería está sujeta a disponibilidad.
7.- Al confirmar, el valor total de la proforma puede variar debido a un posible costo de flete si existen entregas a domicilio.
8.- Al confirmar, el valor total de la proforma puede variar si existen artículos de peso variable ya que estos se reservan con el peso medio y en el momento de ser pesados puede variar el costo.

PROFORMA # 7



FERRETERIA Y MATERIALES ELECTRICOS
ESTUPIÑAN
Estupiñan Rodriguez Omar Oliver
RUC 0801630500001
Dirección Avda Libertad 1517 y J. R. Coronel Telefax 062-460028
email: ferreteria_estupinan@live.com



FECHA: 26/08/2014
CLIENTE: KATHERINE TORRES ESTUPIÑÁN
CI: 080277435-6

P R O F O R M A

CANTIDAD	DETALLE	P/U	TOTAL
1	MEZCLADORA	2,475.00	2,475.00
1	VIBRADORA	825.00	825.00
1	APLANADORA MANUAL	1,995.00	1,995.00
1	BOMBA DE AGUA 20LITROS	30.00	30.00
6	CARRETILLAS	45.00	270.00
8	PALAS BELLOTAS	12.50	100.00
12	CAJONES METÁLICAS	50.00	600.00
3	COMBOS	13.25	39.75
4	MARTILLOS	6.00	24.00
2	CIZALLA MANUAL	26.00	52.00
1	EQUIPO DE NIVELACIÓN	139.50	139.50
2	BARRAS	17.00	34.00
2	ZAPAPICOS	12.00	24.00
5	BAILEJOS	12.60	63.00
			-
			-
			-

SUBTOTAL	5,956.47
IVA 12%	714.78
TOTAL	**6,671.25**

FORMA DE PAGO: **CONTADO**
Validez: 8 dias

FIRMA AUTORIZADA

OMAR ESTUPIÑAN R.
FERRETERIA ESTUPIÑAN
RUC. 0801630500001
ESMERALDAS - ECUADOR

PROFORMA # 8

COPYTEC
Líderes en actualización tecnológica

VENTA DE FOTOCOPIADORAS
NUEVAS DE PAQUETE Y REMANUFACTURADAS
Repuestos - Suministros - Servicio Técnico
R.U.C. 1715664437001

RAZON SOCIAL:	**COPYTEC**
R.U.C :	1715664437001
DIRECCIÓN:	Sucursal Esmeraldas Av. Colón 1403 y Salinas
CUENTA CORRIENTE:	# 3433887004, Banco de Pichincha.
TELEFONO:	062 452 174 / 0980601568

Señores: Emilia Katherine Torres Estupiñan
Ruc: 080277435-6
Presente.-

PROFORMA
PROFORMA FOTOCOPIADORA REMANUFACTURADA
MARCA RICOH MP 171



CANT	DETALLE	V/UNIT	V/TOTAL
1	Maquina Ricoh Aficio MP171 Printer, Scanner Fax 17 pag. x minuto		850.00
		SUBTOTAL	758.93
		I.V.A 12%	91.07
		TOTAL	850.00

- **30.000 COPIAS DE GARANTIA**
- **1 AÑO DE SERVICIO TECNICO**
- **8.000 PAG. POR TONER**

Atentamente.

R.U.C. 1715664437001
COPYTEC
FIRMA AUTORIZADA

Sra. Andrea Bravo
EJECUTIVA DE VENTAS
Sucursal – Esmeraldas.

Esmeraldas, 28 de Agosto del 2014

SANTO DOMINGO: 29 de Mayo y Cocaniguas Esq. Edificio Copytec. Tlf. 022765-769 / 022760-397
Suc: #1 ESMERALDAS: Av. Colón 1403 y Salinas Tlf. 062 452-174 Cel. 080601568 0980693556 correo electrónico cdaza@copytec.com.ec
Suc. #2 PUYO Calle Tnt. Hugo Ortiz y 27 de Febrero Tlf. 032889-752 correo electrónico oguajan@copytec.com.ec
Suc. #3 IBARRA Av. Cristóbal de Troya y Piedad Gómez Jurado Telf.: 062609-680 lchavez@copytec.com.ec
www.copytec.com.ec

PROFORMA # 10

MOBLICENTRO "INDUMASTER"
Arroyo Baquerizo Martha Tomasa
VENTA AL POR MAYOR DE MUEBLES DE OFICINA
Direc.: Calle Eloy Alfaro y Salinas
Telf.: 2452 172 / 0997 705 192 / 0997 177 388
Esmeraldas - Ecuador

R.U.C. 0802283598001
COTIZACIONES MANUALES
0003273

Día	Mes	Año
26	08	2014

Fecha:

Sr. (es): KATHERINE TORRES ESTUPIÑAN
RUC.: 0807774135-6 Telf.: 0988565862
Dirección: CIUDADELA BALLESTEROS VIA ATACAMES Guía de Remisión:

Cant.	DESCRIPCION	P. Unit.	T. de Venta
3	ESCRITORIO SECRETARIA 3 GAVETAS	230,00	690,00
2	SILLON GERENTE MALLA	120,00	240,00
10	SILLAS APILABLE	35,00	350,00
1	ARCHIVADOR VERTICAL DE 4 GAVETAS	250,00	250,00
2	PAPELERA DE 2 SERVICIOS	15,00	30,00
1	MESA DE REUNION PARA 6 PERSONAS	350,00	350,00
1	PIZARRA CON PEDESTAL 200X120X120	123,49	123,49

Son:

Sub Total $	2'033,49
Descuento	
IVA 0 % $	
IVA 12 % $	244,02
TOTAL $	2'277,51

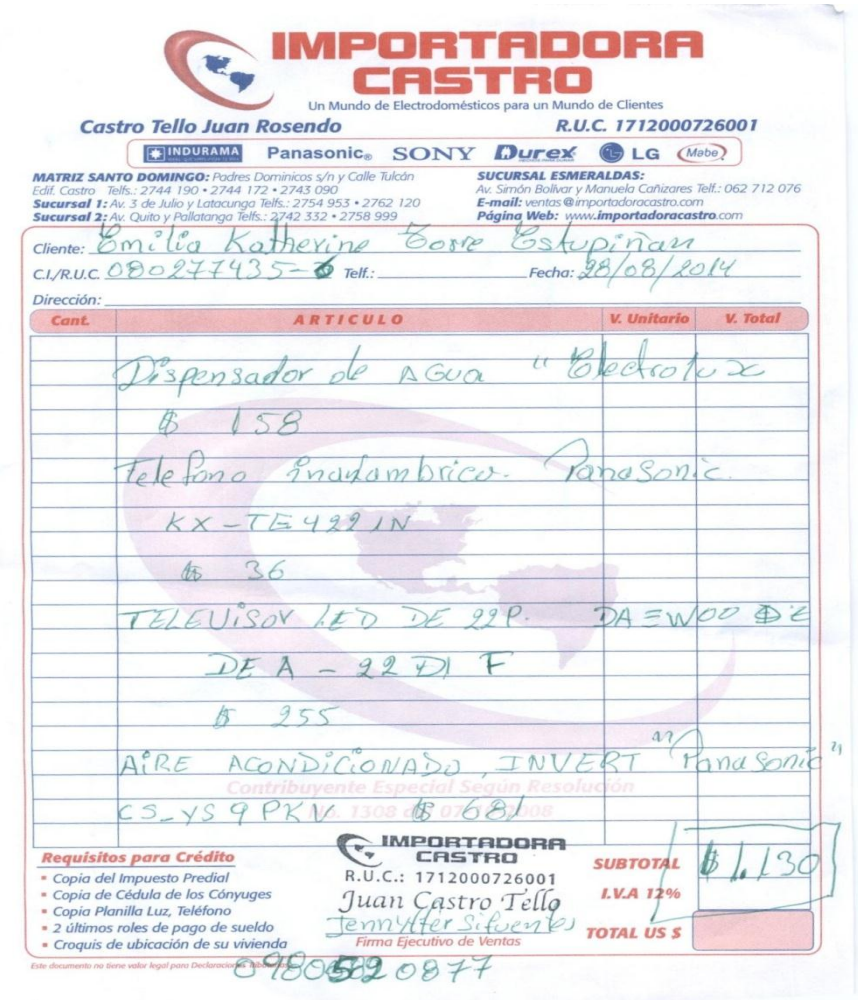
INDUMASTER
RUC: 0802283598001
ESMERALDAS - ECUADOR
Autorizado

Original: Adquiriente
Copia: Emisor

Pinillo Castillo Luis A. Imprenta El Prestigio DEL 3201 AL 3400 Telefax: 2452725

Lucia Quiñonez 0990181194 / 0986117820

PROFORMA # 11



IMPORTADORA CASTRO

Un Mundo de Electrodomésticos para un Mundo de Clientes

Castro Tello Juan Rosendo — R.U.C. 1712000726001

INDURAMA Panasonic SONY Durex LG Mabe

MATRIZ SANTO DOMINGO: Padres Dominicos s/n y Calle Tulcán
Edif. Castro Telfs.: 2744 190 • 2744 172 • 2743 090
Sucursal 1: Av. 3 de Julio y Latacunga Telfs.: 2754 953 • 2762 120
Sucursal 2: Av. Quito y Pallatanga Telfs.: 2742 332 • 2758 999

SUCURSAL ESMERALDAS:
Av. Simón Bolívar y Manuela Cañizares Telf.: 062 712 076
E-mail: ventas@importadoracastro.com
Página Web: www.importadoracastro.com

Cliente: Emilia Katherine Cosse Estupiñan
C.I./R.U.C. 080277435-6 Telf.: Fecha: 28/08/2014
Dirección:

Cant.	ARTICULO	V. Unitario	V. Total
	Dispensador de Agua "Electrolux		
	$ 158		
	Telefono Inalambrico. Panasonic.		
	KX-TG422IN		
	$ 36		
	TELEVISOR LED DE 22P. DAEWOO DE		
	DEA-22D1F		
	$ 255		
	AIRE ACONDICIONADO, INVERT Panasonic		
	CS-YS9PKV $ 681		

Contribuyente Especial Según Resolución 1308 [illegible] 07 [illegible] 008

Requisitos para Crédito
- Copia del Impuesto Predial
- Copia de Cédula de los Cónyuges
- Copia Planilla Luz, Teléfono
- 2 últimos roles de pago de sueldo
- Croquis de ubicación de su vivienda

IMPORTADORA CASTRO
R.U.C.: 1712000726001
Juan Castro Tello
Jennyffer Siguenza
Firma Ejecutivo de Ventas

SUBTOTAL	$ 1.130
I.V.A 12%	
TOTAL US $	

Este documento no tiene valor legal para Declaración de [illegible]

0980520877

PROFORMA # 13

Milton Astudillo ASERCO
SUCRE 408 Y SALINAS TEL :062452361 FAX:062453322
RUC: 1703677728001

PEDIDO
Nº 001001-14000924
FECHA: 06/10/2014

CLIENTE: TORRES ESTUPIÑAN EMILIO
CODIGO: 0802774356 0802774356
DIRECCION: CIUDADELA BALLESTEROS
TELEFONO: 0

VENDEDOR: 007 PILAR

Nº	CODIGO	DESCRIPCION	CANT.	UND	P. UNITARIO	DESC.	TOTAL
	1703001	INODORO ROMA ECON. FV E112-E BL	3.00	UND	58.14	3.00	169.19
	180514	LAVABO ROMA E213-9L C/PEDESTAL	3.00	UND	27.08	3.00	78.80
	1712069	LLAVE LAV. FIORI LEVER E2230/27L CR	3.00	UND	5.92	3.00	17.23
	1707028	SIFON/ACOPLE R.ACETAL 1 1/4" FV E240 RA 1 1/4" BL	3.00	UND	4.41	3.00	12.83
	1707003	DESAGUE R.ACETAL/REJILLA 1 1/4" FV E2460RA BLC	3.00	UND	2.86	3.00	8.32
	1707040	MANG.12" E275.02.03.00H C/LLAVE PASO INODORO FV	3.00	UND	3.73	3.00	10.85
	1707042	MANG.16" E269.20.03.00H C/LLAVE PASO LAV. FV	3.00	UND	4.33	3.00	12.60
	180597	TACO FISHER F -10	12.00	UND	0.05	0.00	0.60
	290108	PERNO TIRA FONDO 1/4 X21/2	12.00	UND	0.08	0.00	0.96
	1706176	LLAVE /PASO PESADA RED. 1/2" FV E471.04 BR	8.00	UND	9.74	3.00	75.58
	1706091	LLAVE /CAMPA C/DUCHA FIORI LEVER FV E479.120/27L CR	2.00	UND	24.69	3.00	47.90
	200305	FREGADERO TRAMONTINA 100X50 E&C.DER	1.00	UND	53.44	3.00	51.84

ELABORADO | APROBADO | RECIBI CONFORME

Total Prendas: 56.00
Observaciones:
VALIDEZ OFERTA 8 DIAS SALVO VENTA

TOTAL NETO:		486.70
DESCUENTO	*0.00 %*	*0.00*
I.V.A.	12.00 %	58.40
VALOR A PAGAR:		545.10

PROFORMA # 14



artefacta
facilita tu vida

Cotización

El presente documento no constituye comprobante de pago

Garantía TOTAL
Tranquilidad asegurada

Fecha: 28-08-2014 Nombre: GARCIA KATERINE TORRES GUALPUCAR

Dirección: OLMEDO Y MEJIA

Telf. oficina: Telf. casa:

Cédula: 080277435-6 Crédito ☐ Contado ☒ Tarjeta de Crédito ☐

Artículo	Marca / Modelo	Precio Oferta	Precio Contado
92558	DESECHADOR DE BASURA		
92843	TOCADOR PANASONIC		
92480	TV LED 24 PULGADAS	PRIMA	1,312.22
92201	A/A SPLIT SAMSUNG	9 BTU	

Vendedor:
Almacén:
Vigencia:

Total	1
Inicial	2
Saldo a financiar	3 (1-2)
Interés	4
Cuotas	
Total a pagar	(2+3+4)

ARTEFACTA
RUC. 1790

regalos en todas tus compras

PRECIOS Y CUOTAS INCLUYEN I.V.A. SUJETOS A CAMBIO SIN PREVIO AVISO

Llama gratis 1800 artefacta responde!

PROFORMA # 15

MADEKOR
VIA A QUININDE
RUC: 0800582116001

PEDIDO
Nº 001001-10000010
FECHA: 01/09/2014

CLIENTE: MORA VERA WILSON
CODIGO: 1309929063 1309929063
DIRECCION: Tolita 1
TELEFONO: 0

VENDEDOR: 006 BIRMANIA MORA

Nº	CODIGO	DESCRIPCION	CANT.	UND	P. UNITARIO	DESC.	TOTAL
	01.02.80	puertas para exteriores tableros 36mm color cerezo 210*100	2.00	UND	210.00	0.00	420.00
	01.02.78	puertas melamina 210*80 interiores	6.00	UND	165.00	0.00	990.00
	01.02.78	closet dormitorio mts cuadrador color a escoger	12.00	UND	200.00	0.00	2,400.00
	01.02.78	closet para cosina todo es en tableros tropicor resistente a la humedad y polilla excto las puertas de exteriores que son en laurel	6.00	UND	145.00	0.00	870.00

ELABORADO	APROBADO	RECIBI CONFORME

Total Prendas: 33.00
Observaciones:

TOTAL NETO:		4,680.00
DESCUENTO	0.00 %	0.00
I.V.A.	12.00 %	561.60
VALOR A PAGAR:		5,241.60

WILSON MORA
0985705558

PROFORMA
"MADECOR"
DIREC: CODESA VIA PRINCIPAL
TELFS: 2704 503 - 094717383
ESMERALDA - ECUADOR

PROFORMA # 16

MADEKOR
VIA A QUININDE
RUC: 0800582116001

PEDIDO
Nº 001001-10000011
FECHA: 01/09/2014

CLIENTE: TORRES ESTUPIÑAN KATHERINE
CODIGO: 0802774356 0802774356
DIRECCION: Cdla Ballesteros Via a Atacames
TELEFONO: 0

VENDEDOR: 006 BIRMANIA MORA

Nº CODIGO	DESCRIPCION	CANT.	UND	P. UNITARIO	DESC.	TOTAL
01.02.80	puertas para exteriores tableros 36mm color cerezo 210*100	2.00	UND	210.00	0.00	420.00
01.02.78	puertas melamina 210*80 interiores	6.00	UND	165.00	0.00	990.00
01.02.78	closet dormitorio mts cuadrador color a escoger	12.00	UND	200.00	0.00	2,400.00
01.02.78	closet para cosina todo es en tableros tropicor resistente a la humedad y polilla excto las puertas de exteriores que son en laurel	6.00	UND	145.00	0.00	870.00

ELABORADO	APROBADO	RECIBI CONFORME

Total Prendas: 33.00
Observaciones:
ESMERALDAS

TOTAL NETO:		4,680.00
DESCUENTO	0.00 %	0.00
I.V.A.	12.00 %	561.60
VALOR A PAGAR:		5,241.60

0999017625

PROFORMA
"MADECOR"
DIREC CODESA VIA PRINCIPAL
TELFS: 2704 503 - 094717383
ESMERALDAS - ECUADOR

"NOVOCENTRO ESMERALDAS"
RUC: 0201288305001
ESMERALDAS - ECUADOR
TODO EN MUEBLES Y TABLEROS

ANEXO # 6

FOTOGRAFÍAS DE PRIMERA ETAPA DE VIVIENDAS





