



# **ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**ESCUELA DE INGENIERÍA EN MARKETING**

**CARRERA INGENIERÍA COMERCIAL**

## **TESIS DE GRADO**

Previa a la obtención del Título de:

**INGENIERO COMERCIAL**

**TEMA:**

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
EMPRESA INMOBILIARIA EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA,  
PERÍODO 2012-2013”**

**Autor**

**Juan Diego García Echeverría**

**Riobamba - Ecuador**

2014

### **CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL**

Certificamos que el presente trabajo ha sido revisado en su totalidad, quedando autorizada su presentación.



**ING. MILTON IGNACIO SANMARTÍN MARTÍNEZ.**

**DIRECTOR DE TESIS**

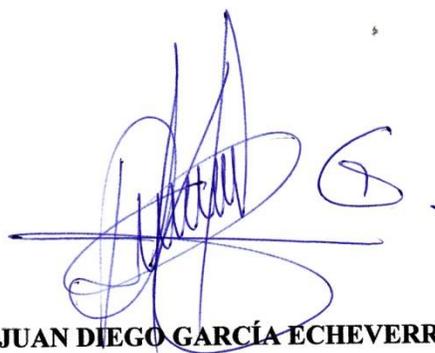


**ING. JUAN CARLOS CASTILLO MOYA.**

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

## **CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA**

Las ideas expuestas en el presente trabajo de investigación y que aparecen como propias son en su totalidad de absoluta responsabilidad del autor.

A handwritten signature in blue ink, consisting of a series of loops and a large 'G' at the end, positioned above the printed name.

**JUAN DIEGO GARCÍA ECHEVERRÍA**

## **DEDICATORIA**

Logrando culminar un objetivo en mi vida, este trabajo, y toda mi carrera se lo dedico:

A mi padre Juan Emilio García Baloy que desde el cielo es mi protección y guía mi camino hacia el cumplimiento de mis objetivos, llenándome de bendiciones.

A mi madre Ruth Elizabeth Echeverría Sánchez por su comprensión, amor y apoyo que sin lugar a duda me ha motivado en el diario vivir.

A mi esposa María Del Pilar Rivera Samaniego quien me ha iluminado y llenado la vida de amor y esperanza para seguir conquistando mis metas de vida.

**JUAN DIEGO GARCÍA ECHEVERRÍA**

## **AGRADECIMIENTO**

Mi más profundo agradecimiento a Dios, por estar junto a mí y guiar mi vida, a mis Padres y Hermanos por el esfuerzo y apoyo realizado durante el tiempo que estuve estudiando. Un especial agradecimiento a mi esposa María del Pilar, que con sus consejos para seguir adelante y con su amor incondicional no me dejó desmayar en los momentos difíciles.

De igual manera quiero expresar mi agradecimiento a las Autoridades, a los Docentes, quienes han sido parte forjadora para cumplir mis metas, es por eso que mi gratitud también es para la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo a la Facultad de Administración de Empresas y a la Carrera de Ingeniería Comercial los mismos que contribuyeron a mi formación profesional y personal.

Y desde luego quiero extender mi agradecimiento a toda mi familia y a todas las personas que de una u otra manera estuvieron apoyándome.

**JUAN DIEGO GARCÍA ECHEVERRÍA**

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación es un estudio de factibilidad para la creación de una empresa inmobiliaria en la Ciudad de Riobamba, período 2012-2013, el objetivo de la propuesta es determinar que factible es la creación de la empresa Inmobiliaria, identificando las necesidades insatisfechas de los clientes potenciales, procurando ofrecer un servicio que logre una marcada fidelidad y cuya rentabilidad justifique la inversión.

La propuesta del proyecto, se logrará a través de un préstamo en el Banco del Pacifico el mismo que permitirá aprovechar las oportunidades mismas del mercado.

Para analizar la factibilidad se realizaron los siguientes estudios: De mercado el cual determinó que existe demanda insatisfecha la misma que la empresa cubrirá el 10%, en el estudio técnico se determinó el tamaño y la capacidad de construcción la misma que son 7 conjuntos residenciales las cuales tendrán 104 m<sup>2</sup> de construcción cada una, se determinó la ubicada de la inmobiliaria en el sector San José de Batán, en lo administrativo legal se constituye como empresa unipersonal bajo la Súper Intendencia de Compañía.

La Evaluación Financiera, determinó que el proyecto es técnicamente viable y económicamente rentable, la Tasa Interna de Retorno (TIR) alcanza el 11%, la relación beneficio costo es de \$1,14, por otro lado el Período de Recuperación de la Inversión (PRI) es de 7 años y 3 meses.

De acuerdo a la viabilidad encontrada tanto en el área legal, operativa, de producción y económica, se recomienda llevar a cabo la ejecución del proyecto.



## ABSTRACT

The present investigation is about a feasibility study for a real estate agency creation in Riobamba city, from 2012 to 2013. Its objective is to determine if it is feasible by identifying the unsatisfied needs of the potential customers and by offering a service getting fidelity and profitability.

The Project proposal will be achieved by means of a loan at Banco del Pacífico to take advantage the opportunities of the market.

The following studies were carried out to analyze the feasibility: market study, which determined existing unsatisfied demand that Enterprise, will meet 10%; technical study determined the size and construction capacity of 7 residential complexes with 104 m<sup>2</sup> of construction each one. Real estate agency localization was determined in the San José de Batán which is an impersonal administrative legal enterprise supervised by Super Intendencia de Compañía.

The financial evaluation determined that the Project is viable technically and profitable economically, Internal rate of return (IRR) is up 11%, benefit-cost relation is \$1.14, and the Investment Recovery Period (IRP) is 7 years and 2 months.

According to the viability found in the legal, operational, productive and economic area, it is recommended to carry out the Project execution.



## ÍNDICE DE CONTENIDOS

Portada .....	i
Certificación del tribunal .....	ii
Certificación de autoría .....	iii
Dedicatoria .....	iv
Agradecimiento .....	v
Resumen .....	vi
Abstract .....	vii
Índice de contenidos .....	viii
Índice de ilustraciones .....	xi
Índice de tablas .....	xi
Índice de gráficos.....	xiii
Índice de anexos .....	xiv
Introducción.....	xv
<b>CAPÍTULO I .....</b>	<b>1</b>
1. Antecedentes y estudio de mercado.....	1
1.1. Antecedentes.....	1
1.1.1. Planteamiento del problema .....	1
1.1.2. Formulación del problema.....	1
1.1.3. Delimitación del problema .....	2
1.1.4. Justificación del problema .....	2
1.1.5. Objetivos.....	3
1.1.5.1. Objetivo general.....	3
1.1.5.2. Objetivos específicos .....	3
1.2. Estudio de mercado.....	3
1.2.1. Objetivos del estudio de mercado.....	3
1.2.2. Metodología.....	4
1.2.2.1. Método deductivo .....	4
1.2.3. Mercado del proyecto .....	5
1.2.4. Técnicas de investigación o información. ....	5

1.2.5.	Población o universo a estudiar .....	5
1.2.6.	Muestreo .....	6
1.2.6.1.	Tipo de muestreo .....	6
1.2.6.2.	Determinación del tamaño de la muestra.....	7
1.2.6.3.	Muestra .....	7
1.2.7.	Técnica de recolección de datos .....	8
1.2.8.	Resultados y análisis de la investigación de mercado .....	8
1.3.	La demanda.....	19
1.3.1.	Tipos de demanda:(Baca. Urbina, 2010) .....	19
1.3.2.	Análisis de la demanda .....	19
1.3.2.1.	Demanda actual .....	19
1.3.2.2.	Demanda proyectada .....	20
1.4.	La oferta.....	21
1.5.	Demanda insatisfecha .....	23
1.6.	Marketing mix .....	23
1.6.1.	Producto.....	23
1.6.1.1.	Características del producto.....	24
1.6.2.	Precio .....	26
1.6.2.1.	Determinación del precio.....	26
1.6.3.	Plaza (comercialización).....	26
1.6.3.1.	Canales de distribución.....	26
1.6.4.	Promoción.....	27
1.6.4.1.	Estrategias de Mercadeo .....	27
CAPÍTULO II.....		31
2.	Estudio técnico.....	31
2.1.	Tamaño del proyecto .....	31
2.2.	Factores que influyen en el tamaño de un proyecto .....	31
2.2.1.	Disponibilidad de capital propio y prestado .....	31
2.2.2.	Tamaño y capacidad del terreno .....	33
2.2.3.	Tamaño y tecnologías a usarse. ....	33
2.2.4.	Cantidad demandada que se piensa satisfacer .....	34

2.2.5.	Tamaño y utilización de materias primas .....	34
2.3.	Localización.....	35
2.3.1.	Macrolocalización.....	35
2.3.2.	Microlocalización .....	36
2.4.	Descripción del producto.....	37
2.5.	Diagrama de flujo .....	37
2.6.	Ingeniería del proyecto. ....	38
2.6.1.	Proceso de producción. ....	39
2.6.2.	El proceso de construcción. ....	39
CAPÍTULO III .....		41
3.	Estudio administrativo legal .....	41
3.1	Objetivos del administrativo legal .....	42
3.2	Aspecto legal .....	42
3.2.1	Ley de la Superintendencia de Compañías .....	42
3.2.2	Ley de Mercado de Valores .....	47
3.3	Organización administrativa.....	47
3.4	Nombre o razón social .....	47
3.4.1	Titularidad de la propiedad de la microempresa.....	48
3.5	Organigrama estructural .....	49
3.6	Organigrama funcional .....	49
CAPÍTULO IV .....		61
4.	Estudio económico financiero .....	61
4.1	Inversiones .....	61
4.1.1	Inversión fija tangible .....	62
4.1.2	Inversión fija intangible.....	65
4.2	Financiamiento o fuentes de financiamiento .....	66
4.3	Costos e ingresos del proyecto .....	67
4.3.1	Costos .....	67
4.3.1.1	Costo de producción .....	67
4.3.1.2	Gastos de administración.....	71
4.3.1.3	Gastos de ventas .....	71

4.3.1.4	Gastos financieros.....	72
4.3.2	Ingresos.....	72
4.4	Evaluación del proyecto. ....	78
4.5	Ratios financieros .....	82
CAPÍTULO V .....		87
5.	Conclusiones y recomendaciones .....	87
5.1	Conclusiones.....	87
5.2	Recomendaciones .....	87
Bibliografía.....		88
Anexos .....		92

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

No.	Título	Pág.
1	Modelo de vivienda .....	25
2	Canal de distribución .....	27
3	Logotipo .....	28
4	Página web.....	29
5	Periódico.....	30
6	Mapa del Ecuador .....	36
7	Croquis de ubicación de las viviendas.....	37
8	Diagrama de flujo .....	38
9	Logotipo de la inmobiliaria .....	48

## ÍNDICE DE TABLAS

No.	Título	Pág.
1	Población del Cantón Riobamba .....	6
2	Edad .....	9
3	Sexo .....	9
4	Estado civil .....	10
5	Inmobiliaria .....	11
6	Integrantes del hogar .....	12
7	Tipo de vivienda .....	13
8	Sector de la vivienda.....	14
9	Factores de ubicación .....	15
10	Forma de pago de la vivienda.....	16
11	Ingresos mensuales .....	17
12	Demanda actual .....	19
13	Demanda proyectada en viviendas .....	20
14	Oferta proyectada en viviendas .....	22
15	Demanda insatisfecha .....	23
16	Publicidad .....	27
17	Características del logótipo .....	28
18	Proveedores .....	34
19	Inversiones.....	61
20	Inversión fija tangible.....	62
21	Terreno .....	62
22	Maquinaria y equipo.....	63
23	Equipo de cómputo.....	63
24	Muebles y enseres.....	64
25	Equipo de oficina.....	64
26	Depreciaciones.....	65
27	Inversión fija intangible.....	65
28	Amortización .....	65
29	Capital de trabajo.....	66
30	Financiamiento .....	67

31	Costo de producción .....	67
32	Materiales de construcción .....	68
33	Mano de obra directa .....	69
34	Mano de obra indirecta .....	70
35	Suministros .....	70
36	Gastos de administración.....	71
37	Gastos de ventas .....	71
38	Gastos financieros.....	72
39	Ingresos.....	72
40	Estado de situación inicial .....	73
41	Estado de resultados del 1ero al 5to año.....	74
42	Estado de resultados del 6to al 10mo año.....	75
43	Flujo de caja del 1ero al 5to año.....	76
44	Flujo de caja del 6to al 10mo año.....	77
45	Valor actual neto 1.....	79
46	Valor actual neto 2.....	80

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

No.	Título	Pág.
1	Edad.....	9
2	Sexo .....	9
3	Estado civil .....	10
4	Inmobiliaria .....	11
5	Integrantes del hogar .....	12
6	Tipo de vivienda .....	13
7	Sector de la vivienda.....	14
8	Factores de ubicación .....	15
9	Forma de pago de la vivienda.....	16
10	Ingresos mensuales.....	17

## ÍNDICE DE ANEXOS

No.	Título	Pág.
001	Encuesta.....	92
002	Tasa de crecimiento poblacional .....	94
003	Tasa activa y pasiva del Banco Central del Ecuador 2014.....	95
004	Tasa de interés crédito bancario .....	96
005	Tabla de amortización del crédito .....	97
006	Tasa de impuesto a la renta .....	100
007	Proforma ferretería el foco .....	101
008	Proforma de equipo de cómputo.....	102
009	Proforma de impresora .....	103
010	Proforma de muebles y enseres .....	104
011	Proforma de equipo de oficina.....	105
012	Servicio de aluminio.....	106
013	Proforma de suministros de oficina.....	107
014	Proforma de útiles de oficina.....	108

## INTRODUCCIÓN

En la actualidad el mercado de bienes raíces mueve y fortalece a otros mercados de manera directa e indirecta se encuentran relacionados con dicha actividad, contribuyendo al desarrollo de la ciudad, de esta manera la construcción ha ido evolucionando y modernizándose con el uso de materiales innovadores.

Las empresas se inician con grandes ideas, aunque no todas logren tener éxito, lo importante cuando se inicia un estudio para la creación de una empresa es mantenerse y renovarse constantemente, conociendo que el crecimiento de un negocio es el espíritu de competencia e innovación.

Se pretende crear un proyecto que pueda llenar las expectativas de las personas que requieren adquirir sus viviendas en el sector urbano el “Batan” que gocen de un ambiente diferente con la gran facilidad de acceso, es decir que satisfaga las expectativas del cliente.

El proyecto de investigación abarca cinco capítulos descritos en los siguientes términos:

Capítulo I hace referencia al problema, planteamiento, formulación, delimitación, justificación del problema y objetivos.

En el Capítulo II se realiza un estudio de mercado para determinar la demanda insatisfecha, luego de ello se elabora el marketing mix en donde se realiza el estudio de las 4p que significa producto, plaza, precio y promoción.

En el Capítulo III se realiza un estudio técnico en el que se detalla el tamaño del proyecto, los factores que influyen en el mismo, localización y reingeniería es decir se analizan cada uno de los factores para constatar la viabilidad técnica del proyecto de inversión.

Seguido de ello se tiene el Capítulo IV donde se hace referencia al estudio administrativo legal en el que constan las leyes que regulan la constitución de una empresa inmobiliaria.

El Capítulo V conclusiones y recomendaciones, se presentan las conclusiones a las que se ha llegado con la presente investigación y sus respectivas recomendaciones.

# CAPÍTULO I

## 1. ANTECEDENTES Y ESTUDIO DE MERCADO

### 1.1. Antecedentes

#### 1.1.1. Planteamiento del problema

Si bien es cierto dentro de la Ciudad de Riobamba existen ya una gran cantidad de empresas inmobiliarias, esto se debe a que el ambiente comercial y el crecimiento mismo de la ciudad conllevan a las personas a invertir su dinero en un espacio de vivienda propio, sin descuidar que el capital que se invertirá se mantenga dentro de la ciudad y no fuera de la misma.

Las grandes empresas en la actualidad se hacen más competitivas dentro de su rama y cada vez adoptan más estrategias a fin de garantizar el éxito.

Se ha determinado que gran parte de la población busca obtener una vivienda propia cuyo costo sea accesible y cuyos planes de financiamiento estén acorde a sus ingresos, teniendo en cuenta que este espacio contará con todos los servicios y las comodidades que demanda una sociedad como en la que estamos viviendo.

Es así que el presente proyecto investigativo busca dar la facilidad a las distintas personas, que puedan obtener su propia vivienda, con el propósito de minimizar los riesgos y a su vez relacionarse con el ambiente que les rodea, es decir en el ambiente físico, social e intercultural, para que así todos los seres humanos puedan llegar a obtener un mejor estilo de vida.

Es por esto, que se ha decidido realizar un proyecto que mejore la calidad de vida, con la creación de una empresa inmobiliaria en la Ciudad de Riobamba.

#### 1.1.2. Formulación del problema

¿Es viable financiera, técnica y comercialmente la creación de una empresa inmobiliaria en la Ciudad de Riobamba?

### **1.1.3. Delimitación del problema**

Proyecto de Factibilidad para la creación de una empresa inmobiliaria en la Ciudad de Riobamba.

### **1.1.4. Justificación del problema**

En tiempos pasados si bien es cierto era común que al momento de decidir en que invertir fuera nuestra experiencia o nuestro sentido común los que tomaran las decisiones para la generación de nuevos negocios, ahora en la actualidad lo más natural es realizar un proyecto de factibilidad que anteceda a la inversión, debido a que se podrá comprobar la factibilidad y su rendimiento, asegurando así las condiciones de inversión al momento de la creación de esta empresa inmobiliaria.

Es así que el presente trabajo tiene el objetivo de determinar que factible es la creación de dicha empresa, identificando las necesidades insatisfechas de los clientes potenciales, procurando ofrecer un servicio que logre una marcada fidelidad y cuya rentabilidad justifique la inversión.

Si bien es cierto en la actualidad vivimos en un tiempo de consumo, necesidades que el consumidor debe satisfacer, porque el cliente está aprendiendo a exigir debido a que se ha dado cuenta que puede obtener mucho más por su dinero, es por esta razón que se debe tener en cuenta que el sistema económico de un país constituye el marco dentro del cual se desarrollan distintas actividades empresariales y estas pueden ser primarias, industriales y de servicios, las mismas que al ser llevadas a la práctica generan crecimiento económico, responsabilidad civil y cuidado al medio ambiente enfocando así en un desarrollo sostenible.

### **1.1.5. Objetivos**

#### **1.1.5.1. Objetivo General**

- Crear una empresa inmobiliaria en la Ciudad de Riobamba.

#### **1.1.5.2. Objetivos Específicos**

- Realizar un estudio de mercado que determine si la oferta de bienes raíces satisface las necesidades existentes dentro de la Ciudad de Riobamba.
- Determinar mediante un estudio técnico el tamaño, la localización y la ingeniería del proyecto en lo que a vivienda se refiere en la Ciudad de Riobamba.
- Realizar un estudio administrativo legal para determinar la constitución de la empresa.
- Conocer mediante un estudio financiero, la viabilidad del proyecto.

## **1.2. ESTUDIO DE MERCADO**

Es un lugar físico o virtual donde se reúnen compradores llamados demandantes y vendedores denominados ofertantes para realizar transacciones de compra y venta de bienes y servicios que satisfagan necesidades. (Lara, 2010)

El estudio de factibilidad para la creación de una empresa constructora inmobiliaria en la Ciudad de Riobamba, tiene por finalidad determinar la oferta, la demanda y todo lo referente a vivienda en la ciudad para de esta manera determinar el alcance de ofrecer un servicio en lo que a vivienda se refiere, de esta forma intenta solucionar problemas habitacionales a los sectores de clase media.

### **1.2.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO**

- Analizar el comportamiento de la oferta y la demanda de los servicios que ofrece una empresa inmobiliaria.
- Determinar la demanda insatisfecha en lo que a vivienda se refiere en la Ciudad de Riobamba.
- Diseñar estrategias de mercado, aplicando las 4 p.

## **1.2.2. METODOLOGÍA**

Para el desarrollo del estudio de mercado se utilizará principalmente el siguiente método:

En el presente estudio se utilizará el método cuantitativo con una muestra de tipo probabilístico aleatorio simple en donde se realice la recolección de datos y tabulación de los mismos para interpretar, analizar las actitudes y preferencias de los posibles clientes.

- La herramienta que se empleara es la encuesta por ser lo más adecuado para la recopilación de información descriptiva, esto se realizará a través de las siguientes fases:
- Definición de la población a estudiar o universo de estudio
- Determinar la unidad de muestra
- Especificar el marco muestral es decir las personas que van a formar parte de la población o universo de estudio.
- Determinar el tamaño de la muestra que tiene que ser representativa.
- Diseñar y preparar el cuestionario. En esta fase habrá que determinar el contenido y formato del cuestionario.

### **1.2.2.1. Método Deductivo**

Al recopilar información relacionada con la oferta y la demanda se obtienen datos generales que ayudan en la adquisición de información específica sobre las necesidades de la población de la Ciudad de Riobamba en lo que se refiere a vivienda. Dicha información se la obtendrá a través de una encuesta dirigida a las personas que integran la Población Económicamente Activa entre las edades de entre 25 hasta 64 años.

Otros de los métodos que también se tomó en cuenta para la selección de elementos de la muestra es el aleatorio simple.

Para Lara Dávila (2010), significa que utiliza probabilidades al azar. Muestreo que consiste en seleccionar bajo un mecanismo simple las unidades de análisis o sujetos que conformaran la muestra.

Para llevar a cabo este estudio se recurrió a fuentes de información, las cuales fueron:

- Investigación directa.
- Censos estadísticos de población.
- Otras fuentes.

Otra de las técnicas a utilizar son las encuestas con preguntas de tipo cerrada, de selección múltiple y fichas de observación que serán aplicadas en el proceso de investigación. Y demás instrumentos como cuadros y gráficos estadísticos que reflejen claramente los resultados de la encuesta correspondiente.

### **1.2.3. MERCADO DEL PROYECTO**

El mercado a estudiar para este proyecto comprende la Ciudad de Riobamba de la provincia de Chimborazo. De allí que para objeto de este estudio, la población económicamente activa comprendida entre las edades de 25 a 64 años de edad de la ciudad antes mencionadas asciende a 98.062 personas, según resultados definitivos del Censo de Población y Vivienda, realizado en el año 2010 por parte del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

### **1.2.4. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN O INFORMACIÓN.**

La técnica de recolección de datos utilizada para el presente estudio es la encuesta (Cuantitativa) previamente diseñada y dirigida a la Población Económicamente Activa (PEA) comprendida entre las edades de 25 a 64 años de edad de la Ciudad de Riobamba.

### **1.2.5. POBLACIÓN O UNIVERSO A ESTUDIAR**

Es el conjunto de todos los elementos que comparten un grupo común de características, y forman el Universo para el propósito del problema de investigación de mercado.(Alvarado, 2010).

Para la realización de una mejor selección de cada elemento muestral se establece la siguiente segmentación de mercado:

#### **Segmentación Geográfica:**

- Provincia: Chimborazo
- Cantón: Riobamba
- Cuidad: Riobamba

### Segmentación Demográfica:

- Edad: Comprendidas entre 30 a 44 años.
- Sexo: Masculino y femenino.
- Tamaño: Población Económicamente Activa

Según los datos anteriores realizamos una segmentación de la siguiente manera:

**Tabla No. 1 Población del Cantón Riobamba**

Población del Cantón Riobamba	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
Población del Cantón Riobamba por: Grupos de edad			
Población del Cantón Riobamba por: De 30 a 34 años	6883	8356	15239
Población del Cantón Riobamba por: De 35 a 39 años	6251	7866	14117
Población del Cantón Riobamba por: De 40 a 44 años	5648	7072	12720
	<b>TOTAL</b>		<b>42.076</b>

Fuente: INEC, 2010

### 1.2.6. MUESTREO

Para Alvarado (2010), es el estudio de la población en base a lo que se conoce como muestra o tamaño de muestra.

#### 1.2.6.1. Tipo de muestreo

Se aplicará el muestreo probabilístico de tipo sistemático, debido a que este es aplicable a universos finitos. Consiste en determinar al azar un elemento muestral y a partir de allí encontrar cada número de elementos hasta completar el tamaño de la muestra.

### 1.2.6.2. DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

#### 1.2.6.3. MUESTRA

Partiendo de esta segmentación se determina que nuestra población de estudio para el cálculo de la muestra corresponde a la Población Económicamente Activa comprendida entre las edades de 30 a 44 años de la Ciudad de Riobamba que es de 42.076 habitantes según datos obtenidos del INEC (Censo 2010).

Para calcular el tamaño de la muestra se aplicó la siguiente fórmula:

$$\frac{N \times (P \times Q)}{[(N - 1) \left(\frac{E}{K}\right)^2] + P \times Q}$$

Dónde:

N= Universo

n= Muestra

K= Constante de corrección de error es de 2

P= Probabilidad de ocurrencia equivale 0,5

Q= No probabilidad ocurrencia equivale 0,5

E= margen de error 5%

$$= \frac{42.076 \times (0.5 \times 0.5)}{[(42.076 - 1) \left(\frac{0.05}{2}\right)^2] + 0.5 \times 0.5}$$

$$n = \frac{42.076 \times 0.25}{(42.076 - 1)(0.000625) + 0.25}$$

$$n = \frac{10.519}{26.546875}$$

***n = 396 encuestas***

Luego de haber hecho el cálculo de la muestra se determina que de un Universo de 42.076 personas se debe tomar como muestra 396 encuestas.

Como podemos observar dentro de un Universo de **42.076** personas se deben tomar como muestra 396 elementos, a los cuales se les aplicará la encuesta.

### **1.2.7. TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

La técnica de recolección de datos utilizada es la encuesta previamente diseñada y dirigida a la Población Económicamente Activa de la Ciudad de Riobamba, comprendida entre las edades de 30 a 44 años.

Los procedimientos que se emplearán para el procesamiento de datos son:

- Una encuesta con preguntas estructuras de tipo cerrado y selección múltiple.
- Una ficha de observación para determinar información basada en una realidad bajo la objetividad del investigador.

### **1.2.8. RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

A continuación se detallan los resultados de cada una de las preguntas establecidas en la encuesta:

#### **OBJETIVO DE LA ENCUESTA:**

Determinar el nivel de aceptación de la creación de la empresa Inmobiliaria en la Ciudad de Riobamba.

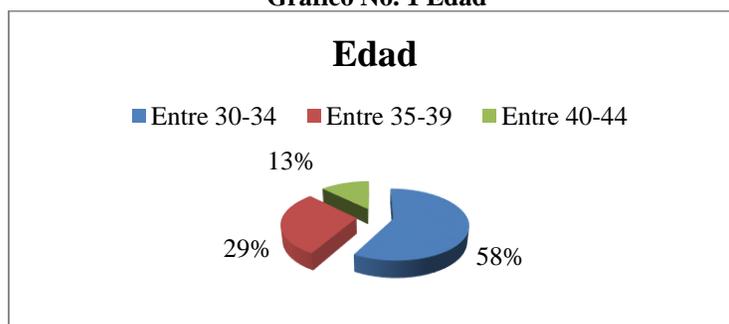
## Edad

**Tabla No. 2 Edad**

Edades	Frecuencia	Porcentaje
Entre 30-34	230	58%
Entre 35-39	116	29%
Entre 40-44	50	13%
<b>Total</b>	<b>396</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo 2014  
**Elaborado por:** Egresado García Juan Diego

**Gráfico No. 1 Edad**



**Fuente:** Investigación de campo 2014  
**Elaborado por:** Egresado García Juan Diego

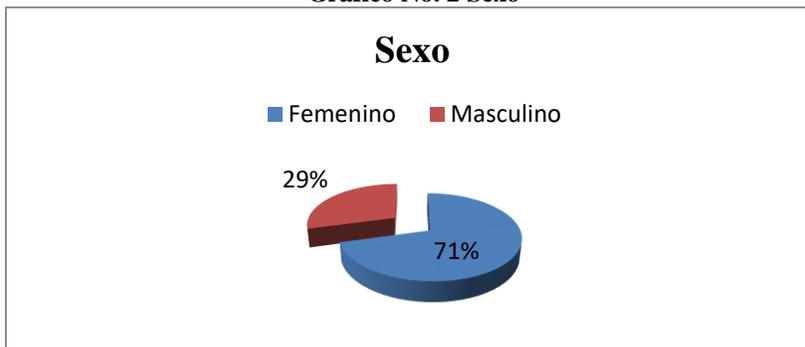
## Sexo

**Tabla No. 3 Sexo**

Sexo	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	280	71%
Masculino	116	29%
<b>Total</b>	<b>396</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo 2014  
**Elaborado por:** Egresado García Juan Diego

**Gráfico No. 2 Sexo**



**Fuente:** Investigación de campo 2014  
**Elaborado por:** Egresado García Juan Diego

## Estado Civil

Tabla No. 4 Estado Civil

Estado Civil	Frecuencia	Porcentaje
Solteros	58	15%
Unión Libre	148	37%
Casados	190	48%
<b>Total</b>	<b>396</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo 2014  
Elaborado por: Egresado García Juan Diego

Gráfico No. 3 Estado Civil



Fuente: Investigación de campo 2014  
Elaborado por: Egresado García Juan Diego

## Análisis General

El 58% de personas tienen una edad entre 30 a 40 años, seguido tenemos que el 71% de la población son mujeres, el 48% de la población son casados.

1. ¿Si una inmobiliaria nueva le ofrecería la venta de una casa estaría dispuesto a adquirirla?

Tabla No. 5 Inmobiliaria

Vivienda Propia	Frecuencia	Porcentaje
Si	320	81%
No	76	19%
<b>Total</b>	<b>396</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo 2014  
Elaborado por: Egresado García Juan Diego

Gráfico No. 4 Inmobiliaria



Fuente: Investigación de campo 2014  
Elaborado por: Egresado García Juan Diego

### Análisis

Al recabar información realizando las encuestas se pudo determinar que el 81% de la población objeto de estudio está dispuesta a adquirir una casa de una nueva inmobiliaria, por lo tanto podemos decir que existe la necesidad del servicio de la misma.

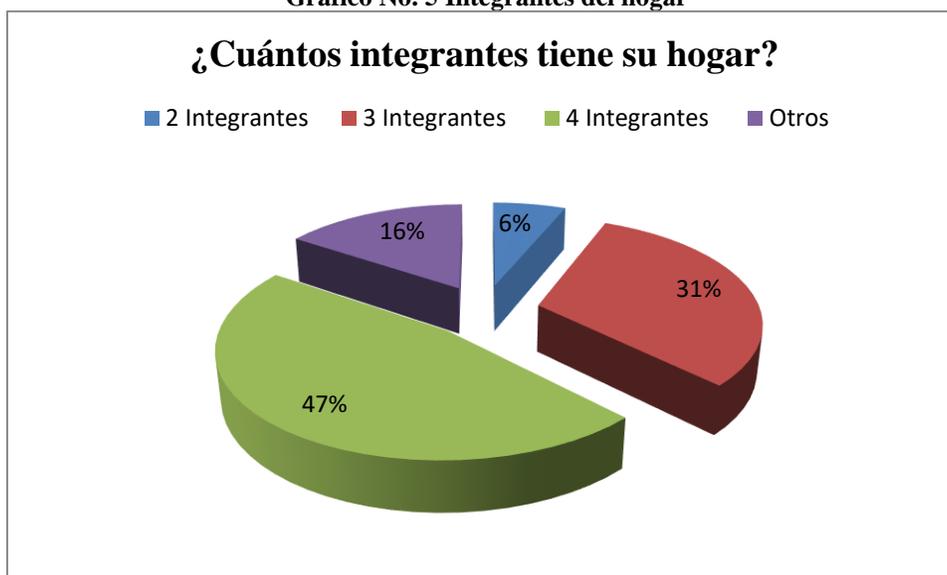
## 2. ¿Cuántos integrantes existen en su hogar?

Tabla No. 6 Integrantes del hogar

Integrantes del hogar	Frecuencia	Porcentaje
2 Integrantes	20	6%
3 Integrantes	100	31%
4 Integrantes	150	47%
Otros	50	16%
<b>Total</b>	<b>320</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo 2014  
Elaborado por: Egresado García Juan Diego

Gráfico No. 5 Integrantes del hogar



Fuente: Investigación de campo 2014  
Elaborado por: Egresado García Juan Diego

### Análisis

Según los resultados arrojados por la investigación de campo se puede establecer que la mayoría de hogares están formados por 4 integrantes representando esto el 47% de la población de estudio, seguido se tiene el 31% de familias conformadas por 3 integrantes y solamente el 6% de familias están integradas por 2 integrantes.

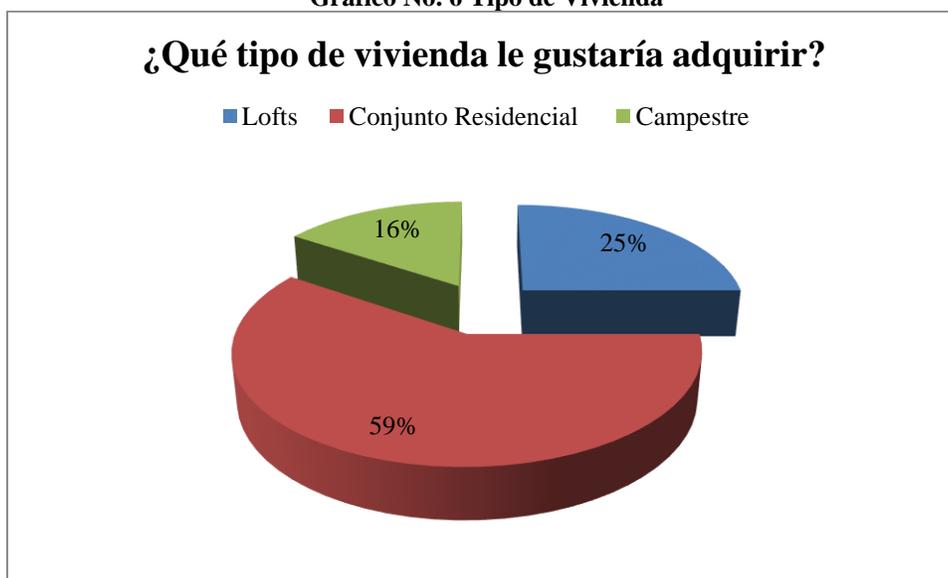
### 3. ¿Qué tipo de vivienda desearía adquirir?

Tabla No. 7 Tipo de Vivienda

Tipo de vivienda	Frecuencia	Porcentaje
Lofts	80	25%
Conjunto Residencial	190	59%
Campestre	50	16%
<b>Total</b>	<b>320</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo 2014  
Elaborado por: Egresado García Juan Diego

Gráfico No. 6 Tipo de Vivienda



Fuente: Investigación de campo 2014  
Elaborado por: Egresado García Juan Diego

### Análisis

Según la investigación realizada se puede determinar que las preferencias de esta población sobre los tipos de vivienda son: el 59% quienes prefieren adquirir un conjunto residencial, el 25% son quienes prefieren el tipo de vivienda Lofts (departamentos) y finalmente la minoría optan por tipo de viviendas campestres representando esto el 16% de la población objeto de estudio.

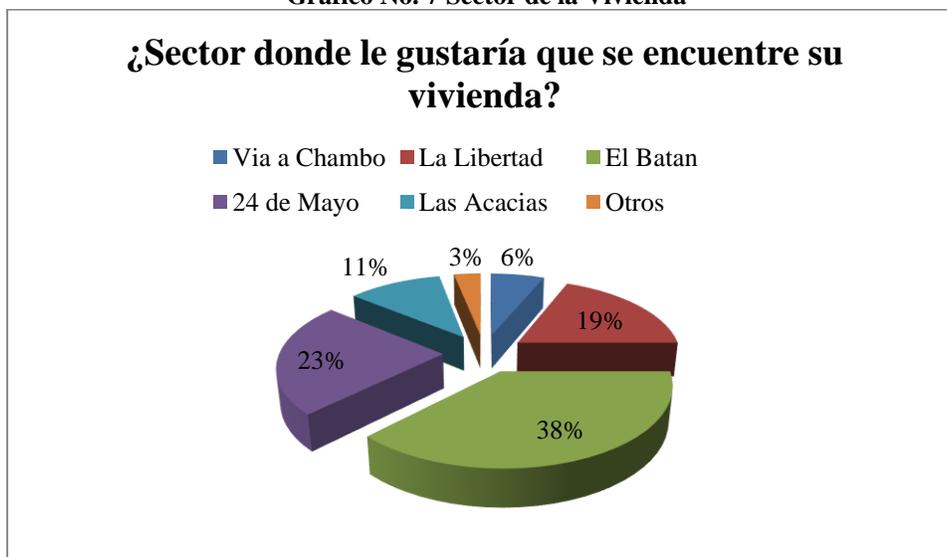
**4. ¿En qué sector cercano a la ciudad le gustaría a usted que se encuentre su vivienda?**

**Tabla No. 8 Sector de la Vivienda**

Sector de la vivienda	Frecuencia	Porcentaje
Vía a Chambo	20	6%
La Libertad	60	19%
El Batan	120	38%
24 de Mayo	75	23%
Las Acacias	35	11%
Otros	10	3%
<b>Total</b>	<b>320</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo 2014  
**Elaborado por:** Egresado García Juan Diego

**Gráfico No. 7 Sector de la Vivienda**



**Fuente:** Investigación de campo 2014  
**Elaborado por:** Egresado García Juan Diego

**Análisis**

Se puede apreciar que de las opciones expuestas la población encuestada prefiere el sector del Batan como lugar en el que les gustaría que se encuentre ubicada su vivienda con un 38%, seguido el sector de la 24 de Mayo con un 23%, sector La Libertad con un 19% y representando un porcentaje menor quienes prefieren su vivienda en sectores como Las Acacias, Vía a Chambo, entre otros.

**5. ¿Cuáles son los factores que usted considera debería tener el sector donde esté ubicada su vivienda?**

**Tabla No. 9 Factores de ubicación**

<b>Factores del sector</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Seguridad	320	34%
Servicios Básicos	320	33%
Facilidad de acceso	320	33%
Otros	0	0%
<b>Total</b>	<b>960</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo 2014  
**Elaborado por:** Egresado García Juan Diego

**Gráfico No. 8 Factores de ubicación**



**Fuente:** Investigación de campo 2014  
**Elaborado por:** Egresado García Juan Diego

**Análisis**

Se observa que el 34% de encuestados consideran como factor principal la seguridad del sector donde se encuentre ubicada su vivienda, mientras que el 33% considera como factor principal los servicios básicos con los que cuenta y la facilidad de acceso a los lugares dentro y fuera de la Ciudad de Riobamba.

## 6. En caso de adquirir una vivienda. ¿Cuál sería su forma de pago más opcional?

Tabla No. 10 Forma de pago de la vivienda

Forma de pago	Frecuencia	Porcentaje
Recursos Propios	60	19%
Financiamiento bancario	80	25%
Financiamiento en Coop.	180	56%
Total	320	100%

Fuente: Investigación de campo 2014  
Elaborado por: Egresado García Juan Diego

Gráfico No. 9 Forma de pago de la vivienda



Fuente: Investigación de campo 2014  
Elaborado por: Egresado García Juan Diego

### Análisis

El 56% de las personas a quienes se les aplicó la encuesta optarían por comprar una vivienda obteniendo un financiamiento a través de una cooperativa, seguido de ello a través de un financiamiento bancario con un 25% y finalmente con un 19% quienes la adquieran con recursos propios siendo este valor el que represente la minoría de la población encuestada.

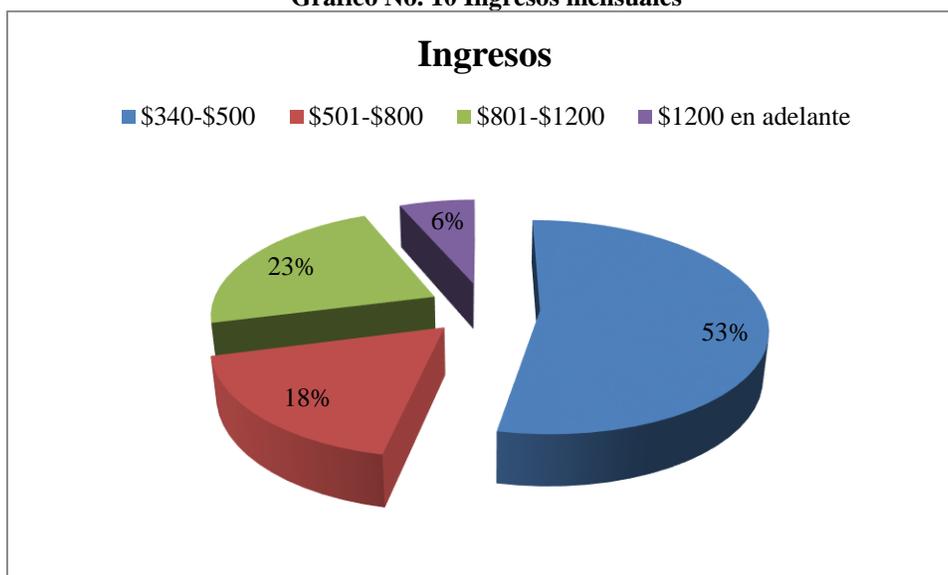
## 7. ¿Sus ingresos mensuales son?

Tabla No. 11 Ingresos mensuales

Ingresos	Frecuencia	Porcentaje
\$340-\$500	165	53%
\$501-\$800	55	18%
\$801-\$1200	70	23%
\$1200 en adelante	20	6%
Total	310	100%

Fuente: Investigación de campo 2014  
Elaborado por: Egresado García Juan Diego

Gráfico No. 10 Ingresos mensuales



Fuente: Investigación de campo 2014  
Elaborado por: Egresado García Juan Diego

**Análisis:** Según los resultados obtenidos se determinó que el 53% de las personas tienen un ingreso de \$340 a \$500, el 18% quienes tienen ingresos de \$501 a \$800, el 23% de \$801 a \$1200, mientras que el 6% representando una minoría tienen ingresos de \$1200 en adelante.

## **Principales resultados de la Investigación de Mercado**

- Según la investigación de mercado se pudo determinar que el 81% de las personas encuestadas estarían dispuestas a adquirir una vivienda.
- Según los resultados arrojados por la investigación de campo se puede establecer que la mayoría de hogares están formados por 4 integrantes representando esto el 47% de la población de estudio.
- El 59% de la población objeto de estudio prefieren la compra de una vivienda tipo conjunto residencial.
- El 38% de encuestados prefieren que su vivienda se encuentre ubicada en el sector Del Batán, mientras que el 23% en el sector La 24 de Mayo.
- El factor de mayor relevancia al momento de elegir el lugar donde esté ubicada una vivienda es la seguridad del sector con un 34%.
- La mayor parte de la población encuestada que es el 56% está dispuesta a adquirir su vivienda obteniendo un financiamiento a través de una cooperativa.
- Se determina que el 53% de la personas tienen ingresos de \$340 a \$500.

### 1.3. LA DEMANDA

La demanda señala las cantidades de un bien o servicio que un consumidor estaría dispuesto a adquirir a un determinado precio. Por lo tanto, esta implica una relación inversa entre cantidades y precios: a mayor precio, menor será la cantidad demandada. (Restrepo, 2001)

#### 1.3.1. TIPOS DE DEMANDA:(Baca. Urbina, 2010)

a) **Demanda Insatisfecha:** en la que lo producido u ofrecido no alcanza los requerimientos del mercado.

b) **Demanda Satisfecha:** en la que lo ofrecido al mercado es exactamente lo que éste requiere.

#### 1.3.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

##### 1.3.2.1. DEMANDA ACTUAL

De acuerdo a la investigación de campo que se realizó (con la pregunta N° 1), se pudo determinar que un 81% de las personas encuestadas están dispuesta a adquirir una casa de una nueva inmobiliaria, lo que quiere decir que la población demandante es de **78.450** personas.

**Tabla No. 12 Demanda Actual**

POBLACIÓN OBJETO DE ESTUDIO	42.076
NIVEL ECONÓMICO	18%
<b>POBLACION DEMANDANTE</b>	<b>7.574</b>

**Fuente:** Investigación de campo 2014  
**Elaborado por:** Egresado García Juan Diego

### 1.3.2.2. DEMANDA PROYECTADA

Partiendo de la demanda actual se procede a proyectar la demanda para los cinco años siguientes, tomando como dato de referencia la tasa de crecimiento poblacional que es del 1,52%.

Para el cálculo de la demanda proyectada se considera con la siguiente fórmula:

$$Pn = Po(1 + i)^n$$

Dónde:

Pn= Demanda del año n.

Po= Demanda actual.

i= Tasa de crecimiento poblacional 1,52%.

n= Número de año de la proyección.

$$Pn = 7.574(1 + 0,0152)^1$$

$$Pn = 7.574(1,0152)^1$$

$$Pn = 7.574(1,0152)$$

$$Pn = 7.689$$

Tabla No. 13 Demanda Proyectada en Viviendas

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA PROYECTADA EN VIVIENDAS</b>
2014	7.689
2015	7.924
2016	8.291
2017	8.807
2018	9.497

**Elaborado por:** Egresado García Juan Diego

#### **1.4. LA OFERTA**

El término oferta se puede definir como el número de unidades de un determinado bien o servicio que los vendedores están dispuestos a vender a determinados precios. (Sapag & Sapag, 2003)

Al momento de realizar esta investigación se pudo determinar las diferentes empresas inmobiliarias que forman parte de la competencia las mismas que se detallan a continuación:

**Tabla No. 14 Oferta Actual de Viviendas**

<b>INMOBILIARIAS</b>	<b>OFERTA ACTUAL ANUAL DE VIVIENDAS</b>
Miami Inmobiliaria	14
Herrera Bienes raíces	18
Juan Carlos Uzcátegui Bienes Raíces	13
Urbec Bienes Raíces	15
<b>TOTAL</b>	<b>60</b>

**Elaborado por:** Egresado García Juan Diego

Para realizar la proyección de la oferta se tomó como referencia la cantidad total de viviendas ofertadas anualmente por la competencia de las diferentes inmobiliarias y la tasa de crecimiento poblacional que es de 1,52% según datos del INEC correspondientes al año 2014.

Para el cálculo de la oferta proyectada se considera con la siguiente fórmula:

$$P_n = P_o(1 + i)^n$$

Dónde:

P<sub>n</sub>= Oferta del año n.

P<sub>o</sub>= Oferta actual.

i= Tasa de crecimiento 1.52%.

n= Número de año de la proyección.

$$P_n = 60[1 + 0,0152]^1$$

$$P_n = 60(0,0152)^1$$

$$P_n = 60(0,0152)$$

$$P_n = 61$$

**Tabla No. 14 Oferta Proyectada en Viviendas**

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA PROYECTADA EN VIVIENDAS</b>
2014	61
2015	63
2016	66
2017	70
2018	75

**Elaborado por:** Egresado García Juan Diego

## 1.5. DEMANDA INSATISFECHA

Después de haber realizado el cálculo de la demanda y la oferta proyectada se procede a determinar la demanda insatisfecha, que es la diferencia entre la demanda proyectada y la oferta proyectada.

Tabla No. 15 Demanda Insatisfecha

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA PROYECTADA</b>	<b>OFERTA PROYECTADA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>
2014	7689	61	7628
2015	7924	63	7862
2016	8291	66	8226
2017	8807	70	8737
2018	9497	75	9422

Elaborado por: Egresado García Juan Diego

El presente proyecto de acuerdo al estudio realizado comenzará cubriendo el 0,10% de la demanda insatisfecha al año 1, con un incremento del mismo porcentaje hasta el quinto año de vida útil del proyecto.

## 1.6. MARKETING MIX

### 1.6.1. PRODUCTO

Es todo elemento, tangible o intangible, que satisface un deseo o una necesidad de los consumidores o usuarios y que se comercializa en un mercado, es decir que es un “objeto del intercambio producto por dinero”. (Soriano, 2005)

La vivienda es el espacio edificado en el que consumimos la mayor parte de nuestro tiempo, aquél del que tenemos más dependencia, pues nos proporciona abrigo, privacidad y, en general, bienestar.

La vivienda es un bien complejo, una suma de características o atributos singulares, tales como su superficie, situación, altura o la calidad de sus materiales. Las condiciones de accesibilidad

del edificio constituyen un atributo más, pues de ella dependen las posibilidades de utilización y el confort de la vivienda.

Es por ello que en este proyecto se ofertarán viviendas que estén acorde a las necesidades de los clientes ya que serán viviendas construidas en cuanto a materiales y productos de calidad estableciendo un precio accesible acorde a los ingresos de quienes hagan uso del servicio que ofrecerá la inmobiliaria.

### **Bienes Sustitutos**

Se dice que dos o más bienes son sustitutos si a consecuencia de un alza en el precio de uno de ellos se origina un aumento en el consumo o en la demanda de los otros. Esta relación de sustitución puede surgir por razones técnicas o debido a los gustos del Consumidor.(García, 2013)

Aquellos bienes que reemplazan a otro bien, por ejemplo: arriendos, departamentos. (Lara B. , 2010)

### **Bienes Complementarios**

Los bienes complementarios son aquellos que se utilizan de forma conjunta para satisfacer alguna necesidad. La relación existente entre los bienes complementarios es tal que el uso de unos es indispensable a su complemento.(De Miguel, 2010)

#### **1.6.1.1. Características del producto**

La inmobiliaria ofrecerá viviendas que se caracterizarán principalmente por su originalidad, calidad y exclusividad para el cliente. Éstas características se ofrecerán bajo esquemas de alta calidad y tecnología en la construcción así como el uso de diseños y materiales exclusivos.

Las viviendas constarán de:

### **Planta baja**

- Sala
- Cocina
- Comedor
- Baño Social

### **Planta Alta**

- Dormitorios
- Baño

### **Servicios adicionales**

- Lavandería
- Parqueadero
- Espacios verdes
- Vigilancia
- Sala de Asambleas y Recepciones

El modelo de vivienda que se construirá es el siguiente:

**Ilustración No. 1 Modelo de Vivienda**



**Fuente:** Arquitecto Carlos Jiménez

## **1.6.2. PRECIO**

El precio es un valor monetario o cantidad de dinero asignado a un bien o servicio, es decir las inversiones necesarias como costo, esfuerzo, tiempo, rentabilidad, entre otros.(Narváez, 2009)

Se lo define como el valor monetario que tiene que pagar un cliente para obtener un determinado producto o servicio.

### **1.6.2.1. Determinación del precio**

La fijación de precios es una actividad delicada y de gran importancia ya que mediante esto se posicionará el producto (viviendas) dentro del mercado inmobiliario.

El precio que establece la inmobiliaria para cada una de las viviendas está acorde al modelo y materiales de construcción utilizados así como también mano de obra y otros implementos que hacen posible la construcción de la misma. El precio se establecerá de acuerdo al costo de construcción adicionando a este valor el 20% de rentabilidad por cada vivienda.

## **1.6.3. PLAZA (COMERCIALIZACIÓN)**

Comprende todas aquellas actividades que la inmobiliaria realiza para poner el producto viviendas a disposición de los clientes. Es la elección de los medios a través de los cuales las viviendas llegarán al cliente.

Es de suma importancia tener un buen sistema de comercialización ya que mediante este la empresa permite poner al producto (viviendas) en el momento y en el sitio indicado.

### **1.6.3.1. Canales de Distribución**

Los canales de distribución son los caminos que ayudan a la transferencia del producto o servicio desde el productor hasta el consumidor final o cliente.

El canal de distribución que se utilizará es el indirecto ya que el banco será el intermediario entre el propietario de la inmobiliaria y el cliente.

**Ilustración No. 2 Canal de Distribución**



**Elaborado por:** Egresado García Juan Diego

#### **1.6.4. PROMOCIÓN**

Se trata de una serie de técnicas integradas en el plan de marketing, el objetivo de una promoción es ofrecer al consumidor un incentivo para la compra o adquisición de un producto o servicio, lo que se traduce en un incremento puntual de las ventas. (Muñiz, 2014)

Partiendo de la actividad promocional se plantea la utilización de estrategias de mercadeo, las mismas que ayudaran a la gestión de venta de viviendas.

##### **1.6.4.1. Estrategias de Mercadeo**

En un inicio para posicionar nuestro producto (viviendas) en el mercado se adoptarán las siguientes estrategias:

- Precios cómodos de introducción y facilidades de pago.
- Ofrecer el mejor servicio y producto a los clientes en cuestiones de tiempo, calidad y precio.
- Dar a conocer a los clientes el tipo de vivienda ofertada mediante estrategias publicitarias tales como:

**Tabla No. 16 Publicidad**

<b>PUBLICIDAD</b>	<b>MEDIO DE COMUNICACIÓN</b>
Radio	Radio Canela, Radio Tricolor
Prensa Escrita	La Prensa y Los Andes
Redes Sociales	Twitter, Facebook, entre otros.

**Elaborado por:** Egresado García Juan Diego

## Logotipo

Ilustración No. 3 Logotipo



Elaborado por: Juan García

Tabla No. 17 Características del Logotipo

	<p>La tonalidad escogida está relacionada para llamar la atención del público objetivo, la forma de casa es en si la actividad que realiza la empresa, aprovechada para la compra.</p>
	<p>La tipología escogida inclinada tipo cursiva permite identificar el rápido crecimiento que tiene la empresa. El nombre de la inmobiliaria tiene relación directa con el apellido del Gerente propietario "GARCIA ", este nombre salió de una lluvia de ideas.</p>
<p><b>Soluciones Inmobiliarias</b></p>	<p>El slogan incluye la puesta en escena de los productos que oferta la inmobiliaria. El color negro da una relevancia a elegancia y fuerza comunicacional que está asociada al poder de las ventas.</p>
	<p>La unión de esta iconografía permite obtener como resultado el logo de la empresa, permite identificar la actividad productiva de la empresa.  El color representa poder, atracción y lograr mantener la atención del consumidor.</p>

Elaborado por: Egresado García Juan Diego

Web

Ilustración No. 4 Página Web



Fuente: <http://inmobiliariagarcia.jimdo.com/>



▶▶▶

**Venta de casas**

*Ubicación: San José de Batán*

- Casa de 144m<sup>2</sup>
- 2 Pisos de Hormigón Armado
- 3 Dormitorios
- 2 Baños
- Sala
- Comedor
- Cocina
- Lavandería
- Parqueadero

financiado a 15 años



**Conjunto Residencial  
"Las Primaveras"**

**SEPARA TU CASA CON \$ 5000.00**

Contacto: Ing. Juan Diego Garcia  
Dirección casa modelo: San José de Batán  
Riobamba- Ecuador  
Teléfono: 0964488799



En el mejor sector de la ciudad, cuenta con todos los servicios básicos a 5 minutos de la ciudad

Fuente: Diario la Prensa

## **CAPÍTULO II**

### **2. ESTUDIO TÉCNICO**

El estudio técnico de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del mismo proyecto. Pretende contestar varias interrogantes tales como: Dónde, cuánto, cuándo, cómo y con qué ofrecer lo que se desea. (Sapag & Sapag, 2003),

Para poder realizar el estudio técnico nos basaremos en el comportamiento de mercado para alcanzar una construcción óptima y que las viviendas estén acordes a las exigencias y preferencias de los clientes.

#### **2.1. TAMAÑO DEL PROYECTO**

El tamaño del proyecto está en función de la capacidad de construcción que tendrá la inmobiliaria. En nuestro caso el tamaño del proyecto está determinado por el número de viviendas que se van a construir anualmente.

El tamaño del proyecto se lo puede definir como la capacidad de producción de un bien o servicio en un tiempo determinado. El tamaño del presente proyecto está sujeto a la capacidad de construcción de la inmobiliaria y a sus recursos.

#### **2.2. FACTORES QUE INFLUYEN EN EL TAMAÑO DE UN PROYECTO**

##### **2.2.1. Disponibilidad de capital propio y prestado**

A mayor capacidad de dinero, el tamaño del proyecto puede ser más grande o viceversa, es decir es el conjunto de recursos monetarios y financieros para poder realizar una actividad.

Para la construcción de viviendas el propietario de la inmobiliaria cuenta con un capital propio el mismo que le servirá únicamente para cubrir sueldos, servicios básicos, arriendo y demás trámites para iniciar la misma.

Después de conocer el capital propio con el que cuenta el propietario de la inmobiliaria, se determinó que el mismo se encuentra en condiciones de adquirir un crédito a través del Banco Nacional de Fomento ya que cumple con todas las normativas vigentes.

Dinero que será útil para la construcción de viviendas, por tal razón el financiamiento no causará un impedimento en la ejecución de este proyecto.

### **Crédito dirigido a PYMES, y Empresas.**

#### **Monto**

- Mínimo \$500 Máximo: \$300.000

#### **Tasa de interés**

- 10% reajutable,
- Producción Ciclo corto: 11,20% reajutable

#### **Garantía**

- Quirografaria, Prendaria o Hipotecaria.

#### **Destino**

- Capital de trabajo, Activos fijos: Lotes de terrenos en el sector urbano, locales comerciales, maquinaria nueva y usada.

#### **Beneficios**

- Plazo en función del destino de la inversión hasta 15 años.
- Forma de pago: mensual, bimestral, trimestral, semestral, anual.
- Periodo de gracia: en función del destino de la inversión.

## **Requisitos para la adquisición de un crédito en el Banco Nacional de Fomento.**

- Copia reciente de las cédulas de ciudadanía (vigentes) del solicitante y su cónyuge, si aplica.
- Copias de los últimos certificados de votación y proceso electoral tanto del solicitante como de su cónyuge.
- Comprobante de pago de agua, luz o teléfono o cualquier documento, cuya emisión no sea mayor de tres meses y en el que conste la dirección donde vive el solicitante.
- Extracto del último trimestre de la cuenta de ahorros o corriente. El préstamo se otorgará teniendo como base el saldo promedio de los tres últimos meses en la cuenta declarada.
- Cotizaciones o avalúos de los bienes o servicios en los cuales se proyecta hacer la inversión del crédito.
- Proyecto de factibilidad de la actividad productiva a desarrollar para préstamos superiores a \$100.000

### **2.2.2. Tamaño y capacidad del terreno**

El tamaño del terreno es de 800 m<sup>2</sup> el mismo que tiene una capacidad para construir 7 conjuntos residenciales que estará ubicado en el sector del Batán, cada casa ocupara un espacio de 8 metros de frente y 13 de largo quedando como espacio libre 3 x 8 metros, el mismo que será utilizado para espacios libres.

### **2.2.3. Tamaño y tecnologías a usarse.**

Este factor es uno de los elementos esenciales para decidir el tamaño de la inmobiliaria y la cantidad de viviendas que van a ser construidas, de manera que se realiza una investigación de todas las herramientas, materiales, maquinaria y equipos; muebles y enseres, equipos de oficina y vehículos que serán necesarios para iniciar la ejecución de este proyecto, todos estos activos permitirán a la inmobiliaria construir las viviendas satisfaciendo las necesidades requeridas por los clientes y a la vez este estudio técnico permitirá determinar el tamaño del mismo.

#### 2.2.4. Cantidad demandada que se piensa satisfacer

De acuerdo al análisis realizado de la capacidad del terreno se determinó que la inmobiliaria está en posibilidad de cubrir el 0,10% de la demanda insatisfecha debido a que es un porcentaje que los maestros de construcción podrán realizar en base a su horario de trabajo, tomando en cuenta que para construir más viviendas que sobrepasen del porcentaje antes mencionado se requeriría de más horas laborables que serían consideradas como horas extras que el propietario de la inmobiliaria deberá cumplir.

#### 2.2.5. Tamaño y utilización de materias primas

La Inmobiliaria tiene la disponibilidad de comprar todo el material para la construcción ya que cuenta con proveedores que le abastecerá con lo necesario para la elaboración de las viviendas.

A continuación se detalla la lista de proveedores:

**Tabla No. 18 Proveedores**

<b>MATERIALES</b>	<b>PROVEEDORES</b>
PLASTIGAMA	Tubería
CEMENTO CHIMBORAZO	Cemento
ENCOFRADOS SALAMVAY	Encofrado Metálica
LA CANTERA DE SAN ANDRÉS	Arena, Ripio, Piedras y Camión Mixer para hormigón.
VIDRIALUM	Ventanas y vidrios
CERRAJERÍA SAN PABLO	Tablas, pingos
PINTURAS UNIDOS	Pintura
FERRETERÍA EL FOCO	Materiales de Construcción
ASOCIACIÓN DE LADRILLOS “PRIMERO DE MAYO” DE CHAMBO	Ladrillos
LA CERAMICA S.A	Todo lo referente a Acabados
EXPLOMUEBLE	Puertas de manera, closets y modulares de cocina.

NOVACERO	Hierro
INDUSTRIAS VILEMA	Puertas e aluminio
TUBASEC	Tejas

**Elaborado por:** Egresado García Juan Diego

La mayor parte de los proveedores detallados anteriormente se encuentran ubicados en la Ciudad de Riobamba, de manera que facilitara a la inmobiliaria la compra de todos los materiales necesarios para la construcción de las viviendas.

### **2.3. LOCALIZACIÓN**

La define como el espacio físico geográfico donde se encuentra ubicada la empresa y donde se plantea realizar el proyecto. (Lara, 2010)

La localización del proyecto consiste en determinar el lugar más adecuado donde se va a llevar a cabo el proyecto, enfocados a optimizar recursos, minimizar costos y maximizar utilidades.

#### **TIPOS DE LOCALIZACIÓN**

**MACROLOCALIZACIÓN:** Es la localización de tipo general, regional o provincial.

**MICROLOCALIZACIÓN:** Es el tipo de localización mucho más específica y puntual de donde se encuentra ubicada la empresa

#### **2.3.1. MACROLOCALIZACIÓN**

Esta investigación se efectuará en la provincia de Chimborazo en la Ciudad de Riobamba sector San José del Batán, para esto se tomó en cuenta factores como: disponibilidad de materias primas y mano de obra, costo del terreno, costo de la mano de obra, costo de la construcción, disponibilidad de energía, disponibilidad de agua, cercanía al mercado, costo y capacidad de los

diferentes medios de transporte, factores ambientales, distancia a fuentes de abastecimiento y comunicaciones.

A continuación se presenta un mapa para una mejor visualización.

**Ilustración No. 6 Mapa del Ecuador**



Fuente: Google.com

### 2.3.2. MICROLOCALIZACIÓN

La presente propuesta investigativa se realizará en el barrio la Esperanza, sector San José del Batán la misma que se encuentra ubicada en la Ciudad de Riobamba, Provincia de Chimborazo.

A continuación se realiza un croquis en donde estarán ubicadas las viviendas:

**Ilustración No. 7 Croquis de ubicación de las viviendas**



**Elaborado por:** Egresado García Juan Diego

## **2.4. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO**

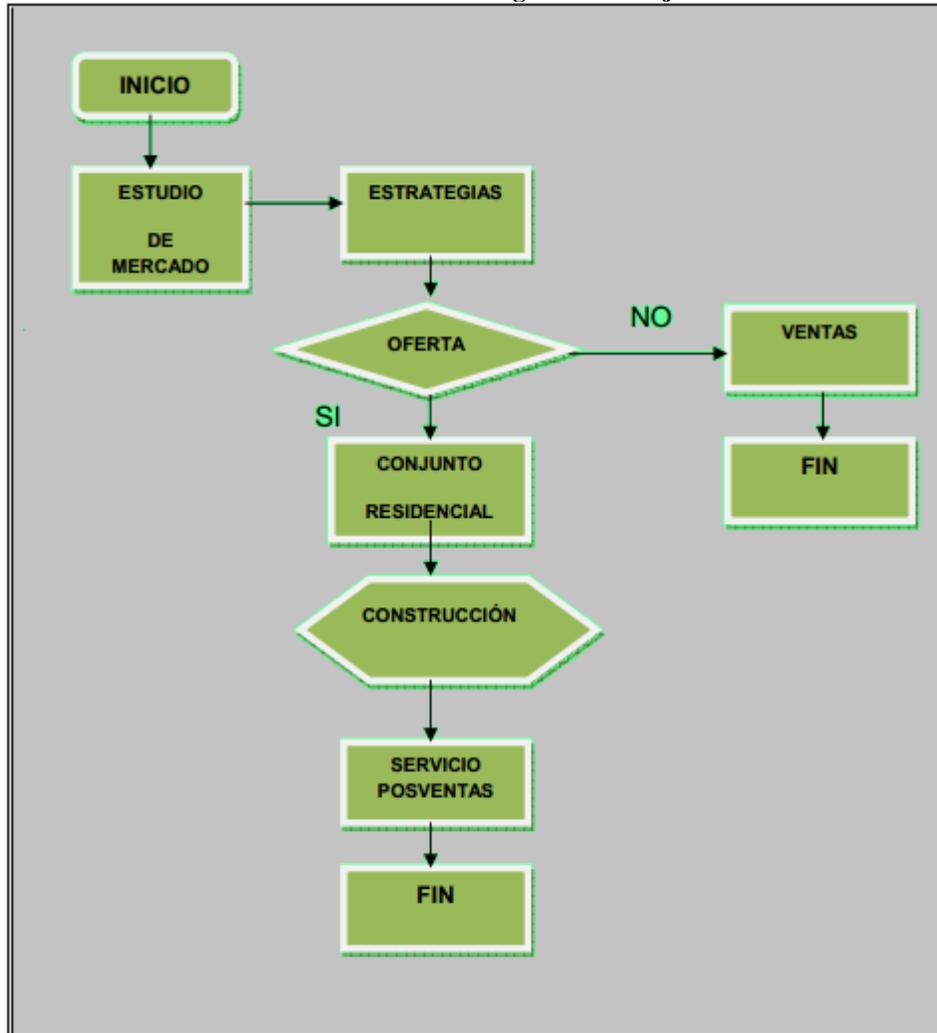
Diseñar un proyecto en este caso una vivienda, no solo es construir la infraestructura sino se está diseñando el ambiente donde se gestará gran parte del resto de su vida y la de su familia, por lo que esta debe tener un desarrollo de espacios cálidos que contengan un ambiente acogedor que rescate los valores de las personas que lo habitan así como el uso de materiales, formas, diseños y colores que deben tener una concordancia entre ellos.

## **2.5. DIAGRAMA DE FLUJO**

Este tipo de diagramas, es descrito en el texto de Gabriel Baca Urbina, “EVALUACIÓN DE PROYECTOS” (pág. 112), donde se indica: “aunque el diagrama de bloques también es un

diagrama de flujo, no posee tanto detalles e información como el diagrama de flujo del proceso donde se usa una simbología internacionalmente aceptada para representar las operaciones efectuadas”, a continuación la simbología usada en este tipo de flujos: (Baca. Urbina, 2010)

**Ilustración No. 8 Diagrama de Flujo**



**Elaborado por:** Egresado García Juan Diego

## 2.6. INGENIERÍA DEL PROYECTO.

La Ingeniería del proyecto trata sobre los aspectos de infraestructura, es todo lo que tiene relación con el funcionamiento de la inmobiliaria.

- Mediante la Ingeniería del proyecto se pretende determinar:

- Cantidad de casas que se va a construir.
- Procesos a utilizarse.
- Equipos y herramientas a utilizarse.
- Localización óptima de las instalaciones.
- Características de los materiales.

El presente proyecto está enfocado principalmente a construir viviendas con un solo diseño, la inmobiliaria posee un terreno de 800 m<sup>2</sup>, es aquí donde se van a construir las viviendas con una previa lotización.

### **2.6.1. PROCESO DE PRODUCCIÓN.**

Esto se refiere a todos los procesos técnicos, sistemáticos necesarios para transformar la materia prima a conjuntos habitacionales mediante metodologías tratando de obtener una minimización de los costos, optimización de los recursos y maximización de utilidades.

- Se caracteriza por ciertas actividades:
  - Planeamiento de las viviendas.
  - Planeamiento del proceso.
  - Control de la producción.
  - Control de calidad.
  - Control de costos.

### **2.6.2. EL PROCESO DE CONSTRUCCIÓN.**

#### **Análisis del terreno.**

Tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- Ubicación.
- Clasificación de la zona (residencial)

- Costo.

#### **Análisis de la topografía del terreno.**

- Determinar la ubicación de la tubería central.
- Verificación de factibilidad de la gradiente en la desembocadura de las aguas servidas y de lluvias.
- Nivelación del terreno basada en una adecuada caída para la desembocadura de aguas lluvias y servidas.

#### **Aprobación de planos.**

- Aprobación de planos realizados por el municipio.
- Aprobación del permiso único de construcción.
- Documento entregado por el Registro de la Propiedad.
- Pago de impuestos al Colegio de Arquitectos e Ingenieros Civiles.

#### **Construcción de la plataforma base (Contrapiso).**

- Trazado de ejes en base al plano estructural.
- Excavación de plintos con ubicaciones determinadas por el cálculo estructural.
- Colocación de parrillas.
- Fijación y amarrado del hierro perteneciente a las columnas
- Colocación de las mangueras y tuberías.
- Colocación y amarrado de la cadena de cimentación.
- Encofrado y fundido de las columnas.
- Encofrado y fundido de la cadena de cimentación.
- Colocación de piedra bola y ripio.
- Colocación de plástico para la impermeabilización del contrapiso.
- Fundido del contrapiso.
- Masillado del contrapiso.

#### **Construcción de la Planta Baja.**

- División de los ambientes.
- Colocación de la piedra.
- Enlucido de paredes.
- Colocación de vigas para la losa.
- Colocación de bloques.
- Fundición de losa

### **Construcción de la Planta Alta.**

- División de ambientes.
- Colocación de la piedra.
- Colocación del hierro de la cubierta.
- Encofrado y fundido de la cubierta.
- Enlucido de paredes.

### **Acabados.**

- Carpintería
- Pintura.
- Instalaciones sanitarias.
- Instalaciones eléctricas.
- Pisos.
- Ventanería.
- Iluminación

## **CAPÍTULO III**

### **3. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL**

El éxito en la constitución de una empresa inmobiliaria está en la organización de la misma, en lo que respecta al trabajo administrativo como a la prestación de servicios.

Es por ello que se detallará la organización administrativa y la estructura legal de la inmobiliaria, dentro del marco jurídico ecuatoriano y el recurso humano como parte fundamental para el desarrollo del proyecto.

### **3.1 Objetivos del Administrativo Legal**

- Determinar la figura jurídica de la futura Inmobiliaria.
- Establecer la organización técnica y administrativa de la Inmobiliaria

### **3.2 Aspecto Legal**

#### **3.2.1 Ley de La Superintendencia de Compañías**

Cumpliendo con la disposición del Reglamento Oficial 146 de la Superintendencia de Compañías se determina que Reglamento de funcionamiento de las compañías que realizan actividad inmobiliaria es:

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

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

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

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

b) Obtener, en caso de que así lo estableciere la ley u ordenanza respectiva, la autorización previa a la ejecución de cada proyecto del organismo u organismos públicos competentes en materias de autorización, regulación y control del uso de suelo y construcciones.

c) Contar con el presupuesto económico para cada proyecto, que incluirá los ingresos necesarios para su desarrollo y sus fuentes; y, los costos y gastos que genere el proyecto inmobiliario. Las fuentes de ingresos podrán provenir de inversiones de la propia compañía préstamos o créditos, y del valor negociado en las promesas de compraventa de las unidades inmobiliarias; en todos estos casos los valores y fuentes deberán constar debidamente detallados. Cuando el financiamiento provenga de las instituciones del sistema financiero o de terceros, deberán además desglosarse por acreedor, los montos, costos y plazos para el pago de las respectivas obligaciones.

El presupuesto deberá contemplar la proyección financiera, debidamente cuantificada, y determinar el tiempo estimado para la ejecución del proyecto, el precio de venta de cada unidad habitacional, los parámetros para la consecución del punto de equilibrio y el nivel de rentabilidad; además, deberá contarse con el estudio de factibilidad que evidencie la viabilidad técnica, financiera y económica del proyecto inmobiliario.

d) Construir, dentro de los plazos establecidos, los proyectos inmobiliarios aprobados y autorizados por los organismos competentes en materia de uso de suelo y construcciones, de conformidad con los contratos de promesa de compraventa celebrados con los promitentes compradores de los inmuebles.

e) Suscribir a través de su representante o representantes legales y en calidad de promitente vendedora, las escrituras públicas de promesa de compraventa con los promitentes compradores de las unidades inmobiliarias, siempre que cuente con las autorizaciones de los organismos competentes en materia de construcciones. En las promesas de compraventa se deberá señalar

la ubicación, identificación y características del inmueble; el precio pactado; las condiciones de pago; el plazo para la entrega del bien, una vez terminado, con el correspondiente certificado de habitabilidad; y el plazo para la suscripción de la escritura pública de compraventa definitiva.

f) Suscribir a través de su representante legal las escrituras públicas de compraventa definitiva de transferencia de dominio a favor de los promitentes compradores, de los bienes inmuebles que fueron prometidos en venta.

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

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

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

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

**Artículo Tercero.-** Las compañías obligadas a aplicar el presente reglamento, que para el desarrollo proyectos inmobiliarios requieran de recursos dinerarios provenientes de promesas de compraventa de las unidades inmobiliarias de tales proyectos, deberán constituir de forma previa a su celebración un encargo fiduciario para que una administradora de fondos y fideicomisos administre dichos recursos. Los promitentes compradores entregarán el precio del bien directamente a la administradora de fondos y fideicomisos, como constituyentes adherentes.

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

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

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

- a) Ofrecer al público la realización de proyectos en terrenos que no sean de su propiedad, o en terrenos que sean de propiedad de fideicomisos respecto de los cuales no sea titular de derechos fiduciarios.
- b) Invitar al público a participar en proyectos inmobiliarios que no cuenten con las autorizaciones previas del organismo u organismos públicos competentes en materias de autorización, regulación y control del uso de suelo y construcciones, o proyectos que no tengan el presupuesto económico que evidencie legal y financieramente su viabilidad.
- c) Recibir dinero del público para la ejecución y desarrollo de los respectivos proyectos inmobiliarios, sin contar con las autorizaciones de los organismos competentes en la materia.
- d) Suscribir contratos de reserva o promesa de compraventa por instrumento privado.
- e) Suscribir promesas de compraventa respecto de bienes que han sido prometidos en venta a otros promitentes compradores.
- f) Destinar el dinero de promitentes compradores participantes de un determinado proyecto inmobiliario, a otros proyectos inmobiliarios que desarrolle la compañía, así como desviarlos a fines distintos al objeto específico para el cual fueron entregados.

**Artículo Quinto: Contratos.-** Los contratos que las compañías sometidas a este reglamento utilicen para vender los bienes inmuebles que comercialicen al público, deberán observar las disposiciones que sobre la materia constan en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, en la Ley Orgánica de la Defensoría del Pueblo, y las normas contenidas en el Constitución de la República.

**Artículo Sexto.- Acciones.-** En caso de que en los contratos de promesas de compraventa y de compraventa definitivas se estipularen cláusulas discriminatorias e inequitativas entre las partes, aun cuando se reputan no escritas, podrá denunciarse tal hecho a la Defensoría del Pueblo, sin perjuicio de las denuncias que se presentaren ante la Superintendencia de Compañías, y de las acciones judiciales que puedan deducir los promitentes compradores.

**Artículo Séptimo: Intervención.-** De oficio o a petición de parte, la Superintendencia de Compañías realizará inspecciones para verificar que las compañías, en forma previa a la construcción y comercialización de sus proyectos inmobiliarios, han cumplido con lo dispuesto en la normativa vigente.

Si de los informes de inspección se generaren observaciones, la Superintendencia de Compañías notificará al representante legal de la compañía concediéndole un término de cinco días, contados a partir de la notificación con el oficio correspondiente, para que efectúe los descargos de los que se crea asistido. Vencido el término, el Superintendente de Compañías o su delegado evaluarán los descargos presentados y resolverá si la compañía se encuentra incurso en uno o más de las causales de intervención previstas en el artículo 354 de la Ley de Compañías y, si fuere del caso, procederá a declarar el estado de intervención de la compañía, designando un interventor.

El interventor designado por la Superintendencia de Compañías emitirá un informe de la situación general de la compañía, en el término de quince días contados a partir de su posesión.

**Artículo Octavo: Disolución y liquidación.-** Si las exigencias de la Superintendencia de Compañías para que la compañía aplique correctivos que permitan superar una situación general negativa que comporte riesgo para sus clientes, no son acatadas dentro de los términos o plazos que el organismo de control conceda para tal efecto, la compañía podrá ser declarada disuelta, en la forma contemplada en los artículos 361 y siguientes de la Ley de Compañías.

**Artículo Noveno.- Facultad interpretativa.-** Los casos de duda que surgieren en la aplicación del presente reglamento, o que no estuvieren previstos en sus disposiciones, serán resueltos por el Superintendente de Compañías. (Superintendencia de Compañías de la República del Ecuador , 2013)

La inmobiliaria deberá constatar si la institución financiera a quien solicite el fideicomiso está legalmente registrada en el Consejo Nacional de Valores, la misma que determina:

### **3.2.2 Ley de Mercado de Valores**

#### **Administradoras de Fondos y Fideicomisos**

##### **Sección I**

##### **Autorización de funcionamiento e inscripción en el Registro del Mercado de Valores**

**Art. 1.- Denominación.-** Las compañías administradoras de fondos y fideicomisos, deberán incluir en su denominación la expresión "administradora de fondos y fideicomisos", la que solamente podrá ser utilizada por las compañías que sean constituidas y autorizadas por la Superintendencia de Compañías, al amparo de la Ley de Mercado de Valores y sus normas complementarias, debiendo agregar la expresión peculiar que les permita diferenciarse entre sí.

Quienes infrinjan la disposición establecida en el inciso precedente o quienes desarrollen actividades propias de una administradora de fondos y fideicomisos, sin encontrarse debidamente autorizadas por la Superintendencia de Compañías, estarán sujetas a las sanciones impuestas por el Superintendente de Compañías, sin perjuicio de las responsabilidades civiles y penales a que hubiere lugar. (Consejo Nacional de Valores , 2010)

### **3.3 ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA**

La organización administrativa de un proyecto debe estar formada por los elementos indispensables para el buen funcionamiento del mismo, esto implica que debe tener una organización operativamente efectiva y eficaz, que permita el proceso productivo y de comercialización en forma que se cumplan con los objetivos de producción y mercadeo para los que fue diseñado el proyecto.(Lara, 2010)

### **3.4 NOMBRE O RAZÓN SOCIAL**

El nombre de la inmobiliaria, una vez que se constituyan los estatutos deberá inscribirse en el registro mercantil como **“Inmobiliaria GARCÍA”**.

El logotipo mediante el cual se comercializará las viviendas será el siguiente:

**Ilustración No. 9 Logotipo de la Inmobiliaria**



**Elaborado por:** Egresado García Juan Diego

### **3.4.1 Titularidad de la propiedad de la microempresa**

El aspecto jurídico que constituye esta inmobiliaria es unipersonal debido a que pertenece a un solo individuo, una vez inscrita en el registro mercantil, forma una persona jurídica.

La inmobiliaria estará constituida en sus inicios por un socio, sin descartar posteriormente durante la existencia jurídica el incremento de capital, se considerará la posibilidad de aceptar nuevos socios.

### 3.5 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

**Empresa Inmobiliaria García**  
**Fecha de Elaboración: 15 de Julio del 2014**

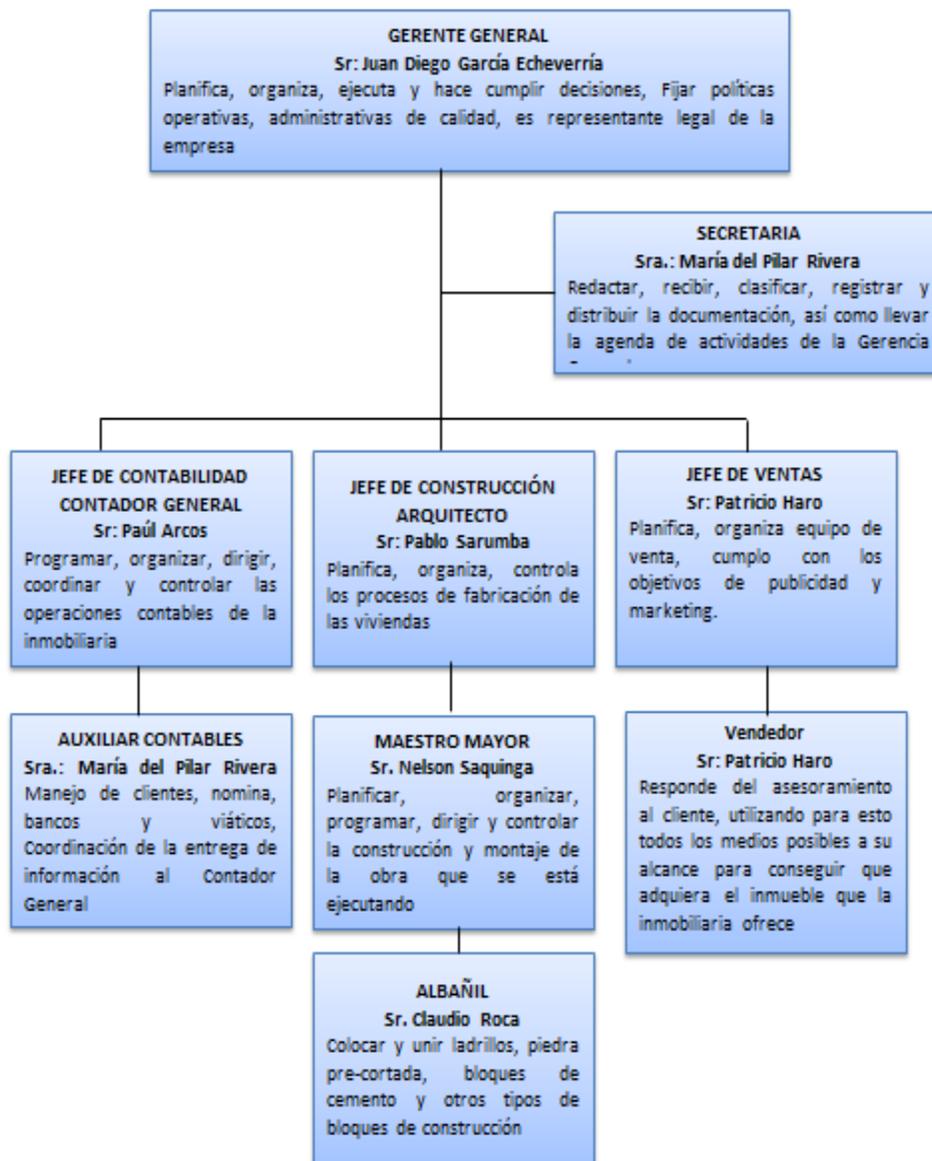


**Elaborado por:** Egresado García Juan Diego

### 3.6 ORGANIGRAMA FUNCIONAL

Implica diseñar las operaciones y funciones que debe realizar el personal

**Empresa Inmobiliaria García**  
**Fecha de Elaboración: 15 de Julio del 2014**



**Elaborado por:** Egresado García Juan Diego

A continuación se detalla el Manual Funcional de la Empresa Inmobiliaria:

## **GERENCIA GENERAL**

**Puesto:** Gerente

**Funciones:** Fijar políticas operativas, administrativas de calidad, es la imagen de la empresa, es el representante legal de la compañía se encarga de establecer objetivos a largo plazo de la inmobiliaria.

## **RESPONSABILIDADES**

- Planificar, organizar, dirigir, controlar.
- Representante legal de la inmobiliaria.
- Motivar guiar, liderar y conducir las actividades del personal.
- Tomar decisiones y orientar las actividades en dirección de los objetivos de la inmobiliaria.
- Aprobar los presupuestos anuales y los planes de compras.
- Selección y aprobación del personal que conformara la inmobiliaria.

**Jefe inmediato:** Ninguno

**Supervisa a:** Departamento de contabilidad, departamento de construcción, departamento de ventas /marketing y a la secretaria

**Delegaciones:** En caso de vacaciones, enfermedad, viaje o cualquier otro tipo de ausencia temporal, será reemplazado por las jefe departamental que el designe en áreas específicas de acción.

## **REQUISITOS**

- Tener título profesional en administración de empresas.
- Experiencia mínima de 3 a 4 años, dentro del campo de la gerencia de inmobiliarias.
- Edad de 25 a 45 años.
- Tener conocimiento en los aspectos legales relacionados con inmobiliarias.

## **PERFIL**

- Capacidad para liderar.
- Ética profesional y moral
- Conocimientos de la comercialización inmobiliaria.
- Ser flexible ante los cambios

## **SECRETARIA**

**Puesto:** Secretaria

**Funciones:** Está considerada como un nivel de apoyo. Apoyar constantemente en todas las actividades propias del trabajo secretarial, tales como redactar, recibir, clasificar, registrar y distribuir la documentación, así como llevar la agenda de actividades de la Gerencia General este cargo implica las siguientes responsabilidades, reporta como asistente administrativa

## **RESPONSABILIDADES**

- Atención al cliente
- Realizar los cobros de las ventas
- Manejo de caja chica
- Redacta correspondencia, oficios, actas, memorando, anuncios y otros documentos varios.
- Asumir las responsabilidades en el manejo de la información a su cargo.
- Brindar apoyo logístico en la organización y ejecución de reuniones y eventos.
- Organizar, vigilar y atender los servicios generales y requerimientos de la administración de la inmobiliaria.
- Manejo de suministros de oficina y cafetería

**Jefe inmediato:** Gerente General

**Supervisa a:** No tiene persona a su cargo

**Delegaciones:** En caso de vacaciones, enfermedad, viaje o cualquier otro tipo de ausencia temporal, será reemplazado por la asistente contable y por cualquier otra persona designada para actividades operativas específicas.

## **REQUISITOS**

- Tener estudios superiores en secretariado.
- Experiencia en cargos similares.
- Edad de preferencia de 23 a 35 años

## **PERFIL**

- Excelente redacción y ortografía.
- Disposición para trabajar bajo presión.
- Facilidad de expresión verbal y escrita.
- Brindar apoyo a todos los departamentos.
- Persona de buen trato, amable, cortés y seria.

## **DEPARTAMENTO CONTABILIDAD**

**Puesto:** Contador General

**Funciones:** La naturaleza de su cargo es la programar, organizar, dirigir, coordinar y controlar las operaciones contables de la inmobiliaria.

## **RESPONSABILIDADES**

- Conocimiento y constante actualización en lo que respecta al servicio de rentas internas y asuntos afines a su cargo.
- Administración de recursos financieros, materias primas e insumos y adquisiciones.
- Elaborar estados contables y financieros cuando se lo requiera.
- Realizar pagos a trabajadores.

**Jefe inmediato:** Gerente General

**Supervisa a:** Auxiliar contable

**Delegaciones:** En caso de vacaciones, enfermedad, viaje o cualquier otro tipo de ausencia temporal, será reemplazado por la auxiliar contable y por cualquier otra persona designada para actividades operativas específicas.

## **REQUISITOS**

- Título profesional de contador público autorizado CPA.
- Edad de preferencia de 25 a 45 años.
- Experiencia mínima de 2 años en puestos relacionados con el tema y en empresas similares.
- Experiencia en el manejo de sistemas contables e informáticos.

## **PERFIL DEL PUESTO**

- Disposición para planificar y coordinar las actividades de la inmobiliaria.
- Persona con valores éticos y morales.
- Habilidad para interrelacionarse.

**Puesto:** Auxiliar Contable

**Funciones:** La naturaleza de su cargo son las responsabilidades contables de la inmobiliaria.

## **RESPONSABILIDADES**

- Manejo de clientes, nomina, bancos y viáticos
- Coordinación de la entrega de información al Contador General
- Facturación
- Manejo de caja chica
- Cobranzas
- Realizará cualquier otra actividad que se solicitada por su jefe inmediato.

**Jefe inmediato:** Contador General

**Supervisa a:** No tiene persona a su cargo

**Delegaciones:** En caso de vacaciones, enfermedad, viaje o cualquier otro tipo de ausencia temporal, será reemplazado por la Contador General e y por cualquier otra persona designada para actividades operativas específicas.

## **REQUISITOS**

- Título profesional de contador público autorizado CPA.
- Edad de preferencia de 25 a 45 años.
- Experiencia mínima de 2 años en puestos relacionados con el tema y en empresas similares.
- Experiencia en el manejo de sistemas contables e informáticos.

## **PERFIL DEL PUESTO**

- Disposición para planificar y coordinar las actividades de la inmobiliaria.
- Persona con valores éticos y morales.
- Habilidad para interrelacionarse.

## **DEPARTAMENTO DE CONSTRUCCIÓN**

**Puesto:** Arquitecto

**Funciones:** Se involucra desde las primeras etapas de un proyecto de construcción que puede comenzar con el desarrollo de ideas junto con el cliente, acordando presupuestos, evaluando las necesidades de personal o proveedores hasta el impacto de esta construcción en el medio ambiente local.

Trabajan a la par de contratistas, se aseguran de que los trabajos se desarrollen respetando los estándares y normas básicas, que sea sustentable, funcional y estéticamente agradable.

## **RESPONSABILIDADES**

- Analiza los requerimientos y el presupuesto de un proyecto
- Prepara y presentar reportes sobre las características del diseño al cliente
- Asiste en la selección del lugar para construir
- Usa tecnologías de la información en el diseño y proyecto especialmente programas utilizados en arquitectura mantenerse dentro del presupuesto acordado y plazos de finalización, producir trabajos detallados, dibujos, planos y especificaciones
- Especifica la naturaleza y calidad de los materiales a utilizar
- Negociar con contratistas y otros profesionales
- Prepara aplicaciones para la planificación y construcción
- Prepara documentación para los contratistas
- Supervisa y coordinar el trabajo de contratistas
- Supervisar y controlar el proyecto de principio a fin
- Visita regularmente la construcción para supervisar el avance asegurándose que el proyecto sigue adelante y se mantiene dentro de los costos asegurarse que el impacto medio ambiental sea el menor posible

**Jefe inmediato:** Gerente General

**Supervisa a:** Maestro mayor

**Delegaciones:** En caso de vacaciones, enfermedad, viaje o cualquier otro tipo de ausencia temporal, será reemplazado por el maestro mayor y las personas que designen para tareas operativas específicas.

## **REQUISITOS**

- Título profesional de arquitecto autorizado
- Edad de preferencia de 25 a 45 años.
- Experiencia mínima de 3 años en puestos relacionados con el tema y en empresas similares.

## **PERFIL DEL PUESTO**

- Disposición para planificar y coordinar las actividades de la inmobiliaria.
- Persona con valores éticos y morales.
- Habilidad para interrelacionarse.

**Puesto:** Maestro Mayor

**Funciones:** Es el que se encarga de elaborar la construcción con la responsabilidad de realizarlos con el más alto nivel de calidad y creatividad, anteponiendo siempre la ética profesional, así como también de la inmobiliaria.

## **RESPONSABILIDADES**

- Planificar, organizar, programar, dirigir y controlar la construcción y montaje de la obra que se está ejecutando.
- Investigar las propiedades de los materiales de construcción y los métodos de aprovechamiento de materiales, mano de obra, equipos y tecnología.
- Realizara cualquier otra actividad solicitada por Gerencia General

**Jefe inmediato:** Gerente General

**Supervisa a:** albañiles

**Delegaciones:** En caso de vacaciones, enfermedad, viaje o cualquier otro tipo de ausencia temporal, será reemplazado por la Gerencia General y las personas que designen para tareas operativas específicas.

## **REQUISITOS**

- Habilidad en manejo de personal.
- Experiencia mínima de 3 años en el medio de la construcción.
- Edad de 30 a 45 años.

## **PERFIL**

- Ser proactivo.
- Capacidad para recibir y dar órdenes.
- Habilidad de trabajo en equipo y capacidad para solucionar problemas.
- Ética profesional y moral.
- Responsabilidad al momento de cumplir todas las tareas que se encuentran a su cargo.
- Desarrollar la actividad innovadora en el momento que sea necesario.

**Puesto:** Albañil

**Funciones:** Colocar y unir ladrillos, piedra pre-cortada, bloques de cemento y otros tipos de bloques de construcción en o con mortero y otras sustancias para construir muros, cimientos, tabiques, arcos, desagües y otras estructuras.

## **RESPONSABILIDADES**

- Interpretar planos y diseños para decidir las especificaciones y calcular los materiales que son necesarios.
- Medir la distancia de los puntos de referencia y marcar las directrices para llevar a cabo el trabajo, tales como el uso de plomadas y niveles.
- Calcular los ángulos y direcciones para determinar los alineamientos horizontales y verticales.

- Colocar series de ladrillos y otros bloques de construcción, de una esquina a otra, utilizando el trazo de albañil
- Romper o cortar ladrillos y otros materiales de construcción al tamaño adecuado, utilizando paletas, martillos, sierras eléctricas y otras herramientas especiales para cortar.
- Mezclar cantidades concretas de arena, arcilla, cemento o mortero en polvo con agua para conseguir mezclas refractarias.
- Aplicar y extender mortero u otras mezclas sobre la superficie de trabajo, para servir como base y unión de los ladrillos.
- Fijar o fundir ladrillos u otros materiales o estructuras, por ejemplo con abrazaderas, orificios de anclaje, soplete o cemento.
- Llevar a cabo obras de aislamiento.
- Eliminar el exceso de mortero con paletas y herramientas manuales, así como acabar las juntas con herramientas específicas, para conseguir una apariencia hermética y uniforme.
- Levantar andamios.

**Jefe inmediato:** Maestro Mayor

**Supervisa a:** No tiene persona a su cargo

**Delegaciones:** En caso de vacaciones, enfermedad, viaje o cualquier otro tipo de ausencia temporal, será reemplazado por el que el jefe departamental designe en áreas específicas de acción.

## **REQUISITOS**

- Conocimiento sobre mezcla de cemento, piedra y arena
- Experiencia mínima de 3 años en el medio de la construcción.
- Edad de 18 a 45 años.

## **PERFIL**

- Ser proactivo.

- Capacidad para recibir y dar órdenes.
- Habilidad de trabajo en equipo y capacidad para solucionar problemas.
- Responsabilidad al momento de cumplir todas las tareas que se encuentran a su cargo.

## **DEPARTAMENTO VENTAS**

**Puesto:** Vendedor

**Funciones:** Responde del asesoramiento al cliente, utilizando para esto todos los medios posibles a su alcance para conseguir que adquiera el inmueble que la inmobiliaria ofrece.

### **FUNCIONES**

- Brindar asesoramiento a los clientes.
- Contribuir activamente a la solución de problemas
- Abrir nuevas plazas para el bien.
- Elaborar informes estadísticos con el fin de realizar análisis profundos de incidencia en el mercado.
- Venta directa en las instalaciones de la inmobiliaria.

**Jefe inmediato:** Jefe del departamento de venta/ marketing

**Supervisa a:** No tiene persona a su cargo

**Delegaciones:** En caso de vacaciones, enfermedad, viaje o cualquier otro tipo de ausencia temporal, será reemplazado por el que el jefe departamental designe en áreas específicas de acción.

### **REQUISITOS**

- Profesional en especialidades afines a mercadotecnia.
- Tener conocimiento de comercialización de viviendas.
- Experiencia en el puesto de ventas de preferencia en empresas similares.
- Edad mínima de 25 a 35 años.

### **PERFIL**

- Habilidad para generar y cultivar relaciones con los clientes.
- Conocer el mercado al que se va a dirigir la inmobiliaria.
- Ética moral y profesional.
- Disposición para trabajar bajo presión.

## CAPÍTULO IV

### 4. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

El presente estudio financiero busca establecer el monto necesario de la inversión de recursos económicos, el costo total de la operación e indicadores que servirán de base para la evaluación financiera del proyecto.

El análisis financiero es una síntesis cuantitativa que nos permite tener un margen razonable de seguridad, de que la inversión o la ejecución del proyecto son realizables, así como la capacidad de pago de la inmobiliaria, la metodología para medir la rentabilidad de un proyecto, la estructura financiera futura de la misma y su comportamiento dentro de un entorno de estabilidad económica. (Vallejos, 2013)

#### 4.1 INVERSIONES

Se denomina inversión a todos los gastos que se efectúan por unidad de tiempo para poder adquirir los factores de producción (mano de obra, materia prima, capital productivo y otros), necesarios para poder implementar el proceso productivo de un bien o servicio, el mismo que generará beneficios, en el periodo establecido como vida útil del proyecto. (Lara, 2010)

La inversión está determinada por la inversión fija tangible, inversión fija intangible o activos diferidos y el capital de trabajo, como muestra la tabla.

**Tabla No. 19 Inversiones**

<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR</b>
Tangible	\$ 46.299,75
Intangible	\$ 1.890,00
Capital de Trabajo	\$ 214.759,43
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 262.949,18</b>

**Fuente:** Tabla No. 20, 27, 29

**Elaborado por:** Egresado García Juan Diego

#### 4.1.1 Inversión Fija Tangible

Son bienes que se utilizan en el proceso y sirven de apoyo para la operación normal del proyecto. Estos activos están sujetos a depreciación, excepto el terreno, los componentes de este rubro son los siguientes:

**Tabla No. 20 Inversión Fija Tangible**

<b>ACTIVOS TANGIBLES</b>	<b>VALOR</b>
Terreno	\$ 42.000,00
Equipo de Computo	\$ 1.417,50
Equipo y Maquinaria	\$ 1.575,00
Muebles y enseres	\$ 971,25
Equipo de Oficina	\$ 336,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 46.299,75</b>

**Fuente:** Tabla No. 21-25

**Elaborado por:** Egresado García Juan Diego

- **Terreno**

Son bienes que no están sujetos a depreciación ni a agotamiento. (Miranda, 2010). Este rubro asciende a \$ 42.000.

**Tabla No. 21 Terreno**

<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V.TOTAL</b>
Terreno	m2	800	\$ 50,00	\$ 40.000,00
<b>Subtotal</b>				\$ 40.000,00
Imprevistos 5%				\$ 2.000,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 42.000,00</b>

**Fuente:** Sr. Víctor Chafra

**Elaborado por:** Egresado García Juan Diego

- **Maquinaria y equipo**

Son bienes tangibles que tienen por objeto: a) el uso o usufructo de los mismos en beneficio de la entidad, b) la producción de artículos para su venta o para el uso de la propia entidad, c) la prestación de servicios a la entidad, a su cliente o al público en general. La adquisición de estos

bienes denota el propósito de utilizarlos y no venderlos en el curso normal de operaciones de la entidad". (MPYME, 2012)

Este rubro está determinado por maquinaria y equipo que se utilizará para la construcción de viviendas. La inversión asciende a \$ 1.575,00

**Tabla No. 22 Maquinaria y Equipo**

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Taladro	1	\$ 85,00	\$ 85,00
Amoladora	1	\$ 135,00	\$ 135,00
Esmeril	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Concretera	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Subtotal			\$ 1.500,00
Imprevistos 5%			\$ 75,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.575,00</b>

**Fuente:** Ferretería "El Foco"

**Elaborado por:** Egresado García Juan Diego

- **Equipo de cómputo**

Es un activo encargado del diseño e implementación de sistemas y de la administración de los recursos de la empresa. Su trabajo se enfoca hacia el desarrollo de herramientas que faciliten la labor del resto de dependencias de la misma. (Lara E. , 2013). El valor de este rubro asciende a \$ 1.417,50.

**Tabla No. 23 Equipo de Cómputo**

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V.UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Computadoras	3	\$ 400,00	\$ 1.200,00
Impresora	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Subtotal			\$ 1.350,00
Imprevistos 5%			\$ 67,50
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.417,50</b>

**Fuente:** Globaloffice

**Elaborado por:** Egresado García Juan Diego

- **Muebles y enseres**

Nombre de la cuenta de activo que representa el valor de dichos elementos, de propiedad de la empresa, adquiridos para el desarrollo de las funciones administrativas de la misma. (C&TA, 2010)

Son importantes para el funcionamiento tanto de la atención al público, como de las oficinas administrativas. Esta inversión es de \$ 971,25

**Tabla No. 24 Muebles y Enseres**

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Escritorios	3	\$ 150,00	\$ 450,00
Sillas	3	\$ 15,00	\$ 45,00
Sillones	3	\$ 60,00	\$ 180,00
Archivador	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Subtotal			\$ 925,00
Imprevistos 5%			\$ 46,25
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 971,25</b>

**Fuente:** Diseño y confort Mobiliario de Oficina para el hogar

**Elaborado por:** Egresado García Juan Diego

- **Equipo de oficina**

Se puede decir que se trata del conjunto de equipos que se necesitan para llevar a cabo tareas propias de una oficina.(DEFINICIÓN., 2008). El valor es de: \$ 336,00.

**Tabla No. 25 Equipo de Oficina**

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Teléfono	2	\$ 20,00	\$ 40,00
Fax	1	\$ 155,00	\$ 155,00
Sumadora	1	\$ 95,00	\$ 95,00
Calculadora	2	\$ 15,00	\$ 30,00
<b>Subtotal</b>			\$ 320,00
Imprevistos 5%			\$ 16,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 336,00</b>

**Fuente:** Almacenes DMJ

**Elaborado por:** Egresado García Juan Diego

- **Depreciaciones**

Depreciación es la deducción o reducción anual del valor de una propiedad, planta o equipo que se reporta en los libros contables. (Cuenta de Desafío del Milenio , 2008)

**Tabla No. 26 Depreciaciones**

<b>Detalle</b>	<b>Inversión</b>	<b>%</b>	<b>Total</b>
Equipo de Computo	\$ 1.417,50	33%	\$ 467,78
Equipo y Maquinaria	\$ 1.575,00	10%	\$ 157,50
Muebles y enseres	\$ 971,25	10%	\$ 97,13
Equipo de oficina	\$ 336,00	10%	\$ 33,60
<b>Total</b>			<b>756,00</b>

**Fuente:** Tabla No. 20

**Elaborado por:** Egresado García Juan Diego

#### 4.1.2 Inversión Fija Intangible

Incluye una serie de gastos realizados por adelantado, son intangibles y no se identifican plenamente con las operaciones de las empresas.(Mungaray & Ramirez, 2004). Este rubro considera los gastos de constitución de la inmobiliaria los mismos que ascienden a \$ 1.890,00

**Tabla No. 27 Inversión Fija Intangible**

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V.TOTAL</b>
Constitución de la Empresa	1	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00
<b>Subtotal</b>			<b>\$ 1.800,00</b>
Imprevistos 5%			\$ 90,00
<b>Total</b>			<b>\$ 1.890,00</b>

**Fuente:** Ab. Jorge Basantes

**Elaborado por:** Egresado García Juan Diego

- **Amortización**

La amortización es la absorción del costo de otros activos o intangibles durante un determinado número de años, es decir es la distribución del valor de la inversión realizada entre los años que se supone que va a contribuir a la obtención de ingresos de la empresa. (Calleja, 2008)

**Tabla No. 28 Amortización**

<b>Detalle</b>	<b>Inversión</b>	<b>Años</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
----------------	------------------	-------------	----------	----------	----------	----------	----------

Amortización anual	\$ 1.890,00	10	\$ 189,00	\$ 189,00	\$ 189,00	\$ 189,00	\$ 189,00
Amortización acumulada			\$ 189,00	\$ 378,00	\$ 567,00	\$ 756,00	\$ 945,00
<b>Total</b>	\$ 1.890,00						

Detalle	Inversión	Años	6	7	8	9	10
Amortización anual	\$ 1.890,00	10	\$ 189,00	\$ 189,00	\$ 189,00	\$ 189,00	\$ 189,00
Amortización acumulada			\$ 1.134,00	\$ 1.323,00	\$ 1.512,00	1.701,00	\$ 1.890,00
<b>Total</b>	\$ 1.890,00						

Fuente: Tabla No. 27

Elaborado por: Egresado García Juan Diego

- **Capital de Trabajo**

Se entiende a los activos circulantes o disponibles en la empresa con los que se cuenta para hacer frente a las obligaciones inmediatas o de corto plazo de la misma.(Haime, 2003). Este valor asciende a \$ 214.759,43.

**Tabla No. 29 Capital de Trabajo**

Detalle	VALOR TOTAL
Materiales de Construcción	\$ 86.753,56
Gastos Administrativos	\$ 26.583,59
Gastos de Ventas	\$ 1.055,25
Gastos de construcción	\$ 90.140,40
<b>Subtotal</b>	\$ 204.532,80
Imprevistos 5%	\$ 10.226,64
<b>Total</b>	\$ 214.759,43

Fuente: Proformas

Elaborado por: Egresado García Juan Diego

## 4.2 FINANCIAMIENTO O FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Para el financiamiento de un proyecto, el primer aspecto a examinar son las posibles fuentes de financiamiento. Estas pueden ser el capital propio, el cual es aportado al inicio por medio de los capitalistas y responsables del proyecto y/o a través de distintos mecanismos e instituciones financieras.(Aula Facil.com, 2009)

La inversión del presente proyecto se cubrirá mediante un crédito que otorga el Banco Nacional de Fomento a un plazo de 10 años con una tasa activa del 8,00% anual, pagos mensuales, sin período de gracia. El financiamiento será distribuido de la siguiente manera:

**Tabla No. 30 Financiamiento**

<b>Detalle</b>	<b>Valor</b>	<b>Capital Propio</b>	<b>%</b>	<b>Préstamo</b>	<b>%</b>
Activos Tangibles	\$ 46.299,75	\$ 10.000,00		\$ 252.949,18	
Activos Intangibles	\$ 1.890,00				
Capital de Trabajo	\$ 214.759,43				
<b>Total</b>	<b>\$ 262.949,18</b>	<b>\$ 10.000,00</b>	4%	<b>\$ 252.949,18</b>	96%

Fuente: Tabla No. 19

Elaborado por: Egresado García Juan Diego

### 4.3 Costos e Ingresos del Proyecto

#### 4.3.1 Costos

Los costos son todos aquellos desembolsos en que incurre una empresa como unidad administrativa con la finalidad de desarrollar la gestión de producir y vender un producto y/o servicio.

##### 4.3.1.1 Costo de Producción

Es aquel rubro que está integrado por la materia prima directa variable, la mano de obra directa o variable y los costos indirectos de fabricación variables. (Gómez, 2005)

Para efectos de este proyecto, los costos de producción están determinados principalmente por el valor de los diferentes rubros que se utiliza en el proceso de construcción. El valor asciende a \$ 699.485,92

**Tabla No. 31 Costo de Producción**

<b>Detalle</b>	<b>Valor por una vivienda</b>	<b>Valor Total (7 viviendas)</b>
Materiales de Construcción	\$ 86.753,56	\$ 607.274,92
Mano de Obra Directa	\$ 11.529,00	\$ 80.703,00
Mano de Obra Indirecta	\$ 1.284,00	\$ 8.988,00
Otros costos	\$ 360,00	\$ 2.520,00
<b>Total Costo de Construcción</b>	<b>\$ 99.926,56</b>	<b>\$ 699.485,92</b>

Fuente: Tabla No. 32, 33, 34

Elaborado por: Egresado García Juan Diego

- **Materiales de construcción**

Los materiales de construcción hacen referencia a todos los materiales que integran físicamente el producto terminado o que se pueden asociar fácilmente con él. (Sinisterra & Polanco, 2007)

**Tabla No. 32 Materiales de Construcción**

PRESUPUESTO						
Nº	Código	Descripción	Unidad	Cantidad	P. Unitario	P. Total
1	501ADU	Limpieza de terreno	m2	195,93	\$ 1,52	\$ 297,81
2	500003	Replanteo y Nivelación	m2	155,45	\$ 1,77	\$ 275,15
3	531001	Excavación manual en cimientos y plintos	m3	41,47	\$ 4,01	\$ 166,29
4	507001	Relleno compactado (mat.excavación)	m3	30,14	\$ 0,00	\$ 0,00
5	5BI007	Desalojo de material	m3	32,5	\$ 7,76	\$ 252,20
6	500082	Replanto H.S. f'c=140 kg/cm2	m3	1,51	\$ 112,50	\$ 169,88
7	500035	Hormigón ciclópico 40% piedra f'c=180 kg/cm2 (MURO)	m3	6,48	\$ 104,83	\$ 679,30
8	5BE001	acero de refuerzo fy=4200 kg/cm2	kg	4147,16	\$ 2,34	\$ 9.704,35
9	501ATB	Hormigón simple plintos f'c=210 kg/cm2 (inc. encofrado)	m3	6,48	\$ 243,18	\$ 1.575,81
10	501AJA	Hormigón simple cadenas f'c=210 kg/cm2 (incl encofrado)	m3	4,08	\$ 273,16	\$ 1.114,49
11	534017	Hormigón simple columnas f'c=210 kg/cm2 incluye encofrado	m3	9,44	\$ 247,29	\$ 2.334,42
12	500115	Hormigón simple vigas f'c=210 kg/cm2 inc. Encofrado	m3	3,35	\$ 214,56	\$ 718,78
13	501A4I	Hormigón en gradas simple f'c=210kg/cm2	m3	1,87	\$ 141,22	\$ 264,08
14	534005	Hormigón simple losa superior fc=210 kg/cm2	m3	9,64	\$ 158,17	\$ 1.524,76
15	5BF008	Bloque alivianado losa 40x20x15 cm (provisión/timbrado)	u	910	\$ 1,21	\$ 1.101,10
16	501AKS	Hormigón simple contrapiso f'c=180 kg/cm2	m3	104,94	\$ 136,75	\$ 14.350,55
17	564005	Estructura metálica (provisión y montaje)	kg	110,44	\$ 3,66	\$ 404,21
18	500057	Cubierta de galvalumen pre-pintado termo acústico	m2	142,3	\$ 23,81	\$ 3.388,16
19	5CC001	Mesón de hormigón armado	m2	6,45	\$ 30,11	\$ 194,21
20	512002	Mampostería de ladrillo mambro común	m2	238	\$ 16,19	\$ 3.853,22
21	513005	Enlucido vertical paletado	m2	4,77	\$ 10,03	\$ 47,84
22	513002	Enlucido horizontal liso	m2	109,43	\$ 10,66	\$ 1.166,52
23	500065	Masillado Paletado de pisos mortero 1:3	m2	155,45	\$ 6,30	\$ 979,34
24	5DW002	Cerámica para pared	m2	72,65	\$ 19,55	\$ 1.420,31
25	5BR001	Cerámica para pisos	m2	91,99	\$ 26,63	\$ 2.449,69
26	5BR002	Piso y paredes de porcelanato nacional (provis, transp, instalación y emporado)	m2	20,5	\$ 29,75	\$ 609,88
27	501AKU	Barredera de madera o mdf	m	180	\$ 5,72	\$ 1.029,60
28	5BW004	Ventana corrediza aluminio-vidrio claro (incluye instalación)	m2	38,5	\$ 55,24	\$ 2.126,74
29	501AKZ	Cielo raso gypsum	m2	66,42	\$ 24,40	\$ 1.620,65
30	541006	Puerta panelada de laurel 0.70m	u	5	\$ 145,55	\$ 727,75
31	541008	Puerta panelada de laurel 0.90m	u	9	\$ 183,52	\$ 1.651,68
32	541016	Puerta principal mdf con chapa de madera cedro 90 cm laca de poliuretano mate	u	1	\$ 216,00	\$ 216,00
33	543001	Cerradura de baño (incluye instalación)	u	5	\$ 21,82	\$ 109,10
34	543008	Cerradura dormitorio llave - seguro	u	9	\$ 28,91	\$ 260,19
35	548040	Tubería pvc 50mm	m	18	\$ 10,96	\$ 197,28
36	548041	Tubería pvc 75mm	m	15	\$ 12,93	\$ 193,95
37	501AOZ	Tubería pvc 110 mm	m	45	\$ 14,20	\$ 639,00

38	500019	Canales de tol galvanizados terminado	m	22	\$ 20,73	\$ 456,06
39	5EJ025	Tuberíapvcoscable 1/2" (provisión e instalación)	m	45	\$ 7,00	\$ 315,00
40	5C1004	Instalación agua fría PVC 1/2"	pto	14	\$ 10,26	\$ 143,64
41	501AMU	Punto agua caliente cpev r 1/2"	pto	4	\$ 23,09	\$ 92,36
42	537003	Piso madera flotante	m2	43,43	\$ 21,60	\$ 938,09
43	549006	Inodoro blanco tanque bajo	u	4	\$ 90,10	\$ 360,40
44	5C3004	Lavamanos de pared (con mezcladora )	u	3	\$ 206,82	\$ 620,46
45	5C3005	Lavamanos 1 llave	u	4	\$ 118,35	\$ 473,40
46	500023	Instalaciones eléctricas: iluminación	pto	36	\$ 14,73	\$ 530,28
47	500024	Instalaciones eléctricas: tomacorrientes	pto	30	\$ 17,84	\$ 535,20
48	500025	Instalaciones teléfono	pto	2	\$ 25,18	\$ 50,36
49	514004	Pintura interior y exterior	m2	477	\$ 3,55	\$ 1.693,35
50	5A5003	Caja de revisión 60x60 (de ladrillo) tapa h.a.	u	5	\$ 62,80	\$ 314,00
51	5E5001	Fregadero acero inoxidable 1 pozo	u	1	\$ 63,89	\$ 63,89
52	500027	Tablero de control 8 pts	u	2	\$ 95,56	\$ 191,12
53	500218	Closet tipo mdf (inc. trans. e instalación)	m2	30,45	\$ 120,00	\$ 3.654,00
54	501A9S	Mueble de cocina, madera (lacado, instalado)	m	14,4	\$ 135,60	\$ 1.952,64
55	501909	Cerramiento (columnas de H.A. y ladrillo)	glb	1	\$ 7.260,00	\$ 7.260,00
<b>SUBTOTAL</b>						<b>\$ 77.458,54</b>
<b>IVA</b>					12.00%	<b>\$ 9.295,02</b>
<b>TOTAL</b>						<b>86753,56</b>

Fuente: (Jiménez, 2014)

Elaborado por: Egresado García Juan Diego

- **Mano de obra directa**

Es la mano de obra directa consumida en las áreas que tienen una relación directa con la producción o la prestación de algún servicio. Es la generada por los obreros y operarios cualificados de la empresa. (Arias, 2009)

**Tabla No. 33 Mano de Obra Directa**

<b>Personal</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total mensual</b>	<b>Costo del proyecto anual</b>
Maestro Mayor	1	\$ 530,00	\$ 530,00	\$ 6.360,00
Albañiles	10	\$ 417,50	\$ 4.175,00	\$ 50.100,00
Ayudantes	5	\$ 340,00	\$ 1.700,00	\$ 20.400,00
Subtotal				\$ 76.860,00
Imprevistos 5%				\$ 3.843,00
<b>Total</b>	<b>16</b>			<b>\$ 80.703,00</b>

Fuente: Sr. Nelson Saquinga

Elaborado por: Egresado García Juan Diego

**NOTA:** El cálculo realizado en la mano de obra directa corresponde a la totalidad de sueldos de quienes realizarán la obra, este valor fue multiplicado por doce como se muestra en la Tabla N° 30

- **Mano de obra indirecta**

Es la mano de obra consumida en las áreas administrativas de la empresa que sirven de apoyo a la producción. (Arias, 2009)

**Tabla No. 34 Mano de Obra Indirecta**

<b>Personal</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Electricista	2	\$ 125,00	\$ 250,00
Plomero	2	\$ 87,00	\$ 174,00
Carpintero	2	\$ 250,00	\$ 500,00
Aluminiero	2	\$ 180,00	\$ 360,00
Costo Total por casa			\$ 1.284,00
Costo Total por 7 casas			\$ 8.988,00
Imprevistos 5%			\$ 449,40
<b>Total</b>	<b>8</b>		<b>\$ 9.437,40</b>

**Fuente:** Ing. Luis Pullutagsi, Sr. Segundo Manobanda, IMEV

**Elaborado por:** Egresado García Juan Diego

- **Costos indirectos de fabricación**
- **Suministros**

Son materiales necesarios que se utilizan para llevar tareas propias de la oficina. (WordReference, 2014)

**Tabla No. 35 Suministros**

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>V. Total</b>
Escobas	1	\$ 2,00	\$ 2,00
Trapeadores	1	\$ 2,00	\$ 2,00
Recogedor	1	\$ 1,00	\$ 1,00
Fresklin	2	\$ 1,30	\$ 2,60
Jabón liquido	5	\$ 1,25	\$ 6,25
Cloro	1	\$ 1,00	\$ 1,00
Toallas	1	\$ 2,00	\$ 2,00
Papel higiénico	24	\$ 0,25	\$ 6,00
Ambiental	2	\$ 0,80	\$ 1,60
Subtotal			\$ 24,45
Imprevistos 5%			\$ 1,22
<b>Total</b>			<b>\$ 25,67</b>

**Fuente:** DICOSAVI

**Elaborado por:** Egresado García Juan Diego

#### 4.3.1.2 GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

Son todas aquellas erogaciones que tienen que ver con la remuneración del personal y sus prestaciones, y dentro de ellas están: salarios base, vacaciones, aguinaldo, seguro social, impuesto sobre remuneraciones, otras prestaciones, uniformes y alimentación. (Cuevas, 2002).

**Tabla No. 36 Gastos de Administración**

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>V. Mensual</b>	<b>V. ANUAL</b>
Sueldos y salarios				\$ 23.520,00
Gerente	1	\$ 600,00	\$ 600,00	
Secretaria	1	\$ 340,00	\$ 340,00	
Contadora	1	\$ 340,00	\$ 340,00	
Guardia	1	\$ 400,00	\$ 400,00	
Útiles de oficina				\$ 33,25
Esferos	5	\$ 0,30	\$ 1,50	
Carpetas	5	\$ 0,25	\$ 1,25	
Archivadores	5	\$ 3,00	\$ 15,00	
Resmas de papel	2	\$ 4,00	\$ 8,00	
Agendas	3	\$ 2,50	\$ 7,50	
Servicios básicos				\$ 1.740,00
Luz		\$ 15,00	\$ 15,00	
Agua		\$ 10,00	\$ 10,00	
Teléfono		\$ 40,00	\$ 40,00	
Arriendo del local		\$ 80,00	\$ 80,00	
Subtotal				25293,25
Imprevistos 5%				1264,66
Total				26557,91

**Fuente:** Tabla Salarial Unificada, Librería Éxito

**Elaborado por:** Egresado García Juan Diego

#### 4.3.1.3 GASTOS DE VENTAS

Son aquellos en que se incurre para la promoción y venta de los productos que fabrica la empresa, tales como salario de vendedores, comisiones en ventas, entre otros. (Mendoza, 2004)

**Tabla No. 37 Gastos de Ventas**

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>V. Total</b>
Vendedor	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Publicidad	1	\$ 495,00	\$ 495,00
Útiles de Oficina	1	\$ 10,00	\$ 10,00
Subtotal			\$ 1.005,00
Imprevistos 5%			\$ 50,25
<b>Total</b>			<b>\$ 1.055,25</b>

**Fuente:** Tabla Salarial Unificada, Librería Éxito  
**Elaborado por:** Egresado García Juan Diego

#### 4.3.1.4 GASTOS FINANCIEROS

Son todos los costos correspondientes a las deudas que deberán ser contraídas y a la vez contratadas, y que serán vigentes durante el periodo a prever. En los costos deberán considerarse los intereses, las comisiones bancarias, gastos de descuento de efectos, gastos de descuento pronto pago y todos los conceptos que signifiquen gastos, por la disposición de una financiación ajena o anticipos de cobros a la fecha convenida. (Alfonso, y otros, 1997)

**Tabla No. 38 Gastos Financieros**

<b>Detalle</b>	<b>Valor</b>
Año 1	\$ 19.613,85
Año 2	\$ 18.185,11
Año 3	\$ 16.637,79
Año 4	\$ 14.962,04
Año 5	\$ 13.147,47
Año 6	\$ 11.191,33
Año 7	\$ 9.078,04
Año 8	\$ 6.790,54
Año 9	\$ 4.314,48
Año 10	\$ 1.634,31
<b>Total</b>	<b>\$ 115.554,95</b>

**Fuente:** Tabla de Amortización del Crédito BNF  
**Elaborado por:** Egresado García Juan Diego

#### 4.3.2 Ingresos

Un ingreso es la corriente real de las operaciones de producción y comercialización de bienes, prestación de servicios u otro tipo de operaciones similares que se enmarcan en la actividad económica de una empresa. (Junta de Andalucía , 2008)

**Tabla No. 39 Ingresos**

Detalle	Cantidad	Precio de una vivienda	Precio Total 7 viviendas
Costo de Construcción		\$ 99.926,56	\$ 699.485,92
Incremento del 20%		\$ 19.985,31	\$ 139.897,18
<b>Total Costo de Venta</b>	7	<b>\$ 119.911,87</b>	<b>\$ 839.383,10</b>

Fuente: Tabla No. 31

Elaborado por: Egresado García Juan Diego

## EVALUACION FINANCIERA

El estudio de la evaluación económica es aquel que permite determinar la rentabilidad del proyecto y el riesgo financiero dependiendo de la vida económica del mismo.

La evaluación del proyecto utiliza los siguientes instrumentos:

### Estado de Situación Inicial

El estado de situación inicial, también llamado balance general o balance de situación, es uniforme financiero o estado contable que refleja la situación del patrimonio de una empresa en un momento determinado. (Tovar, 2014)

Tabla No. 40 Estado de Situación Inicial

ACTIVOS		PASIVO	
Caja	\$ 1.813,43		
Bancos	\$ 214.000,00	Préstamo a largo plazo	\$ 252.949,18
Terreno	\$ 42.000,00		
Muebles y enseres	\$ 971,25	<b>TOTAL PASIVO</b>	\$ 252.949,18
Equipo de computo	\$ 1.417,50	<b>PATRIMONIO</b>	
Maquinaria e equipo	\$ 1.575,00	Capital	\$ 10.000,00
Equipo de oficina	\$ 336,00		
Local comercial	\$ 80,00	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	\$ 10.000,00
Depreciación acumulada	\$ 756,00		
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>\$ 262.949,18</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 262.949,18</b>

Fuente: Tabla No. 20, 26, 36

Elaborado por: Egresado García Juan Diego

## Estado de Resultados

Estado financiero básico que representa información relevante (resultado) acerca de las operaciones desarrolladas por una entidad durante un periodo determinado, uno de los principales objetivos del estado de resultados es evaluar la rentabilidad de las empresas, es decir, su capacidad de generar utilidades, ya que estas deben optimizar sus recursos de manera que al final de un periodo obtengan más de lo que invirtieron. (Vallado, 2008)

**Tabla No. 41 Estado de Resultados del 1ero al 5to Año**

**Fuente:** Tabla No. 31, 36, 37, 38, 39

Detalle	Años				
	1	2	3	4	5
Ingresos	<b>\$839.383,10</b>	\$865.094,28	\$905.145,23	\$961.445,57	\$1.036.770,78
(-)Costo de Construcción	\$99.926,56	\$102.987,41	\$107.755,38	\$114.457,81	\$123.425,09
Utilidad Bruta en Ventas	\$739.456,54	\$762.106,87	\$797.389,85	\$846.987,77	\$913.345,69
(-) Gastos Administrativos	\$26.583,59	\$27.397,87	\$28.666,30	\$30.449,35	\$32.834,93
(-) Gastos de Ventas	\$1.055,25	\$1.087,57	\$1.137,92	\$1.208,70	\$1.303,40
(-) Gasto Financiero	\$19.613,85	\$18.185,11	\$16.637,79	\$14.962,04	\$13.147,47
(=) Utilidad antes Imp. Y Trab.	\$ 692.203,86	\$715.436,32	\$750.947,84	\$800.367,68	\$866.059,89
15% Participación de Trab.	\$103.830,58	\$107.315,45	\$112.642,18	\$120.055,15	\$129.908,98
(=) Utilidad antes Imp.	\$588.373,28	\$608.120,87	\$638.305,66	\$680.312,53	\$736.150,91
22% del I.R	\$129.442,12	\$133.786,59	\$140.427,25	\$149.668,76	\$161.953,20
<b>Utilidad Neta</b>	<b>\$458.931,16</b>	<b>\$474.334,28</b>	<b>\$497.878,42</b>	<b>\$530.643,77</b>	<b>\$574.197,71</b>

**Elaborado por:** Egresado García Juan Diego

**Tabla No. 42 Estado de Resultados del 6to al 10mo Año**

Detalle	Años				
	6	7	8	9	10
Ingresos	\$1.134.990,97	\$1.261.402,44	\$1.423.201,99	\$1.630.162,97	\$1.895.601,81
(-)Costo de Construcción	\$135.117,97	\$150.166,96	\$169.428,81	\$194.067,02	\$225.666,88
Utilidad Bruta en Ventas	\$999.872,99	\$1.111.235,49	\$1.253.773,18	\$1.436.095,95	\$1.669.934,92
(-) Gastos Administrativos	\$35.945,60	\$39.949,10	\$45.073,35	\$51.627,89	\$60.034,44
(-) Gastos de Ventas	\$1.426,88	\$1.585,80	\$1.789,21	\$2.049,40	\$2.383,10
(-) Gasto Financiero	\$11.191,33	\$9.078,04	\$6.790,54	\$4.314,48	\$1.634,31
(=) Utilidad antes Imp. Y Trab.	\$951.309,19	\$1.060.622,55	\$1.200.120,07	\$1.378.104,18	\$1.605.883,08
15% Participación de Trab.	\$142.696,38	\$159.093,38	\$180.018,01	\$206.715,63	\$240.882,46
(=) Utilidad antes Imp.	\$808.612,81	\$901.529,17	\$1.020.102,06	\$1.171.388,55	\$1.365.000,62
22% del I.R	\$177.894,82	\$198.336,42	\$224.422,45	\$257.705,48	\$300.300,14
<b>Utilidad Neta</b>	<b>\$630.717,99</b>	<b>\$703.192,75</b>	<b>\$795.679,61</b>	<b>\$913.683,07</b>	<b>\$1.064.700,48</b>

Fuente: Tabla No. 31, 36, 37, 38

Elaborado por: Egresado García Juan Diego

**Nota:** El cálculo de las proyecciones se realizó mediante la tasa de crecimiento poblacional que es del 1,52%.

## Flujo de Caja

Es un informe que muestra los flujos de ingreso y egreso de efectivo que ha obtenido una empresa en un determinado periodo.(Naito, 2010)

Tabla No. 43 Flujo de Caja del 1ero al 5to Año

DETALLE	AÑO				
	1	2	3	4	5
<b>(+) INGRESOS DE CAJA</b>	<b>\$ 839.383,10</b>	<b>\$ 865.094,28</b>	<b>\$ 905.145,23</b>	<b>\$ 961.445,57</b>	<b>\$ 1.036.770,78</b>
<b>(-) EGRESOS DE CAJA</b>	<b>\$ 746.738,60</b>	<b>\$ 767.582,45</b>	<b>\$ 800.729,70</b>	<b>\$ 847.824,74</b>	<b>\$ 913.076,02</b>
(-) COSTO DE PRODUCCION	\$ 699.485,92	\$ 720.911,90	\$ 754.287,69	\$ 801.204,65	\$ 863.975,65
(-) COSTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 26.583,59	\$ 27.397,87	\$ 28.666,30	\$ 30.449,35	\$ 32.834,93
(-) COSTOS DE VENTAS	\$ 1.055,25	\$ 1.087,57	\$ 1.137,92	\$ 1.208,70	\$ 1.303,40
(-) COSTOS FINANCIEROS	\$ 19.613,85	\$ 18.185,11	\$ 16.637,79	\$ 14.962,04	\$ 14.962,04
<b>(=)UTILID. ANTES DE REP. UT. E IMP.</b>	<b>\$ 92.644,50</b>	<b>\$ 97.511,83</b>	<b>\$ 104.415,53</b>	<b>\$ 113.620,84</b>	<b>\$ 123.694,76</b>
(-) 15% REPARTO UTILIDADES	\$ 13.896,68	\$ 14.626,77	\$ 15.662,33	\$ 17.043,13	\$ 18.554,21
<b>(=) UTILIDADES ANTES DE IMP.</b>	<b>\$ 78.747,83</b>	<b>\$ 82.885,06</b>	<b>\$ 88.753,20</b>	<b>\$ 96.577,71</b>	<b>\$ 105.140,55</b>
(-) 22% IMPUESTO	\$ 17.324,52	\$ 18.234,71	\$ 19.525,70	\$ 21.247,10	\$ 23.130,92
<b>(=) UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 61.423,30</b>	<b>\$ 64.650,34</b>	<b>\$ 69.227,50</b>	<b>\$ 75.330,62</b>	<b>\$ 82.009,63</b>
(+) DEPRECIACIONES	\$ 756,00	\$ 756,00	\$ 756,00	\$ 756,00	\$ 756,00
(+) AMORTIZACIÓN	\$ 189,00	\$ 189,00	\$ 189,00	\$ 189,00	\$ 189,00
<b>(=) FLUJO DE CAJA</b>	<b>\$ 62.368,30</b>	<b>\$ 65.595,34</b>	<b>\$ 70.172,50</b>	<b>\$ 76.275,62</b>	<b>\$ 82.954,63</b>

Fuente: Tabla No. 26, 28, 41

Elaborado por: Egresado García Juan Diego

**Tabla No. 44 Flujo de Caja del 6to al 10mo Año**

<b>DETALLE</b>	<b>Años</b>				
	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
<b>(+) INGRESOS DE CAJA</b>	<b>\$ 1.134.990,97</b>	<b>\$ 1.261.402,44</b>	<b>\$ 1.423.201,99</b>	<b>\$ 1.630.162,97</b>	<b>\$ 1.895.601,81</b>
<b>(-) EGRESOS DE CAJA</b>	<b>\$ 994.389,61</b>	<b>\$ 1.101.781,64</b>	<b>\$ 1.239.654,76</b>	<b>\$ 1.416.460,90</b>	<b>\$ 1.643.720,02</b>
(-) COSTO DE PRODUCCION	\$ 945.825,80	\$ 1.051.168,70	\$ 1.186.001,65	\$ 1.358.469,14	\$ 1.579.668,17
(-) COSTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 35.945,60	\$ 39.949,10	\$ 45.073,35	\$ 51.627,89	\$ 60.034,44
(-) COSTOS DE VENTAS	\$ 1.426,88	\$ 1.585,80	\$ 1.789,21	\$ 2.049,40	\$ 2.383,10
(-) COSTOS FINANCIEROS	\$ 11.191,33	\$ 9.078,04	\$ 6.790,54	\$ 4.314,48	\$ 1.634,31
<b>(=) UTILID. ANTES DE REP. UT. E IMP.</b>	<b>\$ 140.601,35</b>	<b>\$ 159.620,80</b>	<b>\$ 183.547,22</b>	<b>\$ 213.702,06</b>	<b>\$ 251.881,79</b>
(-) 15% REPARTO UTILIDADES	\$ 21.090,20	\$ 23.943,12	\$ 27.532,08	\$ 32.055,31	\$ 37.782,27
<b>(=) UTILIDADES ANTES DE IMP.</b>	<b>\$ 119.511,15</b>	<b>\$ 135.677,68</b>	<b>\$ 156.015,14</b>	<b>\$ 181.646,75</b>	<b>\$ 214.099,52</b>
(-) 22% IMPUESTO	\$ 26.292,45	\$ 29.849,09	\$ 34.323,33	\$ 39.962,29	\$ 47.101,89
<b>(=) UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 93.218,70</b>	<b>\$ 105.828,59</b>	<b>\$ 121.691,81</b>	<b>\$ 141.684,47</b>	<b>\$ 166.997,63</b>
(+) DEPRECIACIONES	\$ 756,00	\$ 756,00	\$ 756,00	\$ 756,00	\$ 756,00
(+) AMORTIZACIÓN	\$ 189,00	\$ 189,00	\$ 189,00	\$ 189,00	\$ 189,00
<b>(=) FLUJO DE CAJA</b>	<b>\$ 94.163,70</b>	<b>\$ 106.773,59</b>	<b>\$ 122.636,81</b>	<b>\$ 142.629,47</b>	<b>\$ 167.942,63</b>

Fuente: Tabla No. 26, 28, 41

Elaborado por: Egresado García Juan Diego

#### **4.4 EVALUACIÓN DEL PROYECTO.**

Una vez que se han determinado los aspectos en cuanto a inversiones para la implementación del proyecto, es oportuno que se evalúe el mismo en función de las oportunidades disponibles en el mercado, determinando la posible rentabilidad que producirá la construcción de viviendas, para lo cual se aplica los siguientes instrumentos:

**VAN.**-el valor actual neto (VAN) es el que nos dice a cuanto equivale hoy una suma de dinero, que se tendrá que pagar dentro de un periodo de tiempo determinado. (Bonta & Farber, 2002)

Demostrando como una medida de rentabilidad del proyecto tenemos un valor actual neto positivo que alcanza los \$ **651.156,71** tomando en consideración una tasa del 8,21% que es la tasa activa proporcionado por el Banco Central, el mismo que indica un retorno tangible para el proyecto por lo tanto es atractivo realizarlo.

Tabla No. 45 Valor Actual Neto 1

VALORES CORRIENTES				VALORES ACTUALIZADOS			
AÑO	INVERSIÓN	INGRESOS	EGRESOS	INVERSIÓN		INGRESOS	EGRESOS
0	\$ 262.949,18			\$ 262.949,18			
1		\$ 839.383,10	\$ 746.738,60			\$ 775.698,28	\$ 690.082,80
2		\$ 865.094,28	\$ 767.582,45			\$ 738.802,99	\$ 655.526,49
3		\$ 905.145,23	\$ 800.729,70			\$ 714.358,27	\$ 631.951,50
4		\$ 961.445,57	\$ 847.824,74			\$ 701.221,33	\$ 618.353,03
5		\$ 1.036.770,78	\$ 913.076,02			\$ 698.788,53	\$ 615.417,66
6		\$ 1.134.990,97	\$ 994.389,61			\$ 706.948,90	\$ 619.372,90
7		\$ 1.261.402,44	\$ 1.101.781,64			\$ 726.075,68	\$ 634.196,37
8		\$ 1.423.201,99	\$ 1.239.654,76			\$ 757.054,88	\$ 659.419,18
9		\$ 1.630.162,97	\$ 1.416.460,90			\$ 801.354,07	\$ 696.302,60
10		\$ 1.895.601,81	\$ 1.643.720,02			\$ 861.138,77	\$ 746.713,28
	\$ 262.949,18			\$ 262.949,18		\$ 7.481.441,70	\$ 6.567.335,81

Fuente: Tabla No. 43

Elaborado por: Egresado García Juan Diego

$$VAN_1 = \text{Ingresos} - \text{Egresos} - \text{Inversión}$$

$$VAN_1 = \$ 7.481.441,70 - \$ 6.567.335,81 - \$ 262.949,18$$

$$VAN_1 = \$ 651.156,71$$

**Tabla No. 46 Valor Actual Neto 2**

<b>VALORES CORRIENTES</b>				<b>VALORES ACTUALIZADOS</b>		
<b>AÑO</b>	<b>INVERSIÓN</b>	<b>INGRESOS</b>	<b>EGRESOS</b>	<b>INVERSIÓN</b>	<b>INGRESOS</b>	<b>EGRESOS</b>
<b>0</b>	<b>\$ 262.949,18</b>			<b>\$ 262.949,18</b>		
<b>1</b>		\$ 839.383,10	\$ 746.738,60		\$ 742.816,91	\$ 660.830,62
<b>2</b>		\$ 865.094,28	\$ 767.582,45		\$ 677.495,72	\$ 601.129,65
<b>3</b>		\$ 905.145,23	\$ 800.729,70		\$ 627.311,05	\$ 554.945,85
<b>4</b>		\$ 961.445,57	\$ 847.824,74		\$ 589.672,58	\$ 519.986,79
<b>5</b>		\$ 1.036.770,78	\$ 913.076,02		\$ 562.717,64	\$ 495.581,08
<b>6</b>		\$ 1.134.990,97	\$ 994.389,61		\$ 545.157,19	\$ 477.623,75
<b>7</b>		\$ 1.261.402,44	\$ 1.101.781,64		\$ 536.172,54	\$ 468.324,01
<b>8</b>		\$ 1.423.201,99	\$ 1.239.654,76		\$ 535.351,46	\$ 466.308,36
<b>9</b>		\$ 1.630.162,97	\$ 1.416.460,90		\$ 542.656,53	\$ 471.518,35
<b>10</b>		\$ 1.895.601,81	\$ 1.643.720,02		\$ 558.422,20	\$ 484.220,76
	<b>\$ 262.949,18</b>			<b>\$ 262.949,18</b>	<b>\$ 5.917.773,81</b>	<b>\$ 5.200.469,24</b>

**Fuente:** Tabla No. 43

**Elaborado por:** Egresado García Juan Diego

**$VAN_2 = \text{Ingresos} - \text{Egresos} - \text{Inversión}$**

**$VAN_2 = \$ 5.917.773,81 - \$ 5.200.469,24 - \$ 262.949,18$**

**$VAN_2 = \$ 454.355,39$**

**TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).**- la tasa interna de retorno (o rentabilidad), es aquella tasa de interés que hace igual a cero el valor actual de un flujo de beneficios netos al final de la vida útil del proyecto o en cualquier otra fecha en que se lo evalué.(Bonta & Farber, 2002)

La tasa interna de retorno demuestra que existe una rentabilidad del 11% del proyecto propuesto, en otras palabras es la rentabilidad de la inversión por lo cual se confirma que es viable.

$$\text{TIR} = i1 + (i1 - i2) \frac{\text{VAN1}}{\text{VAN1} - \text{VAN2}}$$

$$\text{TIR} = 0,0821 + (0,0821 - 0,13) \frac{\$ 651.156,71}{\$ 651.156,71 - \$ 454.355,39}$$

$$\text{TIR} = (0,0334) \frac{\$ 651.156,71}{\$ 196.801,32}$$

$$\text{TIR} = (0,0334) (3,308700878)$$

$$\text{TIR} = 0,11315757$$

$$\text{TIR} = 11\%$$

**RELACIÓN BENEFICIO/COSTO (B/C).**- esta razón indica el retorno en dinero obtenido por cada unidad monetaria invertida. Por definición, resulta de dividir el ingreso bruto entre el costo total. (Denen, Herrera, Radulovich, & Velasco, 1994)

Este indicador quiere decir que por cada dólar invertido en el proyecto tendremos un beneficio de 0,14centavos.

$$\frac{\mathbf{RB}}{\mathbf{C}} = \frac{\mathbf{INGRESOS\ TOTALES}}{\mathbf{COSTOS\ TOTALES}}$$

$$\frac{\mathbf{RB}}{\mathbf{C}} = \frac{\$ 7.481.441,70}{\$ 6.567.335,81}$$

$$\frac{\mathbf{RB}}{\mathbf{C}} = \$ 1,14$$

**PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI).**- es el número de años que se tarda en recuperar el capital invertido. Suele calcularse desde el momento de la puesta en marcha de la inversión.(Sánchez, 2011)

La inversión se recupera en 7 años, 3 meses y tres días.

$$\mathbf{PRI} = \frac{\mathbf{I_0}}{\frac{\mathbf{\Sigma FNE}}{\mathbf{\# AÑOS}}}$$

$$\mathbf{PRI} = \frac{\$ 262.949,18}{\frac{\$ 358.311,39}{10}}$$

$$\mathbf{PRI} = \frac{\$ 262.949,18}{\$ 35.831,14}$$

$$\mathbf{PRI} = 7,338566218$$

#### 4.5 RATIOS FINANCIEROS

### **Razones de liquidez**

$$\frac{\textit{Activo Corriente}}{\textit{Pasivo Corriente}} = \frac{\$ 262.949,18}{\$ 252.949,18} = \$ 1,04$$

Interpretación: por cada dólar que tiene la empresa de deuda, tiene la capacidad de un \$1,04 de cumplir con sus obligaciones a corto plazo.

### **Rotación del activo fijo.**

$$\frac{\textit{Ingresos Totales}}{\textit{Activos Fijos}} = \frac{\$839.383,10}{\$ 46.379,75} = 18,09$$

La rotación del activo fijo es de 18 veces, esto indica que existe una eficacia con que la empresa utiliza sus activos.

### **Razón de endeudamiento**

$$\frac{\textit{Pasivo Total}}{\textit{Activo Total}} = \frac{\$ 252.949,18}{\$ 262.949,18} * 100 = 96\%$$

Mide la proporción del total de activos aportados por los acreedores de la empresa, en este caso 96%.

### **Razón veces de interés ganado**

$$\frac{\textit{Utlidad de operación}}{\textit{Gasto por interés}} = \frac{\$ 10.738,86}{\$ 1.682,65} = \$ 5,99$$

Mide la capacidad de la empresa para cubrir los pagos de interés por deudas contraídas, es decir que por cada dólar que se deberá pagar por interese se dispone de \$ 5,99.

### **PUNTO DE EQUILIBRIO**

El punto de equilibrio es aquel nivel de actividad en el que la empresa ni gana, ni pierde dinero, su beneficio es cero.

$$\begin{array}{r}
 \text{CF} \\
 \text{PE} = \frac{\text{CV}}{1 - \text{Ventas}} \\
 \\
 \$ 150.917,35 \\
 \text{PE} = \frac{\$ 688.465,75}{1 - \text{Ventas}} \\
 \\
 \$ 839.383,10
 \end{array}$$

**PE = \$ 839.383,26**

**Comprobación del punto de equilibrio:**

Ventas	839383,10
(-) Costos variables	689050,09
= Utilidad Bruta en Ventas	150917,35
(-) Costos fijos	150917,35
= Utilidad neta	<u>0</u>

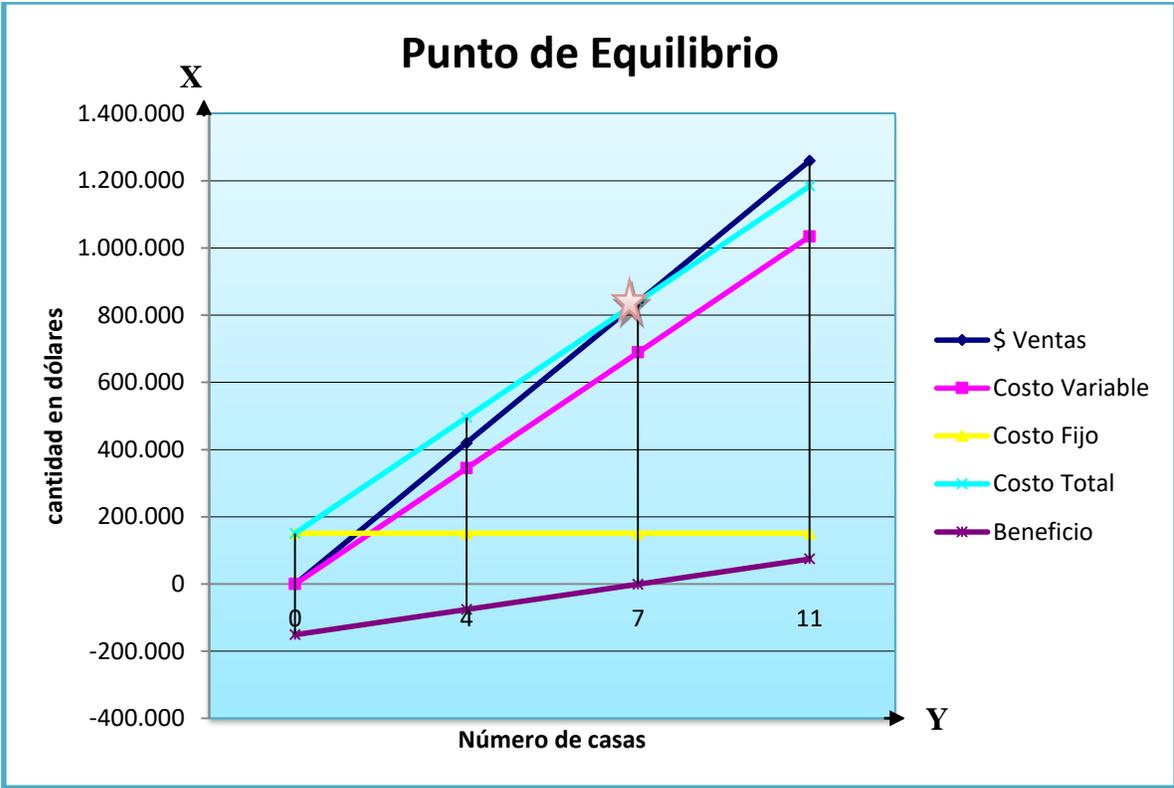
**Punto de equilibrio por número de clientes.**

Para determinar el número de clientes que se debe atender, se requiere dividir el punto equilibrio anual en dólares por el consumo promedio de cada cliente:

$$\begin{aligned} & \text{Punto Equilibrio en dólares} \\ \text{PEC} &= \frac{\text{Consumo Promedio Persona}}{\text{Consumo Promedio Persona}} \\ & \text{841.011,26} \\ \text{PEC} &= \frac{\text{Consumo Promedio Persona}}{\text{Consumo Promedio Persona}} \\ & \text{119911.87} \\ \text{PEC} &= \quad \mathbf{7 \text{ clientes}} \end{aligned}$$

#### **Punto de Equilibrio en unidades**

$$\begin{aligned} \text{PEQ (unidades)} &= \frac{150917.35}{119911.87 - 99926.57} \\ \text{PEQ (unidades)} &= \frac{150917.35}{19985.53} \\ \text{PEQ (unidades)} &= \mathbf{7 \text{ Casas}} \end{aligned}$$



## CAPÍTULO V

### 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1 CONCLUSIONES

- El estudio de mercado determina que existe una demanda insatisfecha siendo esta una de las razones que respalda la aplicación de la propuesta para la creación de la nueva Inmobiliaria.
- Se determinó el tamaño del proyecto sobre la base de la demanda existente adicionalmente se identificó la mejor localización dentro de la ciudad, además de concretar la disponibilidad de recursos técnicos y financieros que deberá tener la inmobiliaria para su normal funcionamiento.
- El tipo de constitución jurídica y estructura administrativa que debería tener la inmobiliaria se la orientará de acuerdo a lo que dispone la Ley de la Superintendencia de Compañías, para administrar y controlar sus recursos, estimándose los costos en que se incurrirán para el adecuado funcionamiento del área administrativa, operativa y financiera de la misma
- Con el análisis del estudio económico y financiero se determinó la viabilidad financiera en el uso de los recursos monetarios que necesita el proyecto para su adecuado funcionamiento, con la inversión inicial de \$ **262.949,18**, se obtuvo un Valor Actual Neto \$ **651.156,71**, Tasa interna de retorno **11%** y Periodo de Recuperación de Capital de 7 años y 3 meses, establecen un proyecto atractivo y viable para la inversión.

#### 5.2 RECOMENDACIONES

- Se recomienda realizar la presente propuesta de crear la nueva inmobiliaria debido a que el estudio de mercado refleja que existe demanda insatisfecha en la Ciudad de Riobamba.
- Se sugiere capturar y mantener la demanda insatisfecha mediante la aplicación de las estrategias de comercialización para su posicionamiento, lo que permitirá mayor participación en el mercado.
- Cumplir con todos los reglamentos y leyes estipuladas con el fin de no tener contratiempos durante la puesta en marcha del proyecto.
- Se propone poner en marcha la ejecución el proyecto de factibilidad para la construcción de viviendas debido a que sus índices financieros son viables y rentables para su aplicación.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- Alfonso, J. M., Huseman, S., Molina, J., Mur, I., Ollé, M., Planellas, M., & Sepulveda, P. (1997). *Creacion y Desarrollo Empresarial, El Plan de Empresa*. Barcelona - España: MARCOMBO, S.A.
- Arias, J. (4 de Mayo de 2009). *Mano de Obra Directa e Indirecta* . Obtenido de Slideshare : <http://es.slideshare.net/guestc4d8fd/mano-de-obra>
- Aula Facil.com. (2009). *Financiamiento* . Obtenido de Aula Facil.com: <http://www.aulafacil.com/proyectos/curso/Lecc-24.htm>
- Baca. Urbina, G. (2010). *Evaluación de Proyectos*. México DF: McGraw-Hill.
- Bonta, P., & Farber, M. (2002). *199 Preguntas sobre Marketing y Publicidad* . Colombia: Norma, S.A.
- C&TA. (2010). *Muebles y enseres* . Obtenido de Contaduría General de la Nación de Colombia : [http://www.cyta.com.ar/biblioteca/bddoc/bdlibros/glosario\\_contabilidad/glosario\\_contabilidad.htm#M](http://www.cyta.com.ar/biblioteca/bddoc/bdlibros/glosario_contabilidad/glosario_contabilidad.htm#M)
- Calleja, J. (19 de Junio de 2008). *Amortización* . Obtenido de Business School : <http://openmultimedia.ie.edu/OpenProducts/amortizaciones/amortizaciones/pdf/amortizacion.pdf>
- Consejo Nacional de Valores . (17 de Junio de 2010). *Fideicomisos* . Obtenido de Ley de Mercado de Valores : [http://www.bolsadequito.info/uploads/normativa/codificaciones/codificacion-de-resoluciones/110204213125-55223e34c8014a3bac444f48c40d7c35\\_cnv.pdf](http://www.bolsadequito.info/uploads/normativa/codificaciones/codificacion-de-resoluciones/110204213125-55223e34c8014a3bac444f48c40d7c35_cnv.pdf)
- Cuenta de Desafío del Milenio . (2008). *Boletín de Negocios y Finanzas* . Obtenido de Depreciación: [http://www.mcahonduras.hn/documentos/publicacioneseda/Habilidades%20de%20negocios/EDA\\_Hab\\_Neg\\_Depreciaciones\\_06\\_07.pdf](http://www.mcahonduras.hn/documentos/publicacioneseda/Habilidades%20de%20negocios/EDA_Hab_Neg_Depreciaciones_06_07.pdf)
- Cuevas, F. J. (2002). *Control de Costos y Gastos*. Mexico: Editorial LIMUSA S.A. de C.V.
- DEFINICIÓN. (2008). *Equipos de Oficina*. Recuperado el 14 de Julio de 2014, de Definicion de Equipos de Oficina: <http://definicion.de/equipo-de-oficina/>
- Denen, H., Herrera, F., Radulovich, R., & Velasco, C. (1994). *Fundamentos de Análisis Económico* . Costa Rica: CATIE.
- Gómez, O. (2005). *Contabilidad de Costos 5a Ed.* MCGRAW-HILL.

- Haime, L. L. (2003). *El Arrendamiento Financiero sus Pepercusiones Fiscales y Financieras*. Mexico.
- Jiménez, C. (2014). *Arquitecto . Datos Tecnicos para la construccion de viviendas .* Ruiobamba , Chimborazo , Ecuador .
- Junta de Andalucía . (2008). *Ingresos .* Obtenido de Servicio de Andaluz de Empleo : [http://www.juntadeandalucia.es/empleo/recursos/material\\_didactico/especialidades/materialdidactico\\_econtabilidad\\_financiera/modulos/Modulo6.pdf](http://www.juntadeandalucia.es/empleo/recursos/material_didactico/especialidades/materialdidactico_econtabilidad_financiera/modulos/Modulo6.pdf)
- Lara, B. (2010). *Como elaborar proyectos de inversión paso a paso .* Quito : Oseas Espin .
- Lara, E. (26 de Junio de 2013). *Equipo de Cómputo.* Obtenido de Blogspot: <http://conceptodecontabilidadbasicadecostos.blogspot.com/2012/12/definicion-de-equipo-de-computo.html>
- Mendoza, R. C. (2004). *Presupuestos para Empresa de Manufactura.* Colombia: Uninorte.
- Miranda, J. (2010). *Terreno .* Obtenido de Aiu.edu: <http://www.monografias.com/trabajos67/glosario-contabilidad/glosario-contabilidad5.shtml>
- MPYME. (2012). *Maquinaria y Equipo .* Obtenido de Campus Virtual : <http://www.uovirtual.com.mx/moodle/lecturas/admonf1/25.pdf>
- Mungaray, L. A., & Ramirez, U. M. (2004). *Lecciones de Microeconomia para Microempresas.* Mexico.
- Muñiz, R. (2014). *Promoción .* Obtenido de Mudima : <http://www.marketing-xxi.com/promocion-117.htm>
- Naito, R. (2010). *Flujo de Caja .* Obtenido de COFIDE: [http://www.cofide.com.pe/tabla\\_negocios/17/finanzas/pdf/manejo\\_de\\_flujo\\_de\\_caja-roberto\\_naito.pdf](http://www.cofide.com.pe/tabla_negocios/17/finanzas/pdf/manejo_de_flujo_de_caja-roberto_naito.pdf)
- Narváez, D. (2009). *Precio .* Obtenido de Universidad Técnica Equinoccial : <http://repositorio.ute.edu.ec/handle/123456789/3786>
- Restrepo, B. A. (2001). *Estrategias de producción y mercado para los servicios de salud.* Bogotá: CEJA.
- Sánchez, M. J. (2011). *Business & Fitness, El negocio de los centros deportivos.* Barcelona: UOC.
- Sapag, C. N., & Sapag, C. R. (2003). *Preparación y Evaluación de Proyectos.* México: McGraw-Hill.

- Sinisterra, G., & Polanco, L. (2007). *Contabilidad Administrativa* . Bogotá: Ecoe .
- Soriano, C. (2005). *El Marketing Mix, Concepto, Estrategia y Aplicaciones* . MAadrid-España : Diaz de Santos .
- Superintendencia de Compañías de la República del Ecuador . (18 de Diciembre de 2013). *Registro Oficial 146*. Obtenido de Función Ejecutiva : <http://www.cit.org.ec/files/RO-No.-146-del-18-12-2013.pdf>
- Tovar, A. (2014). *Estado de Situación Inicial* . Obtenido de Scribd: <http://es.scribd.com/doc/58262224/Estado-de-situacion-inicial>
- Vallado, R. (2008). *Estado de Resultados* . Obtenido de UADY: [http://www.contaduria.uady.mx/files/material-clase/raul-vallado/CF05\\_estadoderesultados.pdf](http://www.contaduria.uady.mx/files/material-clase/raul-vallado/CF05_estadoderesultados.pdf)
- Vallejos, G. (Junio de 2013). *Estudio Económico Financiero* . Obtenido de Universidad Técnica del Norte : <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/02%20ICA%20554%20TESIS.pdf>
- WordReference. (2014). *Suministros* . Obtenido de Online Language Dictionaries: <http://www.wordreference.com/definicion/suministro>

## ANEXOS

### Anexo No. 001 Encuesta

Este modelo de encuesta fue aplicado a la población objeto de estudio del proyecto.

**Objetivo de la Encuesta:** Determinar el nivel de aceptación de la creación de la empresa Inmobiliaria en la Ciudad de Riobamba.

Edad \_\_\_\_\_ Sexo \_\_\_\_\_

Estado Civil \_\_\_\_\_

**1. ¿Usted tiene vivienda propia?**

Sí

No

**2. ¿Cuántos integrantes existen en su hogar?**

2

3

4

Otros

**3. ¿Qué tipo de vivienda desearía adquirir?**

LOFTS (departamento)

Conjunto Residencial

Campestre

**4. ¿En qué sector cercano a la ciudad le gustaría a usted que se encuentre su vivienda?**

El Batán

24 de Mayo

Vía a Chambo

La Libertad

Las Acacias

Otros (Indique dónde)

**5. ¿Cuáles son los factores que usted considera debería tener el sector donde esté ubicada su vivienda?**

- |                     |                          |                      |                          |
|---------------------|--------------------------|----------------------|--------------------------|
| Seguridad           | <input type="checkbox"/> | Cercanía a la Ciudad | <input type="checkbox"/> |
| Servicios Básicos   | <input type="checkbox"/> | Tranquilidad         | <input type="checkbox"/> |
| Facilidad de acceso | <input type="checkbox"/> | Otros                | <input type="checkbox"/> |

**6. En caso de adquirir una vivienda. ¿Cuál sería su forma de pago más opcional?**

- |                                 |                          |
|---------------------------------|--------------------------|
| Recursos Propios                | <input type="checkbox"/> |
| Financiamiento con el banco     | <input type="checkbox"/> |
| Financiamiento con cooperativas | <input type="checkbox"/> |

**7. ¿Sus ingresos mensuales son?**

- |           |                          |                  |                          |
|-----------|--------------------------|------------------|--------------------------|
| 340-500   | <input type="checkbox"/> | 650-800          | <input type="checkbox"/> |
| 1000-1200 | <input type="checkbox"/> | 1500 en adelante | <input type="checkbox"/> |

## Anexo No. 002 Tasa de crecimiento poblacional

La tasa de crecimiento poblacional es del 1.52%, la misma que fue utilizada para las proyecciones de la demanda, oferta y estudio financiero.

The screenshot shows a news article from the website 'hoy QUITO'. The article is dated 'Quito, Jueves 03 Julio 2014' and was last updated 'Hace 7 minutos'. The main headline is 'Población aumenta en 1,52% al año'. Below the headline, there are statistics: '32596 VISITAS', '29 DE ENERO DEL 2011', and an 'IMPRIMIR' button. The article text includes: 'El Ecuador registró 2,1 millones más' and 'Las provincias del Guayas y Pichincha son las más pobladas del país. Pastaza es la más pequeña'. To the right of the article is a promotional image for a book titled '¿QUIERES ADENTRARTE EN UNA CATEDRAL DE SAL QUE VIVE EN EL CORAZÓN DE UNA MONTAÑA?' with the subtitle 'LA RESPUESTA ES COLOMBIA' and a call to action 'Ingresa y descúbrela'. The book is noted as being 'Realizado por el Gobierno de Colombia a través de PROEXPORT CO'.

hoy QUITO

Quito, Jueves 03 Julio 2014 | Última actualización: Hace 7 minutos

Pico y placa Quito: 7-8

# Población aumenta en 1,52% al año

32596 VISITAS 29 DE ENERO DEL 2011 IMPRIMIR

**f** El Ecuador registró 2,1 millones más

**7** Las provincias del Guayas y Pichincha son las más pobladas del país. Pastaza es la más pequeña

**t**

**g+**

¿QUIERES ADENTRARTE EN UNA CATEDRAL DE SAL QUE VIVE EN EL CORAZÓN DE UNA MONTAÑA?

LA RESPUESTA ES COLOMBIA Ingresa y descúbrela

Realizado por el Gobierno de Colombia a través de PROEXPORT CO

## Anexo No. 003 Tasa activa y pasiva del banco central del Ecuador 2014

La tasa activa determinada por el Banco Central del Ecuador es de 8,21%, tasa que fue utilizada para el cálculo del primer Van en el estudio financiero.

[Inicio](#) > [Derechos del usuario](#) > [Tasas y tarifas](#) > [Tasas del Banco Central](#)

### Tasas del Banco Central

CIRCULAR GF-25-2014

Quito, 30 de junio de 2014  
 TODAS LAS SUCURSALES  
 SEÑOR GERENTE SUCURSAL BANFOMENTO

Para su conocimiento, tasas vigentes emitidas por el Banco Central del Ecuador, para el **Período julio 2014**

PARA EL PERIODO DE JUNIO DE 2014	TASA DE INTERES
PASIVA REFERENCIAL:	4.98%
ACTIVA REFERENCIAL:	8.21%
LEGAL	8.21%
MAXIMA CONVENCIONAL	9.33%
TASA ACTIVA EFECTIVA REFERENCIAL PRODUCTIVO CORPORATIVO	8.19%
TASA EFECTIVA MAXIMA PRODUCTIVO CORPORATIVO	9.33%
TASA ACTIVA EFECTIVA REFERENCIAL PRODUCTIVO PYMES	11.26%
TASA EFECTIVA MAXIMA PRODUCTIVO PYMES	11.83%
TASA ACTIVA EFECTIVA REFERENCIAL CONSUMO	15.98%
TASA EFECTIVA MAXIMA CONSUMO	16.30%
TASA ACTIVA EFECTIVA REFERENCIAL VIVIENDA	10.81%
TASA EFECTIVA MAXIMA VIVIENDA	11.33%
TASA ACTIVA EFECTIVA REFERENCIAL MICROCREDITO ACUMULACION AMPLIADA	22.24%
TASA EFECTIVA MAXIMA MICROCREDITO ACUMULACION AMPLIADA	25.50%

5. <u>TASA BÁSICA DEL BANCO CENTRAL DEL ECUADOR</u>			
6. OTRAS TASAS REFERENCIALES			
Tasa Pasiva Referencial	4.98	Tasa Legal	8.21
Tasa Activa Referencial	8.21	Tasa Máxima Convencional	9.33

## Anexo No. 004 Tasa de Interés del Crédito Bancario

Para la realización de la Tabla de Amortización del Crédito del Banco Nacional de Fomento se realizó con la tasa de interés reajutable del 8%.

The image is a screenshot of the Banco Nacional de Fomento (BNF) website. At the top left is the BNF logo with the tagline "COMPROMISO, CUMPLIMIENTO Y RESPONSABILIDAD". To the right, under "Servicios Bancarios", it lists "Aperturas de cuentas, certificaciones, cheques, cobros, depósitos y mucho más." Below this is a photo of a man sitting on the floor. A navigation bar contains links: "Inicio", "Productos y servicios", "Financiamiento", "Crédito Productivo", and "Crédito Producción, comercio, servicios". The main content area is titled "Crédito" and "Producción Comercio y Servicios". It features a photo of a woman holding a product. The text details credit terms for PYMES and Empresas:

- Monto:** Mínimo \$500 Máximo: \$300.000
- Tasa de interés:** 8% reajutable, Producción Ciclo corto: 11,20% reajutable
- Garantía:** Quirografaria, Prendaria ó Hipotecaria.
- Destino:** Capital de trabajo, Activos fijos, Lotes de terrenos en el sector urbano, locales comerciales, maquinaria nueva y usada.
- Beneficios:** Plazo en función del destino de la inversión hasta 15 años. Forma de pago: mensual, bimestral, trimestral, semestral, anual. Periodo de gracia: en función del destino de la inversión.

On the left side of the page, there is a vertical menu with icons for "Banca Electrónica", "Tasas y Tarifas", "Servicios", "Encuétranos", "Gonosa", "Red de Oficinas", "Sucursales", and "Cajeros Automáticos". At the bottom of this menu is a box with the text "EL CAPITAL SE PONE AL SERVICIO DE TODOS" and a "CLICK" button.

## Anexo No. 005 Tabla de Amortización del Crédito

BENEFICIARIO  
 INSTIT. FINANCIERA **BNF**  
 MONTO EN USD **\$ 252.949,18**  
 TASA DE INTERES **8,00%** **T. EFECTIVA 8,3000%**  
 PLAZO **10 años**  
 GRACIA **0 años**  
 FECHA DE INICIO **15/07/2014**  
 MONEDA **DÓLARES**  
 AMORTIZACION **30 días**  
 CADA **120 para amortizar capital**  
 Número de períodos

No.	VENCIMIENTO	SALDO	INTERES	PRINCIPAL	DIVIDENDO
0		252.949,18			
1	14-ago-2014	251.566,54	1.686,33	1.382,64	3.068,97
2	13-sep-2014	250.174,68	1.677,11	1.391,86	3.068,97
3	13-oct-2014	248.773,54	1.667,83	1.401,14	3.068,97
4	12-nov-2014	247.363,06	1.658,49	1.410,48	3.068,97
5	12-dic-2014	245.943,17	1.649,09	1.419,88	3.068,97
6	11-ene-2015	244.513,82	1.639,62	1.429,35	3.068,97
7	10-feb-2015	243.074,94	1.630,09	1.438,88	3.068,97
8	12-mar-2015	241.626,47	1.620,50	1.448,47	3.068,97
9	11-abr-2015	240.168,34	1.610,84	1.458,13	3.068,97
10	11-may-2015	238.700,49	1.601,12	1.467,85	3.068,97
11	10-jun-2015	237.222,86	1.591,34	1.477,63	3.068,97
12	10-jul-2015	235.735,37	1.581,49	1.487,49	3.068,97
13	09-ago-2015	234.237,97	1.571,57	1.497,40	3.068,97
14	08-sep-2015	232.730,59	1.561,59	1.507,39	3.068,97
15	08-oct-2015	231.213,15	1.551,54	1.517,43	3.068,97
16	07-nov-2015	229.685,60	1.541,42	1.527,55	3.068,97
17	07-dic-2015	228.147,87	1.531,24	1.537,73	3.068,97
18	06-ene-2016	226.599,88	1.520,99	1.547,99	3.068,97
19	05-feb-2016	225.041,57	1.510,67	1.558,31	3.068,97
20	06-mar-2016	223.472,88	1.500,28	1.568,69	3.068,97
21	05-abr-2016	221.893,73	1.489,82	1.579,15	3.068,97
22	05-may-2016	220.304,05	1.479,29	1.589,68	3.068,97
23	04-jun-2016	218.703,77	1.468,69	1.600,28	3.068,97
24	04-jul-2016	217.092,82	1.458,03	1.610,95	3.068,97
25	03-ago-2016	215.471,14	1.447,29	1.621,69	3.068,97
26	02-sep-2016	213.838,64	1.436,47	1.632,50	3.068,97
27	02-oct-2016	212.195,26	1.425,59	1.643,38	3.068,97
28	01-nov-2016	210.540,92	1.414,64	1.654,34	3.068,97
29	01-dic-2016	208.875,56	1.403,61	1.665,37	3.068,97
30	31-dic-2016	207.199,09	1.392,50	1.676,47	3.068,97
31	30-ene-2017	205.511,44	1.381,33	1.687,64	3.068,97
32	01-mar-2017	203.812,55	1.370,08	1.698,90	3.068,97
33	31-mar-2017	202.102,33	1.358,75	1.710,22	3.068,97
34	30-abr-2017	200.380,71	1.347,35	1.721,62	3.068,97

35	30-may-2017	198.647,61	1.335,87	1.733,10	3.068,97
36	29-jun-2017	196.902,95	1.324,32	1.744,65	3.068,97
37	29-jul-2017	195.146,67	1.312,69	1.756,29	3.068,97
38	28-ago-2017	193.378,67	1.300,98	1.767,99	3.068,97
39	27-sep-2017	191.598,89	1.289,19	1.779,78	3.068,97
40	27-oct-2017	189.807,25	1.277,33	1.791,65	3.068,97
41	26-nov-2017	188.003,66	1.265,38	1.803,59	3.068,97
42	26-dic-2017	186.188,04	1.253,36	1.815,61	3.068,97
43	25-ene-2018	184.360,32	1.241,25	1.827,72	3.068,97
44	24-feb-2018	182.520,42	1.229,07	1.839,90	3.068,97
45	26-mar-2018	180.668,25	1.216,80	1.852,17	3.068,97
46	25-abr-2018	178.803,74	1.204,46	1.864,52	3.068,97
47	25-may-2018	176.926,79	1.192,02	1.876,95	3.068,97
48	24-jun-2018	175.037,33	1.179,51	1.889,46	3.068,97
49	24-jul-2018	173.135,27	1.166,92	1.902,06	3.068,97
50	23-ago-2018	171.220,54	1.154,24	1.914,74	3.068,97
51	22-sep-2018	169.293,04	1.141,47	1.927,50	3.068,97
52	22-oct-2018	167.352,68	1.128,62	1.940,35	3.068,97
53	21-nov-2018	165.399,40	1.115,68	1.953,29	3.068,97
54	21-dic-2018	163.433,09	1.102,66	1.966,31	3.068,97
55	20-ene-2019	161.453,67	1.089,55	1.979,42	3.068,97
56	19-feb-2019	159.461,06	1.076,36	1.992,61	3.068,97
57	21-mar-2019	157.455,16	1.063,07	2.005,90	3.068,97
58	20-abr-2019	155.449,26	1.049,70	2.019,27	3.068,97
59	20-may-2019	153.429,99	1.036,33	2.032,64	3.068,97
60	19-jun-2019	151.397,35	1.022,87	2.046,11	3.068,97
61	19-jul-2019	149.351,24	1.009,32	2.059,66	3.068,97
62	18-ago-2019	147.291,59	995,67	2.073,30	3.068,97
63	17-sep-2019	145.218,29	981,94	2.087,03	3.068,97
64	17-oct-2019	143.131,26	968,12	2.100,85	3.068,97
65	16-nov-2019	141.030,41	954,21	2.114,76	3.068,97
66	16-dic-2019	138.915,65	940,20	2.128,77	3.068,97
67	15-ene-2020	136.786,88	926,10	2.142,87	3.068,97
68	14-feb-2020	134.644,01	911,91	2.157,06	3.068,97
69	15-mar-2020	132.486,95	897,63	2.171,34	3.068,97
70	14-abr-2020	130.315,61	883,25	2.185,73	3.068,97
71	14-may-2020	128.129,88	868,77	2.200,20	3.068,97
72	13-jun-2020	125.929,68	854,20	2.214,77	3.068,97
73	13-jul-2020	123.714,91	839,53	2.229,44	3.068,97
74	12-ago-2020	121.485,47	824,77	2.244,21	3.068,97
75	11-sep-2020	119.241,26	809,90	2.259,07	3.068,97
76	11-oct-2020	116.982,20	794,94	2.274,03	3.068,97
77	10-nov-2020	114.708,17	779,88	2.289,09	3.068,97
78	10-dic-2020	112.419,08	764,72	2.304,25	3.068,97
79	09-ene-2021	110.114,82	749,46	2.319,51	3.068,97
80	08-feb-2021	107.795,31	734,10	2.334,87	3.068,97
81	10-mar-2021	105.460,44	718,64	2.350,34	3.068,97
82	09-abr-2021	103.110,10	703,07	2.365,90	3.068,97
83	09-may-2021	100.744,20	687,40	2.381,57	3.068,97

84	08-jun-2021	98.362,63	671,63	2.397,34	3.068,97
85	08-jul-2021	95.965,29	655,75	2.413,22	3.068,97
86	07-ago-2021	93.552,07	639,77	2.429,20	3.068,97
87	06-sep-2021	91.122,86	623,68	2.445,29	3.068,97
88	06-oct-2021	88.677,57	607,49	2.461,49	3.068,97
89	05-nov-2021	86.216,09	591,18	2.477,79	3.068,97
90	05-dic-2021	83.738,30	574,77	2.494,20	3.068,97
91	04-ene-2022	81.244,10	558,26	2.510,72	3.068,97
92	03-feb-2022	78.733,39	541,63	2.527,34	3.068,97
93	05-mar-2022	76.206,04	524,89	2.544,08	3.068,97
94	04-abr-2022	73.661,96	508,04	2.560,93	3.068,97
95	04-may-2022	71.101,03	491,08	2.577,89	3.068,97
96	03-jun-2022	68.523,14	474,01	2.594,96	3.068,97
97	03-jul-2022	65.928,17	456,82	2.612,15	3.068,97
98	02-ago-2022	63.316,02	439,52	2.629,45	3.068,97
99	01-sep-2022	60.686,57	422,11	2.646,86	3.068,97
100	01-oct-2022	58.039,71	404,58	2.664,39	3.068,97
101	31-oct-2022	55.375,31	386,93	2.682,04	3.068,97
102	30-nov-2022	52.693,27	369,17	2.699,80	3.068,97
103	30-dic-2022	49.993,47	351,29	2.717,68	3.068,97
104	29-ene-2023	47.275,78	333,29	2.735,68	3.068,97
105	28-feb-2023	44.540,10	315,17	2.753,80	3.068,97
106	30-mar-2023	41.786,30	296,93	2.772,04	3.068,97
107	29-abr-2023	39.014,27	278,58	2.790,40	3.068,97
108	29-may-2023	36.223,87	260,10	2.808,88	3.068,97
109	28-jun-2023	33.414,99	241,49	2.827,48	3.068,97
110	28-jul-2023	30.587,51	222,77	2.846,20	3.068,97
111	27-ago-2023	27.741,31	203,92	2.865,05	3.068,97
112	26-sep-2023	24.876,25	184,94	2.884,03	3.068,97
113	26-oct-2023	21.992,22	165,84	2.903,13	3.068,97
114	25-nov-2023	19.089,09	146,61	2.922,36	3.068,97
115	25-dic-2023	16.166,74	127,26	2.941,71	3.068,97
116	24-ene-2024	13.225,03	107,78	2.961,19	3.068,97
117	23-feb-2024	10.263,83	88,17	2.980,80	3.068,97
118	24-mar-2024	7.283,03	68,43	3.000,55	3.068,97
119	23-abr-2024	4.282,48	48,55	3.020,42	3.068,97
120	23-may-2024	1.262,06	28,55	3.040,42	3.068,97

## Anexo No. 006 Tasa de Impuesto a la Renta

La tasa del Impuesto a la renta que se utilizó es la del 22% la misma que está determinada por el Servicio de Rentas Internas.



**Anexo No. 007 Proforma Ferretería El Foco**

Materiales que se utilizarán para la realización de ciertas actividades dentro del proceso de construcción.

		<b>FERRETERÍA "EL FOCO"</b>				<b>PROFORMA N° 000320</b>	
<i>DATOS DEL CLIENTE</i>							
Nombre: Sr. Juan García				Dirección: Riobamba			
Julio		2014		Ci. 0603263864		Ciudad: Riobamba	
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN			P. Unitario	P. Total		
1	Taladro			S 85	S 85		
1	Esmeril			S 80	S 80		
<b>TOTAL</b>				<b>S 165</b>			

## Anexo No. 008 Proforma de Equipo de Cómputo

Computadoras que serán adquiridas para el normal funcionamiento de la empresa inmobiliaria.

PROFORMA No. 00006231

CLIENTE: CONSUMIDOR FINAL  
RUC: 999999999  
DIRECCION: RIOBAMBA  
TELEFONO:

VENDEDOR: S. IZURIETA

FECHA: Julio 2014  
VALIDEZ: 15 DIAS  
PAGO: CONTADO  
CODIGO: 004

DESCRIPCION DEL ARTICULO	CANT.	P.UNIT.	V. TOTAL
NOT. SONY SVE11135CLB AMD,4GB,750,11.6",WB	4	\$ 400.00	\$ 1.200.00
Observaciones:			
		SUBTOTAL:	\$ 1.056.00
		DESCUENTO:	0,00
		SUBTOTAL 0%:	0,00
		SUB TOTAL 12%:	\$ 1.056.00
		IVA 12%:	\$ 144.00
		TOTAL:	\$ 1.200.00

Son: Mil doscientos dólares

  
GO PICHINCHA  
Ejecutivo (a) de Ventas  
Go. Pichincha 03-2944229 / Go Store 2943-550



**Anexo No. 009 Proforma de Impresora**

Impresora que será adquirida para el normal funcionamiento de la empresa inmobiliaria.

**PROFORMA No. 00006232**

CLIENTE:	CONSUMIDOR FINAL	FECHA:	Julio 2014
RUC:	999999999	VALIDEZ:	15 DIAS
DIRECCION:	RIOBAMBA	PAGO:	CONTADO
TELEFONO:		CODIGO:	004
	VENDEDOR: S. IZURIETA		\$ 150.00
DESCRIPCION DEL ARTICULO	CANT.	P.UNIT.	V.TOTAL
Impresora Samsung	1	\$ 150.00	\$ 150.00
Observaciones:		SUBTOTAL:	\$ 132.00
		DESCUENTO:	0.00
		SUBTOTAL 0%:	0.00
		SUB TOTAL 12%:	\$ 132.00
		IVA 12%:	\$ 18.00
		TOTAL:	\$ 150.00

Son: Mil cincientos dólares

  
Luis Buitrago  
GO-PICHINCHA  
Ejecutivo (a) de Ventas  
Bo. Pichincha 03-2944229 / Go Store 2943-550



Anexo No. 010 Proforma de Muebles y enseres

**DISEÑO Y CONFORT**  
Mobiliario de Oficina y para el Hogar  
RUC: 0602948143001

Riobamba, Julio del 2014

CLIENTE: Sr. Juan Garcia

CL / RUC: 0009999999999

DIRECCION: Riobamba

TELEFONO:

**PROFORMA N°:**

**02126**

CANT.	DESCRIPCION	V. UNIT	V. TOTAL
3	Escritorios	\$ 150,00	\$ 450,00
3	Sillas	\$ 15,00	\$ 45,00
3	Sillones	\$ 60,00	\$ 180,00
1	Archivador	\$ 250,00	\$ 250,00

**TOTAL: \$ 925,00**

**NOTA:** Somos Artesanos Calificados por lo que gravamos con tarifa cero.

**GARANTIA:** 24 meses por defectos de fabricación u ocasionados por el traslado del mobiliario no detectadas en el momento de la recepción de las mismas, el proveedor realizará su inmediato arreglo o reposición, sin costo adicional alguno.

**FORMA DE PAGO:** A contra entrega - recepción.

**TIEMPO DE ENTREGA:** 10 dias calendario

**VALIDEZ DE LA OFERTA:** 30 dias.

Atentamente,

  
Roberto Estrella L.  
GERENTE - PROPIETARIO

Carabobo 25-50 y Veloz  
Telfs: (032) 952670 / 603344  
Cel: 0992036251 / 0997875464  
Email: disenioyconfort@hotmail.com

Anexo No. 011 Proforma de Equipo de oficina



## ELECTRODOMÉSTICOS

### "DMJ"

Edgar Machado  
Gerente Propietario



**PROFORMA** Fecha: Julio del 2014

Cliente: Sr. Juan García  
Dirección: Riobamba

CANT	DESCRIPCIÓN	TOTAL
2	Teléfonos	\$ 40,00
1	Fax	\$ 155,00
1	Sumadora	\$ 95,00
2	Calculadoras	\$ 30,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 320,00</b>

GENERAL - CLIENTE + SUPERVISOR CONTROLADO





## Anexo No. 014 Proforma de Útiles de Oficina

				
<b>Cliente:</b> Juan García <b>Dirección:</b> Riobamba <b>Fecha:</b> Julio/2014			<b>PROFORMA</b> <b>Nº 0000268</b>	
Código	Cantidad	Descripción	P. Unitario	P. Total
	5	Esferos	\$ 0,30	\$ 1,50
	5	Carpetas	\$ 0,25	\$ 1,25
	5	Archivadores	\$ 3,00	\$ 15,00
	2	Resmas de Papel	\$ 4,00	\$ 8,00
	3	Agendas	\$ 2,50	\$ 7,50
			<b>TOTAL</b>	<b>\$ 33,25</b>