



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

**PLAN DE NEGOCIOS MODELO CORPORACIÓN FINANCIERA
NACIONAL (CFN) PARA MEJORAR LA GESTIÓN
EMPRESARIAL DEL PROYECTO DE VIVIENDA ÉBANO II EN
SAN NICOLÁS DE LAS ABRAS CIUDAD DE RIOBAMBA,
PROVINCIA DE CHIMBORAZO**

Trabajo de Titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

INGENIERA EN FINANZAS

AUTORA:

SILVANA NATHALY TUPIZA CHASIPANTA

Riobamba – Ecuador

2023



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

**PLAN DE NEGOCIOS MODELO CORPORACIÓN FINANCIERA
NACIONAL (CFN) PARA MEJORAR LA GESTIÓN
EMPRESARIAL DEL PROYECTO DE VIVIENDA ÉBANO II EN
SAN NICOLÁS DE LAS ABRAS CIUDAD DE RIOBAMBA,
PROVINCIA DE CHIMBORAZO**

Trabajo de Titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

INGENIERA EN FINANZAS

AUTORA: SILVANA NATHALY TUPIZA CHASIPANTA

DIRECTOR: Ing. JUAN ALBERTO ÁVALOS REYES, Ph.D.

Riobamba – Ecuador

2023

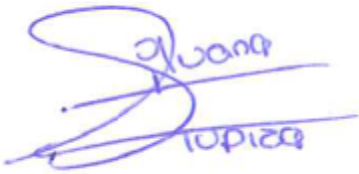
© 2023, **Silvana Nathaly Tupiza Chasipanta**

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, Silvana Nathaly Tupiza Chasipanta, declaro que el presente Trabajo de Titulación es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autora asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este Trabajo de Titulación; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 08 de febrero de 2023.



Silvana Nathaly Tupiza Chasipanta
C.I. 1719242578

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

El Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El Trabajo de Titulación; Tipo: Proyecto de Investigación, **PLAN DE NEGOCIOS MODELO CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL (CFN) PARA MEJORAR LA GESTIÓN EMPRESARIAL DEL PROYECTO DE VIVIENDA ÉBANO II EN SAN NICOLÁS DE LAS ABRAS CIUDAD DE RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**, realizado por la señorita: **SILVANA NATHALY TUPIZA CHASIPANTA**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Ing. Emilio Fernando Santillán Villagómez PRESIDENTE DEL TRIBUNAL		2023-02-08
Ing. Juan Alberto Ávalos Reyes, Ph.D. DIRECTOR DEL TRABAJO DE TRABAJO DE TITULACIÓN		2023-02-08
Ing. Luis Alberto Esparza Córdova ASESOR DEL TRABAJO DE TRABAJO DE TITULACIÓN		2023-02-08

DEDICATORIA

Este trabajo de titulación, quiero dedicarlo a mi padre, quien desde el cielo guio mi camino. A mi madre es mi pilar fundamental en mi vida, por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad a mis hermanos; por sus palabras de aliento para no darme por vencida y persistir por mis sueños, por su lucha diaria para que yo pueda culminar con mi carrera y lograr que mis sueños se cumplan. Todos mis logros se los debo y los dedico a ella, Dios le pague por todo Mamá te amo incondicionalmente.

Silvana

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por brindarme la sabiduría necesaria para afrontar cada uno de los retos que se me presentaron en mi vida para llegar al final de mi carrera universitaria. A mi Madre y Hermanos por nunca dejarme ser pilar fundamental. A mis docentes que contribuyeron a la elaboración de este proyecto de investigación, por su tiempo, compromiso y sabiduría.

Silvana

TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiii
RESUMEN.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
INTRODUCCIÓN.....	1

CAPÍTULO I

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	2
1.1. Planteamiento del problema.....	2
1.2. Formulación del problema.....	2
1.3. Sistematización del problema.....	2
1.4. Justificación.....	3
1.5. Objetivos.....	3
1.5.1. <i>Objetivo general</i>.....	3
1.5.2. <i>Objetivos específicos</i>.....	4

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL.....	5
2.1. Antecedentes de Investigación.....	5
2.2. Marco Teórico.....	7
2.2.1. <i>Plan de negocios</i>.....	7
2.2.2. <i>Etapas del plan de negocios</i>.....	7
2.2.3. <i>Objetivos del Plan de Negocios en la Economía de Mercado.</i>.....	8
2.2.4. <i>Estudios básicos de un plan de negocios</i>.....	9
2.2.4.1. <i>Estudio de mercado.</i>	9
2.2.4.2. <i>Estudio organizacional:</i>	9
2.2.4.3. <i>Tamaño y Localización</i>	9
2.2.4.4. <i>Estudio financiero.</i>	10
2.2.4.5. <i>Análisis e indicadores del plan de negocios</i>	10
2.2.5. <i>Gestión empresarial</i>.....	15
2.2.6. <i>Funciones de la gestión</i>.....	15

2.2.7.	<i>Finalidades</i>	16
2.2.8.	<i>Herramientas para la Gestión</i>	16
2.2.9.	<i>Procesos de gestión</i>	17
2.2.10.	<i>Ventaja en la gestión empresarial</i>	17
2.2.11.	<i>La Gestión Financiera</i>	18
2.3.	Marco conceptual	19
2.3.1.	<i>Orientaciones generales de la empresa</i>	19
2.3.2.	<i>Indicadores</i>	19
2.3.3.	<i>Rentabilidad</i>	19
2.3.4.	<i>Eficiencia</i>	19
2.3.5.	<i>Eficacia</i>	19
2.3.6.	<i>Economía</i>	20
2.3.7.	<i>Competitividad</i>	20
2.3.8.	<i>Estudio del mercado</i>	20
2.3.9.	<i>Organización y administración</i>	20
2.3.10.	<i>Estudio técnico del proyecto</i>	20
2.3.11.	<i>Aspectos financieros del proyecto</i>	20
2.3.12.	<i>Proyecciones financieras</i>	21
2.3.13.	<i>Evaluación financiera</i>	21

CAPÍTULO II

3.	MARCO METODOLÓGICO	22
3.1.	Enfoque e la investigación	22
3.1.1.	<i>Cualitativa.</i>	22
3.1.2.	<i>Cuantitativa.</i>	22
3.2.	Nivel de Investigación	23
3.3.	Diseño de la Investigación	23
3.3.1.	<i>Investigación exploratoria</i>	23
3.3.2.	<i>Investigación descriptiva</i>	24
3.3.3.	<i>Investigación explicativa.</i>	25
3.3.4.	<i>Población y Planificación, selección y cálculo del tamaño de la muestra</i>	25
3.4.	Muestra	25
3.5.	Tamaño de la muestra	26
3.6.	Métodos, técnicas e instrumentos de investigación	27
3.6.1.	<i>Métodos</i>	27
3.6.1.1.	<i>Inductivo</i>	27

3.6.1.2.	<i>Deductivo</i>	27
3.6.1.3.	<i>Analítico</i>	27
3.6.2.	<i>Técnicas o Instrumentos</i>	28
3.6.2.1.	<i>Entrevistas.</i>	28
3.6.2.2.	<i>Encuesta</i>	28
3.7.	Idea a defender	28

CAPÍTULO IV

4.	MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSION DE LOS RESULTADOS	29
4.1.	Resultados	29
4.2.	Discusión de resultados	37

CAPÍTULO V

5.	PROPUESTA	39
5.1.	Generalidades de la empresa	39
5.1.1.	<i>Principios Corporativos</i>	39
5.1.2.	<i>Estructura Organizacional</i>	40
5.1.3.	<i>Tecnología y los sistemas de información.</i>	41
5.1.4.	<i>Estudio del mercado</i>	41
5.1.5.	<i>Perfil del Cliente</i>	47
5.1.5.1.	<i>Nivel Socio-Económico</i>	47
5.1.5.2.	<i>Número de miembros en la familia</i>	48
5.1.5.3.	<i>Ingresos Familiares</i>	49
5.2.	Capacidad de Pago	49
5.2.1.	<i>Estrategia de precios y financiamiento</i>	50
5.3.	Análisis de la competencia	52
5.4.	Estudio técnico del proyecto	55
5.4.1.	<i>Fases del Proyecto</i>	55
5.4.1.1.	<i>Factibilidad</i>	56
5.4.1.2.	<i>Planificación</i>	56
5.4.1.3.	<i>Ejecución</i>	56
5.5.	Proceso de dirección del proyecto	56
5.5.1.	<i>Acta de constitución</i>	56
5.5.2.	<i>Alcance del proyecto</i>	57
5.5.3.	<i>Crear EDT (estructura de desglose de trabajo)</i>	57

5.5.4.	<i>Preparación del presupuesto</i>	57
5.5.5.	<i>Control de calidad</i>	57
5.5.6.	<i>Cierre</i>	57
5.5.7.	<i>Estrategia legal</i>	59
5.5.7.1.	<i>Trámite inicial</i>	59
5.5.7.2.	<i>Trámite de aprobación de planos</i>	59
5.5.8.	<i>Permiso de construcción</i>	60
5.5.9.	<i>Devolución del fondo de garantía</i>	60
5.5.10.	<i>Declaratoria de propiedad horizontal</i>	61
5.5.11.	<i>Permiso de habitualidad</i>	61
5.5.12.	<i>Costos e inversiones</i>	62
5.5.12.1.	<i>Costos e inversiones</i>	62
5.5.12.2.	<i>Costo del terreno</i>	62
5.6.	<i>Costos directos e indirectos</i>	68
5.6.1.	<i>Financiamiento</i>	81
5.6.2.	<i>Ingresos por ventas</i>	84
5.6.3.	<i>Flujo de caja</i>	85
5.7.	<i>Aspectos financieros del proyecto</i>	87
5.7.1.	<i>Evaluación Financiera</i>	87
5.7.2.	<i>VAN y TIR con financiamiento (aporte de capital mensual)</i>	87
5.7.3.	<i>Tasa de descuento</i>	87
5.8.	<i>Resultados financieros</i>	89
5.8.1.	<i>VAN y TIR flujo del proyecto neto</i>	89
5.8.1.1.	<i>Calculo del VAN</i>	89
5.8.1.2.	<i>Calculo del TIR</i>	90
5.8.1.3.	<i>Relación Beneficio Costo</i>	90
5.8.1.4.	<i>Sensibilidades del proyecto</i>	90
CONCLUSIONES		91
RECOMENDACIONES		92
BIBLIOGRAFÍA		
ANEXOS		

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-4:	Vivienda.....	29
Tabla 2-4:	Características de la vivienda.....	30
Tabla 3-4:	Importancia del Lugar de la vivienda	31
Tabla 4-4:	Rango de pago por una vivienda.....	32
Tabla 5-4:	Elección de la vivienda	33
Tabla 6-4:	Calidad de los productos	34
Tabla 7-4:	Fuentes de financiamiento	35
Tabla 8-4:	Crédito Oportuno	36
Tabla 1-5:	Sector de preferencia por nivel socioeconómico	45
Tabla 2-5:	Estudio de la Oferta-Nivel Socioeconómico.....	47
Tabla 3-5:	Número de miembros.....	48
Tabla 4-5:	Ingresos mensuales familiares	49
Tabla 5-5:	Precio/M ² y financiamiento.....	52
Tabla 6-5:	Precio/m ² y financiamiento	54
Tabla 7-5:	Cronograma valorado de ventas.....	55
Tabla 8-5:	Resumen del estado de los procesos de dirección	58
Tabla 9-5:	Resumen del estado de los procesos legales	62
Tabla 10-5:	Precio del terreno	63
Tabla 11-5:	Situación Inicial de Ebanó II.....	64
Tabla 12-5:	Presupuesto general de la construcción	69
Tabla 13-5:	Presupuesto general de la construcción	78
Tabla 14-5:	Cronograma valorado de obra y costos indirectos	79
Tabla 15-5:	Cronograma valorado de obra y costos indirectos	80
Tabla 16-5:	Porcentaje de inversiones.....	81
Tabla 17-5:	TABLA DE LA DEPRECIACION DE ACTIVOS.....	81
Tabla 18-5:	Amortización de la deuda	82
Tabla 19-5:	Precios.....	84
Tabla 20-5:	Ventas	85
Tabla 21-5:	Flujo de caja proyectos inmobiliarios nombre de persona natural o jurídica estado de flujo de efectivo mensual proyectado.....	86
Tabla 22-5:	Tasa de descuento - método CAPM.....	88
Tabla 23-5:	Calculo del VAN44.....	89
Tabla 24-5:	Cálculo de la TIR según fórmula	90
Tabla 25-5:	Relación beneficio costo	90

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1-5: Lugares esenciales de concentración de la población y crecimiento demográfico del Gad Riobamba.....	46
Figura 2-5: Ubicación del proyecto (vista aérea).....	47
Figura 3-5: Leganes II.....	53
Figura 4-5: BARÚ II.....	53
Figura 5-5: Mural Promocional.....	55

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1-4:	Vivienda.....	29
Gráfico 2-4:	Características de la Vivienda.....	30
Gráfico 3-4:	Ubicación de la vivienda.....	31
Gráfico 4-4:	Rango a pagar por una vivienda.....	32
Gráfico 5-4:	Rango a pagar por una vivienda.....	33
Gráfico 6-4:	Calidad de productos.....	34
Gráfico 7-4:	Fuentes de Financiamiento.....	35
Gráfico 8-4:	Crédito Oportuno	36
Gráfico 1-5:	Estructura Organizacional.....	40
Gráfico 2-5:	Estructura Organizacional.....	42
Gráfico 3-5:	Tenencia de vivienda	43
Gráfico 4-5:	Tenencia de vivienda	43
Gráfico 5-5:	Demanda potencial por nivel socioeconómico	44
Gráfico 6-5:	Sector de preferencia.....	45
Gráfico 7-5:	Preferencia de crédito según nivel socioeconómico	50
Gráfico 8-5:	Preferencia de crédito según nivel socioeconómico	50
Gráfico 9-5:	Tamaño de la vivienda (<i>Promedio m2</i>).....	51
Gráfico 10-5:	Tamaño de la vivienda (<i>Promedio m2</i>).....	51
Gráfico 11-5:	Porcentajes del costo del proyecto	68
Gráfico 12-5:	Ingresos y egresos acumulado.....	87
Gráfico 13-5:	Ingresos y egresos (flujo neto).....	89

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo diseñar el Plan de Negocios para lograr mayor eficiencia en la Gestión Empresarial del Proyecto de Vivienda Ébano II en San Nicolás de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo. Dedicada a la construcción, tienen inclinación de compra por parte de los docentes Universitarios (ESPOCH-UNACH), pertenecientes a la categoría socioeconómico medio alto. En la ejecución del plan de negocios para lograr mayor eficiencia en la gestión empresarial se utilizó una metodología con un enfoque mixto, es decir cualitativo y cuantitativo debido a que la orientación se centró en la comprensión del problema y objeto de estudio, ya que la observación fue naturalista en donde la empresa fue analizada interna y externamente y para la tabulación de los datos se realizó el análisis e interpretación, y como resultado nos muestran que los clientes de EVANO II califican la necesidad de una vivienda 38,55%, pero se tiene un grupo que lo califica como propietario de vivienda, situación que debe ser tomada en cuenta por los directivos de la empresa, por otro lado, indican que están satisfechos con la calidad del servicio de la empresa EVANO II en un 80%. Y se presentó la propuesta apuntada a la comercialización hacia un nivel socioeconómico medio y medio alto, en donde se estableció la promoción del proyecto que se realizó a través del diseño de un logotipo que identifique el proyecto, utilizando volantes, vallas publicitarias y revistas en la provincia. Se concluye que la industria de la construcción es uno de los pilares de la economía del sector productivo, por el número de empleos directos e indirectos, recomendando a la constructora Ébano el desarrollo de nuevos planes habitacionales, considerando los estatus de niveles económicos de la ciudad de Riobamba Ébano para familias estándar.

Palabras Claves: <PLAN DE NEGOCIOS>, <GESTIÓN EMPRESARIAL>, <VALOR ACTUAL NETO (VAN)>, <TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)>, <FINANCIAMIENTO>.



07-03-2023

0462-DBRA-UPT-2023

ABSTRACT

This research work aimed to design the Business Plan to achieve greater efficiency in the Business Management of the Ébano II Housing Project in San Nicolás in the city of Riobamba, province of Chimborazo. Dedicated to construction, they are inclined to purchase by university teachers (ESPOCH-UNACH), belonging to the medium-high socioeconomic category. In the execution of the business plan to achieve greater efficiency in business management, a methodology with a mixed approach was used, i.e. qualitative and quantitative, because the orientation was focused on understanding the problem and object of study since the observation was naturalistic where the company was analyzed internally and externally and for the tabulation of data analysis and interpretation was performed, The results show that EVANO II customers rate the need for housing at 38.55%, but there is a group that qualifies as homeowners, a situation that should be taken into account by the managers of the company, on the other hand, indicate that they are satisfied with the quality of service of the company EVANO II at 80%. And the proposal aimed at marketing to a medium and medium-high socio-economic level was presented, where the promotion of the project was established through the design of a logo that identifies the project, using flyers, billboards and magazines in the province. It is concluded that the construction industry is one of the pillars of the economy of the productive sector, by the number of direct and indirect jobs, recommending the construction company Ébano the development of new housing plans, considering the status of economic levels of the city of Riobamba Ébano for standard families.

Keywords: <BUSINESS PLAN>, <ENTERPRISE MANAGEMENT>, <NET present value (NPV)>, <INTERNAL RATE OF RETURN (IRR)>, <FINANCING>.



Lic. José Luis Andrade Mendoza, Mgs.

0603339334

INTRODUCCIÓN

El propósito del Plan de negocios es contribuir a lograr mayor aceptación en la gestión empresarial del proyecto de vivienda Ébano II San Nicolás de las Abras de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, es vital para saber la necesidad que tiene la constructora.

En base al diagnóstico e investigación realizada se debe propiciar y fomentar que en el plan de negocios solicitado por la corporación financiera nacional contendrá la normativa y orientación que ellos lo solicitaron de tal manera que este instrumento técnico integro las guías básicas para administrar eficientemente la constructora.

Por tal razón se crea la necesidad de diseñar un Plan de Negocios, que permita argumentar las ventas, competir y posesionarse en el mercado. El presente plan busca que los directivos conserven el modelo de gestión implementado y así contribuir el crecimiento y fortalecimiento administrativo y financiero.

Este trabajo orienta cuatro capítulos, un capítulo I involucra la revisión bibliográfica y conceptual que requiere la construcción de un plan de negocios y fundamentalmente su objetivo fundamental o propósito, en el capítulo II, se establece el marco metodológico, métodos, técnicas e instrumentos necesarios para la recolección de la información primaria, que sirve de orientadora para la construcción del capítulo III en el cual se orienta a la muestra de resultados, es decir se desenvuelven cada uno de los estudios requeridos en la construcción del plan, que buscan resolver en la empresa la carencia. IV se realiza una pequeña reseña y evaluación de la factibilidad, necesidad una inyección de un crédito para inyección del proyecto de la constructora.

CAPÍTULO I

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema

La inexperiencia en la construcción de planes de negocios por parte de la empresa Ébano II, nos deja ver la inexistencia de políticas entorno a la gestión empresarial, situación que no ayuda a mejorar la rentabilidad y gestión crediticia de este tipo de empresa, sin duda el no contar con una hoja de ruta sobre las operaciones, la organización de las personas, los recursos materiales y el conjunto de tareas que se llevaran a ejecución, así como la forma en que serán medidos los resultados, compromete tres aspectos esenciales de la gestión empresarial: el planear, ejecutar y evaluar las operaciones, que se traducen hoy en día en ineficientes y poco efectivas, situación que afecta directamente en el crecimiento sostenible de la organización y de seguir de esta manera no solo le afectará de forma directa a los trabajadores, sino de manera indirecta a quienes proveen la materia prima y a los consumidores de las viviendas que produce la empresa. Siendo necesario nuevas orientaciones del producto hacia el consumidor y nuevas inversiones que faciliten el posicionamiento de la marca Ébano II en el mercado local y regional.

, siendo necesario preguntarnos:

1.2. Formulación del problema

¿Cómo un Plan de Negocios modelo Corporación Financiera Nacional (CFN) influye en la gestión empresarial del proyecto de vivienda Ébano II en San Nicolás de las Abras ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo?

1.3. Sistematización del problema

La investigación se plantea las siguientes interrogantes:

¿Se cuenta con fundamentos teóricos necesarios para apoyar la elaboración del trabajo investigativo??

¿Es necesario conocer la situación actual en que se encuentra la empresa Ébano II??

¿Qué estudios se desarrollan en el plan de negocios modelo CFN??

1.4. Justificación

La realización de la presente investigación se justifica desde un **punto de vista teórico** se justifica, ya que la misma requiere la participación teórica y técnica de quienes estudian y colaboran con el desarrollo de los planes de negocios, siendo necesario la revisión de varios libros, escritos, virtuales para orientar el trabajo de forma efectiva.

Un punto de **vista metodológico** nos deja ver la necesidad de contar con una herramienta de apoyo para los emprendimientos, misma que nos permita identificar los factores que posibilitan el crecimiento de la empresa Ébano II, y nuevas posibilidades de estudios e investigación a través de ellos.

Desde un **punto de vista práctico**, la empresa “Ébano II”, contará con un conjunto estudios, mismos que permitirán agilizar procesos y lograr el crédito de la CFN deseado para la organización.

Se justifica el desarrollo de la presente investigación ya que es necesario en el cotidiano de Ébano II contar con una herramienta técnica de apoyo para lograr mayor eficiencia en la gestión empresarial, y de esta manera alcanzar la capacidad de disponer del talento humano y recursos físicos para **conseguir objetivo empresarial a corto plazo con el mínimo de recursos posibles**, a la vez que posibiliten el crecimiento sostenido de la empresa.

Desde una perspectiva de los beneficiarios directos (Personas que conforman la empresa “Ébano II”) el estudio les da la seguridad de continuar en el desarrollo de sus actividades empresariales, así como satisfacción en vivienda para los consumidores de los productos que se presentan al mercado.

1.5. Objetivos

1.5.1. *Objetivo general*

Diseñar el Plan de negocios para lograr mayor eficiencia en la gestión empresarial del proyecto de vivienda Ébano II en San Nicolás de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo.

1.5.2. *Objetivos específicos*

1. Establecer los fundamentos teóricos necesarios para la elaboración del Plan de negocios.
2. Elaborar un diagnóstico de la situación actual en que se encuentra la empresa Ébano II en San Nicolás de las abras ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo.
3. Crear un marco que permita identificar y promover el financiamiento de la Corporación Financiera Nacional, con ahorro de tiempo, y recursos.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

2.1. Antecedentes de Investigación

El trabajo de investigación realiza indagaciones puntuales sobre planes de negocios y gestión empresarial, variables fundamentales para un adecuado desarrollo del presente trabajo.

Un primer estudio revisado es el presentado por (Andrade, 2020. pág. 3), el mismo titula “Plan de negocios para lograr mayor eficiencia en la gestión empresarial de la empresa Maderal de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo.” En él se establece objetivos fundamentales como: Diseñar el Plan de negocios para lograr mayor eficiencia en la gestión empresarial, a través de un estudio de mercado de la empresa Maderal de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo. Desprendiéndose de los objetivos específicos:

4. Establecer los fundamentos teóricos necesarios para la elaboración del Plan de negocios, a través de la revisión Bibliográfica.
5. Desarrollar un estudio de mercado. Administrativo, técnico y financiero a través del desarrollo de indicadores que permitan el establecimiento de la factibilidad de dicho plan.
6. Presentar la propuesta del plan de negocios, a través del desarrollo de sus partes para que se mejore la eficiencia empresarial.

Al término de su trabajo se llega a las siguientes conclusiones:

1. Es necesario establecer los fundamentos teóricos necesarios para la elaboración de cualquier Plan, considerando la revisión Bibliográfica contemporánea que sustenta teorías, técnicas y estrategias que se pueden aplicar dentro de una investigación. El modelo que sirvió de guía en el presente trabajo investigativo es el de Flórez Juan, que contempla las etapas desarrolladas en el presente documento.
2. Es importante el desarrollo de un estudio de mercado, este nos ha permitido conocer que el 69% de la población utiliza madera en la construcción de sus viviendas, que el 86% de los consumidores considera que la madera brinda comodidad y confort por lo que están dispuestos a adquirir este producto, y que, a la población en su mayoría, 76%, le gustaría tener un servicio a domicilio de este bien, variables importantes para el impulso del plan propuesto.
3. El 97% de los ciudadanos del cantón Riobamba considera la importancia de los productos maderables siendo necesario para el desarrollo del negocio un conjunto de pasos lógicos en el

desarrollo del proyecto, a través de él se puede promover el desarrollo de la empresa, solo ha sido necesario desarrollar cada una de sus partes para ir en busca de una mejora de la eficiencia empresarial.

El trabajo presentado por (Cabezas, 2016, pág. 56), su título Diseño de un plan de negocios para la producción de licor de frutas elaborado mediante un proceso de maceración. En él, se fija varios objetivos: 1. Desarrollar un Estudio de Mercado para el licor de frutas en la ciudad de Riobamba, a fin de determinar los requerimientos del mercado, 2. Plantear un Estudio Técnico para la implementación de la planta de producción de licor de frutas, 3. Realizar un Estudio Económico – Financiero que determine la viabilidad del proyecto y 4. Efectuar un Estudio Organizacional y Legal para la constitución y funcionamiento de la empresa, objetivos con los cuales se pretende impulsar el negocio del licor de frutas, en él se llegan a las siguientes conclusiones:

- La idea considerada que el plan de negocios para la producción y comercialización de licor de frutas se la requiere por la menor inversión, en equipamiento y tecnología.
- La figura jurídica del negocio es un memorándum de entendimiento, el cual contiene cláusulas en las que se estipula los derechos y obligaciones de las partes, así como regula las actividades comerciales que se llevarán a efecto.
- De acuerdo al estudio comercial se proyectan ventas mensuales promediadas de \$4522.
- La planta de producción estará ubicada en el Cantón Guano, estará en la capacidad de atender la demanda existente en el mercado, con una producción mensual de 2300 unidades.
- La inversión necesaria para ejecutar el proyecto es de \$35.436,35 más la inversión existente valorada en \$25.000.
- El proyecto es viable, pues cumple con todos los índices que se exigen en un estudio.

Las mismas nos orientan sobre costos e inversiones, así como los ingresos que genera el plan y nos dan una perspectiva de cómo manejar la situación económica y la financiera de un plan de negocios.

En conclusión, los estudios recogidos orientan de manera adecuada el camino a través del cual EVANO II debe seguir adecuada y los estudios requeridos para que se transformen en una herramienta para orientar nuevas inversiones entorno al negocio de la vivienda razón de ser de la empresa.

2.2. Marco Teórico

2.2.1. Plan de negocios

Según el autor Juan Flórez, el plan de negocios es el documento donde se plasman los objetivos, procesos y proyecciones de una idea o iniciativa empresarial. Es importante porque sirve para evaluar la rentabilidad económica, la responsabilidad social, la viabilidad operativa y la sostenibilidad ambiental de un negocio. (Flórez, 2016)

El plan de negocios es un plan empresarial que se realiza cuando se tiene intención de iniciar un negocio o una compañía. En ese caso, se emplea internamente para la administración y planificación de la empresa. Este plan puede ser una representación comercial del modelo que se seguirá. Reúne la información verbal y gráfica de lo que el negocio es o tendrá que ser. También se lo considera una síntesis de cómo el dueño de un negocio, administrador, o empresario intentará organizar una labor empresarial y llevar a cabo las actividades necesarias y suficientes para que tenga éxito. El plan es una explicación escrita del modelo de negocio de la compañía a ser puesta en marcha. (Nápoles, 2007).

2.2.2. Etapas del plan de negocios

Una estructura o formato usual en el desarrollo de un plan de negocios, está compuesto por las siguientes etapas: (Flórez, 2016).

1. Resumen del negocio.
2. Estudio de mercado.
3. Estudio técnico.
4. Estudio de la inversión.
5. Estudio de los ingresos y egresos.
6. Estudio financiero.

Etapas, que nos permiten señalar datos básicos del negocio, así como un resumen del plan en si (de las etapas que lo conforman), por lo que se debe desarrollar en secuencia cada una de las etapas propuestas por el autor.

El Autor (Nápoles, 2007) considera que, en la etapa inicial de un plan de negocios, además de los datos básicos del negocio, debemos mostrar una sola lectura de lo qué trata el proyecto, en ella debemos señalar:

- a) Los datos principales del negocio: el nombre del proyecto o empresa, su ubicación, el tipo de empresa, etc.
- b) La descripción del bien o servicio que brindaremos.
- c) La idea de la necesidad u oportunidad del negocio: cuáles son las principales razones que justifican la propuesta del negocio, por qué hemos escogido este negocio, por ejemplo, debido a alguna necesidad insatisfecha, a alguna ventaja competitiva que tengamos y queramos aprovechar, etc.
- d) Las características innovadoras o diferenciales de nuestro bien o servicio: qué vamos a ofrecer que sea innovador, novedoso y que nos va a permitir diferenciarnos de nuestros competidores.

Por todo lo anterior, podemos decir que un plan de negocios es una herramienta que facilita demostrar la viabilidad de la idea de negocio y facilita conseguir financiamiento.

2.2.3. *Objetivos del Plan de Negocios en la Economía de Mercado.*

El Plan de Negocios tiene como objetivo ayuda a alcanzar un conocimiento amplio y objetivo de la empresa o la actividad que pretende poner en marcha. Al mismo tiempo encontrar socios o servir de base para convencer a estos del mérito del proyecto y conseguir reunir los recursos y capacidades necesarias para poner en marcha el plan, y de esta manera obtener el financiamiento para ejecutar el negocio. (Nápoles, 2007).

El estudioso en esta materia Pedro Nueno propone un posible índice del Plan de Negocios, el cual detallamos a continuación:

- 1-Resumen ejecutivo.
- 2-Concepto del negocio.
- 3-La nueva empresa en su sector.
- 4-El producto y su posible potenciación con productos o servicios relacionados.
- 5-Tecnología.
- 6-El mercado y la competencia.
- 7-Personal. Plan de incorporación de personas. Perfiles, motivación y retención.
- 8-Aspectos económicos. Previsión de Cash - Flow. Rentabilidad.
- 9-Gestión de la empresa. Responsabilidad de cada actividad y medios de control.
- 10-Plan detallado de lanzamiento de la empresa. Contingencias principales y coberturas. (Nápoles, 2007)

2.2.4. Estudios básicos de un plan de negocios

2.2.4.1. Estudio de mercado.

El estudio de mercado es más que el análisis y determinación de la oferta y demanda o de los precios del proyecto. Muchos costos de operación pueden preverse simulando la situación futura y especificando las políticas y procedimientos que se utilizarán como estrategia comercial. Pocos proyectos son los que explican, por ejemplo, la estrategia publicitaria, la cual tienen en muchos casos una fuerte repercusión, tanto en la inversión inicial, cuando la estrategia de promoción se ejecuta antes de la puesta en marcha del proyecto, como en los costos de operación, cuando se define como un plan concreto de acción” (Sapag & Sapag, 2014)

El estudio de mercado básicamente tiene que ver con la descripción del producto o servicio en su ámbito general, producto, usos, oferta, demanda, canales de distribución y marketing.

2.2.4.2. Estudio organizacional:

Hace referencia a la definición de misión, visión, objetivos, que se pretenden alcanzar con el desarrollo del proyecto, aquí se aplican conceptos de planificación estratégica, que nos permiten definir las fortalezas, debilidades y amenazas del estudio que se está realizando.

Este estudio contempla el organigrama estructural, niveles jerárquicos, definición de áreas, procesos de selección de personal, manual de funciones y aspectos básicos sobre higiene y seguridad industrial.” (Flórez, 2016).

2.2.4.3. Tamaño y Localización

Juan Flórez en su obra Plan de Negocios para pequeñas empresas considera importante el estudio del tamaño del proyecto y manifiesta que se debe mantener presente algunas consideraciones que incide en la definición de su tamaño. A continuación, se incluyen alguno de ellos:

- **Tamaño y mercado:** La magnitud del mercado es uno de los aspectos que es preciso considerar al estudiar el tamaño del proyecto. La preocupación estará en torno a la estimación del tamaño más apropiado para el proyecto, por tanto, habrá de tener en cuenta el comportamiento de la demanda en su relación con el ingreso, los precios, los cambios en la distribución geográfica del mercado, la distribución geográfica, la estratificación de la población y los costos unitarios propios del proyecto.

- **Tamaño, costos y aspectos técnicos:** Los costos del proyecto están estrechamente ligados a la definición del tamaño. Si la capacidad de producción se incrementa, los costos fijos unitarios decrecen, y por lo tanto los costos unitarios totales, además se pueden manifestar economías de escala, que mejora la relación, tamaño-costo.
- **Disponibilidad de insumos y servicios públicos:** Dimensionar el mercado de insumos y asegurar el suministro permanente de los mismos en términos de precios, calidad y cantidad.
- **Tamaño y localización:** De acuerdo con la dispersión geográfica de la demanda, se fracciona la empresa en unidades ubicadas estratégicamente, en donde cada unidad es autónoma en la prestación del servicio, pero dependiente de una organización matriz.
- **Tamaño y financiamiento:** Tener en cuenta los recursos financieros disponibles, tanto internos como externos, para analizar si permiten seleccionar entre varios tamaños alternos, escogiendo aquellos que permitan cubrir sus costos mínimos. (Flórez, 2016).

2.2.4.4. *Estudio financiero.*

En la realización de la parte financiera del plan de negocios y con el objeto de tener los estados financieros proyectados, balance general, balance de resultados, y flujo de efectivo, se hace necesario realizar las proyecciones de ventas, materias primas, compras, presupuesto de personal presupuesto de costos y gastos operacionales, tabla de depreciaciones y financiación del proyecto con las proyecciones propuestas, elementos que nos permitirán obtener los estados de resultados, a la vez dar paso al flujo de efectivo indispensable para la evaluación financiera correspondiente. (Flórez, 2016).

2.2.4.5. *Análisis e indicadores del plan de negocios*

Los indicadores a calcular como el Punto de equilibrio, Valor presente neto (VPN), Tasa interna de retorno (TIR), Tasa interna de retorno modificada (TIRM), Relación Beneficio/Costo, Período Promedio de Recuperación de la Inversión (PPRI) y Valor Económico Agregado (EVA).

Para la (CFN,2020) El Plan de Negocios es aquel documento que esquematiza de manera clara la información necesaria para conocer si el nuevo negocio o la ampliación de la actividad productiva va ser exitosa y rentable. Uno de los errores frecuentes en estas iniciativas es no vislumbrar resultados alcanzables. Es imprescindible identificar las fortalezas y las necesidades para no incurrir en el desperdicio de recursos.

OBJETIVO: La Corporación Financiera Nacional se encuentra empeñada en crear una cultura de elaboración de Plan de Negocios o Proyectos, a fin de que el potencial cliente desarrolle los

escenarios más probables con todas sus variables, facilitándole para esto herramientas que faciliten un análisis integral y una presentación a otras entidades involucradas en el negocio como son: los inversionistas, bancos, proveedores, clientes, etc.

Para emprender un negocio exitoso no basta con buenas intenciones, hay que tener una guía profesional, o sea, un buen plan de negocios ya que las ideas en abstracto pueden ser geniales, pero si no se tiene claro cómo transformarla en realidad pueden no encontrar apoyo, de esta manera este documento se convertirá en una guía y base para concretar el inicio de operaciones de su propia empresa o la expansión de su negocio que le permita operar de manera eficiente, preservando su patrimonio, y optimizando recursos que aumenten su rentabilidad. El cliente deberá contar con una idea clara de proyecto y la determinación de invertir, talento, tiempo y recursos, para llevarla a cabo en forma exitosa. De ahí la necesidad para los micro y pequeños empresarios de contar con un plan básico y un proyecto de inversión. Existen siete pasos para hacerlo, aunque éstos pueden ajustarse según la complejidad de cada unidad de negocio.

1. Descripción del Negocio Es la información básica de la empresa y debes incluir tu visión y misión corporativas, quién eres, qué ofrecerás, qué necesidades de mercado intentarás satisfacer y por qué es viable tu idea comercial.
2. Nichos de Mercados Deseados Debes tomar en consideración qué tipo de proyecto va a ser desarrollado, es una de las partes más importantes y hay que tomar en cuenta el tamaño actual y las tendencias del mercado. Una vez que el nicho este definido descríbelo mediante la geografía, la dimensión de la empresa, la organización del negocio, el estilo de vida, el género, la edad, ocupación y demás características necesarias para retratar a las empresas o consumidores que probablemente compren tu producto o utilicen tu servicio.
4. Posicionamiento del Negocio: Esto constituye la identidad de la empresa en el mercado, es la forma en que deseas que el mercado y la competencia perciban tu producto o servicio. Es importante hacerse las siguientes preguntas. ¿Qué hace que tu producto o servicio sea único? ¿Qué necesidades del cliente cubre? ¿Cómo deseas que la gente perciba los productos y servicios? ¿Cómo se posiciona la Competencia? Si el proyecto es nuevo, debes realizar un estudio de mercado, a fin de saber si va a generar un impacto en el mismo y si es nuevo debes considerar las proyecciones de oferta y demanda, para de igual forma poder incorporar en el proceso productivo activos fijos que logren la consecución de este objetivo.
5. Competencia: Esta indica si los productos y servicios son adecuados para el entorno competitivo. Si la incluyes, demostrarás que entiendes la industria y estás preparado para hacer frente a algunos de los obstáculos que encontrará la empresa. Describe brevemente las principales compañías de la competencia. La evaluación debe incluir comentarios sobre los

modos en que estas satisfacen y no las necesidades de los clientes. Explica por qué se piensa que las empresas pueden obtener una participación en el mercado.

6. Costo de Producción y Desarrollo: En esta parte el presupuesto entra en acción. Deberás incluir el costo del diseño del prototipo y los gastos de su producción. Asegúrate de incluir mano de obra. Cuando planifique los costos de un plan de contingencia que mencione que ocurriría si hubiera problemas como retrasos, dificultades para cumplir con los estándares de la empresa, errores, etc.
7. Ventas y Marketing: Describe tanto la estrategia como las tácticas que emplearas para lograr que los clientes compren tus productos. Las ventas y la comercialización son los eslabones débiles de muchos planes de negocios, de modo que es importante que les dediques todo el tiempo que sea necesario. Una sección sobre ventas y comercialización sólidamente preparada puede servirte como hoja de ruta. También les aseguras a los posibles inversores que tienes un plan viable y los recursos necesarios para promover y vender tus productos y servicios.
8. Fortalezas Gerenciales: Un buen equipo gerencial es capaz de tomar decisiones. Este apartado del plan de negocios se refiere a la dirección de la empresa que debe mostrar claramente que el equipo que formaste o formarás, es un equipo ganador. Es esencial que cada integrante tenga el talento y la experiencia pertinente para el negocio.

Con estos antecedentes, se facilita la elaboración de tu plan de negocios y se procede con los siguientes pasos:

Datos Generales de la Empresa Resumen Ejecutivo: Este es un breve análisis de los aspectos más importantes del proyecto, va antes de la presentación y es lo primero o a veces lo único que lee el receptor del proyecto, por lo tanto, en pocas palabras se debe describir el producto o servicio, el mercado, la empresa, los factores de éxito del proyecto, los resultados esperados, las necesidades de financiamiento y las conclusiones generales. Con este resumen, lo que se busca es que capte por sí mismo la atención del lector y motivarlo a aprender más acerca del proyecto asegurándole con ello una junta. De preferencia el resumen debe presentarse en una página, pero si dos, no debe ser todo texto. Presentación Nombre de la Empresa Dirección donde se ubicará la Empresa Teléfono: Correo Electrónico: Página Web: Fecha de Elaboración (del proyecto) Planificación Estratégica Consideraremos que el tema de la planificación estratégica, es un conjunto de elementos que ayudarán al participante a establecer la dirección de la empresa, o a elaborar el mapa de ruta para lograr los objetivos planteados, es decir realizarás el análisis de la situación actual con proyección a los nuevos objetivos. Para esto utilizaremos varios direccionadores como: Misión, Visión, FODA (Fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas). Al finalizar, este tema el participante ampliará sus conocimientos sobre como apoyarse en las fortalezas y como corregir

las debilidades que influyen en su negocio, así como también como tomar las oportunidades que nos brinda el exterior para evitar amenazas que sean perjudiciales para el negocio.

Asignación Administrativa al participante se le recomendará organizarse en cuanto a la estructura necesaria para la sistematización nacional de los recursos, mediante la determinación de jerarquías, disposición, correlación y agrupación de actividades, con el fin de realizar y simplificar las funciones del grupo social, para lo cual se le impartirá los conceptos generales como: Al conocer las generalidades sobre un organigrama, el participante podrá incorporar el más adecuado a su negocio o empresa: Su organigrama será específico en función a las actividades que desarrolle, puede ser funcional para empresas industriales, por producto para las empresas fabricantes de diversas líneas de productos, geográfica o por territorios para ventas regionales, por clientes se aplica en empresas comerciales, por proceso o equipo se aplica en la industria, por secuencia es utilizada en empresas productoras que trabajan sin interrupción los tres turnos.

Planificación Legal Estructura Legal del Negocio (Normas sanitarias, aranceles, sistema tributario) Hoy en día, las empresas se pueden clasificar por su actividad, por su finalidad, por la naturaleza de su capital, por la composición del capital, por su tamaño y por su estructura legal, específicamente vamos a centrarnos en el tema legal, con el fin de que el participante en la puesta en marcha de un negocio y su posterior desarrollo vayan adquiriendo una serie de obligaciones de tipo legal. Es importante indicar, que la empresa tarde o temprano deberá contratar terceras personas para el desarrollo de sus actividades, es ahí donde aparece la relación laboral de la empresa con sus trabajadores o con proveedores de bienes o servicios. Para lo cual haremos énfasis en:

Estructura Legal Cómo se constituirá la empresa: Negocio unipersonal Corporaciones Socios Cuántas personas se conformarán como socios Qué participación tendrán dentro de la empresa Sistema Tributario y Legal Es necesario que conozca los instrumentos de política fiscal, para fomentar el ahorro e inversión. Es imprescindible también que investigue a nivel nacional e internacional si fuera el caso, los impuestos para la producción y comercialización de productos, así como las exenciones, si las hubiera, y los requisitos legales mínimos para operar (RUC, patentes, permisos). Se sugiere investigar en el Sistema de Rentas Internas SRI.

Normas Sanitarias Es necesario para la definición de las estrategias, investigar sobre aspectos relacionados con las normas sanitarias. Las autoridades sanitarias en cada mercado suelen determinar normas mínimas de calidad y sanitarias (permisos) que necesitan las empresas para comercializar sus productos/servicios. Es importante, por lo tanto, que el empresario investigue aspectos relacionado con este tema, el cumplimiento de las normas sanitarias establecidas por el

ente competente y la protección de la comunidad, son responsabilidad de cada uno de nosotros, de esta manera puede evitar los efectos que conlleva el incumplimiento de la normatividad y puede actuar en forma oportuna. Aranceles, mecanismos y permisos de exportación Se debe conocer, si existen sistemas de preferencias arancelarias, tasas y mecanismos de comercialización para productos orientados a satisfacer necesidades de mercados internacionales. El participante deberá conocer que los aranceles de exportación es uno de los menos empleados a diferencia de los de importación y los de tránsito, ya que las mercancías exportadas deberán quedar exentas de todo tipo de derecho arancelario, en todo caso un arancel de exportación determina un derecho arancelario para los productos exportados.

Planificación Técnica Aspectos tecnológicos del proyecto Para poder satisfacer los requerimientos del mercado, la tecnología deberá tener acceso a materia prima de buena calidad y en la cantidad necesaria para que por medio de maquinaria, equipo y procesos que brinden los productos esperados, satisfacer normas de calidad y sanidad que el mercado exige. **Selección de la Tecnología** El tipo de tecnología a usar determina el tipo y cantidad de equipo que se debe adquirir. La tecnología a adquirir debe cumplir con todos los requerimientos que el estudio de mercado haya determinado como cruciales en el proyecto. También debe considerarse disponibilidad de maquinaria, insumos, infraestructura y servicios. **Análisis de la capacidad de planta.** Esta capacidad se expresa en términos de cantidad de material de entrada procesable por unidad de tiempo. Esta información, en el caso de máquinas y equipos, puede ser suministrada por los fabricantes o distribuidores del equipo. En el caso de operaciones manuales, hay que recurrir a observaciones en la misma planta o a experiencias de otras fábricas similares. **Costo de Mantenimiento** El programa de mantenimiento es un costo del proyecto y por lo menos deberá considerarse de un 2 a un 5% del costo de los edificios, instalaciones, maquinaria y equipo para cubrir los gastos del programa de mantenimiento. Este deberá ser descrito de manera clara, incluyendo periodicidad, es decir, cómo y cuándo se llevará a cabo. **Sistemas de Control de Calidad** dentro de un sistema de producción la calidad tiene mucha importancia, exige un control continuo. De materia prima, materiales de empaque, operación de preparación del producto, tratamiento, control de calidad producto terminado). **Inspección durante el proceso de producción,** la inspección se planifica antes de las operaciones que son costosas, irreversibles o que pueden ocultar errores. De esta manera se evitan gastos considerables si se eliminan las unidades defectuosas antes de que pasen a otros procesos. **Planificación Ambiental Permisos Ambientales, Municipales y de los Bomberos** **Planificación Financiera Plan de inversión Flujos de Cajas** **Proyectado**

2.2.5. *Gestión empresarial*

Para llevar adelante el trabajo de titulación, es necesario tener claridad todas las variables, así como en el conjunto de conceptos y métodos de la presente variable que son indispensables para llevarlo adelante.

Según (Ortiz, Albert., 2005) Gestión empresarial es, “el enfoque de planeación y control de recursos”. Proviene del italiano que significa modelo a su vez este tiene como concepto que es la acción de gestionar o de administrar recursos para obtener resultados positivos o negativos. Por lo tanto, gestionar es hacer diligencia o una acción en favor de un negocio o empresa.

En la gestión influye también muchas variables de la administración como son el organizar dirigir y controlar los procesos para resolver el asunto en el cual este inmerso o se necesite de gestionar.

La Gestión empresarial es el proceso de planificar, organizar, ejecutar y evaluar una empresa, lo que se traduce como una necesidad para la supervivencia y la competitividad de las pequeñas y medianas empresas a mediano y largo plazo.

La gestión funciona a través de personas y equipos de trabajo para lograr resultados. Cuando se promociona a una persona dentro de una empresa, es necesario que también se promocionen también sus responsabilidades y no caer en ciclos sin sentido donde las mismas personas hacen las mismas cosas todo el tiempo.

2.2.6. *Funciones de la gestión*

La gestión empresarial se basa principalmente en cuatro funciones según (Pedro Rubio Domínguez, 2015) que son:

- Planificación: se utiliza para combinar los recursos con el fin de planear nuevos proyectos
- Organización: donde se agrupan todos los recursos con los que la empresa cuenta, haciendo que trabajen en conjunto
- Dirección: implica un elevado nivel de comunicación de los administradores hacia los empleados, para crear un ambiente adecuado de trabajo, para aumentar la eficiencia del trabajo.
- Control: este podrá cuantificar el progreso que ha demostrado el personal. (Rubio, 2015).

2.2.7. Finalidades

Anteriormente la gestión era vista como la función de satisfacer las expectativas de los propietarios de ganar dinero. Pero en la actualidad ha cambiado esa perspectiva, desde la competencia y la función de la oferta en el mercado.

Se dice que mientras más tecnología exista, más amplio será el campo de la gestión, sin embargo, la automatización, la informática, las nuevas tecnologías de la información y la comunicación y las expectativas de la sociedad han puesto en descubierto las carencias que tienen los directivos dentro de las empresas.

2.2.8. Herramientas para la Gestión

Según (Rubio, 2015) la gestión, al igual que muchas otras funciones dentro de la empresa, se basa en cuatro herramientas principales otorgadas por Eco negocios, que son:

- Plan de negocios
- Estructura del negocio
- Contabilidad
- Lista de comprobación

A continuación, se describen brevemente cada una de las anteriores herramientas, para su fácil comprensión y asimilación:

- **Plan de negocios:** Un plan de negocios es una serie de actividades relacionadas entre sí para el comienzo o desarrollo de una empresa o proyecto con un sistema de planeación tendiente a alcanzar metas determinadas. El plan define las etapas de desarrollo de un proyecto de empresa y es una guía que facilita la creación o el crecimiento de la misma.
- **Estructura del negocio:** La estructura de negocios se refiere directamente a las responsabilidades que le corresponden a cada persona dentro de una empresa y los tipos y estructuras de negocios que se establecen regularmente, tales como: propiedad individual, sociedades, limitada y corporaciones.
- **Contabilidad:** El uso de la contabilidad dentro de la gestión es muy importante, es por eso que el gestor, deberá tener altos conocimientos de contabilidad, para poder llevar a cabo sus funciones como gestor.
- **Lista de comprobación:** Esta herramienta elaborada en forma de cuestionario por la Agencia Federal para el Desarrollo de la Pequeña Empresa es una guía, que sirve para ayudarle a

preparar un plan de negocios completo y para determinar si sus ideas se pueden realizar, y así convertir sus sueños en realidades.

Por lo tanto, un modelo de gestión es un esquema de referencia para la administración de una entidad. Los modelos de gestión pueden ser aplicados tanto en las empresas y negocios privados como en la administración pública y recae básicamente en el campo administrativo y el campo financiero.

2.2.9. *Procesos de gestión*

La Gestión por Procesos es la forma de gestionar toda la organización basándose en los Procesos. En teniendo estos como una secuencia de actividades orientadas a generar un valor añadido sobre una ENTRADA para conseguir un resultado, y una SALIDA que a su vez satisfaga los requerimientos del Cliente. (Rubio, 2015).

Se habla realmente de proceso si cumple las siguientes características o condiciones

- Se pueden describir las ENTRADAS y las SALIDAS
- El Proceso cruza uno o varios límites organizativos funcionales.
- Una de las características significativas de los procesos es que son capaces de cruzar verticalmente y horizontalmente la organización.
- Se requiere hablar de metas y fines en vez de acciones y medios. Un proceso responde a la pregunta "QUE", no al "COMO".
- El proceso tiene que ser fácilmente comprendido por cualquier persona de la organización.
- El nombre asignado a cada proceso debe ser sugerente de los conceptos y actividades incluidos en el mismo.

2.2.10. *Ventaja en la gestión empresarial*

Una ventaja que ofrece la gestión empresarial es la autoevaluación de las empresas, esto quiere decir que la empresa tiene la posibilidad de evaluar regularmente su estado de organización.

Este proceso de evaluación, requiere que se describan las diversas actividades y resultados, claro estos varían en cada empresa, ya que cada organización, utiliza un método muy propio de organización para lograr sus objetivos particulares.

A continuación, se describen las etapas generales necesarias para el establecimiento y puesta en marcha del ciclo del proceso de autoevaluación en la empresa que describe (Canela, 2004).

Actividades que se realizan en cada etapa del proceso de autoevaluación de las empresas:

Etapa 1: desarrollo de compromisos con el proceso de autoevaluación

Etapa 2: autoevaluación planeación del ciclo de autoevaluación.

Etapa 3: establecimiento de las tareas para la realización de la autoevaluación y formación.

Etapa 4: comunicación de planes asociados al proceso de autoevaluación.

Etapa 5: ejecución de la evaluación.

Etapa 6: elaboración del plan de mejora.

Etapa 7: ejecución del plan de mejora.

Etapa 8: seguimientos del programa de mejora

Etapa 9: Establecimiento de los mecanismos de monitorización y control del progreso. (Canela, 2004).

Cada paso es importante dentro del proceso de autoevaluación de la empresa y como muestra el esquema, todo el proceso es un ciclo interminable, donde al acabar un paso inmediatamente inicial el otro.

2.2.11. La Gestión Financiera

La Gestión Financiera es un proceso que involucra los ingresos y egresos atribuibles a la realización del manejo racional del dinero en las instituciones financieras y, en consecuencia, la rentabilidad financiera generada por el mismo. Esto nos permite definir el objetivo básico de la gestión financiera desde dos elementos; la generación de recursos o ingresos, incluyendo los aportados por los asociados; en segundo lugar, la eficiencia y la eficacia o esfuerzos y exigencias en el control de los recursos financieros, para obtener niveles aceptables y satisfactorios en su manejo. (Córdoba P, 2012).

La gestión financiera merece especial consideración las concepciones que se tenga sobre rentabilidad, riesgo liquidez, hay que recordar que dentro de las actividades financieras de una institución hay que tomar en consideración el planteamiento financiero, la obtención de fondos, asignación de fondos y el control financiero.

2.3. Marco conceptual

2.3.1. Orientaciones generales de la empresa

Permite conocer el la empresa y su entorno: mercado, competidores, legislación vigente, condiciones económicas, situación tecnológica, demanda, etc. Así como los recursos disponibles para la empresa. (Flores, 2016).

2.3.2. Indicadores

Se constituye como el dato o información que sirve para conocer o valorar las características y la intensidad de un hecho o para determinar su evolución futura.

"indicador cultural; indicadores económicos; la evolución de tales porcentajes puede señalarnos la dirección de la historia del país con más precisión que cualquier otro indicador". (Océano/Centrum, Administración y Finanzas, 2015)

2.3.3. Rentabilidad

La rentabilidad se define como la condición de rentable y la capacidad de generar renta (beneficio, ganancia, provecho, utilidad). La rentabilidad, por lo tanto, está asociada a la obtención de ganancias a partir de una cierta inversión. (Océano/Centrum, Administración y Finanzas, 2015).

2.3.4. Eficiencia

Se la define como el uso de los recursos con el ánimo de lograr objetivos particulares o generales de la empresa. (Océano/Centrum, Administración y Finanzas, 2015).

2.3.5. Eficacia

La eficacia es la capacidad de alcanzar el efecto que espera o se desea tras la realización de una acción. (Océano/Centrum, Administración y Finanzas, 2015).

2.3.6. Economía

Es la disciplina que estudia las relaciones de producción, intercambio, distribución y consumo de bienes y servicios, analizando el comportamiento humano y social en torno de estas fases del proceso económico. (Océano/Centrum, Administración y Finanzas, 2015).

2.3.7. Competitividad

Es la capacidad de una organización pública o privada, lucrativa o no, para mantener sistemáticamente ventajas competitivas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico en que se desenvuelve. (Océano/Centrum, Administración y Finanzas, 2015).

2.3.8. Estudio del mercado

El estudio comprende un análisis del producto, su precio, oferta, demanda, canales de distribución y su marketing, las responsabilidades y como encajan en los subsiguientes estudios, así como las estrategias a implementar. (Flores, 2016).

2.3.9. Organización y administración

De hecho, el planificar, y dirigir son la base fundamental para el éxito de la empresa sin importar su naturaleza. (Flores, 2016).

2.3.10. Estudio técnico del proyecto

Las investigaciones efectuadas para realizar el Plan de negocios y el análisis de las alternativas de distribución de los procesos, estimulan a reflexionar sobre las circunstancias que influyen en el proceso a desarrollar sobre los eventos que pueden aparecer, modificando ideas y objetivos (Flores, 2016).

2.3.11. Aspectos financieros del proyecto

En cualquier proyecto es fundamental el factor tiempo, casi siempre existe una fecha de terminación que debe ser respetada. Es, por ello, importante programar las actividades de manera que puedan aprovecharse todas las circunstancias previsibles para llevar a cabo el plan de financiamiento. La elaboración del plan intenta evitar a la sub optimización, o lo que es lo mismo,

optimizar una parte del proyecto en detrimento de la optimización del conjunto. Por otra parte, se logra que cada unidad sepa cuanto requiere de recursos económicos para su accionar (Sapag & Sapag, 2014).

2.3.12. *Proyecciones financieras*

Permite visualizar el comportamiento de las variables en el tiempo, se busca soluciones previas a la puesta en marcha del plan. Asimismo, permite descubrir oportunidades favorables que se hayan escapado en un análisis previo. (Sapag & Sapag, 2014).

2.3.13. *Evaluación financiera*

Permite visualizar la viabilidad de llevar a cabo el plan, utiliza indicadores importantes de decisión como el VAN, TIR. Relación Beneficio Costo y Recuperación de las inversiones. (Sapag & Sapag, 2014).

CAPÍTULO II

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Enfoque e la investigación

En la ejecución del plan de negocios para lograr mayor eficiencia en la gestión empresarial del proyecto de vivienda ÉBANO II, se utilizará un enfoque mixto, es decir cualitativo y cuantitativo. Cualitativo porque la orientación se centrara en la comprensión del problema, objeto de estudio, ya que la observación será naturalista en donde la empresa va hacer analizada interna y externamente.

3.1.1. *Cualitativa.*

Consiste en descripciones detalladas de situaciones, eventos, personas, interacciones y comportamientos que son observables. Incorpora lo que los participantes dicen, sus experiencias, actitudes, creencias, pensamientos y reflexiones tal como son expresadas por ellos mismos y no como uno los describe. (Hernández, 2015).

- Centrada en la fenomenología y comprensión
- Datos ricos y profundos
- Exploratoria, inductiva y descriptiva
- Inferencias de sus datos
- Observación naturalista sin control
- Orientada al proceso
- Subjetiva

La investigación cualitativa nos permite obtener información a través de la observación directa del mercado.

3.1.2. *Cuantitativa.*

La investigación cuantitativa según Hernández, trata de determinar la fuerza de asociación o correlación entre la propensión a “servirse de” los sujetos del estudio

- Se limita a responder

- Son débiles en términos de validez interna – casi nunca sabemos lo que quieren medir, pero son fuertes en validez externa, lo que encuentran es generalizable a la población.

La investigación cuantitativa trata de determinar la fuerza de asociación o correlación entre las variables, la generalización y objetivación de los resultados a través de una muestra para hacer inferencia a una población de la cual toda muestra procede. (Hernández, 2015).

Con la utilización de la investigación cuantitativa se podrá orientar adecuadamente la información en torno al plan de negocios para el proyecto de vivienda ÉBANO II, sin dificultad se podrá proporcionar los datos necesarios para ir construyendo lo que pretende el presente trabajo investigativo.

3.2. Nivel de Investigación

El nivel de investigación se refiere al grado de profundidad con que se aborda un fenómeno u objeto de estudio. (Arias,2006).

Investigación descriptiva. Busca especificar propiedades, características y rasgos importantes del financiamiento a través de la CFN, se describe las tendencias que tiene la población objeto del estudio docentes de la ESPOCH y UNACH como adquirientes de vivienda en la ciudad de Riobamba.

Investigación correlacional. Pretende determinar cómo se relaciona o vinculan diversos conceptos o características entre sí, también si no se relacionan.

Investigación explicativa. Pretende establecer las causas de los eventos sucesos o fenómenos que se estudian. Busca encontrar las causas o razones que provocan ciertos fenómenos.

3.3. Diseño de la Investigación

Según el alcance del objetivo general y objetivos específicos la presente investigación requiere de los siguientes niveles de investigación:

3.3.1. Investigación exploratoria

La investigación corresponde a un estudio de carácter exploratorio y descriptivo. Exploratorio, ya que se trata de una de las primeras aproximaciones empíricas en torno al plan de negocios y la

competitividad. En este sentido, “los estudios exploratorios se efectúan, normalmente, cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes” (Paredes, 2014: 41).

La voluntad y entusiasmo para investigar un tema, si se desconoce del mismo se debe realizar un estudio exploratorio para empezar a conocerlo, familiarizarse con él, y precisar el problema, dando forma a la idea a defender previa que sobre la cuestión tengamos.

Se realizará el estudio exploratorio con el propósito de destacar los aspectos fundamentales de la problemática determinada en el proyecto de vivienda ÉBANO II y se encontrará los procedimientos adecuados para elaborar una investigación posterior. Es útil desarrollar este tipo de investigación porque, al contar con sus resultados, se simplificará al abrir otras líneas de investigación y proceder a su consecuente comprobación.

Los estudios exploratorios nos permiten aproximarnos a fenómenos desconocidos, con el fin de aumentar el grado de familiaridad y contribuyen con ideas respecto a la forma correcta de abordar una investigación en particular. (Paredes, 2014).

Con el propósito de que estos estudios no se constituyan en pérdida de tiempo y recursos, es indispensable aproximarnos a ellos, con una adecuada revisión bibliográfica.

3.3.2. *Investigación descriptiva*

Los estudios descriptivos buscan desarrollar una imagen o fiel representación (descripción) del fenómeno estudiado a partir de sus características. Describir en este caso es sinónimo de medir. Miden variables o conceptos con el fin de especificar las propiedades importantes de comunidades, personas, grupos o fenómeno bajo análisis. El énfasis está en el estudio independiente de cada característica, es posible que de alguna manera se integren las mediciones de dos o más características con el fin de determinar cómo es o cómo se manifiesta el fenómeno. (Paredes, 2014).

Se va aplicar la investigación descriptiva ya que se va a realizar en cuestras para establecer la realidad del proyecto de vivienda ÉBANO II. Mediante este tipo de investigación, que utiliza el método de análisis, y se lograra caracterizar un objeto de estudio o una situación concreta, señalar sus características y propiedades. Combinando con ciertos criterios de clasificación para ordenar, agrupar o sistematizar los objetos involucrados en el trabajo investigado.

Pero en ningún momento se pretende establecer la forma de relación entre estas características. En algunos casos los resultados pueden ser usados para predecir.

3.3.3. *Investigación explicativa.*

Los estudios explicativos pretenden conducir a un sentido de comprensión o entendimiento de un fenómeno. Apuntan a las causas de los eventos físicos o sociales. Pretenden responder a preguntas como: ¿por qué ocurre? ¿En qué condiciones ocurre? Son más estructurados y en la mayoría de los casos requieren del control y manipulación de las variables en un mayor o menor grado. (Paredes, 2014).

Mediante esta investigación, se requiere la combinación de los métodos analítico y sintético, los mismos que tratan de responder o dar cuenta del porqué del objeto que se investiga.

Los estudios explicativos dentro de la presente investigación nos van a ayudar a la comprensión y entendimiento del fenómeno de estudio (la competitividad) como es el caso del por qué ocurre el disenso de la misma y desde qué instante se hizo presente el disenso.

3.3.4. *Población y Planificación, selección y cálculo del tamaño de la muestra*

El proyecto de vivienda ÉBANO II de ciudad de Riobamba, Cuenta con 12 trabajadores, y 25 proveedores en la provincia de Chimborazo. Para la siguiente investigación se considera realizar entrevistas al personal de cada una de las unidades empresariales y encuestas a proveedores y clientes en función de una muestra representativa.

3.4. Muestra

Las muestras son tomas parciales de un conjunto total de cosas materiales o inmateriales que se quieren analizar, y que por su cantidad es imposible hacerlo sobre la cantidad total. (Wilks, 2002).

Es una colección de unidades de muestreo obtenidas a partir de un marco o marcos. En ocasiones en que no es posible o conveniente realizar un censo, se selecciona una muestra, entendiendo por tal una parte representativa de la población. Para que una muestra sea representativa, y por lo tanto útil, debe reflejar las similitudes y diferencias encontradas en la población. (Wilks, 2002).

Según (Merino, 2009) muestra es; una parte o una porción de un producto que permite conocer la calidad del mismo.

3.5. Tamaño de la muestra

La búsqueda de la información se hace por medio de dos fuentes: primaria y secundaria, en orden inverso, es decir que primero buscamos la información bibliográfica y según las necesidades que se presenten se identifica el tipo de información de campo que se va a buscar y obtener. (Urquiza, 2000).

Para ver la aceptabilidad del proyecto se ha realizado un estudio de mercado, a fin de saber si va a generar un impacto o no para lo cual se considera como población los docentes Universitarios titulares de las Universidades (ESPOCH486 – UNACH 298) una población total de 784.

En este contexto y con el objeto de obtener información primaria es necesario elegirá una muestra representativa mediante la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * p * q}{(N-1) * (e/k)^2 + (p * q)}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

N = Universo de estudio

p = (0,5) Probabilidad de ocurrencia

q = (0,5) Probabilidad de no ocurrencia

e = (5%) Margen de error

z = (1,96) Nivel de confianza

Para el caso de los clientes se desarrolla el cálculo de la muestra dándonos el siguiente resultado.

$$n = \frac{N * p * q}{(N-1) * (e/k)^2 + (p * q)}$$

z= 1,64

N= 784

p= 0,5

q=1-p 0,5

e= 0,05

$$n = \frac{196,00}{0,98}$$

$$n = 200$$

Para la obtención de información primaria se encuestará a 200 posibles clientes de para Ébano II

3.6. Métodos, técnicas e instrumentos de investigación

3.6.1. Métodos

3.6.1.1. Inductivo

Parten de hechos particulares aceptados como válidos para llegar a conclusiones, cuya aplicación sea de carácter general. (Paredes, 2014).

Métodos que se aplican en la recolección de datos necesarios para la construcción del plan de negocios.

3.6.1.2. Deductivo

Parte de razonamientos generales para ir en busca de aplicaciones particulares. El método se inicia con el análisis de los postulados, teoremas, leyes, principios, etc., de aplicación universal y de comprobada validez, para aplicarlos a soluciones o hechos particulares dentro de la organización empresarial. (Paredes, 2014)

Se aplicará en el análisis de la información obtenida para construir soluciones particulares de eficiencia administrativa en el proyecto de vivienda ÉBANO II.

3.6.1.3. Analítico.

Método de proceso cognoscitivo, que consiste en descomponer un objeto de estudio en cada una de las partes del todo para estudiarlas en forma individual. (Paredes, 2014).

Método que se lo utilizará con el objeto de conocer, a analizar de modo general los estudios requeridos en el plan de negocios, y poder plantear la mejora de la competitividad del proyecto de vivienda ÉBANO II.

3.6.2. Técnicas o Instrumentos

Las técnicas a utilizar son las siguientes:

3.6.2.1. Entrevistas.

Una entrevista es un intercambio de ideas, opiniones mediante una conversación que se da entre una, dos o más personas donde un entrevistador es el designado para preguntar. (Paredes, 2014).

Con la práctica de esta técnica obtendremos principalmente las opiniones de los directivos de la empresa en consideración al diseño del plan de negocios para la organización.

3.6.2.2. Encuesta

Una encuesta es un procedimiento dentro de los diseños de una investigación descriptiva en el que el investigador recopila datos mediante un cuestionario previamente diseñado, sin modificar el entorno ni el fenómeno donde se recoge la información ya sea para entregarlo en forma de tríptico, gráfica o tabla. (Paredes, 2014).

A clientes de la empresa, con ella clarificaremos los aspectos a mejorar, y que, por ende, aportarán con mejores resultados en la rentabilidad de la organización.

3.7. Idea a defender

Sin duda la idea que centraliza la investigación en torno al plan de negocios modelo corporación financiera nacional (CFN) facilitará la gestión empresarial del proyecto de vivienda ÉBANO II en San Nicolás de las Abras Ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo.

CAPÍTULO IV

4. MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSION DE LOS RESULTADOS

De acuerdo al Art. 30 de la Constitución Política del Ecuador del 2008, el acceso a una vivienda digna, en un ambiente saludable es un derecho reconocido para todos los ecuatorianos, a pesar de ello, un gran porcentaje de personas enfrenta problemas habitacionales y de hábitat. Según nuestro estudio se lo puede categorizar de la siguiente manera:

4.1. Resultados

Pregunta 1: Posee vivienda en la ciudad de Riobamba

Tabla 1-4: Vivienda

TENENCIA	VIVIENDAS	PORCENTAJE	PORCENTAJE A CUMULADO
Propia y la está pagando	10	5,04%	5,04%
Propia y totalmente pagada	113	56,44%	61%
En arriendo	23	11,58%	73%
Anticresis y/o arriendo	1	0,55%	74%
Cedida o gratuita	48	24,23%	98%
Recibida por servicios	4	2,15%	100%
TOTAL	200	100%	

Fuente: Encuestas a docente-3: es Universitarios, 2022.

Realizado por: Tupiza, S. 2022.



Gráfico 1-4: Vivienda

Fuente: Tabla 1-4.

Realizado por: Tupiza, S. 2022.

Análisis: Tenencia Viviendas según los encuestados es Propia y la está pagando 105.946 5,04% 5,04% Propia y totalmente pagada 1.185.770 56,44% 61,48%. En arriendo 243.377 11,58% 73,07% Anticresis y/o arriendo 11.559 0,55% 73,62% Cedida o gratuita 509.144 24,23% 97,85% Recibida por servicios 45.128 2,15%.

Pregunta 2: Características de la vivienda que Requiere en la ciudad de Riobamba

Tabla 2-4: Características de la vivienda

No.	ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	Porcentaje
1	Vivienda Independiente	150	75%
2	vivienda adosada	50	25%
	TOTAL	200	100%

Fuente: Encuestas a docentes Universitarios. 2022.

Realizado por: Tupiza, S. 2022.

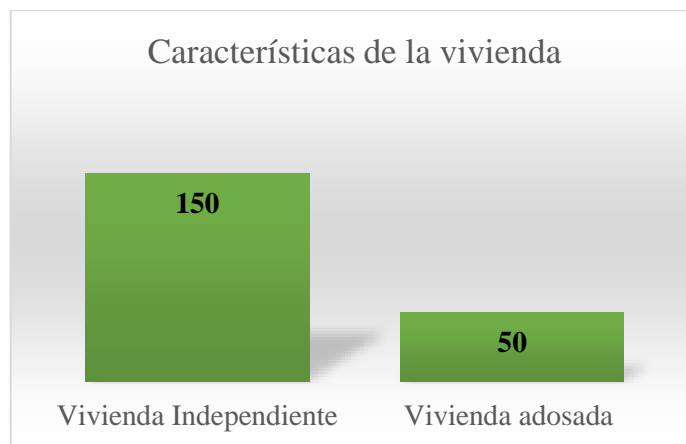


Gráfico 2-4: Características de la Vivienda

Fuente: Tabla 2-4.

Realizado por: Tupiza, S. 2022.

Análisis: El 75% de los encuestados requieren de una vivienda independiente, amplia y con todos los servicios básicos modernos.

Pregunta 3: ¿Es importante el lugar donde se ubica la vivienda?

Tabla 3-4: Importancia del Lugar de la vivienda

No.	ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	Porcentaje
1	Si	150	75%
2	No	50	25%
	TOTAL	200	100%

Fuente: Encuestas a docentes Universitarios. 2022.

Realizado por: Tupiza, S. 2022.

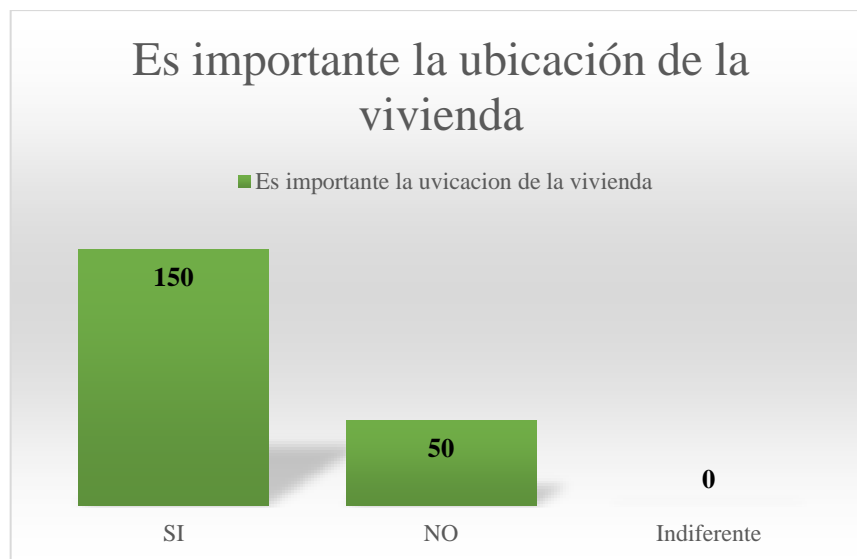


Gráfico 3-4: Ubicación de la vivienda

Fuente: Tabla 3-4.

Realizado por: Tupiza, S. 2022.

Análisis: La mayoría de los encuestados considera que es importante el lugar donde se ubica la vivienda.

Pregunta 4: El rango a pagar por una vivienda de calidad se encuentra en entre:

Tabla 4-4: Rango de pago por una vivienda

No.	ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
1	50-70	130	65%
2	71-90	10	5%
3	91-110	30	15%
4	110-150	0	0%
4	151-200	30	15%
4	200-500	0	0%
	TOTAL	200	100%

Fuente: Encuestas a docentes Universitarios, 2022.

Realizado por: Tupiza, S. 2022.

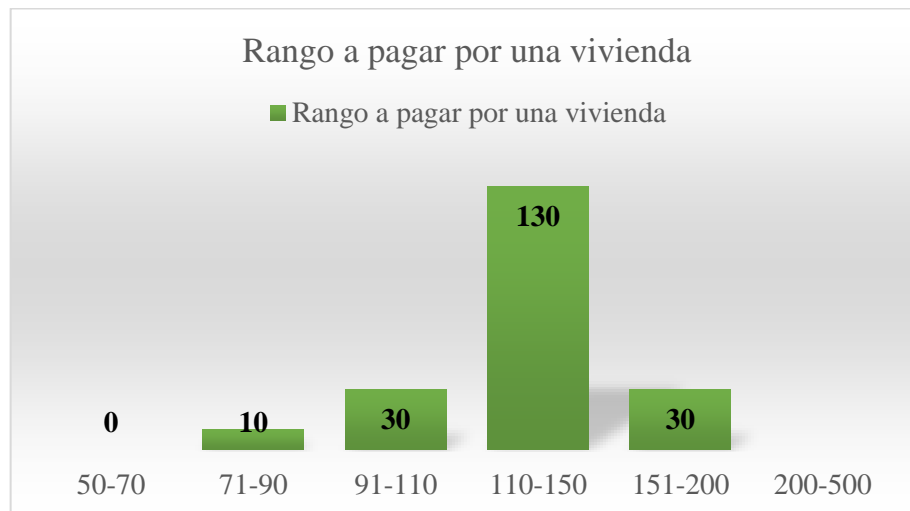


Gráfico 4-4: Rango a pagar por una vivienda

Fuente: Tabla 4-4.

Realizado por: Tupiza, S. 2022.

Análisis: El rango a pagar por una vivienda de calidad se encuentra en entre 100000 a 140000 mil dólares.

Pregunta 5: ¿Quien elige la vivienda?

Tabla 5-4: Elección de la vivienda

No.	ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
1	Decide el cliente	160	80%
2	Propone el constructor	30	15%
3	Propone la familia	10	5%
4	Otros	0	0%
	TOTAL	200	100%

Fuente: Encuestas a docentes Universitarios. 2022.

Realizado por: Tupiza, S. 2022.

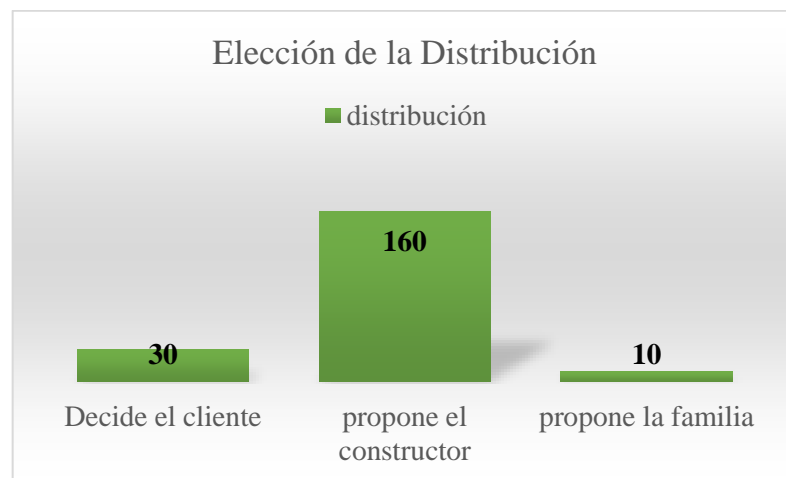


Gráfico 5-4: Rango a pagar por una vivienda

Fuente: Tabla 5-4.

Realizado por: Tupiza, S. 2022.

Análisis: Las viviendas cumplen con las necesidades de los clientes en cuanto a distribución, puesto que la empresa pone a su disposición viviendas amplias, que satisfacen en la mayoría de los casos con las exigencias de los clientes.

Pregunta 6: ¿Las constructoras brindan a sus clientes productos de calidad?

Tabla 6-4: Calidad de los productos

No	ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
1	SI	160	80%
2	NO	30	15%
3	Indiferente	10	5%
	TOTAL	200	100%

Fuente: Encuestas a docentes Universitarios. 2022.

Realizado por: Tupiza, S. 2022.

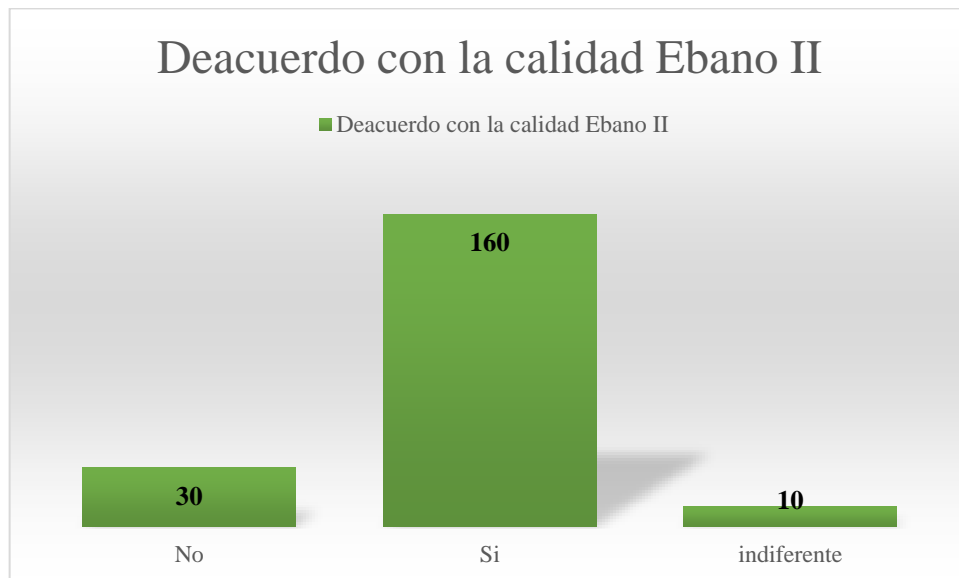


Gráfico 6-4: Calidad de productos

Fuente: Tabla 6-4.

Realizado por: Tupiza, S. 2022.

Análisis: Conjunto Ébano II puede participar en el mercado ya que construye productos de calidad que se percibe desde el punto de vista estructural de las viviendas que no son adosadas sino viviendas independientes

Pregunta 7: ¿Cuándo Usted requiere de financiamiento acude a?:

Tabla 7-4: Fuentes de financiamiento

No	ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
1	Cooperativas	118	59%
2	Bancos	66	33%
3	Mutualistas	8	4%
4	Otros	8	4%
	TOTAL	200	100

Fuente: Encuestas a docentes Universitarios. 2022.

Realizado por: Tupiza, S. 2022.

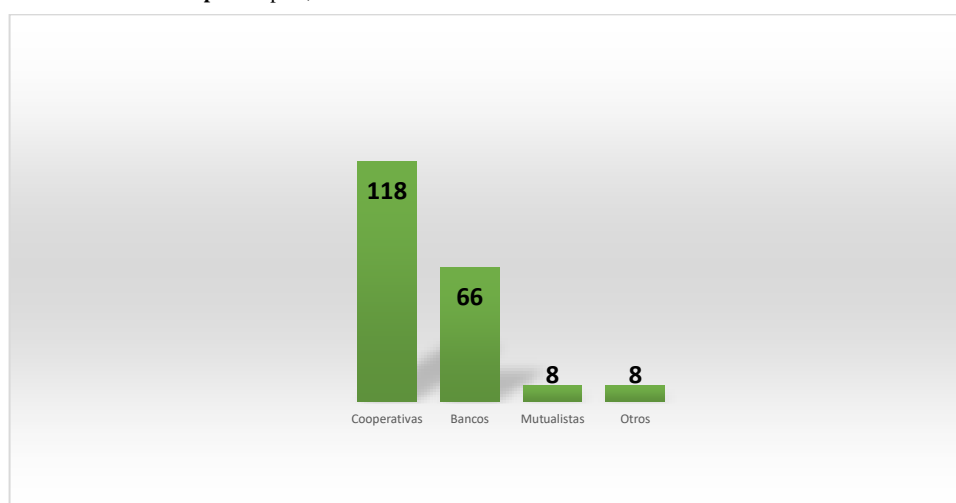


Gráfico 7-4: Fuentes de Financiamiento

Fuente: Tabla 7-4.

Realizado por: Tupiza, S. 2022.

ANÁLISIS: De las personas encuestadas el 59% dice que cuando requiere de financiamiento acude a las cooperativas de ahorro y crédito y supieron manifestar que la de su preferencia es la cooperativa “Riobamba Ltda.”, mientras que el 33% recurre a los bancos, por lo que diría que los pobladores de Riobamba recurren más a las cooperativas de ahorro y crédito por la agilidad en la tramitación de los préstamos. Existe una variación en el total de las encuestas en comparación con la muestra esto se debe a que las personas seleccionaron más de una opción.

Pregunta 8: ¿Las instituciones financieras que existe en la localidad le brindan un crédito de manera oportuna?

Tabla 8-4: Crédito Oportuno

No.	ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	Porcentaje
1	Si	76	38%
2	No	124	62%
	TOTAL	200	100%

Fuente: Encuestas a docentes Universitarios. 2022.

Realizado por: Tupiza, S. 2022.

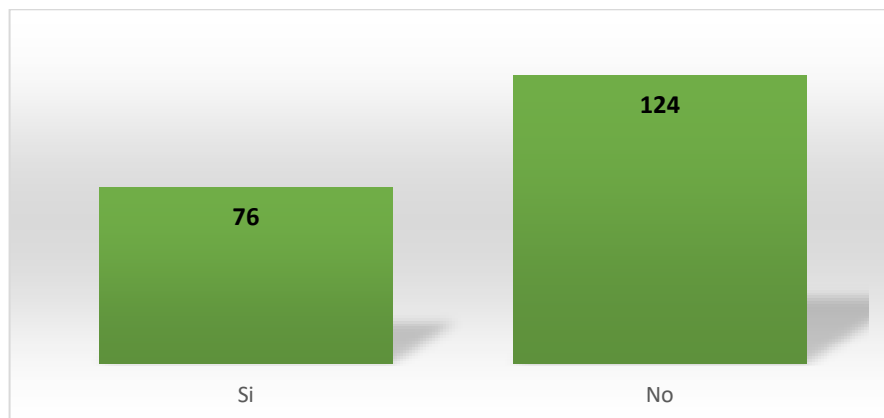


Gráfico 8-4: Crédito Oportuno

Fuente: Tabla 8-4.

Realizado por: Tupiza, S. 2022.

ANÁLISIS: El 62% de las personas encuestadas dice que las instituciones financieras que existe en la localidad no les brindan un crédito de manera oportuna, mientras que el 38% dice que si, por lo que diría que la mayor parte de pobladores no están de acuerdo como ofertan los créditos en las instituciones financieras ya que cuando las personas necesitan suele tener inconvenientes a la hora de obtener un crédito.

4.2. Discusión de resultados

La investigación tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre la calidad de servicio de EVANO II y satisfacción del cliente que desea una vivienda en la ciudad de Riobamba durante el año 2020. Del mismo modo se busca determinar la relación entre cada una de las dimensiones de las variables calidad y de servicio (elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, confianza y responsabilidad), con la variable satisfacción del cliente.

La mayor limitante de la investigación es que se circunscribe a los clientes docentes Universitarios, por lo cual los resultados solo podrán ser inferidos a este grupo de clientes. Además, es necesario recordar que esta empresa EVANO II está dedicada a la fabricación y comercialización de viviendas; para clientes de la provincia de Chimborazo y provincias cercanas.

Los cuestionarios utilizados han sido preparados para las características de la empresa AMPLASTEVANO II y luego se validó por expertos de la ciudad con una calificación del 76% y luego de una prueba piloto se calcula la confiabilidad con una alfa de Cronbach de 0.886 para el cuestionario de calidad de servicio y 0.909 para el cuestionario de satisfacción del cliente.

Los resultados nos muestran que los clientes de EVANO II califican la necesidad de una vivienda 38,55%, pero se tiene un grupo que lo califica como propietario de vivienda, situación que debe ser tomada en cuenta por los directivos de la empresa. Por otro lado, se tiene que estos mismos clientes indican que están satisfechos con la calidad del servicio de la empresa EVANO II 80%.

Pero si analizamos la relación que tienen las dos variables se observa que el mayor porcentaje de los datos se concentra en la diagonal principal de los resultados de la tabla cruzada, donde los clientes que consideran que la calidad de servicio es regular, están medianamente satisfechos en un 20% y los clientes que consideran que la calidad de servicio es buena, están satisfechos en un 80%. La lectura de estos resultados nos permite afirmar que existe una relación lineal directa entre estas dos variables.

Analizando los resultados de las dimensiones de calidad de servicio en forma independiente se observa que los elemento tangibles son los que mejor calificación reciben con 80% de aceptación la propuesta del constructor, seguido de la dimensión de rango de pago del cliente por una vivienda del 65%; en el otro extremo se encuentra la importancia del lugar de la vivienda que solo tiene un 75%; sin embargo todas las dimensiones están orientadas a que la empresa ofrezca sus viviendas que tienen inclinación de compra por parte de los docentes Universitarios (

ESPOCH- UNACH). Por lo tanto, los directivos de la empresa EVANO deberán mejorar sus indicadores de fiabilidad, sobre todo el cumplimiento de las soluciones prometidas para sus clientes; ofrecer una buena atención en forma permanente y mantener informados a los clientes sobre la programación y termino de las viviendas.

Estos resultados de la tabla cruzada, son coincidentes con los obtenidos en la interrelación de las dos variables y la de las dimensiones de calidad de servicio con la variable satisfacción del cliente donde se tiene que cuando los clientes consideran que la calidad de servicio es buena, entonces los clientes están satisfechos en un 75%; la mayor interrelación corresponde a las dimensiones de elementos tangibles y confianza con la satisfacción de los clientes que cuando los clientes consideran que la calidad de servicio es buena, entonces los clientes están satisfechos .

Ahora, si comparamos estos resultados de correlación con los obtenidos en los estudios previos tenemos que EVANO II debe hacer las inversiones necesarias para cristalizar su proyecto de vivienda como alternativa de negocios en San Nicolás de las Abras la ciudad de Riobamba, para un grupo selecto de clientes que pueden pagar una vivienda del tipo que ofrece la empresa, sin descuidar las demás dimensiones de la calidad del servicio hacia sus clientes.

CAPÍTULO V

5. PROPUESTA

5.1. Generalidades de la empresa

Misión

Somos una empresa Orgullosamente Ecuatoriana, cuya Misión es la comercialización de inmuebles que posean una excelente calidad de acabados y cuya construcción se haya desarrollado mediante métodos industrializados de construcción que permiten una agilidad en el desarrollo de obras, conservando y mejorando las especificaciones técnicas con referencia a sistemas tradicionales; todo esto con el fin de satisfacer las necesidades de solución de vivienda de nuestros clientes, con una gama de servicios y de asesoría inmobiliaria complementaria, que permitan en una forma fácil, ágil y transparente la adquisición de vivienda y de inmuebles en toda la gama de usos que demande el mercado.

Visión

Somos Ébano II Narka García, empresa constructora que lidera el mercado Riobambeño, por medio de la responsabilidad, y eficiencia con la que cumplimos a tiempo con todos y cada uno de los trabajos encomendados con capacidad de crear valor y de innovar para dar respuesta a las nuevas necesidades sociales.

5.1.1. *Principios Corporativos*

- **Con nuestros clientes**

NOS COMPROMETEMOS a anticiparnos a las necesidades del cliente, ofreciendo productos y servicios de máxima calidad. Estamos comprometidos a continuar invirtiendo en el descubrimiento de productos seguros y valiosos que mejoren la calidad de vida de las personas.

- **Con nuestros Socios Comerciales**

NOS COMPROMETEMOS a negociar con nuestros proveedores y otros socios comerciales en forma justa y equitativa, reconociendo nuestros mutuos intereses.

- **Con la Sociedad**

NOS COMPROMETEMOS como representantes de la empresa a ser ciudadanos responsables, iniciando y respaldando esfuerzos relacionados con el bienestar de la Sociedad y con la conservación y monitoreo del medio ambiente.

5.1.2. Estructura Organizacional

La empresa constructora Conjunto Ébano II Narka García, es una pyme familiar y su estructura organizacional es compacta y simple. La empresa cuenta con una estructura organizacional de tipo jerárquica, comprendida por cinco personas bajo contrato indefinido más su propietario, como muestra la ilustración 1. Además, se subcontrata el servicio de contabilidad a un tercero y personal de operaciones si alguna obra lo amerita.

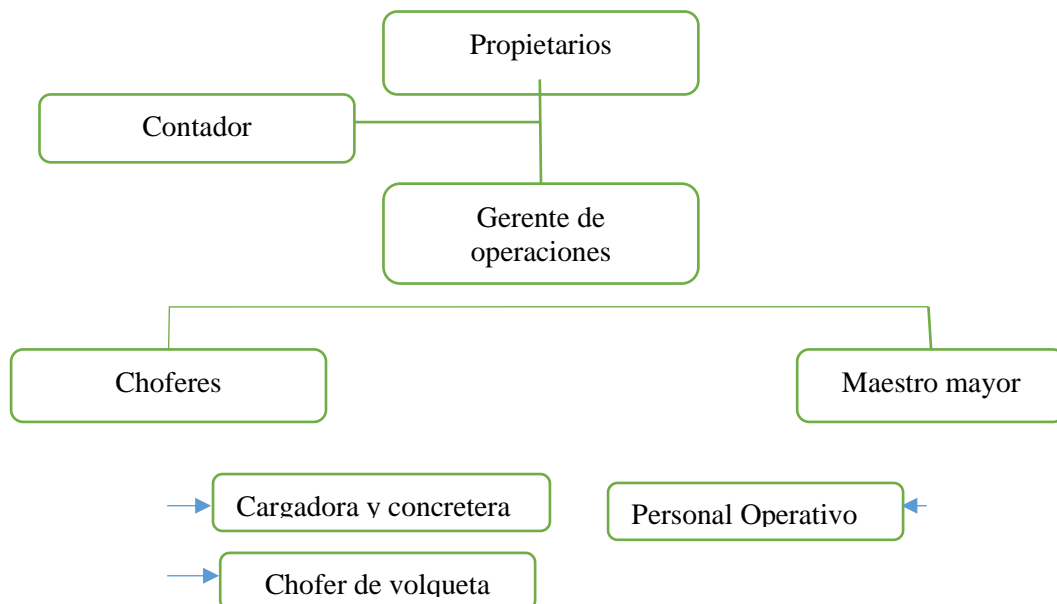


Gráfico 1-5: Estructura Organizacional

Fuente: Conjunto Ébano II Narka García, 2022.

Realizado por: Tupiza, S. 2022.

La finalidad de Ébano II es garantizar la producción de bienes y servicios de una alta excelencia que satisfagan no solamente a nuestros clientes, socios e inversionistas, sino que nos permitan obtener la fidelidad y lealtad de los mismos; para lo cual la empresa se apoya en una dirección estratégica en áreas fundamentales como la administración del conocimiento y capital intelectual humano, finanzas, mercadeo, administración y respaldados por importantes relaciones empresariales, públicas e institucionales, que permiten garantizar el éxito Empresarial.

El proyecto cuenta con un sin número de herramientas actualizadas que les permiten tener un mayor crecimiento en el mercado Inmobiliario, tales como estudios de mercado del sector inmobiliario, reportes de inversión publicitaria de la competencia, entre otros.

5.1.3. *Tecnología y los sistemas de información.*

Los principales elementos tecnológicos de la empresa son sus máquinas y equipos necesarios para la construcción de casas, y departamentos, los cuales juegan un papel fundamental a la hora de cumplir con las exigencias del cliente mandante.

Con relación a los sistemas de información, en la actualidad Conjunto Ébano II utiliza el software PRESTO, que permite la confección de presupuestos y ofertas para la construcción, desde creación de partidas y precios unitarios, hasta la emisión de todos los documentos necesarios utilizando recursos de Windows. Además, permite preparar presupuestos a partir de múltiples referencias que pueden ser presupuestos anteriores o Bases de Datos. Cuenta, además, con herramientas de oficina como Excel, Word, PowerPoint, Autocad y Project los que son altamente utilizados en la confección de cálculos, documentos, ofertas, presentaciones y planificaciones. A lo anterior, se le debe sumar el uso de internet para la administración del sitio web, para buscar y licitar en el portal mercadopublico.cl, para la utilización de correos electrónicos, búsquedas varias y comunicación en general.

Un plan viable y los recursos necesarios para promover y vender los productos y servicios son: un plan de comunicación vía web, WhatsApp, Twitter.

5.1.4. *Estudio del mercado*

Introducción

Al referirse a los mercados Kieve y Bull manifiestan que "Un mercado relativamente libre del suelo asigna ineficientemente los usos, no toma en consideración las necesidades sociales y perpetúa las desigualdades de renta y riqueza de la población". (Kieve y Bull ", 1990).

Las investigaciones sobre el mercado de la vivienda presentan un notable interés, ya que éste es un sector muy importante en la Economía de cualquier país. La creación y el mantenimiento de la vivienda constituyen un importante segmento del sector productivo de la economía de un país.

El análisis sobre la demanda de vivienda puede plantearse desde distintos puntos de vista, según cuál sea el objetivo perseguido. La línea de trabajo de Ébano II será el estudio de las características propias del mercado de la vivienda en el sector, tal como la relación precio-calidad de las viviendas o los tipos de vivienda que están en el mercado Riobambeño y en la zona.

Demanda

Datos estadísticos del INEC, 2019 se registró que alrededor del 87% de los permisos fueron otorgados para la ejecución de proyectos de nuevas construcciones, el 10% para ampliaciones y la diferencia para reconstrucciones. De las nuevas construcciones, el 90% se han concedido para proyectos de uso residencial, es decir cerca del 90% de los ecuatorianos están interesados en adquirir una vivienda en nuestro país.

El 90% de interesados según Gridcon para el año 2020 en Riobamba, el 39% estaría interesado en adquirir vivienda, lo que significa que los nuevos proyectos inmobiliarios deberían estar enfocados en preferencia de las personas.

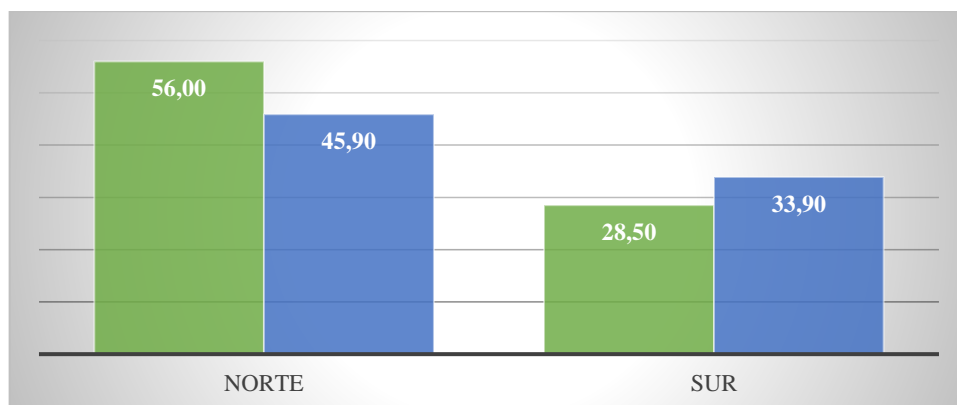


Gráfico 2-5: Estructura Organizacional

Fuente: Gridcon. Inteligencia Inmobiliaria. Análisis de Demanda de Vivienda 2018. Ciudad: Riobamba. 2018.

Realizado por: Tupiza, S. 2022.

Tenencia de la Vivienda

Según una investigadora inmobiliaria afirma que para el año 2020 ha disminuido el porcentaje de familias que tienen casa propia en 10,2% en comparación al año 2018, pero cabe recalcar que en estos mismos años se ha incrementado en un 4,3% el porcentaje de hogares que arriendan. (Gráfico 3.2.)

Entonces estos hogares que viven en arrendamiento podrían convertirse en los futuros compradores de vivienda propia.

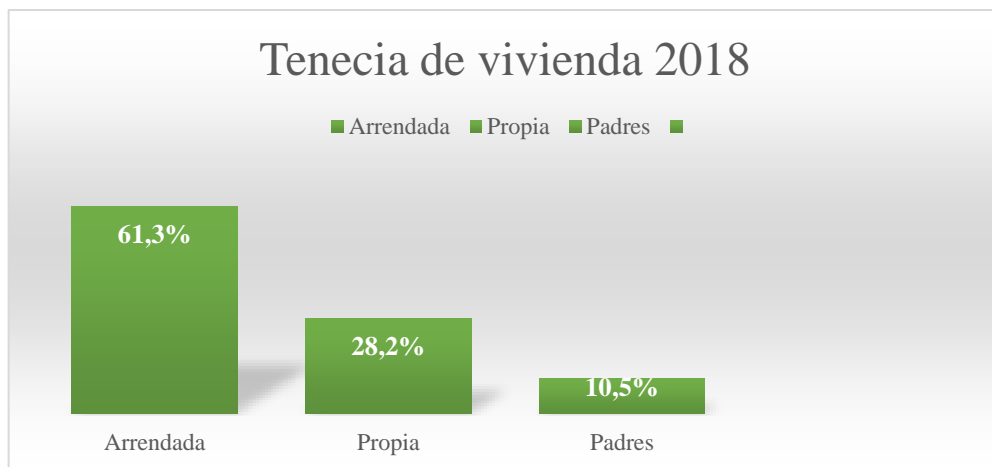


Gráfico 3-5: Tenencia de vivienda

Fuente: Gridcon. Inteligencia Inmobiliaria. Análisis de Demanda de Vivienda 2018. Ciudad: Riobamba. 2018.

Realizado por: Tupiza, S. 2022.

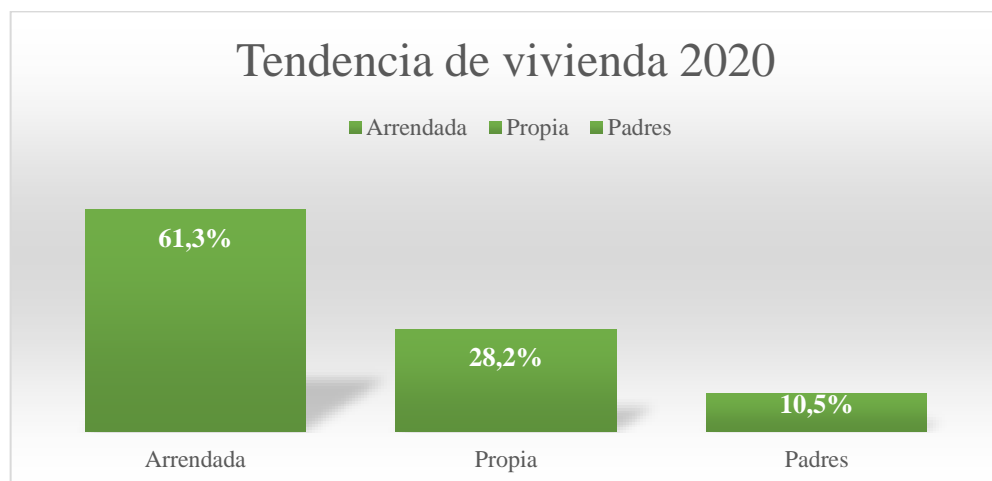


Gráfico 4-5: Tendencia de vivienda

Fuente: Gridcon. Inteligencia Inmobiliaria. Análisis de Demanda de Vivienda 2018. Ciudad: Riobamba. 2018.

Realizado por: Tupiza, S. 2022.

Varios investigadores confirman que existe una demanda potencial de 59,637 hogares de nivel socioeconómico medio y 46,826 de nivel medio bajo que están muy interesados en adquirir vivienda, como se observa en el gráfico 3.3., por lo que el proyecto Ébano II deberá estar orientado a satisfacer la necesidad de vivienda propia a este nivel socioeconómico medio.

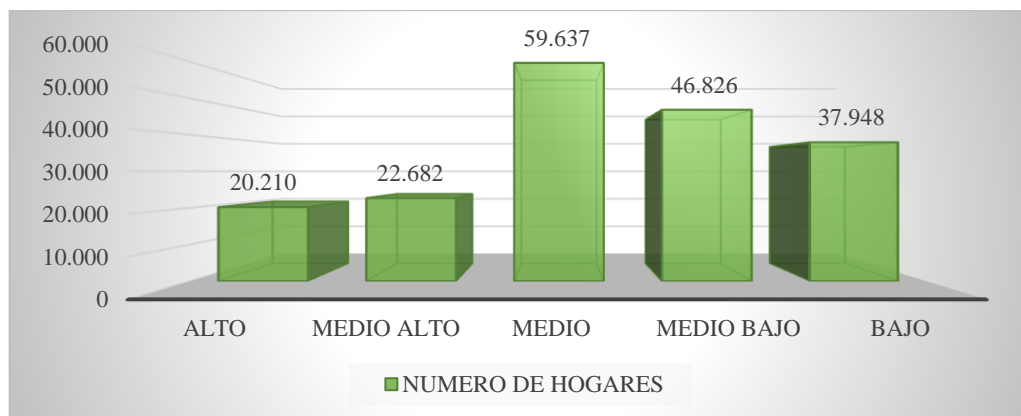


Gráfico 5-5: Demanda potencial por nivel socioeconómico

Fuente: Gridcon. Inteligencia Inmobiliaria. Análisis de Demanda de Vivienda 2018. Ciudad: Riobamba. 2018.

Realizado por: Tupiza, S. 2022.

Preferencia del sector

La inclinación de los habitantes de la Ciudad de Riobamba en especial de la clase media siempre ha sido hacia el norte de la ciudad, sin embargo, para este último año 2020 dicha inclinación haya disminuido en 10,1% dividiéndose este porcentaje entre los demás sectores, observando que los sectores con mayor preferencia según la tabla 3.1. se registra en los sectores del centro de la ciudad y los sectores rurales

Tabla 1-5: Sector de preferencia por nivel socioeconómico

Sector	Total		Niveles Socioeconómicos									
			Alto		Medio Alto		Medio Típico		Medio Bajo		Bajo	
	2017	2019	2017	2019	2017	2019	2017	2019	2017	2019	2017	2019
Norte	56	45.9	91.1	73.2	74	70.8	59.7	49.9	37.2	18.9	44.2	16.9
Sur	28.5	33.9	4.8	0.0	9.6	0.0	21.6	33.9	39.6	64.2	46.8	71.4
Centro	1.8	3.9	0	0.0	1.6	3.5	0	2.2	3.6	7.4	2.6	6.5
Este	12.3	16.3	4.8	26.8	11	25.7	16.3	14.0	16.8	9.5	3.9	5.2

Fuente: Gridcon. Inteligencia Inmobiliaria. Análisis de Demanda de Vivienda 2018. Ciudad: Riobamba. 2018.

Realizado por: Tupiza, S. 2022.

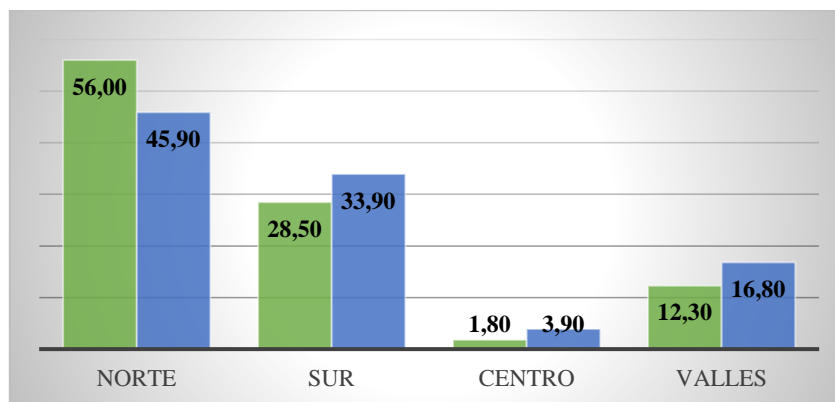


Gráfico 6-5: Sector de preferencia

Fuente: Gridcon. Inteligencia Inmobiliaria. Análisis de Demanda de Vivienda 2018. Ciudad: Riobamba. 2018.

Realizado por: Tupiza, S. 2022.

Crecimiento Demográfico en Riobamba

La ciudad de Riobamba en los últimos años se ha caracterizado por reflejar un crecimiento desigual al interior del sector urbano. (GAD Riobamba, 2020).

Las mayores tasas de crecimiento anual atañen a las parroquias Lizarzaburu, y Veloz, cuya población aumentó en más de un 100% entre 2017 y el 2019, registran el mayor crecimiento demográfico.

En el Gráfico 3.5. se destaca los lugares donde la concentración de población y crecimiento demográfico es mayor. Los valores de densidad observables en las parroquias suburbanas no se sitúan al mismo nivel que los de Riobamba. Se observa grandes porciones de la parte central y meridional de la ciudad, varios sectores de la parte norte, al igual que tres espacios suburbanos de fuerte desarrollo que se sitúan en las parroquias Lizarzaburu y Veloz.

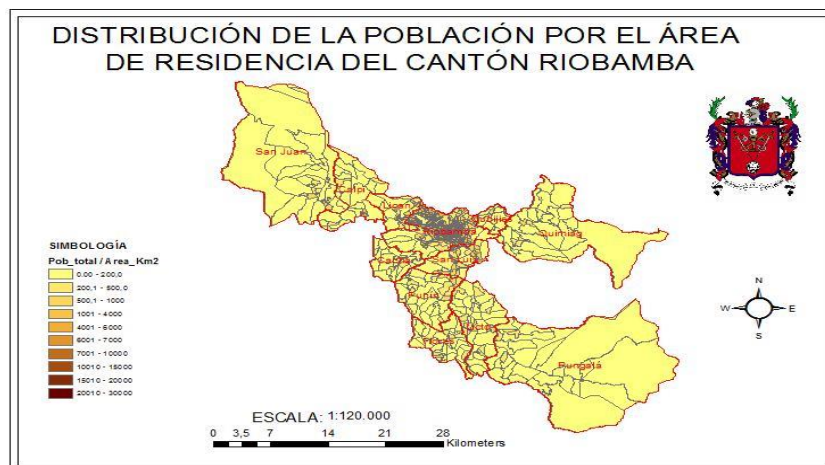


Figura 1-5: Lugares esenciales de concentración de la población y crecimiento demográfico del Gad Riobamba

Fuente: GAD Riobamba 2019.

Realizado por: Tupiza, S. 2022.

El Proyecto

El conjunto habitacional “Ébano II” se encuentra ubicado en la zona de San Pedro de las Abras. La idea nace de ser un proyecto familiar, destinado para los miembros dueños del terreno, los mismos que al observar el repunte dentro del sector inmobiliario del sector deciden promover la idea insertándola dentro del mercado, creando un conjunto habitacional de tres viviendas unifamiliares independientes.



Figura 2-5: Ubicación del proyecto (vista aérea)

Fuente: www.geogle-earth.com.

Realizado por: Tupiza, S. 2022.

En el sector de San Pedro de las Abras, lugar de asentamiento del proyecto se encuentran todas las factibilidades para obras de infraestructura, transporte continuo al centro de la ciudad. De esta manera el proyecto no solo está servido por obras de infraestructura, sino que también está atendido por la transportación urbana.

5.1.5. Perfil del Cliente

5.1.5.1. Nivel Socio-Económico

Se plantea un proyecto que parte de encontrar una solución a un grupo de familias que buscan vivir fuera de la gran ciudad, evitando huir de la monotonía, contaminación y ruido que son el resultado de los centros urbanos.

Se realizó un análisis de la oferta inmobiliaria en el sector de influencia de cinco proyectos como se ve en la tabla 3.2. observando en cada uno de ellos a qué nivel socio-económico estos están dirigidos.

OFERTA DIRECTA EN EL SECTOR

Tabla 2-5: Estudio de la Oferta-Nivel Socioeconómico

DATOS	Ref. No.1	Ref. No.2	Ref. No.3	Ref. No.4	Ref. No.5
PROYECTO	San Nicolás de las Abras	San Nicolás de las Abras	Estancia de	Loma de las Abras	Conjunto Casa Mitula
Nivel socioeconómico	Nivel Medio	Nivel Medio	Nivel Medio-Alto	Nivel Medio	Nivel Alto

Fuente: Gridcon. Inteligencia Inmobiliaria, 2018.

Realizado por: Tupiza, S. 2022.

Del estudio del cuadro anterior se puede observar que de la muestra de los proyectos que se están ofertando alrededor de Ébano II están orientados hacia un nivel socio-económico medio y medio alto.

Entonces al analizar la oferta y el lugar de concentración de los niveles socioeconómicos y bajo el criterio del promotor, se puede concluir que el proyecto estará enfocado hacia el nivel medio y medio alto, quienes pueden cubrir con las cuotas mensuales de una vivienda.

5.1.5.2. Número de miembros en la familia

El perfil de los demandantes es muy distinto conforme son los proyectos.

Las viviendas están diseñadas, para ser ocupadas por familias de hasta cinco miembros, este número se ha logrado a través del estudio de la oferta que plantea viviendas desde 4 a 6 miembros.

OFERTA DIRECTA EN EL SECTOR

Tabla 3-5: Número de miembros

DATOS	Ref. No.1	Ref. No.2	Ref. No.3	Ref. No.4	Ref. No.5
GENERALES					
PROYECTO	San Nicolás de las Abras	San Nicolás de las Abras	Estancia de	Loma de las Abras	Conjunto Casa Mitula
	San Nicolás de las Abras	San Nicolás de las Abras	Estancia de	Loma de las Abras	Conjunto Casa Mitula
Número de miembros	4 a 5	4 a 5	4 a 5	4 a 5	5 a 6

Fuente: Gridcon. Inteligencia Inmobiliaria, 2018.

Realizado por: Tupiza, S. 2022.

Estos hogares estarán compuestos por matrimonios jóvenes con dos o tres hijos, para quienes solo una vivienda amplia y confortable satisfaga sus necesidades.

5.1.5.3. Ingresos Familiares

Analizado el nivel socioeconómico medio alto y número de miembros del hogar, se debe confirmar que los ingresos familiares para el cliente de nuestro proyecto deberá ser una cantidad igual o superior a los 2.115 dólares mensuales según la tabla 3.4.

Considerando que los adultos del hogar tengan un trabajo estable, sean profesionales y/o trabajen por cuenta propia.

Tabla 4-5: Ingresos mensuales familiares

NIVELES (1)	%	INGRESO MENSUAL FAMILIAR PROMEDIO	N.S.E. MARKOP	CONSIDERACION GENERAL
AB	2%	\$ 5000 o más	A (Alto)	Muy buena posición, todo lujo
C1	5%	\$3.500	B (Medio alto)	Posición segura, algunas indicaciones de lujo, satisface todas las necesidades básicas
C2	10%	\$2.500	C (medio)	Satisface la mayoría de sus necesidades básicas
C3	20%	\$1.500		
D1	20%	\$1.000	D (Medio bajo)	Tiene dificultades y requiere mucho esfuerzo para cubrir sus
D2	20%	\$400	Necesidades	
E	23%	\$ 400 menos	E (Bajo)	Clase marginada, no cubre sus necesidades elementales

Fuente: Gridcon. Inteligencia Inmobiliaria, 2018.

Realizado por: Tupiza, S. 2022.

5.2. Capacidad de Pago

La demanda requiere que los precios de la oferta se sitúen en tendencias bajas ya que, si comparamos el año 2017 frente al año 2019, la capacidad de pago máximo de vivienda para el año 2019 de parte de la oferta disminuyó, siendo la media para la mayor parte de los niveles socioeconómicos de alrededor de 30,000 usd.

5.2.1. Estrategia de precios y financiamiento

El perfil de los demandantes se divide entre los que buscan vivienda propia, e inversionistas que ven a las propiedades (o el campo) como una opción tradicional para la colocación de fondos y de rentabilidad, que, aunque en algunos períodos, menor a la especulativa, pero segura en cuanto al mantenimiento del valor del capital.

La forma de adquisición a crédito en el nivel socioeconómico medio alto al compararla entre los años 2018 y 2019 se puede observar que ha disminuido levemente, pese a dicha disminución esta continua superior a la forma de pago al contado.

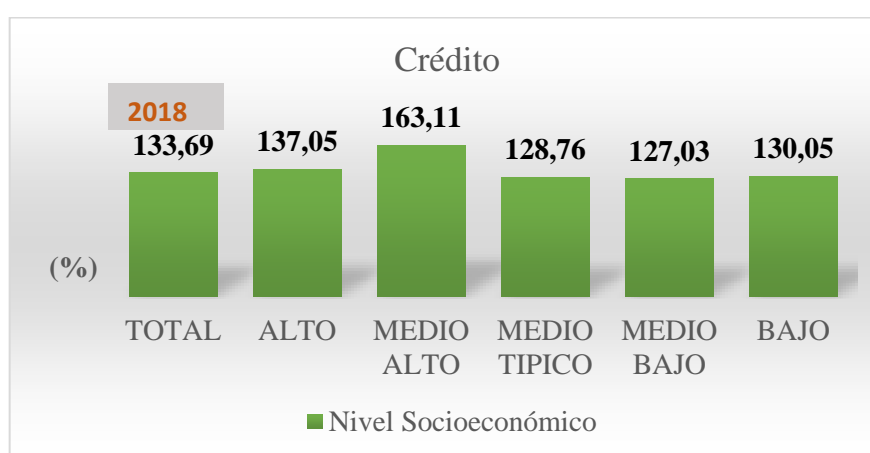


Gráfico 7-5: Preferencia de crédito según nivel socioeconómico

Fuente: Sector financiero inmobiliario, 2022.

Realizado por: Tupiza, S. 2022.

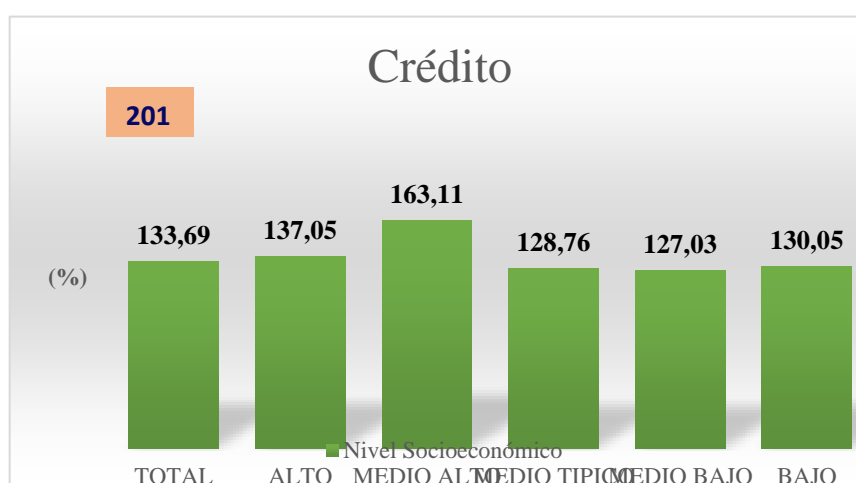


Gráfico 8-5: Preferencia de crédito según nivel socioeconómico

Fuente: Sector financiero inmobiliario

Realizado por: Tupiza, S. 2022.

La preferencia del nivel socioeconómico al que está dirigido el proyecto, para el año 2018 era de 171 m² en tanto que para el año 2019 es de 163,11 m² (Gráfico 3.8), obteniendo un área promedio de alrededor de los 150 m², por lo cual se asume que el área de la vivienda será de 140 m², según la decisión del promotor.

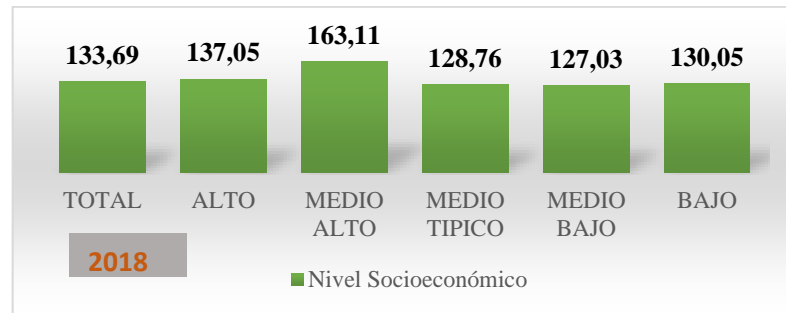


Gráfico 9-5: Tamaño de la vivienda (*Promedio m²*)

Fuente: Sector financiero inmobiliario, 2022.

Realizado por: Tupiza, S. 2022.

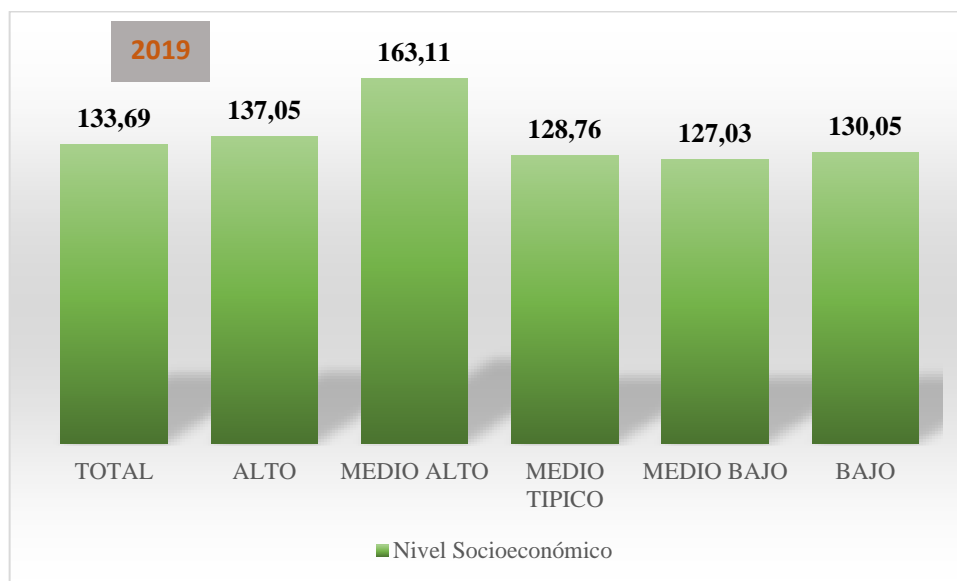


Gráfico 10-5: Tamaño de la vivienda (*Promedio m²*)

Fuente: Sector financiero inmobiliario, 2022.

Realizado por: Tupiza, S. 2022.

Para nuestro proyecto se ha elaborado una investigación de los precios por metro cuadrado en los proyectos cercanos en los que se ha obtenido una variada gama de precios que fluctúan entre los 385 usd. hasta los 719 usd., para el conjunto habitacional como estrategia de precio impuesta según el promotor se optimizará los costos ofreciendo al mercado un precio de 550 usd. más bajo que la competencia con un mejor servicio y acabados.

Tabla 5-5: Precio/M² y financiamiento

DATOS	Ref. No.1	Ref. No.2	Ref. No.3	Ref. No.4	Ref. No.5
GENERALES					
PROYECTO	San Nicolás de las Abras	San Nicolás de las Abras	Estancia de las Abras	Loma de las Abras	Conjunto Casa Mitula
	San Nicolás de las Abras	San Nicolás de las Abras	Estancia de las Abras	Loma de las Abras	Conjunto Casa Mitula
FINANCIAMIENTO	Entrada:10%, Fecha de entrega:20% Crédito hipotecario: 70%	Entrada:30% , Crédito hipotecario: 70%	Entrada: 33% financiado por la constructora Crédito hipotecario: 77%	Entrada:10%, Fecha de entrega: 20% Crédito hipotecario: 70%	Entrada: 30%, Crédito hipotecario: 70%
Área de la casa (m²)	105	82	121	120	245
Precio/m2	\$ 385	\$ 574	\$ 719	\$ 406	\$ 600

Fuente: Gridcon. Inteligencia Inmobiliaria, 2018.

Realizado por: Tupiza, S. 2022.

La forma de pago observada entre los cinco proyectos ofertados es con un 10% de entrada, 20% del pago a la fecha de entrega de la casa y el 70% financiado a través de un crédito hipotecario, entonces el conjunto habitacional adoptará la forma de pago antes descrita, la demanda deberá tener una capacidad de pago de una hipoteca promedio de 60.000 dólares.

5.3. Análisis de la competencia

En el sector se ha analizado cinco proyectos similares al conjunto habitacional “Ébano II”, los mismos que han permitido establecer parámetros que faciliten el análisis del producto deseado y que impacte en el sector.

1.- Proyecto LEGANES II

Casa modelo



Avances de la obra

Figura 3-5: Leganes II

Fuente: Sector financiero inmobiliario, 2022.

Realizado por: Tupiza, S. 2022.

2.- San Nicolás



Figura 4-5: BARÚ II

Fuente: Sector financiero inmobiliario, 2022.

Realizado por: Tupiza, S. 2022.

Tabla 6-5: Precio/m² y financiamiento

PROYECTO	CONSTRUCTORA	UBICACIÓN	VENTAS	Número de viviendas en el conjunto	Áreas Comunes y recreativas (m ²)	Área de la casa (m ²)	Precio/m ²
Barú II	Mutalista	Cornejo Alto	Mutalista	9	Área común y canchas deportivas	8	\$ 574
	Pichincha		Pichincha	5		2	

Fuente: Gridcon. Inteligencia Inmobiliaria, 2018.

Realizado por: Tupiza, S. 2022.

Conclusión

Después de realizar un estudio detallado de la competencia se puede concluir que:

Ventajas

- Amplios espacios en cada una de las áreas de nuestro proyecto.
- Ubicación privilegiada cerca de los centros de educación superior.
- Firma consolidada y reconocida en el mercado inmobiliario.
- Desarrollo urbano de la zona.
- Tranquilidad y seguridad por la presencia policial.

Desventajas

- Empresas promotoras y constructoras que son la competencia.
- Limitantes de financiamiento
- Los proyectos de la oferta son muy similares entre sí.
- Tramites con el GAD Municipal de Riobamba
- Problemas económicos.

Promoción y Ventas

La promoción, ventas y cobranzas se desarrollarán por contrato con una inmobiliaria, en este caso es Inmocasaes Cía. Ltda., la misma que adquiere el compromiso de vender todas las unidades en un plazo máximo de 9 meses.

Tabla 7-5: Cronograma valorado de ventas

No.	MES	NÚMERO DE CASAS VENDIDAS	INGRESOS/VENTA (USD)
1	Febrero-Abril	1	130000
2	Abril-Junio	1	130000
3	Junio-Agosto	1	130000
TOTAL		3	390000

Fuente: Inmocasaes Cía. Ltda., 2022.

Realizado por: Tupiza, S. 2022.

El costo total del proyecto es de 390000 usd, con un costo/2 de construcción de 649,48 usd.

El precio de venta establecido es de 130000 usd/m2 brindando una suma total en ventas del proyecto de 390000 usd.

La promoción del proyecto se realiza a través del diseño de un logotipo que identifique y describa en su concepto al proyecto, utilizando volantes (trípticos), vallas publicitarias, murales, revistas.



Figura 5-5: Mural Promocional

Fuente: Ébano II. 2022.

Realizado por: Tupiza, S. 2022.

5.4. Estudio técnico del proyecto

5.4.1. Fases del Proyecto

El proyecto denominado “Ébano II”, contempla dentro de su ciclo de vida las siguientes fases:

5.4.1.1. Factibilidad

Se realiza un análisis del mercado, valoración del terreno, análisis del tipo de proyecto a implantarse y análisis de factibilidad económica del proyecto.

5.4.1.2. Planificación

Se realiza la contratación de los estudios requeridos para el proyecto como son: levantamiento topográfico, elaboración y aprobación del proyecto Arquitectónico, estudio de suelos, elaboración y aprobación del proyecto Estructural, Presupuesto y Cronograma valorizado de obra.

5.4.1.3. Ejecución

Se implementa estrategias de pre-venta y venta del producto a través de estrategias de marketing y publicidad; para después comenzar con la ejecución del proceso constructivo en obra, en la actualidad el proyecto se encuentra en esta etapa.

Procesos de esta etapa:

1. CONSTRUCCIÓN DEL PROYECTO

MOVIMIENTO DE TIERRAS

OBRA MUERTA

ACABADOS

OBRAS EXTERIORES

5.5. Proceso de dirección del proyecto

La dirección del proyecto se encuentra conformada por una secuencia de procesos en los cuales se determinan los pasos que vienen a continuación.

5.5.1. Acta de constitución

Esta constituye la autorización del proyecto, en la cual se documentan las necesidades, productos, interesados y limitaciones, etc.

5.5.2. Alcance del proyecto

Es la definición de nivel del proyecto usando el acta de constitución, se documenta los requisitos, productos, límites, métodos de aceptación, control.

5.5.3. Crear EDT (estructura de desglose de trabajo)

El EDT es la estructura de desglose del trabajo en la cual se conforman los paquetes de trabajo y se establece los responsables de cada paquete.

5.5.4. Preparación del presupuesto

Es el proceso en el cual se dirigen las distintas fases técnicas del proyecto y del proceso constructivo del edificio, en el cual se marca el plan de intervención y detalles técnicos.

5.5.5. Control de calidad

Para esta etapa se cuenta con un residente de obra y la supervisión al proceso, recurso humano y materiales del proyecto de construcción del edificio, en base a las especificaciones técnicas del proyecto.

5.5.6. Cierre

Elaboración y aprobación de la Propiedad Horizontal del proyecto, emisión de escrituras definitivas, liquidación de contratos, entrega de inmuebles a sus propietarios.

Como fases de esta etapa de cierre tenemos:

PROPIEDAD HORIZONTAL

ESCRITURACIÓN

LIQUIDACIÓN DE CONTRATOS

ENTREGA DE VIVIENDAS

Tabla 8-5: Resumen del estado de los procesos de dirección

ETAPA	SUB-ETAPA	ESTADO			OBSERVACIONES
		NO INICIA	EN PROCESO	CONCLUIDO	
Alcance del proyecto			x		
Factibilidad				X	
Elaboración del Acta de Constitución				x	
Planificación				x	
Estructura de Desglose de Trabajo				x	

Presupuesto				x	
Pre-Inversión				x	
Adquisición del terreno				x	
Ejecución	Movimiento de tierras			x	
	Obras de urbanización			x	
	Obra Muerta		x		
	Acabados		x		
	Obras exteriores	X			
	Parqueaderos	X			
Plan de Marketing			x		
Impuestos y Pagos			x		
Control de Calidad			x		
Entrega del proyecto		X			

Fuente: Ébano II. 2022.

Realizado por: Tupiza, S. 2022.

5.5.7. Estrategia legal

Para iniciar la etapa de la construcción del presente Proyecto, se deben realizar varios trámites legales como: la compra del terreno, aprobar documentos y los planos respectivos del proyecto “Ébano II”. Entre los principales podemos citar los que se describen a continuación:

5.5.7.1. Trámite inicial

- Escritura de Compra-Venta en la Notaria del Cantón
- Pago de Alcabalas en el Ilustre Municipio de Riobamba.
- Inscripción de la escritura en el registro de la Propiedad del Cantón.
- Pago de Impuestos de Registro de la Propiedad.

5.5.7.2. Trámite de aprobación de planos

Es necesario para la aprobación de planos del Proyecto, previo el diseño arquitectónico, siguiendo el Informe de Regulación Urbana, presentar los siguientes documentos:

- Formulario de Planos para Edificar R.P.E.
- Hoja de Encuesta de Edificación del INEC.
- Original y fotocopia del Comprobante de pago al Colegio de Arquitectos.
- Original o Fotocopia del Título Cancela del Impuesto Predial del año en curso.
- Certificado actualizado de no adeudar al Municipio.
- Original o fotocopia de la Escritura o documento de adquisición del inmueble. debidamente inscrito en el Registro de la Propiedad.
- Cuatro juegos del proyecto arquitectónico debidamente doblados. Se incluirá un cuadro que contenga el cálculo de áreas y coeficientes.
- A partir de los 80 m2 de construcción el proyectista presentará por separado las plantas arquitectónicas y las plantas de instalaciones.
- Copia de la Licencia Profesional Actualizada.
- Ultimo pago del Impuesto a la Renta al SRI.
- Adjuntar el archivo digitalizado del Proyecto realizado en Autocad.

5.5.8. Permiso de construcción

Es una autorización para poder iniciar la construcción y para obtener dicho permiso se debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Formulario de Permiso Definitivo de Construcción.
- Formulario de Permiso Provisional de Construcción.
- Hoja de encuesta de Edificaciones del INEC.
- Formulario de Responsabilidad Estructural.
- Original y Fotocopia del comprobante de pago al Colegio de Arquitectos o Ingenieros por cada proyecto.
- Original y Fotocopia del comprobante de pago al Colegio de Ingenieros por Diseño Estructural.
- Comprobante de pago por derechos de conexión de Agua Potable o carta de pago cancelada por consumo.
- Comprobante de pago por derechos de conexión de alcantarillado.
- Original o fotocopia del título cancelado de Impuesto Predial del año en curso.
- Certificado de no adeudar al Municipio.
- Informe de Aprobación de planos arquitectónicos.
- Comprobante de pago por aprobación del proyecto arquitectónico.
- Un juego del proyecto arquitectónico aprobado, actualizado o en vigencia de aprobación.
- Dos juegos del proyecto estructural.
- Informe de los diseños eléctrico, sanitario y bomberos aprobados por las Empresas respectivas, a partir de los 510 m² de construcción o 6 unidades de vivienda.
- En el caso de edificaciones mayores a tres pisos, deberá adjuntar la memoria de cálculo de suelo, fundación, cálculo y diseño sismo resistente de la estructura.
- Copia de la Licencia Profesional actualizada.
- Ultimo pago del Impuesto al SRI.
- Adjuntar el archivo digitalizado del proyecto realizado en Autocad.

5.5.9. Devolución del fondo de garantía

- Oficio dirigido al Señor Director de Planificación.
- Certificado actualizado de no adeudar al Municipio.
- Informe de Aprobación de Planos Arquitectónicos.

- Original o fotocopia certificada del comprobante de pago de Fondo de Garantía.
- Permiso provisional de construcción, aprobado.
- Permiso definitivo de construcción, aprobado.
- Un juego del proyecto arquitectónico aprobado, actualizado y en vigencia la aprobación.

5.5.10. Declaratoria de propiedad horizontal

Es una figura jurídica mediante la cual se permite sobre un bien raíz construir una edificación y de esta forma permitir a cada componente del inmueble independencia legal y vida propia. Para obtenerla se necesita:

- Formulario de propiedad horizontal.
- Oficio dirigido al señor Director de Planificación.
- Tres juegos de cuadros de áreas, alcuotas y linderos en formato INEN A4.
- Tres juegos del Reglamento Interno de Propiedad horizontal INEN A4.
- Original y Fotocopia del Título Cancelado de Impuesto Predial del año en curso.
- Certificado actualizado de no adeudar al Municipio.
- Original o fotocopia de la Escritura o Documento de Adquisición del inmueble debidamente inscrito en el Registro de la Propiedad.
- Certificado actualizado del Registro de la Propiedad.
- Informe de Aprobación del Proyecto Arquitectónico.
- Un juego completo del Proyecto Arquitectónico aprobado.
- Copia de la Licencia Profesional actualizada.
- Ultimo pago del Impuesto a la Renta al SRI.
- Adjuntar el archivo digitalizado del proyecto realizado en Autocad.

5.5.11. Permiso de habitabilidad

- En esta etapa se inicia el uso del inmueble es la autorización para el funcionamiento de todas las unidades construidas en el proyecto. Es necesario la siguiente información proveer al municipio para obtener el permiso de habitabilidad

Tabla 9-5: Resumen del estado de los procesos legales

ETAPA	ESTADO			
	NO INICIA	EN PROCESO	CONCLUIDO	OBSERVACIONES
Trámite Inicial			x	
Trámite de Aprobación de Planos			x	
Permiso de Construcción			x	
Devolución del Fondo de Garantía	x			
Declaratoria de Propiedad Horizontal	x			
Permiso de Habitabilidad	x			

Fuente: Ébano II. 2022.

Realizado por: Tupiza, S. 2022.

5.5.12. Costos e inversiones

5.5.12.1. Costos e inversiones

En todo plan financiero se consideran cada uno de los rubros que se involucran en los distintos gastos que en la construcción son lo mismo que los costos, manteniendo un presupuesto como meta tanto en cantidades como en precios totales.

5.5.12.2. Costo del terreno

Para comenzar se especifica que el terreno en el que se implantará el proyecto posee una superficie de 599,61 m² de acuerdo a Escritura Pública, el mismo que se cancela al inicio del proyecto con una incidencia del 15% en el costo total del proyecto.

ANÁLISIS DE MÉTODO RESIDUAL

Tabla 10-5: Precio del terreno

UBICACI	San Antonio de las Abras		
AREA	599,61 m ²		
ZONIFICAC	A9(A1003-		
AREA VENDIBLE		599,61	m ²
FACTOR K	15%	168	m ²
(circulaciones)			
AREA DE CONSTRUCCIÓN		599,61	m ²

PRECIO DE	\$	599	/ m ²
VALOR DE VENTAS	\$	10216,	

FACTOR ALPHA		PRECIO TERRENO	PRECIO x m ²
	11%	10216,58	17,03
	12%	10218,62	17,04
	13%	11547,04	19,26

Fuente: Ébano II. 2022.

Realizado por: Tupiza, S. 2022.

Tabla 11-5: Situación Inicial de Ébano II
DATOS INICIALES

NOMBRE DE PERSONA NATURAL O JURIDICA	
Tipo de Persona	Natural
Obligada a llevar contabilidad	No
Moneda	USD

CUADRO 3.11

ESTADOS FINANCIEROS HISTÓRICOS

La persona no obligada a llevar contabilidad deberá registrar los activos pasivos y patrimonio acorde a los balances internos históricos

NOMBRE DE PERSONA NATURAL O JURIDICA

BALANCE GENERAL (ACTIVOS)

USD

	Interno	Interno	Interno	Interno
				7
	2016	2017	2018	2019
CAJA Y BANCOS				
Efectivo y equivalentes al efectivo	29.610,79	62.421,00	44.887,71	1.057,51
X				
	29.610,79	62.421,00	44.887,71	1.057,51
TOTAL, DE ACTIVOS CORRIENTES	29.610,79	62.421,00	44.887,71	1.057,51

Realizado por: Tupiza, S. 2022.

ACTIVO FIJO NETO				
Terreno	3.044,00	6.645,18		10.216,58
Fomento agrícola				
Inmuebles excepto terrenos	94.028,12	94.028,12	94.028,12	94.028,12
Construcciones en curso				
Muebles y enseres	5.000,00	5.000,00	6.000,00	6.500,00
Maquinaria, equipo e instalaciones				
Equipo de computación y software	2.500,00	2.500,00	3.000,00	3.000,00
Vehículos, equipos de transporte	4.798,40	4.198,60	3.598,80	2.999,00
Activos biológicos – Plantas				
SUBTOTAL DE ACTIVOS FIJOS NETO	109.370,52	112.371,90	106.626,92	116.743,70
TOTAL, DE ACTIVOS NO CORRIENTES	109.370,52	112.371,90	106.626,92	116.743,70
TOTAL, DE ACTIVOS	138.981,31	174.792,90	151.514,63	117.801,21

Realizado por: Tupiza, S. 2022.

OBLIGACIONES CON IFIS Y CUENTAS POR PAGAR LARGO PLAZO				
Obligaciones con instituciones financieras No corrientes	42.537,51	47.747,02	44.256,91	40.202,76
Cuentas y Documentos por pagar No Corrientes No Relacionadas				
	42.537,51	47.747,02	44.256,91	40.202,76
OTROS PASIVOS LARGO PLAZO				
Otras Cuentas y Documentos por pagar No Corrientes Relacionadas				
Pasivos No corrientes por Beneficios a los empleados				
	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL DE PASIVOS NO CORRIENTES	42.537,51	47.747,02	44.256,91	40.202,76
Z				
TOTAL DE PASIVOS	42.537,51	47.747,02	44.256,91	40.202,76

Realizado por: Tupiza, S. 2022.

PATRIMONIO				
Capital social pagado				
Futuras capitalizaciones				
Reserva legal y facultativa				
Otros Resultados Integrales Acumulados				
Resultados Acumulados				
Utilidad (pérdida) neta	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL DE PATRIMONIO	0,00	0,00	0,00	0,00

TOTAL DE PATRIMONIO	96.443,80	127.045,88	107.257,72	77.598,45
----------------------------	------------------	-------------------	-------------------	------------------

COMPROBACION DE BALANCE	138.981,31	174.792,90	151.514,63	117.801,21
--------------------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------

Fuente: Ébano II. 22022.

Realizado por: Tupiza, S. 2022.

5.6. Costos directos e indirectos

Existen varios factores externos e internos que afectan cada uno de los factores que inciden de manera directa al costo del proyecto, por lo tanto, de existir cualquier variación dentro de los precios unitarios, cualquier eventualidad externa se cargará al presupuesto para ir controlando como se afecta el flujo de caja mensual, para tomar las acciones determinantes y evitar inconvenientes al final del proyecto.

Para una mejor comprensión de lo que se indica anteriormente se detalla un gráfico con los porcentajes de obra civil, siendo la construcción del inmueble la que mayor carga posee dentro de los estimados.

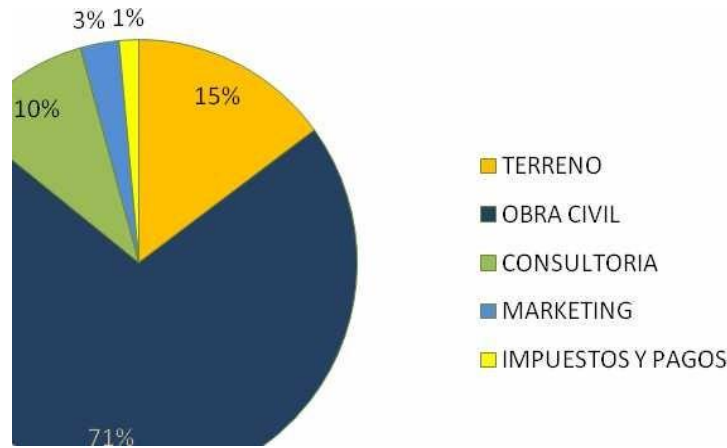


Gráfico 11-5: Porcentajes del costo del proyecto

Fuente: Ébano II. 2022.

Realizado por: Tupiza, S. 2022.

En cuanto a los rubros que se prorratan, tenemos la fase de consultoría, marketing, impuestos y pagos. Se manejan estos rubros en el proyecto para obtener **17.100 USD** de costos indirectos. Equivalentes a **225.260,64 USD**.

Entre la suma de costos directos e indirectos se obtiene un valor total de inversión de **\$ 231.967,32** usd que será cubierto de acuerdo a la disponibilidad de capital e ingresos por ventas planificado. Para visualizar el costo del proyecto en el que se incluye cada ítem se incluye el siguiente gráfico que detalla el valor de cada fase y el porcentaje de inversión en cada una de ellas.

Tabla 12-5: Presupuesto general de la construcción

PROYECTO:	EBANO 2
------------------	----------------

FECHA:	20-ago-20
---------------	------------------

DESCRIPCION	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO		MONTOS (USD)		%
			UNITARIO	TOTAL	EJECUTADO	POR EJECUTAR	
1.- TRABAJOS PRELIMINARES							
LIMPIEZA DE TERRENO	600,30	M2	\$ 0,84	504,25		504,25	0,25%
REPLANTEO	600,30	M2	\$ 1,63	978,49		978,49	0,49%
EXCAVACIÓN DE PLINTOS	92,02	M3	\$ 9,62	885,22		885,22	0,45%
RELLENO COMPACTADO	69,14	M3	\$ 5,16	356,78		356,78	0,18%
DESALOJO DE TIERRA	32,08	M3	\$ 6,86	220,04		220,04	0,11%

SUBTOTAL	\$ 2.944,78	\$ -	\$ 2.944,78	1,49%
-----------------	--------------------	-------------	--------------------	--------------

2.- ESTRUCTURA							
ACERO DE REFUERZO F'Y=4,200 KG/CM ² , EN VARILLAS, ALAMBRE GALVANIZADO # 18	14.286,72	KG	\$ 1,59	\$ 22.715,88		\$ 22.715,88	11,46%
REPLANTILLO HORMIGON F'C =180 KG/CM ²	3,55	M3	\$ 95,97	\$ 340,40		\$ 340,40	0,17%
PLINTOS DE HORMIGON SIMPLE F'C=210 kg/cm ²	15,20	M3	\$ 121,30	\$ 1.843,88		\$ 1.843,88	0,93%
COLUMNAS DE HORMIGON F'C=210 kg/cm ²	24,22	M3	\$ 164,04	\$ 3.972,74		\$ 3.972,74	2,00%
HORMIGON CICLOPEO EN CADENAS	15,51	M3	\$ 193,48	\$ 3.000,64		\$ 3.000,64	1,51%
CADENA DE HORMIGON F'C=210 kg/cm ²	3,88	M3	\$ 179,01	\$ 694,06		\$ 694,06	0,35%
VIGAS DE HORMIGON F'C=210 kg/cm ²	15,63	M3	\$ 176,87	\$ 2.764,48		\$ 2.764,48	1,39%
LOSAS DE ENTREPISO DE HORMIGON F'C=210 kg/cm ²	53,46	M3	\$ 196,88	\$ 10.524,36		\$ 10.524,36	5,31%
ALIVIANAMIENTO DE BLOQUE	3.887,69	UD	\$ 0,94	\$ 3.654,43		\$ 3.654,43	1,84%
ESCALERAS DE HORMIGON F'C=210 kg/cm ²	23,10	M3	\$ 179,09	\$ 4.136,98		\$ 4.136,98	2,09%
DINTELES DE HORMIGON	35,28	ML	\$ 21,13	\$ 745,47		\$ 745,47	0,38%

SUBTOTAL	\$ 54.393,32	\$ -	\$ 54.393,32	27,44%
-----------------	---------------------	-------------	---------------------	---------------

3.- PISOS							
CONTRAPISO HORMIGON	225,26	M2	\$ 11,00	\$ 2.477,89	\$ 2.477,89	1,25%	
CONTRAPISO DE ESTACIONAMIENTO	173,13	M2	\$ 10,89	\$ 1.885,43	\$ 1.885,43	0,95%	
VEREDAS PERIMETRALES	15,69	M2	\$ 10,89	\$ 170,86	\$ 170,86	0,09%	
MASILLADO Y ALISADO PISOS	623,65	M2	\$ 7,59	\$ 4.733,52	\$ 4.733,52	2,39%	
MASILLADO ESCALERAS DE HORMIGON	86,43	ML	\$ 9,03	\$ 780,50	\$ 780,50	0,39%	
MASILLADO DE ESTACIONAMIENTO CON ENDURECEDOR	188,82	M2	\$ 11,15	\$ 2.105,39	\$ 2.105,39	1,06%	

SUBTOTAL	\$ 12.153,59	\$ -	\$ 12.153,59	6,13%
-----------------	---------------------	-------------	---------------------	--------------

4.- PAREDES							
MAMPOSTERIA DE LADRILLO	890,18	M2	\$ 12,19	\$ 10.851,31	\$ 10.851,31	5,47%	
MAMPOSTERIA DE BLOQUE RESISTENTE 15 CM (CERRAMIENTO)	400,18	M2	\$ 15,01	\$ 6.006,77	\$ 6.006,77	3,03%	
BORDILLO DE DUCHA	5,01	ML	\$ 9,28	\$ 46,49	\$ 46,49	0,02%	

SUBTOTAL	\$ 16.904,57	\$ -	\$ 16.904,57	8,53%
-----------------	---------------------	-------------	---------------------	--------------

5.- ENLUCIDOS							
ENLUCIDO VERTICAL	1.551,33	M2	\$ 7,90	\$ 12.255,49	\$ 12.255,49	\$ 12.255,49	6,18%
ENLUCIDO HORIZONTAL	509,24	M2	\$ 11,15	\$ 5.678,07	\$ 5.678,07	\$ 5.678,07	2,86%
ENLUCIDO FAJAS DE VENTANAS	395,04	ML	\$ 6,60	\$ 2.607,26	\$ 2.607,26	\$ 2.607,26	1,32%

SUBTOTAL	\$ 20.540,82	\$ -	\$ 20.540,82	10,36%
-----------------	---------------------	-------------	---------------------	---------------

6.- INSTALACIONES SANITARIAS							
DESAGUE PVC 110 MM	24,00	PT	\$ 14,55	\$ 349,20	\$ 349,20	\$ 349,20	0,18%
DESAGUE PVC 75 MM	33,00	PT	\$ 11,45	\$ 377,85	\$ 377,85	\$ 377,85	0,19%
BAJANTE DE AGUA LLUVIA-SERVIDA D=110 MM.	200,76	ML	\$ 8,58	\$ 1.722,52	\$ 1.722,52	\$ 1.722,52	0,87%
BAJANTE DE AGUA LLUVIA-SERVIDA D=75 MM.	9,00	ML	\$ 7,31	\$ 65,79	\$ 65,79	\$ 65,79	0,03%
TUBERIA PVC 150 MM	36,00	ML	\$ 7,31	\$ 263,16	\$ 263,16	\$ 263,16	0,13%
CAJA DE REVISION (.60*.60*.60)	18,00	U	\$ 56,97	\$ 1.025,46	\$ 1.025,46	\$ 1.025,46	0,52%
TUBERIA PVC TERMOFUSION 1"	47,79	ML	\$ 5,24	\$ 250,42	\$ 250,42	\$ 250,42	0,13%
TUBERIA PVCTERMOFUSION 3/4"	85,32	ML	\$ 4,38	\$ 373,70	\$ 373,70	\$ 373,70	0,19%
PUNTO DE AGUA FRIA (TERMOFUSION) Ø½	45,00	PTO	\$ 15,80	\$ 711,00	\$ 711,00	\$ 711,00	0,36%
PUNTO DE AGUA CALIENTE (TERMOFUSION) Ø½	24,00	PTO	\$ 15,80	\$ 379,20	\$ 379,20	\$ 379,20	0,19%
VALVULA DE CONTROL DE 3/4"	3,00	U	\$ 35,04	\$ 105,12	\$ 105,12	\$ 105,12	0,05%
LLAVES DE MANGUERA TIPO CAMPANOLA	6,00	U	\$ 12,10	\$ 72,60	\$ 72,60	\$ 72,60	0,04%
MEDIDOR INDIVIDUAL DE 1/2"	3,00	U	\$ 260,24	\$ 780,72	\$ 780,72	\$ 780,72	0,39%
BOMBA DE AGUA 1 HP SUMERGIBLE	3,00	GLB	\$ 514,82	\$ 1.544,46	\$ 1.544,46	\$ 1.544,46	0,78%

SUBTOTAL	\$ 8.021,20	\$ -	\$ 8.021,20	4,05%
-----------------	--------------------	-------------	--------------------	--------------

7.- INSTALACIONES ELÉCTRICAS							
INSTALACIÓN DE ILUMINACIÓN	90,00	PT	\$ 28,05	\$ 2.524,50	\$ 2.524,50	1,27%	
INSTALACION DE TOMACORRIENTE 110 V	108,00	PT	\$ 27,10	\$ 2.926,80	\$ 2.926,80	1,48%	
INSTALACION DE TOMACORRIENTE 220V	3,00	PT	\$ 29,13	\$ 87,39	\$ 87,39	0,04%	
TABLERO DE CONTROL 6 PUNTOS 220V	6,00	U	\$ 111,39	\$ 668,34	\$ 668,34	0,34%	
PUNTO DE TELEFONO	6,00	U	\$ 17,77	\$ 106,62	\$ 106,62	0,05%	
INSTALACION DE PORTERO ELECTRICO	3,00	PT	\$ 33,19	\$ 99,57	\$ 99,57	0,05%	
INSTALACION DE TV	12,00	PT	\$ 17,77	\$ 213,24	\$ 213,24	0,11%	
ACOMETIDA ELECTRICA INTERNA	45,00	ML	\$ 1,16	\$ 52,20	\$ 52,20	0,03%	
ACOMETIDA TELEFONICA INTERNA	45,00	ML	\$ 0,60	\$ 27,00	\$ 27,00	0,01%	
MEDIDOR ELECTRICO	3,00	U	\$ 20,00	\$ 60,00	\$ 60,00	0,03%	

SUBTOTAL	\$ 6.765,66	\$ -	\$ 6.765,66	3,41%
-----------------	--------------------	-------------	--------------------	--------------

8.- RECUBRIMIENTOS							
ESTUCADO HORIZONTAL Y VERTICAL	1.855,02	M2	\$ 3,28	\$ 6.084,48	\$ 6.084,48	3,07%	
PINTURA EN INTERIORES	2.190,81	M2	\$ 3,41	\$ 7.470,65	\$ 7.470,65	3,77%	
GRAFIADO EN EXTERIORES	323,87	M2	\$ 6,21	\$ 2.011,24	\$ 2.011,24	1,01%	
REVESTIMIENTO VERTICAL DE PIEDRA	39,67	M2	\$ 16,12	\$ 639,55	\$ 639,55	0,32%	
				\$ -	\$ -	0,00%	

SUBTOTAL	\$ 16.205,92	\$ -	\$ 16.205,92	8,17%
-----------------	---------------------	-------------	---------------------	--------------

9.- ACABADOS DE PISOS							
PISO DE PORCELANATO	339,05	M2	\$ 23,23	\$ 7.876,18	\$ 7.876,18	3,97%	
PISO DE CERAMICA	37,29	M2	\$ 15,76	\$ 587,69	\$ 587,69	0,30%	
PISO FLOTANTE RESIDENCIAL	128,88	M2	\$ 18,00	\$ 2.319,84	\$ 2.319,84	1,17%	
BARREDERAS DE PORCELANATO	398,59	ML	\$ 7,35	\$ 2.929,63	\$ 2.929,63	1,48%	
BARREDERAS DE CERAMICA	47,13	ML	\$ 4,66	\$ 219,63	\$ 219,63	0,11%	
BARREDERAS/PISO FLOTANTE	164,97	ML	\$ 3,50	\$ 577,40	\$ 577,40	0,29%	

SUBTOTAL	\$ 14.510,37	\$ -	\$ 14.510,37	7,32%
-----------------	---------------------	-------------	---------------------	--------------

10.- MUEBLES DE COCINA Y OTROS							
CLOSETS MELAMINICO	86,49	M2	\$ 120,00	\$ 10.378,37	\$ 10.378,37	5,24%	
MUEBLE ALTO DE COCINA EN MDF	19,59	ML	\$ 110,00	\$ 2.154,90	\$ 2.154,90	1,09%	
MEZON DE COCINA EN MDF Y GRANITO	14,76	ML	\$ 185,00	\$ 2.730,60	\$ 2.730,60	1,38%	

SUBTOTAL	\$ 15.263,87	\$ -	\$ 15.263,87	7,70%
-----------------	---------------------	-------------	---------------------	--------------

11.- CARPINTERIA						
PUERTA PRINCIPAL PANELADA DE MADERA 1.20 m h=2.15 m	3,00	U	\$ 180,00	\$ 540,00	\$ 540,00	0,27%
PUERTA PANELADA DE MADERA 0.90 m. DORMITORIOS	12,00	U	\$ 160,00	\$ 1.920,00	\$ 1.920,00	0,97%
PUERTA PANELADA DE MADERA 0.70 m. BAÑOS	9,00	U	\$ 150,00	\$ 1.350,00	\$ 1.350,00	0,68%
				\$ -	\$ -	0,00%
SUBTOTAL				\$ 3.810,00	\$ 3.810,00	1,92%

12.- ALUMINIO Y VIDRIO						
VENTANA CORREDIZA DE ALUMINIO NATURAL	160,16	M 2	\$ 45,00	\$ 7.207,23	\$ 7.207,23	3,64%
PUERTA POSTERIOR CORREDIZA DE ALUMINIO NATURAL INC. CERRADURA 2.00 m. h=2.10m	3,00	U	\$ 280,00	\$ 840,00	\$ 840,00	0,42%
PUERTA DE ALUMINIO NATURAL INC. CERRADURA TIPO POMO 0.90 h=2.10m	3,00	U	\$ 140,00	\$ 420,00	\$ 420,00	0,21%
				\$ -	\$ -	0,00%
SUBTOTAL				\$ 8.467,23	\$ 8.467,23	4,27%

13.- CARPINTERIA METALICA						
PUERTA PEATONAL METALICA 1.20 m.	3,00	U	\$ 180,00	\$ 540,00	\$ 540,00	0,27%
PUERTA INGRESO VEHICULAR METALICA 1.85 m.	3,00	U	\$ 230,00	\$ 690,00	\$ 690,00	0,35%
PASAMANO TUBULAR DE ACERO INOXIDABLE	14,58	ML	\$ 110,00	\$ 1.603,80	\$ 1.603,80	0,81%
				\$ -	\$ -	0,00%
SUBTOTAL				\$ 2.833,80	\$ 2.833,80	1,43%

15.- APARATOS SANITARIOS						
INODORO BRIGS TANQUE BAJO INC. GRIFERIA	9,00	U	\$ 99,27	\$ 893,43	\$ 893,43	0,45%
LAVAMANOS DE UNA LLAVE BRIGGS INC. GRIFERIA	3,00	U	\$ 111,77	\$ 335,31	\$ 335,31	0,17%
LAVAMANOS MONOCOMANDO BRIGGS INC. MEZCLADORA	9,00	U	\$ 137,77	\$ 1.239,93	\$ 1.239,93	0,63%
LAVAPLATOS DE ACERO INOXIDABLE 2 POZOS C/MEZCLADORA INC. GRIFERIA MONOCOMANDO	3,00	U	\$ 173,01	\$ 519,03	\$ 519,03	0,26%
DUCHA C/MEZCLADORA INC. GRIFERIA MONOCOMANDO	6,00	U	\$ 18,01	\$ 108,06	\$ 108,06	0,05%
JACUZZI	3,00	U	\$ 1.400,00	\$ 4.200,00	\$ 4.200,00	2,12%
				\$ -	\$ -	0,00%
SUBTOTAL				\$ 7.295,76	\$ 7.295,76	3,68%

16.- ACABADOS							
REVESTIMIENTO VERTICAL DE CERAMICA	349,26	M2	\$ 16,51	\$ 5.766,22	\$ 5.766,22	2,91%	
CENEFAS DE CERAMICA	30,00	ML	\$ 12,02	\$ 360,60	\$ 360,60	0,18%	
REJILLA DE ALUMINIO 2"	21,00	U	\$ 8,59	\$ 180,39	\$ 180,39	0,09%	
REJILLA DE ALUMINIO 3"	18,00	U	\$ 4,59	\$ 82,62	\$ 82,62	0,04%	
				\$ -	\$ -	0,00%	
SUBTOTAL				\$ 6.389,83	\$ 6.389,83	3,22%	

17.- TRABAJOS VARIOS							
CISTERNA DE HORMIGON	3,00	GL	\$ 198,52	\$ 595,56	\$ 595,56	0,30%	
LAVANDERIA DE HORMIGON PREFABRICADA INC. GRIFERIA	3,00	GL	\$ 171,26	\$ 513,78	\$ 513,78	0,26%	
				\$ -	\$ -	0,00%	
SUBTOTAL				\$ 1.109,34	\$ 1.109,34	0,56%	

18.- AREAS VERDES							
AREA VERDE	182,34	M2	\$ 3,50	\$ 638,17	\$ 638,17	0,32%	

SUBTOTAL	\$ 638,17	\$ -	\$ 638,17	0,32%
-----------------	------------------	-------------	------------------	--------------

Fuente: Ébano II. 2022.

Realizado por: Tupiza, S. 2022.

Tabla 13-5: Presupuesto general de la construcción

PRECIO			MONTOS (USD)			%
UNITARIO		TOTAL	EJECUTADO		POR EJECUTAR	
SUMA		\$ 198.248,23	\$ -	\$ 198.248,23		100,00%
IMPREVISTOS	5%	\$ 9.912,41		\$ 9.912,41		
SUBTOTAL		\$ 208.160,64	\$ -	\$ 208.160,64		
IVA		\$ -	\$ -	\$ -		
TOTAL		\$ 208.160,64	\$ -	\$ 208.160,64		

Fuente: Ébano II. 2022.

Realizado por: Tupiza, S. 2022.

Tabla 14-5: Cronograma valorado de obra y costos indirectos

ITEM	TOTAL	EJECUTADO	POR EJECUTAR	1	2	3	4	5	6	7	8
				ago-20	sep-20	oct-20	nov-20	dic-20	ene-21	feb-21	mar-21
COSTOS DIRECTOS CONSTRUCCIÓN											
1.- TRABAJOS	2.944,78	-	2.944,78				2.944,78				
2.- ESTRUCTURAS	54.393,32	-	54.393,32				27.196,66	27.196,66			
3.- PISOS	12.153,59	-	12.153,59				12.153,59				
4.- PAREDES	16.904,57	-	16.904,57					8.452,29	8.452,29		
5.- ENLUCIDOS	20.540,82	-	20.540,82						20.540,82		
6.- INSTALACIONES	8.021,20	-	8.021,20				2.673,73	2.673,73	2.673,73		
7.- INSTALACIONES	6.765,66	-	6.765,66				1.691,42	1.691,42	1.691,42	1.691,42	
8.- RECUBRIMIENTOS	16.205,92	-	16.205,92						8.102,96	8.102,96	
9.- ACABADOS	14.510,37	-	14.510,37						7.255,19	7.255,19	
10.- MUEBLES	15.263,87	-	15.263,87								15.263,87
11.- CARPINTERIA	3.810,00	-	3.810,00						1.905,00	1.905,00	
12.- ALUMINIOS	8.467,23	-	8.467,23								8.467,23
13.- CARPINTERIA	2.833,80	-	2.833,80						1.416,90	1.416,90	
14.- CERRAJERIA		-		-	-	-	-	-	-	-	-
15.- APARATOS	7.295,76	-	7.295,76	-	-	-					7.295,76
16.- ACABADOS	6.389,83	-	6.389,83	-	-	-					6.389,83
17.- TRABAJOS	1.109,34	-	1.109,34	-	-	-	554,67				554,67
18.- AREAS VERDES	638,17	-	638,17	-	-	-			319,09	319,09	
19.- OTRAS		-		-	-	-	-	-	-	-	-
20.- X		-		-	-	-	-	-	-	-	-
IMPREVISTOS	9.912,41	-	9.912,41	-	-	-	2.360,74	2.000,70	2.617,87	1.825,45	1.107,64
IVA		-		-	-	-					
SUBTOTAL COSTOS DIRECTOS	\$208.160,64	\$-	\$208.160,64	-	-	-	\$49.575,59	\$42.014,80	\$54.975,25	\$38.334,54	\$23.260,46
INVERSIONES ACUMULADAS				-	-	-	\$49.575,59	\$91.590,39	\$146.565,64	\$184.900,18	\$208.160,64
PORCENTAJES				0,00%	0,00%	0,00%	23,82%	44,00%	70,41%	88,83%	100,00%

Fuente: Ébano II. 2022.

Realizado por: Tupiza, S. 2022.

Tabla 15-5: Cronograma valorado de obra y costos indirectos

PLA NIFICACIÓN	4.296,00	4.296,00	-									
TASA SE IMPUESTOS	2.410,68	2.410,68	-									
INDIRECTOS	9.000,00		9.000,00				1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	
COMERCIALIZACIÓN	8.100,00		8.100,00						900	900	900	
SUBTOTAL COSTOS IND.	\$23.806,68	\$6.706,68	\$17.100,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$1.800,00	\$1.800,00	\$2.700,00	\$2.700,00	\$2.700,00	\$ -
COSTOS ACUMULADOS				\$ -	\$ -	\$ -	\$1.800,00	\$3.600,00	\$6.300,00	\$9.000,00	\$11.700,00	\$11.700,00
PORCENTAJES				0,00%	0,00%	0,00%	10,53%	21,05%	31,57%	42,10%	52,63%	63,16%
TOTAL COSTOS DIRECTO	\$23.967,32	\$6.706,68	\$25.280,64	\$ -	\$ -	\$ -	\$31.375,59	\$43.914,80	\$57.675,25	\$41.034,54	\$25.960,46	\$ -
COSTOS ACUMULADOS				\$ -	\$ -	\$ -	\$31.375,59	\$35.190,39	\$52.865,64	\$193.900,18	\$219.860,64	\$219.860,64
PORCENTAJES				0,00%	0,00%	0,00%	22,81%	42,26%	67,86%	86,08%	97,60%	97,60%

Fuente: Ébano II. 2022.

Realizado por: Tupiza, S. 2022.

5.6.1. *Financiamiento*

El sistema de financiamiento que tendrá el proyecto es a través de una línea de crédito de la CFN de un monto de \$ 60000,00 a dos años plazo con un año de plazo de gracia a una tasa nominal del 7,5%, estableciéndose un número de cuotas de 2.

Con solo las ventas es imposible financiar el proyecto, por lo que la inyección de capital por parte de los accionistas de la empresa y una la CFN es vital para concluir exitosamente con la construcción del proyecto, el interés por parte de la CFN es del 7,50%, la inversión tendrá la siguiente estructura.

Tabla 16-5: Porcentaje de inversiones

ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN		
INVERSIÓN CFN	60000,00	58%
INVERSIÓN POR PROPIETARIOS	152.554,36	42%
PROYECTO TOTAL	212.554	100%

Fuente: Ébano II. 2022.

Realizado por: Tupiza, S. 2022.

Tabla 17-5: Tabla de la depreciación de activos.

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	Valor Residual	Porcentaje de depreciación	Valor de depreciación	Gastos de administración	Gastos de ventas
Terreno	1	10.216,58	10216,58	0,00	0%	0,00	0,00	0,00
Edificio	1	94.028,12	94028,12	9402,81	5%	4231,27	2115,63	2115,63
Muebles y enseres	1	6500,00	6500,00	650,00	10%	585,00	585,00	
Maquinaria, equipo e instalaciones	1			0,00	10%	0,00		0,00
Equipo de computacion y software	1	3000,00	3000,00	300,00	10%	270,00	270,00	0
Vehiculos, equipos de transporte	1	2999,00	2999,00	299,90	20%	539,82		539,82
		0	0,00	0,00	10%	0,00		0,00
Otros activos		116743,70	116743,70	11674,37		5626,09	2970,63	2655,45

Fuente: Ébano II. 2022.

Realizado por: Tupiza, S. 2022.

Tabla 18-5: Amortización de la deuda

Importe del préstamo	\$ 60.000,00
Tasa de interés anual	7,50%
Período del préstamo en años	2
Fecha de inicio del préstamo	01/01/2020
Pago mensual	\$ 2.699,98
Número de pagos	24
Importe total de los intereses	\$ 4.799,41
Costo total del préstamo	\$ 64.799,41

N. °	Pago	Inicio	Pago	Principal	Interés	Fin
	Fecha	Saldo				
1	01/02/2020	\$ 60.000,00	\$ 2.699,98	\$ 2.324,98	\$ 375,00	\$ 57.675,02
2	01/03/2020	\$ 57.675,02	\$ 2.699,98	\$ 2.339,51	\$ 360,47	\$ 55.335,52
3	01/04/2020	\$ 55.335,52	\$ 2.699,98	\$ 2.354,13	\$ 345,85	\$ 52.981,39
4	01/05/2020	\$ 52.981,39	\$ 2.699,98	\$ 2.368,84	\$ 331,13	\$ 50.612,55
5	01/06/2020	\$ 50.612,55	\$ 2.699,98	\$ 2.383,65	\$ 316,33	\$ 48.228,90
6	01/07/2020	\$ 48.228,90	\$ 2.699,98	\$ 2.398,54	\$ 301,43	\$ 45.830,36
7	01/08/2020	\$ 45.830,36	\$ 2.699,98	\$ 2.413,54	\$ 286,44	\$ 43.416,82
8	01/09/2020	\$ 43.416,82	\$ 2.699,98	\$ 2.428,62	\$ 271,36	\$ 40.988,20
9	01/10/2020	\$ 40.988,20	\$ 2.699,98	\$ 2.443,80	\$ 256,18	\$ 38.544,40
10	01/11/2020	\$ 38.544,40	\$ 2.699,98	\$ 2.459,07	\$ 240,90	\$ 36.085,33
11	01/12/2020	\$ 36.085,33	\$ 2.699,98	\$ 2.474,44	\$ 225,53	\$ 33.610,88
12	01/01/2021	\$ 33.610,88	\$ 2.699,98	\$ 2.489,91	\$ 210,07	\$ 31.120,98

13	01/02/2021	\$	31.120,98	\$	2.699,98	\$	2.505,47	\$	194,51	\$	28.615,51
14	01/03/2021	\$	28.615,51	\$	2.699,98	\$	2.521,13	\$	178,85	\$	26.094,38
15	01/04/2021	\$	26.094,38	\$	2.699,98	\$	2.536,89	\$	163,09	\$	23.557,49
16	01/05/2021	\$	23.557,49	\$	2.699,98	\$	2.552,74	\$	147,23	\$	21.004,75
17	01/06/2021	\$	21.004,75	\$	2.699,98	\$	2.568,70	\$	131,28	\$	18.436,06
18	01/07/2021	\$	18.436,06	\$	2.699,98	\$	2.584,75	\$	115,23	\$	15.851,31
19	01/08/2021	\$	15.851,31	\$	2.699,98	\$	2.600,90	\$	99,07	\$	13.250,40
20	01/09/2021	\$	13.250,40	\$	2.699,98	\$	2.617,16	\$	82,82	\$	10.633,24
21	01/10/2021	\$	10.633,24	\$	2.699,98	\$	2.633,52	\$	66,46	\$	7.999,72
22	01/11/2021	\$	7.999,72	\$	2.699,98	\$	2.649,98	\$	50,00	\$	5.349,75
23	01/12/2021	\$	5.349,75	\$	2.699,98	\$	2.666,54	\$	33,44	\$	2.683,21
24	01/01/2022	\$	2.683,21	\$	2.699,98	\$	2.683,21	\$	16,77	-\$	0,00

Realizado por: Tupiza, S. 2022.

5.6.2. Ingresos por ventas

Los precios para el proyecto se establecieron de acuerdo al estudio de mercado que indicó un precio promedio de 649,48 usd/m² de vivienda, proporcionando un precio total de cada vivienda de 130.000 usd por cada una de ellas y un total de 390.000 USD por la venta.

Tabla 19-5: Precios

DESCRIPCION	M2	VALOR / M2	PARCIAL	TERRAZA		PARCIAL	ESTACIONAMIENTOS		PVP
			AREA UTIL	M2	VALOR	AREA UTIL	UNIDAD	VALOR	
CASA 01	200,16	649,48	158,76						\$ 130.000,00
CASA 02	200,16	649,48	158,76						\$ 130.000,00
CASA 03	200,00	650,00	158,76						\$ 130.000,00

Fuente: Ébano II. 2022.

Realizado por: Tupiza, S. 2022.

Tabla 20-5: Ventas

POLITICA DE VENTAS	ENTRADA	HIPOTECARIOS
REFERENCIAL		100,0%

ITEM	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL	EJECUTADO	POR EJECUTAR
INGRESOS POR HIPOTECARIOS					
C04	1	\$ 130.000,00	\$ 130.000,00		\$ 130.000,00
C05	1	\$ 130.000,00	\$ 130.000,00		\$ 130.000,00
C06	1	\$ 130.000,00	\$ 130.000,00		\$ 130.000,00
-	0	\$ -	\$ -		\$ -

Fuente: Ébano II. 2022.

Realizado por: Tupiza, S. 2022.

5.6.3. Flujo de caja

Al estudiar el cuadro de gastos del cronograma valorado, el flujo de ventas e ingresos, se concluye que el saldo mensual es negativo por lo que se cubrirá el déficit gracias al porte de los accionistas, la CFN y la velocidad de ventas.

Lo que se observa claramente en los siguientes cuadros:

Tabla 21-5: Flujo de caja proyectos inmobiliarios nombre de persona natural o jurídica estado de flujo de efectivo mensual proyectado

USD				8	9	10	11	12	1	2	3	6	10	11	12
				1	2	3	4	5	6	7	8	11	15	16	17
	TOTAL	EJECUTADO	OR EJECUTA	ago-20	sep-20	oct-20	nov-20	dic-20	ene-21	feb-21	mar-21	jun-21	oct-21	nov-21	dic-21
				2020	2020	2020	2020	2020	2021	2021	2021	2021	2021	2021	2021
A) INGRESOS OPERACIONALES															
Ingresos por entrada															
Ingresos por hipotecarios	390.000,00		390.000,00									130.000,00	130.000,00		130.000,00
Otros Ingresos				-			-								
TOTAL INGI	390.000,00		390.000,00									130.000,00	130.000,00		130.000,00
B) EGRESOS OPERACIONALES															
Costo de terreno	99.052,80	99.052,80		-											
Costos directos de urbanización															
Costos directos de construcción	208.160,64		208.160,64				49.575,59	42.014,80	54.975,25	38.334,54	23.260,46				
Costos indirectos	23.806,68	6.706,68	17.100,00				1.800,00	1.800,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	1.800,00	1.800,00		1.800,00
TOTAL EGR	331.020,12	105.759,48	225.260,64				51.375,59	43.814,80	57.675,25	41.034,54	25.960,46	1.800,00	1.800,00		1.800,00
C. FLUJO OF	58.979,88	#####	164.739,36				-51.375,59	-43.814,80	-57.675,25	-41.034,54	-25.960,46	128.200,00	128.200,00		128.200,00

Fuente: Ébano II. 2022.

Realizado por: Tupiza, S. 2022.

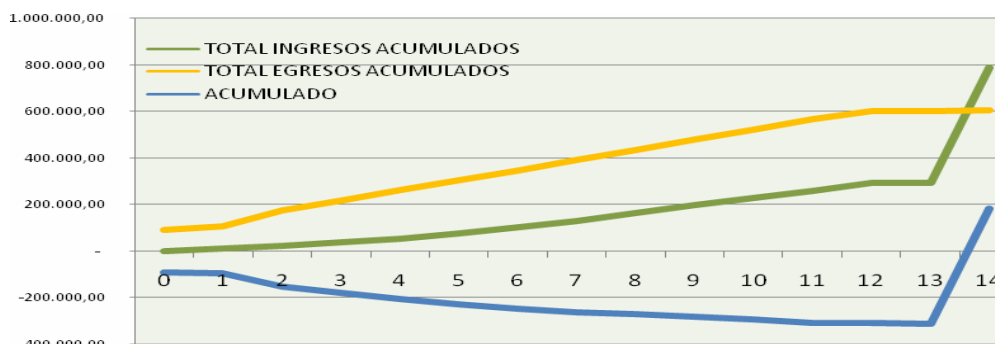


Gráfico 12-5: Ingresos y egresos acumulados

Fuente: Sector financiero inmobiliario

Realizado por: Tupiza, S. 2022.

5.7. Aspectos financieros del proyecto

5.7.1. Evaluación Financiera

El VAN en este escenario puro es muy alentador para el proyecto, ya que se obtendría alrededor de 86.901 usd. como ganancia actual sobre la tasa de descuento del 23% anual, con una tasa de retorno TIR del 56% anual, que es un interés que sobrepasa las expectativas del proyecto.

En el siguiente escenario entramos en un financiamiento que puede ser de un banco o de aportes de capital de accionistas, y compararemos los resultados del VAN Y TIR, para evaluar el proyecto inmobiliario.

5.7.2. VAN y TIR con financiamiento (aporte de capital mensual)

En este escenario se plantea el aporte de capital por parte de los accionistas en cuotas mensuales mientras avanza el proyecto, ingresos por parte de la banca y por concepto de ventas, lo que nos permitirá valorar cómo se comporta el VAN Y TIR.

5.7.3. Tasa de descuento

La tasa de descuento a ser utilizada en el VAN positivo es del 7,50% que nos cobra el crédito la CFN, y para el VAN negativo, será la que se ha manejado históricamente en los proyectos de la empresa, la cual es del 9,76%.

La tasa de descuento a ser implementada en este proyecto para obtener un panorama claro en referencia al VAN y TIR, se establece en un 9,76%, utilizando los siguientes parámetros:

En este método se incrementa el riesgo país, debido a la creación de nuevas Leyes por parte de la

Asamblea Constituyente y los cambios que esta va a emitir en lo que va del año en curso, que al momento se ubica en un 5,19%.

Como tercer método para obtener la tasa de descuento es el implementado por la CAPM, es cual se refleja en la siguiente demostración:

Tabla 22-5: Tasa de descuento - método CAPM

FORMULA	RA=RF+ (RM – RF) BA
RA	TASA DE DESCUENTO
RF	TASA LIBRE DE RIESGO = 3,03%
RM	TASA DE MERCADO = 6.4%
B	E DEL SECTOR DE LA CONSTRUCCION DE ESTADOS UNIDOS = 1,86%
RA	3,03%+((6.4,96%-3,03%)*1,86%)
RA	9.30%
RIESGO PAIS TOTAL	5,56%
TASA DE DESCUENTO ANUAL	9,76%
TASA DE DESCUENTO MENSUAL	1,23%

Fuente: Ébano II. 2022.

Realizado por: Tupiza, S. 2022.

Entonces se utilizará el 15% como tasa impuesta de descuento, para obtener los indicadores económicos del VAN y TIR.

5.8. Resultados financieros

5.8.1. VAN y TIR flujo del proyecto neto

Establecida la tasa de descuento y con el flujo de caja del proyecto se procede a obtener el VAN y la TIR, en un principio estos resultados se obtuvieron solamente con ingresos netos, es decir se consideró los flujos puros del proyecto con ingresos estrictamente de ventas, más no de inyección de capital.

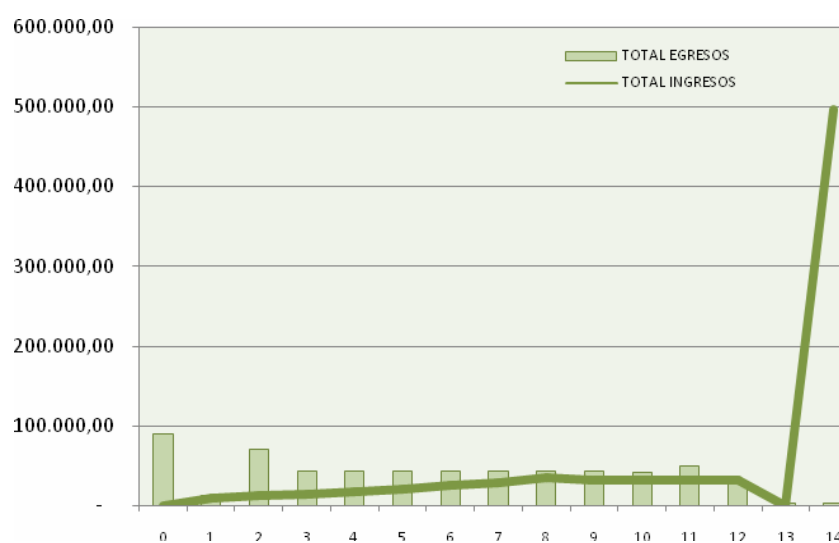


Gráfico 13-5: Ingresos y egresos (flujo neto)

Fuente: Ébano II. 2022.

Realizado por: Tupiza, S. 2022.

Este gráfico es muy objetivo, ya que nos muestra la diferencia entre ingresos y egresos, el cual debe ser cubierto por un financiamiento.

5.8.1.1. Cálculo del VAN

Tabla 23-5: Cálculo del VAN44

Inversión inicial	-60000,00		
Flujo de Caja		93.592,62	98.000,95
Tipo de descuento	15.05%	15,05%	15,05%
$(1+r)^n$	1	1,1505	1,32365025
$1/(1+r)^n$	1	0,86918731	0,75548658
Flujo de caja descontado	-60000,00	81.349,51	74.038,40
VAN		21.349,51	-134038,40

Realizado por: Tupiza, S. 2022.

5.8.1.2. Cálculo del TIR

Tabla 24-5: Cálculo de la TIR según fórmula

i1=	7,50%
i2=	15,05%
VAN1=	21349.51
VAN2=	- 134038,40
TIR=	1.17%

Fuente: Ébano II, 2022.

Realizado por: Tupiza, S. 2022.

El resultado de la TIR al ser mayor que, le torna al proyecto en atractivo desde el punto de vista del Inversionista, recomendándose llevar a cabo la inversión.

5.8.1.3. Relación Beneficio Costo

Está constituida por los ingresos actualizados dividido entre la inversión Inicial.

Tabla 25-5: Relación beneficio costo

RELACIÓN BENEFICIO COSTO	
SUMATORIA DE INGRESOS	460.868,59
Inversión Inicial	212554.00
R B/C=	2.16

Fuente: Ébano II, 2022.

Realizado por: Tupiza, S. 2022.

Al considerar una relación Beneficio Costo equivalente a 2,16 dólares, vemos que, al restarle la Prima, nos queda que por cada dólar invertido se obtiene un beneficio de 1.16 centavos de dólar.

5.8.1.4. Sensibilidades del proyecto

La sensibilidad en cuanto al proyecto se tomó bajo tres referentes que son:

- Incremento en los costos de la construcción.
- Disminución de precios de venta, ante una eventual contracción económica.
- Variación de la velocidad de ventas.

CONCLUSIONES

Terminada la investigación se ha podido llegar a las siguientes conclusiones:

La industria de la construcción es uno de los pilares de la economía de un sector productivo, por el número de empleos directos e indirectos que genera; así como la cantidad de materiales, maquinaria e insumos de todo tipo que se ven envueltos en el entorno del negocio.

Se pudo determinar mediante el estudio de mercado que existe una población con los recursos necesarios para adquirir una vivienda con un nivel de vivienda medio y alto se pudo determinar una población insatisfecha que puede ser atendida por la constructora Ébano I y II.

La investigación de campo desarrollada El Proyecto Ébano II permite identificar proyectos de vivienda viables los mismo que otorgan un servicio personalizado para los clientes.

RECOMENDACIONES

Se recomienda de la constructora Ébano el desarrollo de nuevos planes habitacionales considerando los estatus de niveles económicos de la ciudad de Riobamba Ébano para familias estándar.

Es fundamental recomendar la utilización del plan de negocios analizado y desarrollado ya que es una herramienta válida para el posicionamiento en el mercado.

Se recomienda firma de instituciones financieras con finalidad de promocionar las viviendas y contar con financiamiento previo por parte dichas instituciones.

BIBLIOGRAFÍA

- Alejandro, J. (2001). *Competitividad*. México: Gestiópolis.
- Canela, J. (2004). *La gestión por calidad total en la empresa moderna*. México: Ra-Ma.
- Flórez, J. (2016). *Plan de Negocios para pequeñas empresas*. Bogotá: U Ediciones.
- Hernández, R. (2015). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill.
- Hartley, S. (2010). *Marketing, producto* Recuperado de: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/pablo_a_m/capitulo4.pdf
- Imart. (2008). *Manual de Identidad Corporativa*. Recuperado de http://www.imart.es/descargas/manual_IMART100308.pdf
- Jiménez, A. I., & Rodríguez, I. (2007). *Comunicación e Imagen Corporativa*. Barcelona: Editorial UOC.
- Martinez, B. (2012). *Estadística y muestreo*. Bogotá: Ecoe Ediciones
- McCarthy, P. (2008). *Marketing planeación estratégica de la teoría a la práctica*. Bogotá: McGraw-Hill.
- Muñiz, R. (2016). *Marketing en el Siglo XXI*. Recuperado de: http://pdfi.cef.es/marketing_en_el_siglo_xx1_freemium/files/assets/basic-html/page-1.html
- Nápoles, M (2007) *Principales consideraciones sobre el plan de negocio*. Recuperado de: <https://www.republica.com/quecomoquien/principales-consideraciones-sobre-el-plan-de-negocio-20070117-17291507516/>
- Porter, M. (1990.). *The Competitive Advantage of Nations*. Nueva York: Free Press.
- Ramírez, D. (2003). *Empresas Competitivas*. México: McGraw-Hill.
- Rubio, P. (2015). *Introducción a la gestión Empresarial*. España: Instituto Europeo de Gestión Empresarial.
- Sapag, N., & Sapag, R. (2014). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. Chile: McGraw-Hill.
- Thompson, I. (2012). *Concepto de mercadotecnia*. Recuperado de: <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/concepto-de-mercadotecnia.html#:~:text=Por%3A%20Ivan%20Thompson%20%7C%20Comentarios%3A%20El%20concepto,la%20obtenci%C3%B3n%20de%20una%20determinada%20utilidad%20o%20beneficio.>
- Urquiza, A. (2000). *Guía para una Investigación Educativa*. Riobamba: Edipcentro.
- Uribe, J. A. (2010). *Plan de Neocios*. Recuperado de: [https://books.google.com.ec/books/about/Plan_de_negocio.html?id=YTOjDwAAQBAJ&redir_esc=y.](https://books.google.com.ec/books/about/Plan_de_negocio.html?id=YTOjDwAAQBAJ&redir_esc=y)



ANEXOS

ANEXO A: CUESTIONARIO DE ENCUESTA

Objetivo: conocer la aceptación y requerimientos de la vivienda para los pobladores de la ciudad de Riobamba.

1.-Posee vivienda en la ciudad de Riobamba?

TENENCIA	VIVIENDA
Propia y la está pagando	
Propia y totalmente pagada	
En arriendo	
Anticresis y/o arriendo	
Cedida o gratuita	
Recibida por servicios	

2.-Características de la vivienda que Requiere en la ciudad de Riobamba?

ALTERNATIVAS	
Vivienda Independiente	
vivienda adosada	

3.- Es importante el lugar donde se ubica la vivienda.?

ALTERNATIVAS	
Si	
No	

4.-El rango a pagar por una vivienda de calidad se encuentra en entre?

ALTERNATIVAS	
50-70	
71-90	
91-110	
110-150	
151-200	
200-500	

5.-Quien elige la vivienda.?

ALTERNATIVAS	
Decide el cliente	
Propone el constructor	
Propone la familia	
Otros	

6.- Las constructoras brindan a sus clientes productos de calidad.?

ALTERNATIVAS	
SI	
NO	
Indiferente	

7.-¿Cuándo Usted requiere de financiamiento acude a?:

ALTERNATIVAS	
Cooperativas	
Bancos	
Mutualistas	
Otros	
TOTAL	

8.- ¿Las instituciones financieras que existe en la localidad le brindan un crédito de manera oportuna?

ApLTERNATIVAS	
Si	
No	

Gracias por su colaboración

ANEXO B: PROYECTO PROPUESTO

El Proyecto que se propone es nuevo, ofrece 3 casas con un área de construcción de 188 metros cuadrados, en terreno de 200 metros cuadrados.

CASAS NO ADOSADAS, CON PATIOS FRONTAL POSTERIOR Y LATERAL, AREA VERDE SE UBICARÁN EN LA PARTE FRONTAL Y POSTERIOR (GARAJE PARA TRES CARROS) PARTE LATERAL).



GRIFERIA DE BAÑOS TIENEN ILUMINACION MARCA BRIGGS, SANITARIOS BRIGGS, JACUZZI, CUARTO MASTER CON WALKING CLOSET.

GRIFERIA MODERNA MULTIPLE. BRIGGS.

TUBERIA PLASTIGAMA

TERMOFUSION

4 HABITACIONES CON CLOSETS

2 BAÑOS Y MEDIO

PORCELANATO EN PISOS

HABIATACIONES CON PISO FLOTANTE

ILUMINACION LAMPARAS

ILUMINACION ADICIONAL CON LUCES LED) (OJOS DE BUEY)

CISTERNA

ACCESO A INTERNET, FIBRA OPTICA.

SOCABADO LINEA TELEFONICA

LUZ ELECTRICA.

SOCABADO ALCANTARILLADO.



Aun precio de 130.000 USD.

Acceso a buses cerca del paseo SHOPPING.



epoch

Dirección de Bibliotecas y
Recursos del Aprendizaje

UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y
DOCUMENTAL

REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 07 / 03 / 2023

INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)
Nombres – Apellidos: SILVANA NATHALY TUPIZA CHASIPANTA
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
Facultad: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
Carrera: FINANZAS
Título a optar: INGENIERA EN FINANZAS
f. Analista de Biblioteca responsable: ING. JOSÉ LIZANDRO GRANIZO ARCOS MGRT.



0462-DBRA-UPT-2023