ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS

"PROYECTO DE CREACIÓN DE UNA EMPRESA EN EL ÁREA DE ASESORÍA DE BIENES RAICES PARA ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE OTRAS PROVINCIAS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

Previa la obtención del Título de:

INGENIERÍA COMERCIAL Y EMPRESARIAL

Presentado por:

Vega Honores Carmen Lilibeth

González Mastarreno Marcel Gabriel

Sánchez Merchán Diana Marisela

DIRECTOR

EC. Giovanny Bastidas Riofrío

Guayaquil – Ecuador

2010-2011

DEDICATORIA

Este trabajo se lo dedico en primer lugar a Dios, y en segundo lugar a mi familia porque los considero los pilares fundamentales en mi vida.

Marcel González Mastarreno

En primer lugar a Dios por haberme permitido obtener todos los recursos necesarios para poder ingresar y conservarme con el esfuerzo en la Facultad de Economía y Negocio.

En especial a mis padres quienes me dieron el valor para lograr esta meta pues sin su apoyo no hubiera podido lograrlo. A mis tíos quienes me brindaron su ayuda y comprensión en cada momento durante mi carrera universitaria. Y con amor a mi hermana y enamorado quienes siempre y constantemente me alentaban confiando en mí.

Diana Sánchez Merchán

Dedico este proyecto a Dios, el todopoderoso, quien me ha brindado sabiduría para concluir con satisfacción mi carrera universitaria.

A mis padres, hermanos y demás familiares quienes están siempre conmigo apoyándome en todo lo que decido hacer tanto económica como emocionalmente.

Carmen Vega Honores

AGRADECIMIENTO

Antes que nada agradezco a Dios por permitirme culminar una más de las metas que me he propuesto en la vida, sin él, nada hubiera sido posible. También agradezco el apoyo incondicional de mi familia que ha estado ahí siempre para darme el aliento necesario para seguir adelante y por último agradezco a mis compañeros y profesores universitarios que de una u otra forma aportaron en mi desarrollo académico. A todos ellos GRACIAS

Marcel González Mastarreno

Por el tiempo, la comprensión y sobre todo por el apoyo que me ha brindado mi familia para poder lograr este gran paso, deseo dedicarles este trabajo que con mucho empeño y esfuerzo he logrado, por ellos y para ellos mis eternos agradecimientos.

Diana Sánchez Merchán

Agradezco de todo corazón a Dios, mis padres, hermanos, amigos y maestros quienes colaboraron para llevar a cabo el desarrollo de este proyecto.

Carmen Vega Honores

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

Ec. María Elena Romero M.

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Ec. Giovanny Bastidas R.

DIRECTOR DE PROYECTO

DECLARACIÓN EXPRESA

“La responsabilidad por los hechos, ideas y doctrinas expuestas en este proyecto nos corresponden exclusivamente, y el patrimonio intelectual de la misma a la ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL”

Carmen Vega Honores

Marcel González Mastarreno

Diana Sánchez Merchán

ÍNDICE GENERAL

INDICE DE TABLAS

INDICE DE CUADROS

INDICE DE GRAFICOS

CAPITULO I

INTRODUCCIÓN

1.1 Generalidades

Actualmente la migración de jóvenes estudiantes a la ciudad de Guayaquil está teniendo un crecimiento considerable debido a varias razones, entre ellas tenemos la calificación de las universidades de todo el país y la gratuidad de la educación a nivel superior.

El presente proyecto se fundamenta principalmente en satisfacer las necesidades de los estudiantes de las provincias de El Oro y Manabí que desean realizar los estudios universitarios en la ciudad de Guayaquil, consiste en brindarles servicio de asesoramiento para su estadía, dándoles a conocer los diferentes departamentos, casas, condominios, pensionados disponibles para ser arrendados con sus respectivas características físicas internas y externas demostradas mediante fotografías, dirección, precio, pagos de garantía. Además los servicios adicionales a ofrecer son mudanza, indicaciones generales de la ciudad, líneas de colectivos que deben utilizar para movilizarse a la universidad y principales lugares que sean de interés del cliente.

Es por ello que claramente se puede notar que para todas estas personas que desean continuar sus estudios en dicha ciudad surgen problemas en cuanto a la pérdida de tiempo y dinero, ya que gastan en movilizarse desde sus provincias para simplemente averiguar y cotizar los departamentos, los cuales la mayoría de veces no son como se referencian en los anuncios de periódicos, y en algunos casos para asegurar el departamento los padres se ven obligados a firmar el contrato con 2 meses de anticipación a la fecha de inicio de los estudios de sus hijos. Por otra parte las personas interesadas en trasladarse a Guayaquil llegan a tardar hasta 3 semanas en conseguir una casa donde vivir dignamente a un costo promedio, ubicado en una zona estratégica para el desenvolvimiento de sus actividades diarias.

La diferenciación de este proyecto y del servicio radica en que nos vamos a enfocar con mayor atención a las provincias mencionadas inicialmente por lo que ya no van a ser necesarios incurrir en dichos gastos porque vamos a ubicar oficinas en las ciudades de Portoviejo y Machala de donde provienen la mayoría de los estudiantes según estadísticas presentadas en la Universidad de Guayaquil, ESPOL y Católica. Por medio de las mismas se permitirá el fácil acceso a la información hacia los clientes para ofrecerles el servicio y aclarar sus inquietudes a cambio de un precio cómodo y asequible que se equilibre con el costo de oportunidad que se va a cubrir y que será determinado a través de la respectiva investigación de mercado.

Facilitamos el servicio para incentivar a los estudiantes que deseen realizar su formación académica en Guayaquil porque en algunos casos los padres se ven ante la dificultad que se enfrentan al momento de encontrar casay se desaniman ante ésta.

Mediante este proyecto contribuimos positivamente con el desarrollo de la sociedad, mejora del nivel de educación a nivel nacional ya que indirectamente se incentiva además a las universidades locales a perfeccionar su plan académico para retener un número considerable de estudiantes. Otro punto favorable es la formación de mejores profesionales, más competentes; disminuir el desempleo, lograr mayor dinámica en el sistema inmobiliario y así contribuir al PIB debido evitando el desuso de bienes inmuebles.

Otro aspecto que también se lograría es la preocupación de los arrendadores a mantener en buen estado los bienes ya que en algunos casos los han descuidado y no son dignos de ser alquilados como un lugar cómodo y adecuado para vivir.

Nosotros nos manejaremos en el ámbito nacional por que el tema de la educación superior no se puede manejar a nivel local, a pesar de que si bien es cierto nosotros únicamente daremos asesorías sobre casas ubicadas en Guayaquil, trabajaremos con estudiantes de otras provincias.

1.2 Antecedentes

Desde sus inicios la ciudad de Guayaquil ha crecido considerablemente en muchos aspectos comparados con las otras ciudades de nuestro país, uno de esos aspectos es el nivel académico que se puede encontrar en las universidades de nuestra ciudad, ya que debido a la falta de inversión en educación en nuestro país, son pocas las ciudades que cuentan con universidades correctamente estructuradas en el plano académico y de infraestructura, es por ello que las personas que viven en otras provincias al momento de elegir donde seguir sus estudios universitarios escogen la ciudad de Guayaquil.

Por otra parte el año anterior el gobierno nacional propuso y logró calificar a través de la CONEA (Consejo Nacional de Evaluación y Acreditación de la Educación Superior) todas las universidades del Ecuador lo cual aumentó el número de estudiantes que migraron a Guayaquil en busca de una educación de calidad, al encontrarse en la penosa situación de que en sus provincias o ciudades existían pocas universidades y las que existían tenían una pésima calificación. El ranking de las universidades se muestra a continuación:

CATEGORIA A: Corresponde a las universidades que registran las condiciones para que su planta docente se construya como una comunidad científica y profesional con reconocimiento y legitimidad en su medio, y que, en algunos casos, ya lo están logrando.

ESCUELA POLITECNICA NACIONAL
ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL
ESCUELA POLITECNICA DEL EJERCITO

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL CHIMBORAZO
PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DE QUITO
UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR
UNIVERSIDAD DE CUENCA
UNIVERSIDAD DEL AZUAY
UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO
UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO
UNIVERSIDAD TECNICA PARTICULAR DE LOJA

CATEGORIA B: En relación con las primeras, la brecha es notoria especialmente en las dimensiones de investigación y academia.

UNIVERSIDAD AGRARIA DEL ECUADOR
UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPIRITU SANTO
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
UNIVERSIDAD DE LAS AMERICAS
UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR
UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
UNIVERSIDAD POLITECNICA SALESIANA
UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE

CATEGORIA C: Debilidad académica de la planta docente. Con excepción de algunas instituciones, el desarrollo de la investigación es prácticamente inexistente.

ESCUELA POLITECNICA AGROPECUARIA
UNIVERSIDAD CATOLICA DE CUENCA
UNIVERSIDAD CATOLICA DE GUAYAQUIL
UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIVERSIDAD ESTATAL DEL SUR DE MANABI
UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR
UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABI
UNIVERSIDAD NAVAL MORAN VALVERDE
UNIVERSIDAD TECNICA DE COTOPAXI
UNIVERSIDAD TECNICA DE MACHALA
UNIVERSIDAD TECNICA ESTATAL DE QUEVEDO
UNIVERSIDAD TECNICA L. VARGAS TORRES
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA EQUINOCCIAL

CATEGORIA D: En este grupo se encuentran cuatro universidades relativamente nuevas que todavía se encuentran en proceso de consolidación de su proyecto académico. Para el conjunto de estas universidades resulta difícil orientar su actividad "académica" hacia una investigación mínima, relacionada, por lo menos, con la propia docencia, al no contar con una planta docente cuyas obligaciones y modalidades de contratación rebasen una relación laboral puntual y temporal.

UNIVERSIDAD CASA GRANDE
UNIVERSIDAD DE LOS HEMISFERIOS
UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZONICA
UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK
UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE
UNIVERSIDAD REGIONAL DE LOS ANDES
UNIVERSIDAD TECNICA DE BABAHOYO
UNIVERSIDAD TECNICA DE MANABI
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA ECOTEC

CATEGORIA E (Recomendadas para la depuración): Se trata de instituciones que, definitivamente, no presentan las condiciones que exige el funcionamiento de una institución universitaria y en las que se evidencia las deficiencias y problemas que afectan a la universidad ecuatoriana**.**

ESCUELA POLITECNICA AMAZONICA
ESCUELA POLITECNICA PROF. MONTERO L.
ESCUELA POLITECNICA JAVERIANA
UNIVERSIDAD ALFREDO PEREZ GUERRERO
UNIVERSIDAD AUTONOMA DE QUITO
UNIVERSIDAD CRISTIANA LATINOAMERICANA
UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES TURISTICAS
UNIVERSIDAD DE OTAVALO
UNIVERSIDAD DEL PACIFICO - E. DE NEGOCIOS
UNIVERSIDAD ESTATAL DE SANTA ELENA
UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR
UNIVERSIDAD INTERCONTINENTAL
UNIVERSIDAD INTERAMERICANA DEL ECUADOR
UNIVERSIDAD INTERCULTURAL
UNIVERSIDAD METROPOLITANA
UNIVERSIDAD OG MANDINO
UNIVERSIDAD PANAMERICANA DE CUENCA
UNIVERSIDAD POLITECNICA ESTATAL DEL CARCHI
UNIVERSIDAD SAN ANTONIO DE MACHALA
UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO
UNIVERSIDAD TECNICA JOSE PERALTA
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA AMERICA
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA EMPRESARIAL
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA INDOAMERICA

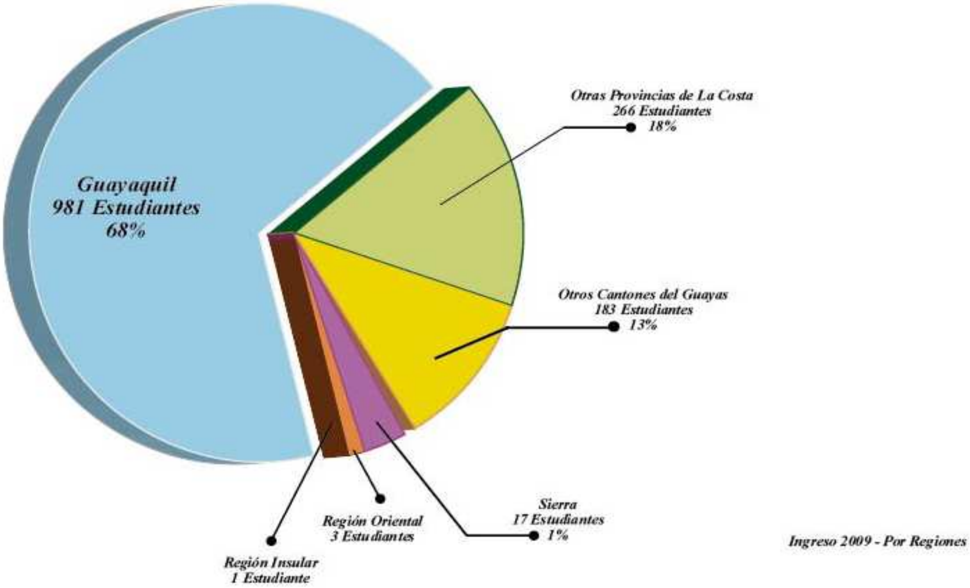
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA ISRAEL
UNIVERSITAS EQUATORIALIS

Fuente.www.vistazo.com/webpages/pais/?id=7926 (año 2009)

Otro aspecto que debe tomarse en cuenta es el pensum de estudio que ofrecen ciertas universidades con respecto a las carreras cuyo problema también está en que los jóvenes no encuentran la carrera que desean en la universidad local.

Según una encuesta piloto realizada sólo el 30% de las personas que deciden trasladarse a estudiar en Guayaquil tienen familiares o personas conocidas en dicha ciudad, el resto no poseen información alguna, desconociendo aspectos fundamentales como lo son, la ubicación de la universidad, el costo promedio de arrendar una casa dependiendo de su ubicación y tamaño, el costo del transporte, en general, el estilo y costo de vida que se maneja en la ciudad de Guayaquil.

ESPOL



Fuente: www.espol.edu.ec

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL	
Estudiantes registrados	
PROVINCIAS	**2009**
AZUAY	215
CHIMBORAZO	20
BOLIVAR	22
EL ORO	391
ESMERALDAS	2
GUAYAS	71115
LOS RIOS	699
MANABI	665
PICHINCHA	781
SANTA ELENA	620
STO.DOMINGO	611
TOTAL	75141

Fuente: Departamento planificación estudiantil Universidad de Guayaquil.

Tomando como referencia la Escuela Superior Politécnica del Litoral y la universidad de Guayaquil podemos notar que del 100% de los estudiantes que ingresaron en el 2009, hay aproximadamente 4496 que provienen de otras provincias y cantones, lo cual demuestra claramente que la situación antes mencionada es muy frecuente en la ciudad de Guayaquil y existe un segmento del mercado que no está siendo atendido de la mejor manera.

En estos momentos existen compañías que pueden brindarte un servicio similar, pero con muchos defectos en la forma de ejecutar su servicio, por una parte las compañías actuales son empresas pasivas que esperan que el consumidor vaya a ellos, se han centrado únicamente en las personas que ya habitan en Guayaquil y por motivo en particular desean cambiarse de domicilio, por otra parte son empresas que únicamente manejan información escrita, y al momento de movilizarse hacen perder tiempo y dinero ya que ofrecen departamentos en malas condiciones que al final del día el cliente opta por buscar por su propia cuenta tratando de encontrar un lugar adecuado.

Además no han hecho la publicidad necesaria para lograr hacerse reconocer y diferenciarse de la competencia quizás por eso no han logrado el éxito óptimo.

1.3 Importancia del proyecto

1.3.1 Problemas

Dada las condiciones del mercado inmobiliario en Guayaquil, pudimos notar que existen diversos tipos de problemas a la hora de encontrar un buen servicio de asesoría inmobiliaria en dicha ciudad, por una parte las empresas actuales asumen que únicamente su mercado está basado en personas que viven en Guayaquil por lo cual no tratan de optimizar su proceso de selección de casas para sus clientes. Cuando se trata de personas que viven en otras provincias, estas empresas realizan 3 o 4 entrevistas con los clientes, lo cual causa que el tiempo del proceso dure hasta un mes y que los clientes pierdan mucho tiempo en viajes desde sus provincias hasta Guayaquil, como es lógico los clientes no sólo pierden su tiempo sino también su dinero comprando pasajes de transporte y la comida mientras permanecen en la ciudad de Guayaquil.

Como ya lo habíamos mencionado la falta de optimización y modernización de los procesos que usan las empresas actuales genera una mala clasificación de las casas que poseen para ofrecer a sus clientes, las cuales no están correctamente segmentadas de acuerdo a las necesidades de cada cliente, como por ejemplo, sector, costo, entorno social, entre otros. Como no se actualizan correctamente y no tienen bien segmentadas sus casas también encontramos muchas quejas en cuanto al tipo de casas que estas empresas muestran a sus clientes, ya que las mismas son muy viejas, se encuentran en mal estado y en lugares de la ciudad muy peligrosos.

Otro problema que encontramos en las empresas actuales es que las mismas no se preocupan por cumplir con su objetivo primordial ya que no les importa si el cliente consigue o no un lugar donde vivir cómodamente, y en algunos casos abandonan el proceso.

1.3.2 Oportunidades

De acuerdo a la necesidad que existe en el mercado podemos decir que existe oportunidad de negocio puesto que el servicio que vamos a ofrecer tiene sus ventajas competitivas y su diferenciación, el mercado de bienes raíces no es un mercado que está saturado sin embargo, los que actualmente ofrecen este servicio no se han enfocado en satisfacer las necesidades reales de las personas, es decir facilidad, ahorro de tiempo, ahorro de dinero, los gustos, preferencias entre otros, los cuales constituyen el motivo principal de encontrar el lugar adecuado para vivir.

La barrera de entrada no es difícil debido a que la competencia no tiene una ventaja de diferenciación y de imagen o marketing por lo cual se puede ingresar y competir pues no han conseguido la fidelidad de los clientes y no son muy conocidas debido a que su publicidad no es agresiva.

Para comenzar este proyecto no requiere de una fuerte inversión, los costos no son altos. La inversión se la puede recuperar a corto plazo, una vez que nos hayamos posesionado con imagen, excelente servicio y vayamos creciendo como empresa debido a la demanda, entonces se procederá a realizar inversiones más costosas las mismas que harán que se incrementen nuestra cartera de clientes.

1.4 Características del servicio

Vamos a conformar una compañía de asesoría en bienes raíces que ayudará principalmente a conseguir vivienda para los estudiantes que estudian en Guayaquil y no tienen hogar propio. El servicio será casi personalizado ya que al momento de optar por nosotros les solicitaremos las características principales que desean del departamento en cuanto a precio, ubicación, sector. Una vez conocidas estas variables se procederá a buscar uno semejante a estas. Seguido a esto se enviaran vía mail a nuestros corresponsales de cada provincia para que ellos mediante fotografías den a conocer el departamento a los solicitantes con las debidas condiciones que algunos de los propietarios de estas casas suelen poner.

Con lo mencionado anteriormente el servicio que ofrecemos brinda comodidad, ahorro de dinero, ahorro de tiempo, facilidad tanto para el arrendatario como para el dueño del inmueble.

1.5. Alcance

El servicio de bienes raíces es útil a nivel global ya que el nivel económico para algunas familias no les permite adquirir una propiedad. Pero como todo negocio tiene un ciclo para desarrollarse inicialmente ubicaremos oficinas en la ciudad de Guayaquil y un punto de información en las provincias de Manabí y El Oro que son de donde se originan la mayoría de estudiantes.

De acuerdo a la evolución que tengamos, podríamos expandirnos a las ciudades de Los Ríos, Santa Elena, Cuenca y Quito pero sería dentro de algunos años, ya que estos destinos también son bastante demandados por la calidad de educación y grandes oportunidades de crecimiento profesional que ofrecen a los estudiantes.

1.6 Objetivos

1.6.1 Objetivo General

- Establecer la empresa y optimizar el proceso de arrendamiento para las personas de otras provincias que desean radicarse en Guayaquil.

1.6.2 Objetivos específicos

1. Determinar a nuestros consumidores potenciales y enfocarnos en sus exigencias y expectativas.
2. Dar apertura de una nueva oficina dentro de 5 años.
3. Determinar la factibilidad de brindar este servicio.
4. Contar con un corredor profesional como parte de la compañía.
5. Componer un plan estratégico y de marketing versátil de acuerdo al comportamiento del mercado.
6. Determinar y optimizar los costos de operación junto con la inversión inicial.

CAPITULO II

INVESTIGACIÓN DE MERCADO Y MARKETING MIX

2.1 Perspectivas de la investigación

Esta investigación recopilará datos de los diferentes criterios de nuestros posibles clientes que nos servirán para plantear las estrategias de marketing y realizar el análisis respectivo del sector para tomar las decisiones adecuadas y armar el plan de negocios de manera eficaz enfocado a la satisfacción del cliente.

2.2 Planteamiento del problema

Uno de los problemas que se presenta para realizar la investigación de mercado es desconocimiento de factores que aun no han sido satisfechos por la competencia o los cuales no son considerados los más adecuados por los clientes para enfocarnos en estos y utilizarlos como nuestra ventaja competitiva para captar el mercado desatendido.

2.3 Objetivos de la investigación de mercado

2.3.1 Objetivo general

- Definir nuestros clientes potenciales y su preferencia en cuanto a cada variable definida en el diseño de la encuesta.

2.3.2 Objetivos específicos

1. Identificar el mercado potencial de nuestro servicio
2. Determinar el mercado real del servicio
3. Conocer la aceptación del servicio
4. Determinar el competidor principal.
5. Determinar la ubicación de las oficinas.
6. Determinar el medio óptimo de publicidad
7. Determinar el nivel de dificultad del proceso de arrendamiento
8. Establecer el tipo de vivienda mayor demandada.
9. Determinar la frecuencia con la que necesitarán de nuestro servicio.
10. Establecer prioridades de los factores que influyen en la decisión de arrendar la vivienda
11. Determinar el precio del servicio

2.4 Plan de muestreo

2.4.1 Definición de la población objetivo

Estudiantes universitarios de otras provincias o cantones que actualmente residen en Guayaquil, estudiando en la universidad Estatal, Católica o ESPOL de la ciudad que no cuentan con casa propia o no viven con familiares quienes si la tengan, y los estudiantes del último año de secundaria de las provincias de El Oro y Manabí que van a realizar el pregrado en Guayaquil.

Como especificamos en las siguientes tablas nos centraremos en los cantones de Portoviejo, Manta, Chone y Jipijapa en Manabí y Machala, Pasaje y Santa Rosa en El Oro porque según las estadísticas la mayoría de estudiantes provienen de las capitales de las provincias y los otros cantones mencionados es por la situación geográfica ya que son los más cercanos.

Tabla 2.1 Estudiantes de tercero bachillerato de la provincia de Manabí.

PROVINCIA DE MANABÍ			
Estudiantes de 3º bachillerato			
cantón	2007-2008	2008-2009	2009-2010
Portoviejo	2460	3767	3403
Manta	2587	2847	3176
Chone	858	1041	1060
Jipijapa	378	443	703
TOTAL	**6283**	**8098**	**8342**

Fuente: www.educacion.gov.ec

Tabla2.2 Estudiantes de tercero bachillerato de la provincia de El Oro

PROVINCIA DE EL ORO			
Estudiantes de 3º bachillerato			
cantón	2007-2008	2008-2009	2009-2010
Machala	3588	3370	3340
Santa Rosa	867	673	746
Pasaje	736	950	999
TOTAL	**5191**	**4993**	**5085**

Fuente: www.educacion.gov.ec

Tabla 2.3 Estudiantes de otras provincias registrados en universidad de Guayaquil

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL		
Estudiantes registrados		
PROVINCIA	**2008**	**2009**
Azuay	84	215
Chimborazo	0	20
Bolívar	22	0
El Oro	504	391
Esmeraldas	33	2
Los Ríos	663	699
Manabí	369	665
Pichincha	267	781
Santa Elena	381	620
Santo Domingo	110	661
TOTAL	**2433**	**4054**

Fuente: departamento planificación estudiantil

Tabla 2.4 Estudiantes de otras provincias registrados UCSG

UNIVERSIDAD CATÓLICA		
Estudiantes registrados		
PROVINCIA	**2008**	**2009**
Azuay	75	89
Bolívar	12	14
Chimborazo	54	65
El Oro	352	421
Esmeraldas	41	49
Los Ríos	374	447
Manabí	333	399
Pichincha	278	332
Santa Elena	342	408
Cañar	26	31
Carchi	2	2
Cotopaxi	12	15
Francisco de Orellana	5	6
Galápagos	8	10
Imbabura	6	7
Loja	57	69
Morona	4	5
Napo	6	7
Pastaza	9	11
Sucumbíos	11	13
Tungurahua	54	65
Zamora	5	6
TOTAL	**2067**	**2471**

Fuente: Vicerrectorado académico Universidad Católica

Tabla 2.5 Estudiantes de otras provincias registrados en ESPOL

ESPOL		
Estudiantes registrados		
PROVINCIA	**2008**	**2009**
Azuay	40	35
Bolívar	31	23
Cañar	29	25
Carchi	3	2
Chimborazo	120	96
Cotopaxi	16	12
El Oro	547	485
Esmeraldas	101	79
Francisco de Orellana	5	5
Galápagos	10	8
Imbabura	9	6
Loja	66	56
Los Ríos	418	369
Manabí	353	308
Morona	4	4
Napo	9	6
Pastaza	8	9
Pichincha	166	139
Santa Elena	479	347
Sucumbíos	17	11
Tungurahua	62	53
Zamora	4	5
TOTAL	**2497**	**2083**

Fuente: Centro de servicios informáticos (ESPOL)

2.4.2 Metodología

Los objetivos mencionados anteriormente se los alcanzará con la realización de encuestas de preguntas cerradas a la población objetivo (*VER ANEXO 1).* Luego procederemos a organizar y tabular los datos para analizar las diferentes variables y determinar su efecto a través de estadística descriptiva, diagrama de barras, análisis de sensibilidad univariado.

En cuanto a la determinación de la población objetivo realizaremos una segmentación de acuerdo a las estadísticas históricas y pronósticos presentados en fuentes secundarias, tales como dirección de educación de cada provincia, estadísticas de la base de datos del registro de estudiantes de las universidades en los últimos dos años.

2.4.3 Definición de la muestra

Para determinar la muestra se utilizará la fórmula que se emplea cuando la población es finita, es decir conocemos el total de la población y deseamos saber cuántos del total tendremos que estudiar, la respuesta sería:

$$n = \frac{N * z_{\propto}^{2} * p * q}{d^{2} * (N - \mathbf{1}) + z_{\propto}^{2} * p * q}$$

Fórmula obtenida de la Enciclopedia Estudiantil, Gran Consultor

Donde:

N = Total de la población

Z_a^2 = 1.96^2 (si la seguridad es del 95%)

p =proporción esperada

q = 1 – p; Factor de no ocurrencia;

d = Precisión (Error máximo admisible en términos de proporción)

Según una prueba piloto realizada 30 personas determinamos los factores de ocurrencia y no ocurrencia p = 70% y q = 30%

Entonces;

$$n = \frac{22043 * 1.96^2 * 0.7 * 0.3}{0.05^2 * (22043 - 1) + 1.96^2 * 0.7 * 0.3}$$

n = 318personas

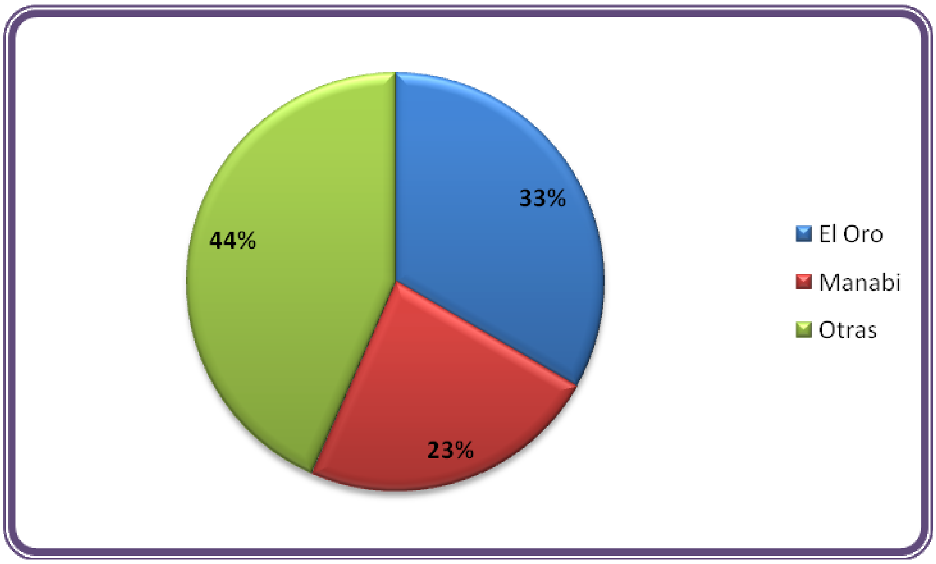
Cronograma de la encuesta

FECHA	ENCUESTADOR	METODO	LUGARES
24/03/20	**Carmen Vega**	**ENCUESTA**	**UCSG**
24/03/20	**Marcel González**	**ENCUESTA**	**UG**
24/03/20	**Diana Sánchez**	**ENCUESTA**	**ESPOL**
20/03/20	**TODOS**	**ENCUESTA**	**POR CORREO**

Elaborado por los autores

2.5 Resultados

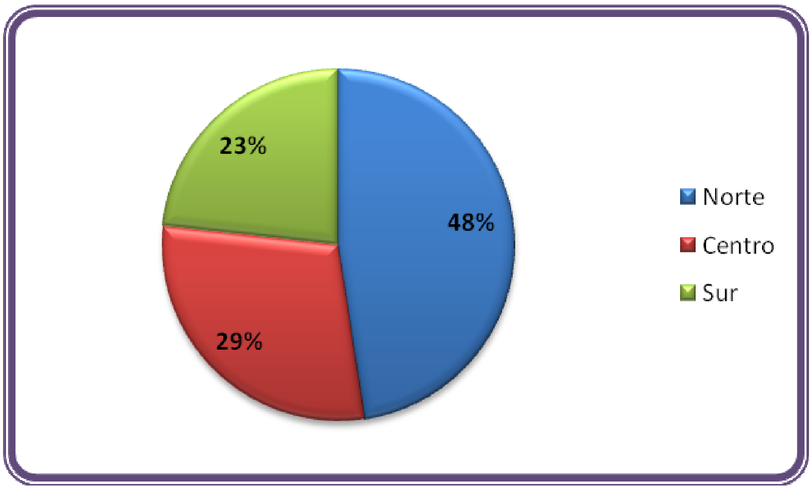
Gráfico 2.1 Segmento al que está enfocado nuestro servicio



Elaborado por los autores

De los 317 estudiantes encuestados entre Guayaquil, Manabí y El Oro, el 44% eran de otras provincias, entre ellas Santa Elena, Esmeraldas, Los Ríos, el 33% de El Oro y 23% de Manabí.Con esto podríamos inferir que del total de estudiantes inmigrantes en Guayaquil un alto porcentaje provienen de estas dos provincias.

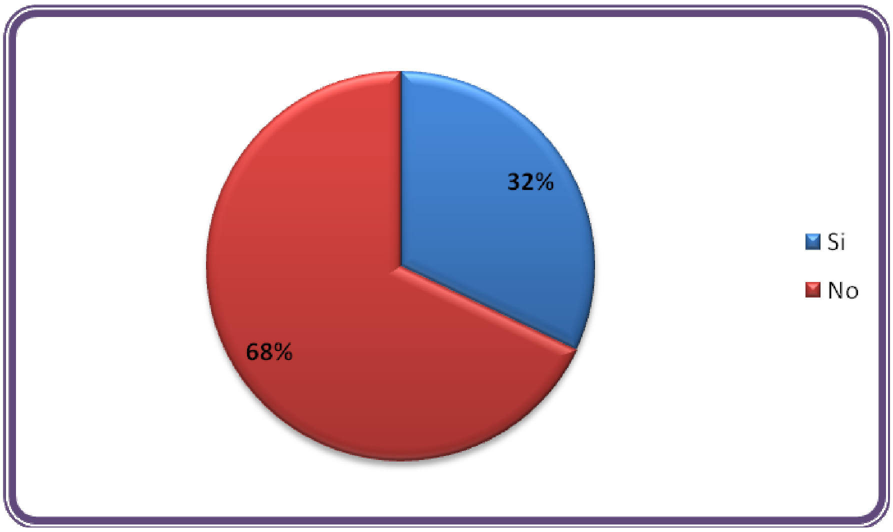
Gráfico 2.2 Sector donde actualmente viven.



Elaborado por los autores

El 48% de los estudiantes universitarios provenientes de otras provincias arriendan en el sector norte de la ciudad de Guayaquil, el 29% en el centro y el 23% en el sur.

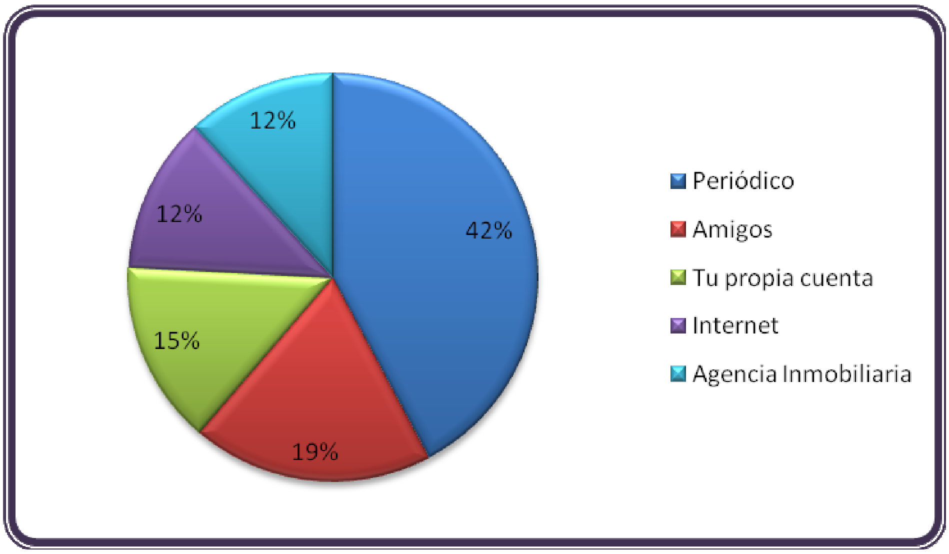
Gráfico 2.3 Estudiantes que tienen familiares donde pueden vivir durante sus estudios



Elaborado por los autores

Con un 68% de estudiantes que respondieron que no tienen familiares o amigos donde llegar a vivir frente a un 32 % que respondieron que si, entonces podemos decir que efectivamente vamos a cubrir con la necesidad de esos estudiantes por lo que ellos serán nuestros clientes es decir nuestro mercado objetivo al cual está dirigido nuestro servicio.

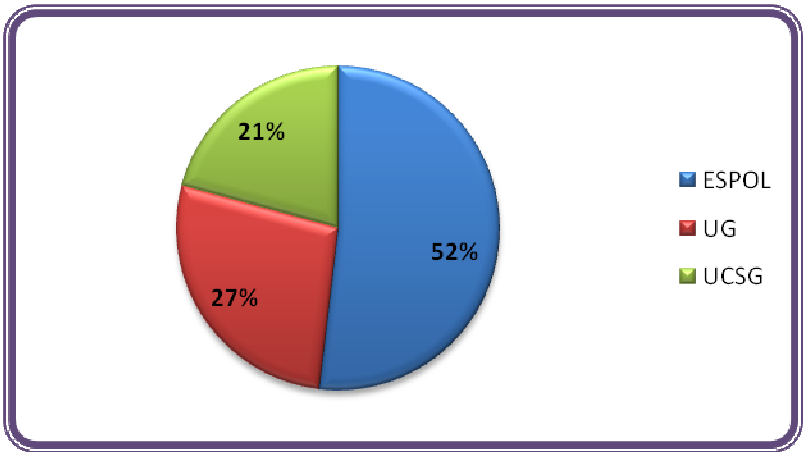
Gráfico 2.4 Medios utilizados para arrendar vivienda



Elaborado por los autores

Los resultados obtenidos en la pregunta 4 acerca de que medios son utilizados para arrendar una vivienda, indican que con un 42 % el método más utilizado es buscar en el periódico puesto que existen muchas alternativas y es ahí donde se encuentran publicadas las viviendas disponibles para alquilar, seguido de este los amigos, propia cuenta, internet y por último se encuentran las agencias inmobiliarias las cuales son aceptadas por los estudiantes pero no son la mejor opción debido a que no ofrecen el tipo de servicio que los estudiantes consideran importantes (véase el gráfico 2.13) y es en estos factores en los que nos vamos a enfocar con una ventaja competitiva frente a las otras y frente al periódico porque no siempre resulta ser eficiente este acotaron los estudiantes y esto se debe en especial a la pérdida de tiempo y al gasto en que incurren.

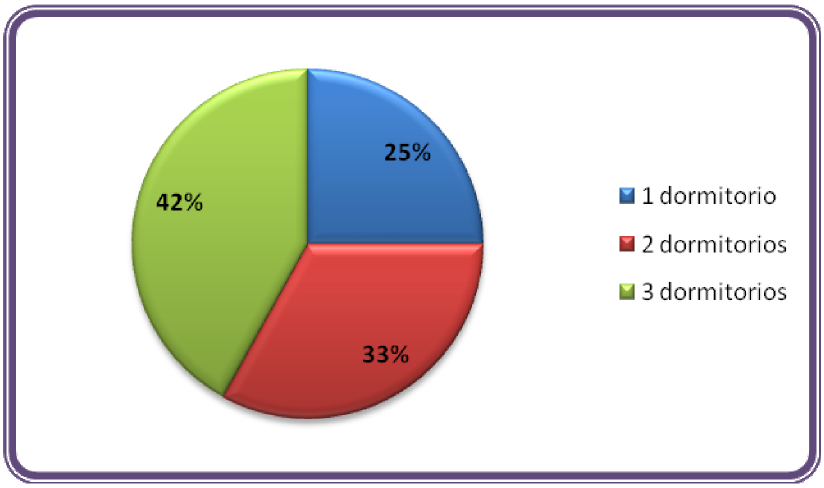
Gráfico 2.5 Universidad donde estudian o vendrían a estudiar



Elaborado por los autores

Como se muestra en los resultados de este grafico, con un 52 % la mayoría de los estudiantes encuestados de otras provincias estudian o desearían estudiar en la Escuela Superior Politécnica del Litoral y el 27 % de los encuestados estudian y desearían estudiar en la Universidad de Guayaquil sin embargo con un 21 % no hay mucha diferencia de quienes estudian o desearían estudiar en la Universidad Santiago de Guayaquil, esto comprueba que la mayoría de los estudiantes de otras provincias vienen o desean estudiar en una de estas tres universidades es por esto que en ellas nos vamos a enfocar primordialmente.

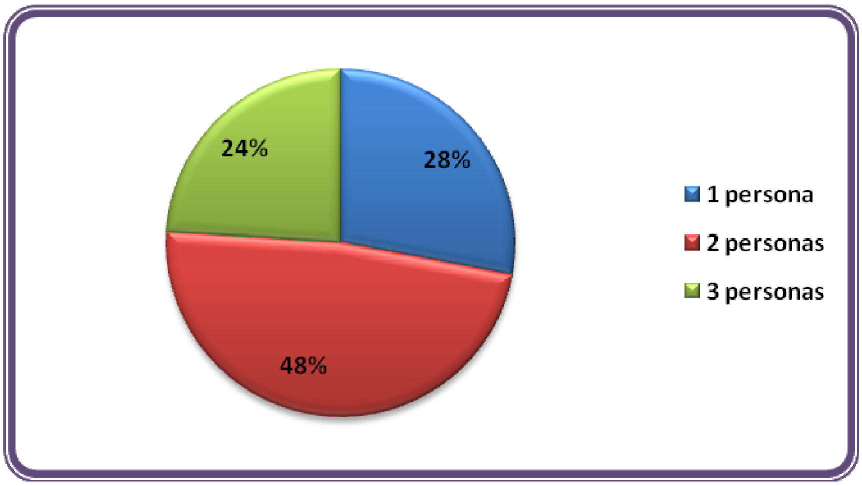
Gráfico 2.6Número de dormitorios en la vivienda



Elaborado por los autores

En el 42% de los casos los estudiantes arriendan viviendas con 3 dormitorios, 33% con 2 dormitorios y el 25% de un dormitorio.

Gráfico 2.7 Número de personas con quien compartes departamento

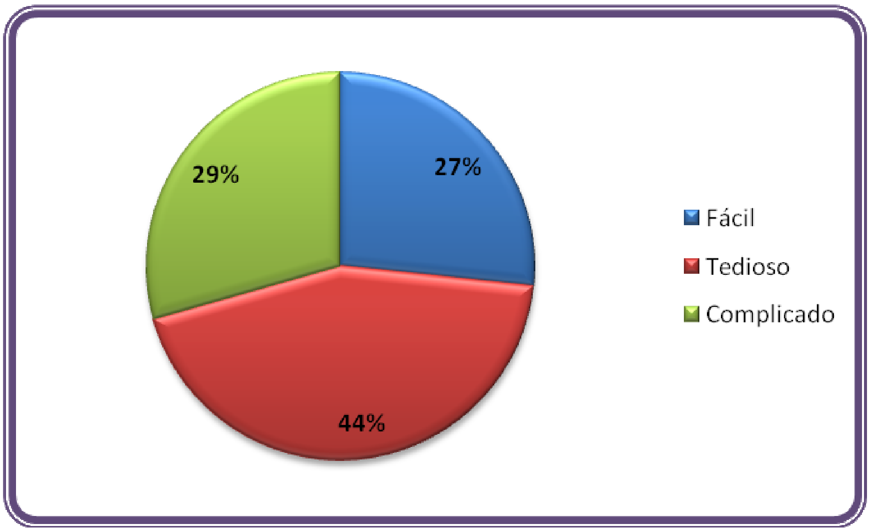


Elaborado por los autores

Aproximadamente el 48% de las viviendas arrendadas son habitadas por 3 personas, entre los que podrían ser amigos, o familiares de los estudiantes.

Seguido del 28% que habitan 2 personas y un 24% que viven 4 personas por vivienda.

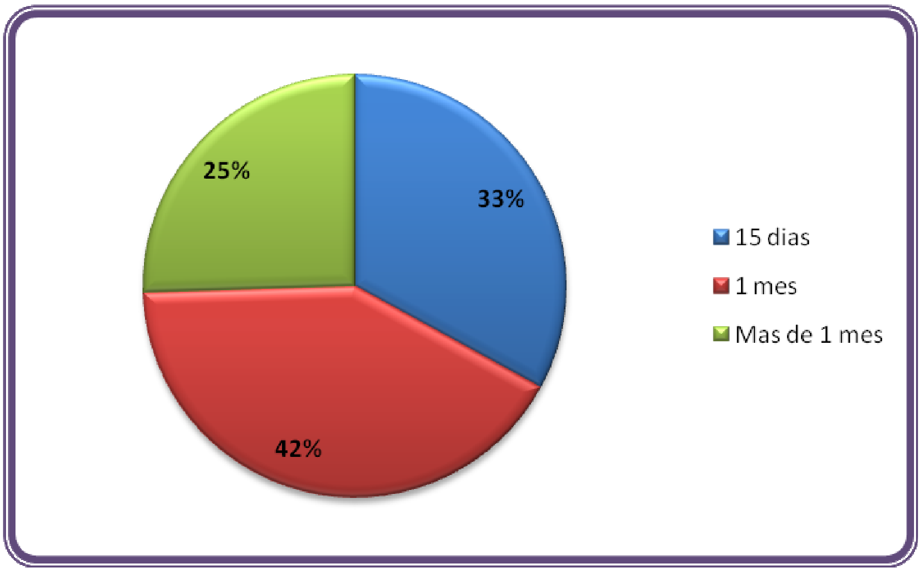
Gráfico 2.8 Nivel de dificultad del proceso de arrendamiento



Elaborado por los autores

Según la mayoría de los encuestados el nivel de dificultad del proceso de arrendamiento que tuvieron fue el Tedioso con un 44 % seguido por el nivel complicado, esto indica y se comprueba más adelante (véase el gráfico 2.14) que las personas no se encuentran conformes y es por esto que debemos de satisfacer y cubrir con esa necesidad a este segmento de mercado, también podemos decir que no es fácil el proceso debido a que la mayoría de los encuestados que busca en el periódico le resulta tedioso puesto que causa molestia a los estudiantes entonces no se encuentran muy contentos con este medio a utilizar para arrendar vivienda por lo que podemos aprovechar esa inconformidad y solucionar por medio de nuestra agencia inmobiliaria.

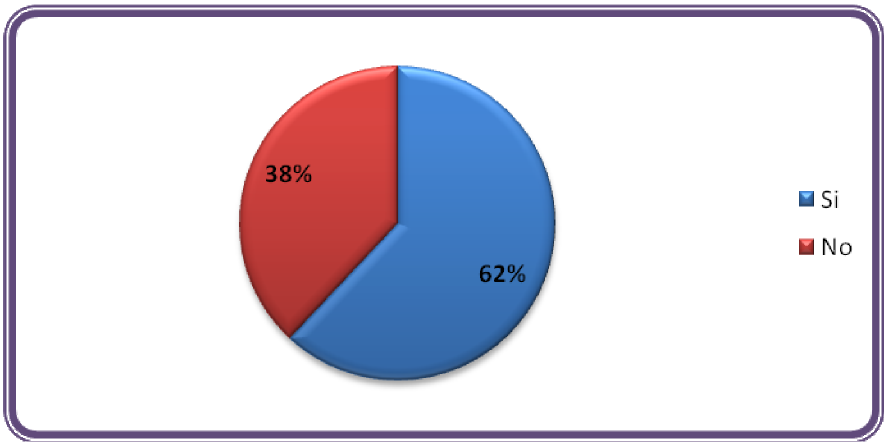
Gráfico 2.9 Tiempo promedio que dura el proceso de arrendamiento



Elaborado por los autores

Del total de las encuestas realizadas se pudo obtener que mayoritariamente en promedio, el tiempo que utiliza una persona en arrendar una viviendaes un mes, abarcando el 42% de la muestra, luego un 33% demora quince días y un 25% más de un mes. Lo cual significa que un 67% de la muestra demora un mes o más.

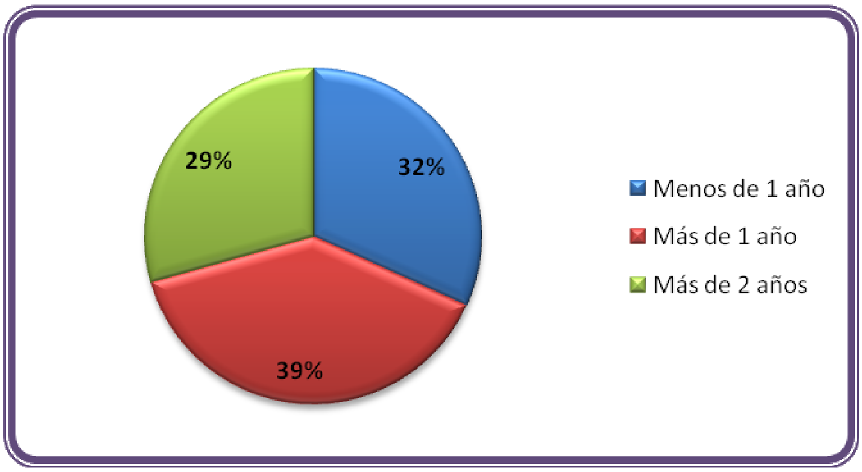
Gráfico 2.10 Estudiantes que se cambiaran de domicilio cuando termine el contrato.



Elaborado por los autores

Según la investigación realizada y por medio de esta pregunta notamos que, de la población de estudiantes que actualmente alquilan una vivienda en Guayaquil, un 62% desea cambiar su residencia al finalizar el contrato, los cuales serían para nosotros futuros clientes potenciales.

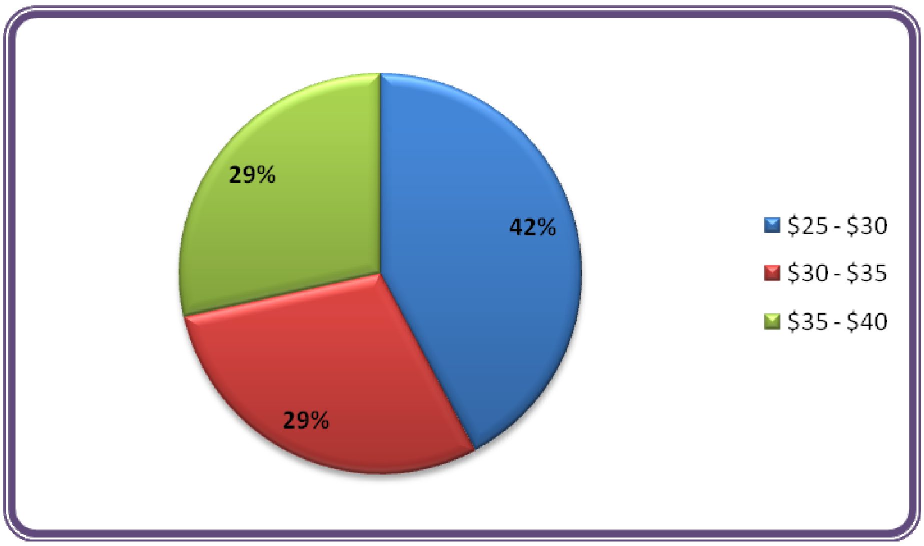
Gráfico 2.11 Periodicidad con que se han cambiado de vivienda.



Elaborado por los autores

En la investigación de mercado, a través de esta pregunta pudimos notar que mayoritariamente los estudiantes de otras provincias que residen en Guayaquil cambian de vivienda con una periodicidad mayor a un año y menor a dos, obteniendo un 39%, y menor a un año con un 32%. Lo cual quiere decir que nuestro mercado se irá renovando en un tiempo promedio mayor a un año.

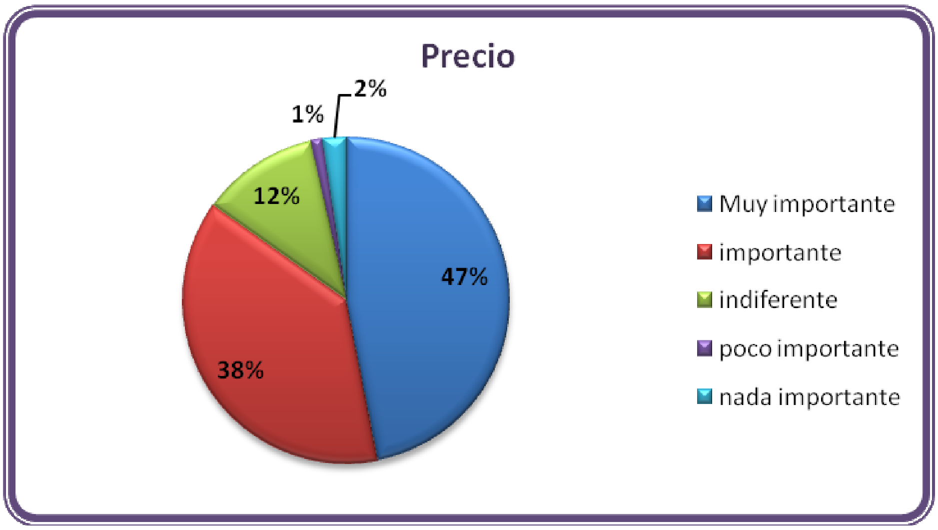
Gráfico 2.12 Costo incurrido hasta lograr arrendar una vivienda.

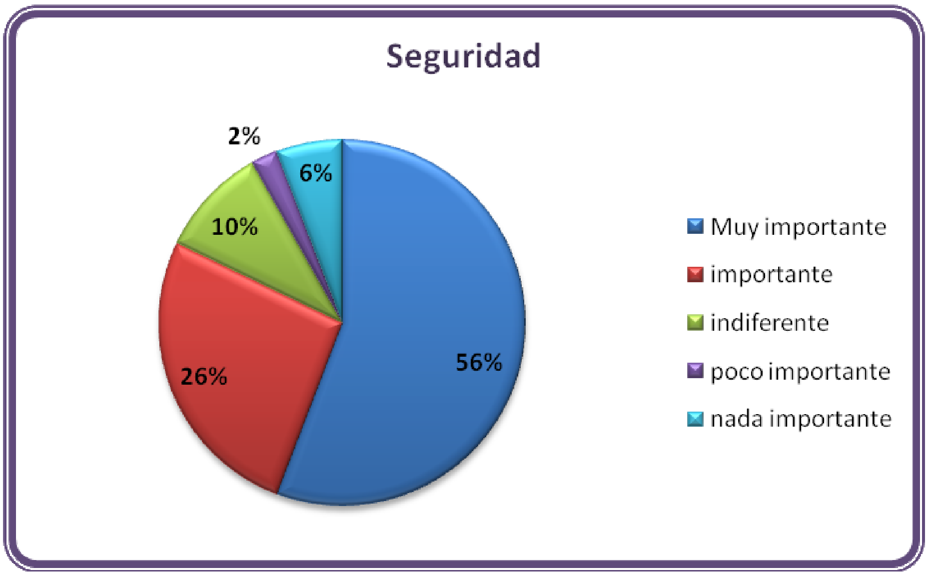


Elaborado por los autores

Por medio de esta pregunta pudimos conocer el gasto promedio que tienen las personas a la hora de arrendar su vivienda, estos incluyen movilización, alimentación habiendo el 42% de las personas gastado de 25 a 30 dólares, un 29% de $30 a $35 y otro 29% de $35 a $40. Lo cual nos sirve como referencia al momento de establecer nuestro precio y los beneficios de nuestra empresa.

Gráfico 2.13 Factores más importantes que influyen en la elección de una vivienda





Elaborado por los autores

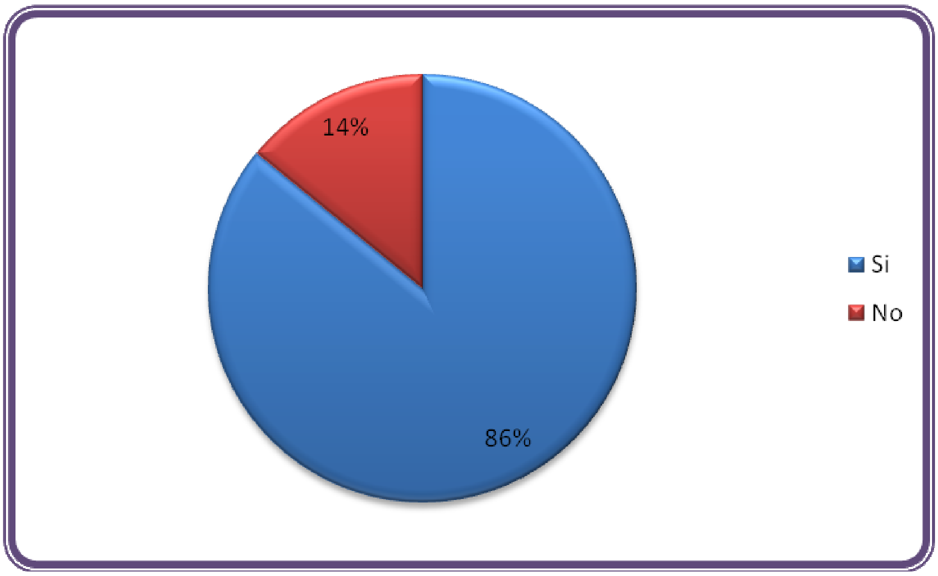
Observando estos gráficos estadísticos notamos que aproximadamente el 50% de las personas se fijan en el precio y la seguridad en el sector o la ciudadela antes de arrendar la vivienda, por lo que debemos centrarnos bastante en estos factores para ofrecerles las alternativas a los clientes.

Tabla 2.6 Asignación de factores respecto al grado de importancia

Factor	Muy importante	importante	indiferente	poco importante	nada importante
Sector	87	123	26	2	12
Precio	121	98	30	3	6
Estructura Interna	50	129	37	37	8
Entorno Social	36	74	106	29	13
Cercanía a la u	23	96	45	62	32
Cerca a la principal	55	53	55	83	12
Seguridad	144	68	25	6	15
Forma de Pago	63	76	89	20	10

Elaborado por los autores

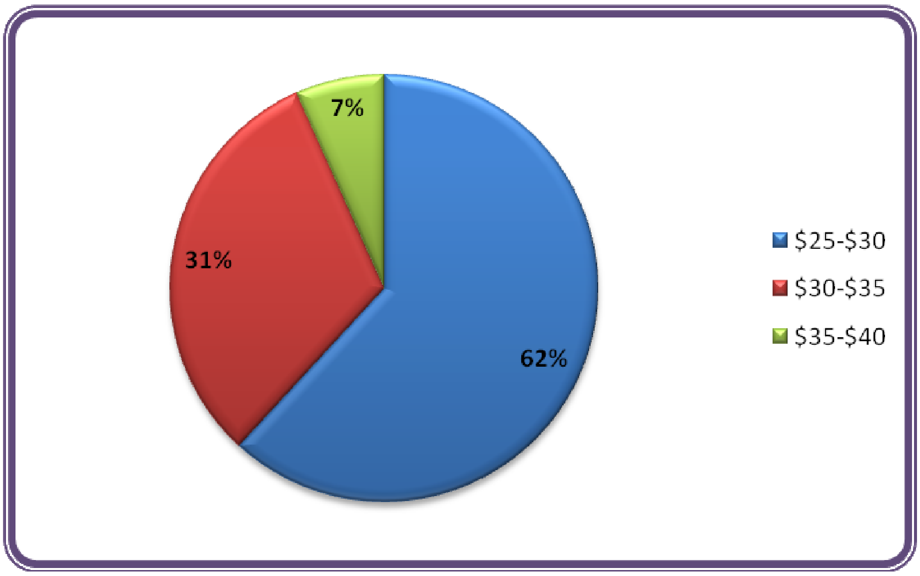
Gráfico 2.14 Aceptación del servicio



Elaborado por los autores

Conociendo a breves rasgos el sentido del negocio que les estamos ofreciendo, el 86% de nuestro segmento objetivo estarían dispuestos a solicitar nuestra ayuda, mientras que el 14% no lo harían.

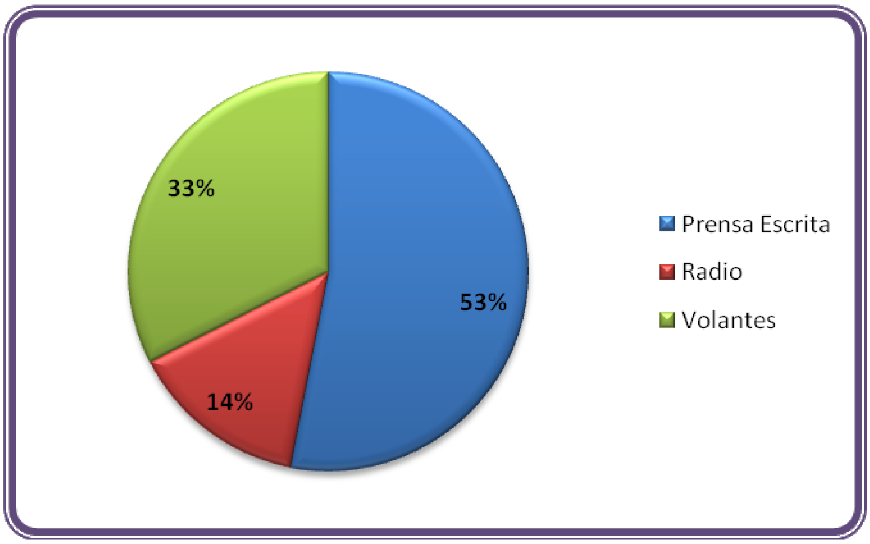
Gráfico 2.15 Disponibilidad a pagar por el servicio



Elaborado por los autores

Según el gráfico al 62% de los estudiantes les parece justo un precio entre $25 y $30 por obtener este servicio mientras que el 31% pagarían hasta 35 dólares y únicamente el 7% entre $35 y $40.

Gráfico 2.16 Medio de publicidad de nuestro servicio



Elaborado por los autores

Entre las alternativas presentadas el 53% de la muestra prefiere informarse de quiénes somos y de los beneficios que les ofrecemos a través de la prensa escrita y el 33% mediante volantes.

2.6 Conclusiones generales de la investigación de mercado

- En realidad resulta complicado para los estudiantes que recién entran a la universidad encontrar una vivienda en un sector seguro a un precio cómodo y en un sector cercano a la universidad.

- Por lo regular los estudiantes prefieren cambiar de vivienda cuando caduque el contrato que comúnmente se lo hace por 2 años.

- El medio más apropiado y al que frecuentemente recurren las personas para buscar domicilio es la prensa escrita, clasificados del diario.

- El servicio de asesoría para el alquiler de viviendas realizado de manera legal y con responsabilidad dinamiza el segmento inmobiliario y brinda una mayor seguridad tanto para el propietario del inmueble como para el inquilino.

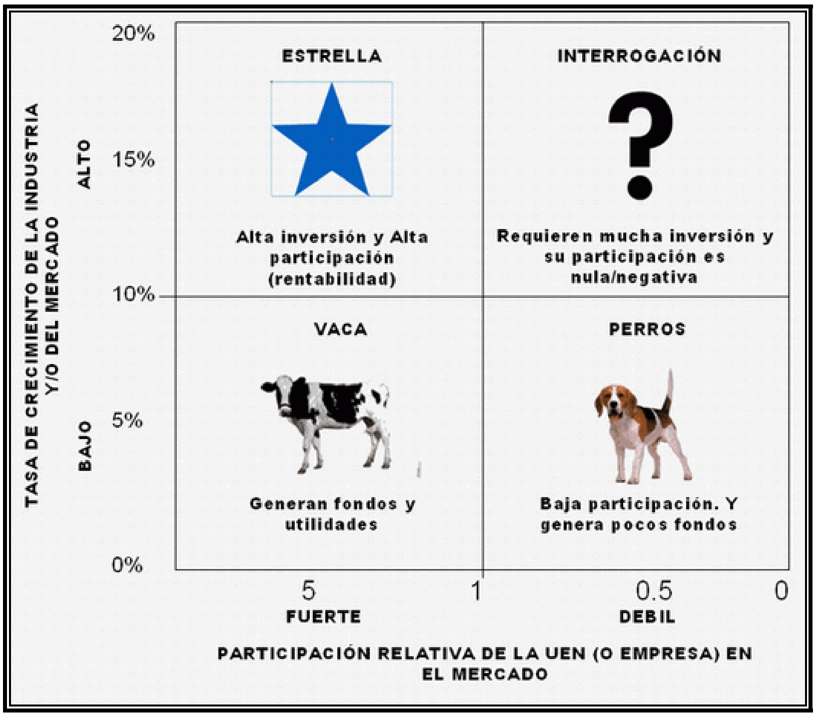
- Para los estudiantes de tercero bachillerato de las provincias de Manabí y El Oro les pareció una idea súper interesante ya que se los asesorará en el momento preciso, y es primera vez que contarán con esta alternativa.

- Existe disponibilidad de las personas a pagar entre $25-$30 por el servicio recibido, ya que están conscientes en el ahorro de tiempo y gastos de movilización, comida que se ahorran con contratar nuestro servicio.

- El tipo de vivienda más demandada es la de 3 dormitorios ya que los estudiantes viven con 2 personas más, ya sean amigos o familiares.

2.7 Matriz BCG

Grafico 2.17 Matriz BCG



Fuente: www.monografias.com/.../Image27851.gif

Nuestra agencia de bienes raíces está ubicada en el cuadrante de la vaca debido a que tendremos una participación fuerte dentro de nuestro nicho que son los estudiantes de la provincia de El Oro y Manabí inicialmente ya que promocionaremos nuestro servicio en colegios de las provincias mencionadas anteriormente y universidades de la ciudad. En cuanto al crecimiento del mercadolo calificamos bajo ya que nuestro negocio tendrá temporadas altas en ciertos meses del año tales como enero, febrero ya que ahí se inicia el pre universitario, el resto del año nos limitaremos a la periodicidad de los estudiantes de cambiarse de vivienda.

2.8 Macro y micro Segmentación

2.8.1 Matriz macro-segmentación

A quien satisface las necesidades	Que necesidad satisface
* A todos las personas de otras provincias preferencialmente a estudiantes de tercero bachillerato que no tienen casa propia y desean realizar sus estudios en la ciudad de Guayaquil. * Estudiantes que arriendan una vivienda en Guayaquil y desean cambiarse de domicilio por terminación de contrato, o por cualquier motivo que fuere.	* Para los estudiantes de tercero bachillerato que vienen a realizar el pre, el proceso de viajar a Guayaquil unicamente para conocer el departamento o buscar por si mismo. * Para los que ya residen acá, se les ahorraría la pérdida de tiempo de salir a recorrer los diferentes sectores y llamar a los propietarios para ponerse de acuerdo para conocer el inmueble.
	Como satisfacer las necesidades Ofreciendo un servicio de calidad mediante un proceso de arrendamiento moderno que minimiza la cantidad de entrevistas, el tiempo y el dinero utilizado, contando con personal humano capacitado y consciente del trabajo que realiza. Además brindando confianza al propietario de la vivienda y seguridad al inquilino.

Elaborado por los autores

2.8.2 Micro –segmentación

2.8.2.1 Localización

Los estudiantes a quienes ofreceremos nuestros servicios serán los que estudian en la universidad de Guayaquil, UCSG y ESPOL, ya que las viviendas que ofrecemos son en el norte y centro de la ciudad.

2.8.2.2 Género

Masculino y femenino

2.8.2.3 Edad

Nuestros clientes estarán entre 17-30 años principalmente.

2.8.2.4 Actividad

Estudiantes universitarios en la ciudad de Guayaquil

2.8.2.5 Intereses

Excelente atención al cliente.

Satisfacer la necesidad de arrendar vivienda.

Brindar seguridad y confiabilidad al arrendatario y arrendador.

Cumplir en el menor tiempo posible con el cliente.

2.9 Cinco Fuerzas de Michael Porter.

Cuadro 2.1 Fuerzas de Porter

COMPETIDORES POTENCIALES

Se tiene amenaza de nuevos competidores que incursionen en el mercado de bienes raíces, la cual es media debido a las barreras de entrada que existen en dicho mercado.

PROVEEDORES

Nuestros proveedores serían aquellas personas que desean alquilar sus viviendas, con los cuales tenemos un poder de negociación medio.

COMPETIDORES DEL SECTOR

La rivalidad sería media ya que a pesar de que existen algunos competidores, cada cual tiene su mercado específico. Servicios Inmobiliarios, Ecuador Propiedades & Asociados, Afabir S.A. Bienes Raíces.

CLIENTE

Nuestros clientes son aquellos estudiantes que vienen de otras provincias y residen o desean residir en Guayaquil, existe un alto grado de dependencia de los canales de distribución, por lo cual existe un poder de negociación medio.

SUSTITUTOS

Los servicios que podrían sustituir al nuestro serían: el periódico, la guía telefónica con sus páginas amarillas, el internet, aunque existe un alto nivel percibido de diferenciación del servicio.

2.10 Marketing Mix

Es un plan estratégico donde se utiliza las cuatro variables controlables, Producto, Precio, Plaza y Promoción, con las cuales se determinará todas las características o beneficios que ofreceremos, el precio óptimo para posicionarse en el mercado teniendo en cuenta la competencia y el costo de oportunidad, los lugares más apropiados para ganar mercado, y la publicidad que se debe hacer para llegar al cliente.

2.10.1 Servicio

El servicio que ofrecemos es el de corretaje de propiedades exclusivamente de alquiler el cual vamos a ofrecer por medio de una base de datos de todas las viviendas es decir apartamentos, casa, cuartos, condominios etc. que se encuentren en la ciudad de Guayaquil disponibles para ser arrendados.

Este servicio será prestado de la siguiente manera en la que muestra una de las principales ventajas competitivas: Para los jóvenes que van a venir a estudiar a la ciudad de Guayaquil y que se encuentren aun viviendo en Manabí y El Oro se ofrecerá el servicio con anticipación para lo cual serán los oficiales de información quienes laborarán en estas provincias y quienes serán supervisados por los agentes de bienes raíces que también ofrecerán el servicio para nuestro mercado objetivo en Guayaquil.

El rol de los oficiales de información es asesorar a los estudiantes del sector más conveniente de acuerdo a la universidad donde van a estudiar, servicio de guía para que se movilicen dentro de la ciudad y principales centros de distracción, así como centros de estudio o investigación (biblioteca municipal, INEC) entre otros lugares de interés para un estudiante.

El servicio también se ofrecerá en una página web de la empresa para lograr llegar a los usuarios con facilidad y rápido acceso, en esta página web se publicará información básica de la agencia, el precio que cobraríamos, el servicio que brindamos, donde nos podrían contactar, una opción donde pueda registrar gratis todos los datos de la propiedad que desea alquilar, ademáslos usuarios podrán inscribirse en ella con su correo electrónico y así enviar un e-mail y ponerse en contacto con uno de nuestros agentes para que este le asesore y le muestre las mejores opciones incluyendo fotos e información detallada de la vivienda.

Nombre:

A&A

Logotipo:

bienes&raices

Asesorías&Alquileres

Slogan:

"Un lugar para VIVIR, será con nosotros, más fácil para TI"

2.10.2 Precio

Según la investigación de mercado realizada el precio aceptado es de \$25 el cual se cobrará únicamente a los estudiantes que decidan adquirir nuestro servicio en las oficinas ubicadas en las provincias de El Oro y Manabí, en lo que se refiere al servicio que brindamos en la ciudad de Guayaquil para los estudiantes que desean cambiarse de vivienda éste será gratuito debido a la competencia existente.

En cuanto a nuestros honorarios por parte del proveedor o dueño del inmueble se le cobrará una comisión equivalente al 100% del primer canon de arrendamiento una vez realizado el contrato entre arrendatario-arrendador.

2.10.3 Plaza

Para iniciar contaremos con tres cómodas oficinas en la provincia del Guayas, El Oro y Manabí.

Según los resultados de las encuestas la mayoría de estudiantes prefieren arrendar vivienda en el norte, por lo que la oficina principal en Guayaquil se ubicará en la ciudadela Kennedy Av. Carlos Luis Plaza Dañín Mz.1 Villa6.

Los puntos de información que se establecerán en la provincia de El Oro y Manabí estarán localizados en la ciudad de Machala y Portoviejo respectivamente porque según estadísticas históricas de registros de estudiantes provinciales éstas son las ciudades de donde más provienen.

Direcciones.

- **Machala:** 9 de Octubre y Junín
- **Portoviejo:** Morales entre Pedro Gual y 9 de Octubr

2.10.4 Promoción

La promoción contiene muchas ramas todo es cuestión de creatividad, disciplina, promoción disciplinada y ganas de superación. Hay que estar constantemente promocionando nuestro servicio. Buscando maneras eficaces y midiendo los resultados para saber desviar nuestros recursos a las que resulten poderosas.
Es tener la paciencia de esperar seis meses o un año para saber si una estrategia funciona o no. Es la sabiduría de que cuando te digan que el anuncio los aburrió, lo cambies solo cuando tu contador lo diga.

Debido al giro de nuestra empresa, el objetivo principal de nuestras promociones es masificar nuestra base de datos, de tal forma que podamos ser conocidos como empresa por la mayor cantidad posible de estudiantes de otras provincias, para que así en el momento en cual ellos requieran de algún servicio inmobiliario, nosotros seamos su primera opción.

- Generalmente cuando un estudiante de otra provincia viene a residir y estudiar en Guayaquil, conoce y mantiene un grupo de amigos que provienen de la misma provincia, el primer paso para atraer a más clientes es ofrecer un *servicio excepcional*, tan excepcional que tus clientes cuenten su experiencia a diez amigos por el trato recibido y esos diez conocen a otros diez.

- Para el proveedor la promoción a ofrecerle es que si el mismo propietario desea arrendar 2 o más departamentos y se comunica con nosotros se realizará un *descuento del 20%* del canon de arrendamiento a uno de ellos.

- Creación de nuestra propia *página web*, no solo nos ayudará a atraer clientes, también escribiremos artículos para los proveedores, demostrando nuestro conocimiento en el área y tratando de persuadirlos para que registren sus inmuebles disponibles.

- *Clasificados en Internet*: es un medio excelente para encontrar clientes y proveedores.

- *Volantes* entregados en universidades de la ciudad de Guayaquil y en tercero bachillerato de los colegios de la provincia de El Oro y Manabí.

- *Charlas* que se planificarán con alumnos del tercero bachillerato de los colegios en Manabí y El Oro para informarles de nuestro servicio de asesoría.

- *Voz a voz:* Todos necesitan un hogar para vivir. Saldremos a las calles en los momentos oportunos para buscar oportunidades para socializar. Visitar clubes de empresarios, negocios, salud, finanzas, etc. En fin socializar todo el tiempo.

- *Clasificados*: económicos y eficaces. Buscaremos en un periódico los anuncios en los que aparezca de forma continuada un mismo agente, ya que si se lo ve mes tras mes, es que funciona su estrategia, publicaremos unos similares

CAPITULO III
ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL

3.1 Visión

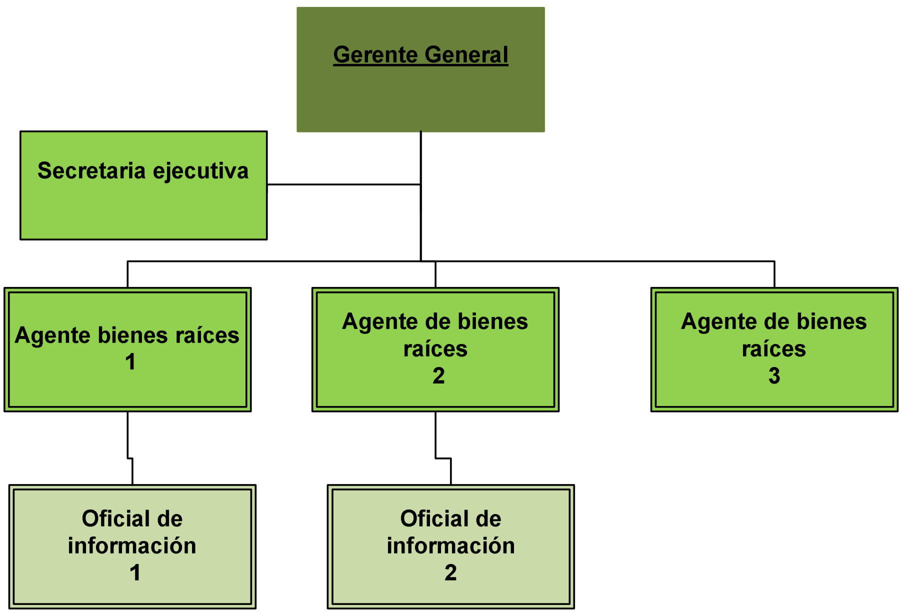
Ser la primera opción de las personas al momento de decidir arrendar una vivienda a nivel nacional, que se distinga por proporcionar calidad de servicio a sus clientes y responsabilidad ante la comunidad en el servicio prestado.

3.2 Misión

Nuestra misión es facilitar el proceso de arrendamiento de vivienda, servicio de mudanza para los estudiantes inmigrantes en otras provincias brindando servicio de asesoría e intermediación con el propietario del inmueble hasta lograr satisfacer al cliente.

3.3 Organigrama

Cuadro 3.1 Organigrama Clásico



Elaborado por los autores

3.4 Análisis FODA

El análisis FODA es una herramienta que permite conformar un esquema de la situación actual de la empresa u organización, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permita en función de ello tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados.

El término FODA es una sigla conformada por las primeras letras de las palabras: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (en inglés SWOT: Strenghts, Weaknesses, Oportunities, Threats). De entre estas cuatro variables, tanto fortalezas como debilidades son internas de la organización, por lo que es posible actuar directamente sobre ellas. En cambio las oportunidades y las amenazas son externas, por lo que en general resulta muy difícil poder modificarlas.

Fortalezas: son las capacidades especiales con que cuenta la empresa, y por los que cuenta con una posición privilegiada frente a la competencia, son recursos que se controlan, capacidades y habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan positivamente, etc.

Oportunidades: son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la empresa, y que permiten obtener ventajas competitivas.

Debilidades: son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia, son recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente, etc.

Amenazas: son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia de la organización.

Fortalezas:

- Un Servicio innovador.
- Fácil Ingreso al mercado.
- Servicio necesario para satisfacer una necesidad.
- Aceptación del servicio por parte del mercado objetivo.
- Disponibilidad de los recursos necesarios para crear e implantar el negocio.
- Facilidad de encontrar el Servicio en lugares donde los clientes lo requieran.
- No se requiere de una fuerte inversión.

Oportunidades:

- En el mercado no existe alguien que preste el Servicio que nosotros ofrecemos.
- Apertura para todas las provincias del Ecuador.
- Alta demanda de clientes con gran aceptación del Servicio.

Debilidades:

- Un nuevo tipo Servicio en el mercado.
- Competencia indirecta por parte de quienes a través de otros medios acaparan parte del mercado.

Amenazas:

- Ingreso de nuevos competidores que incursionen en el mercado.
- Factores económicos, socioeconómicos y leyes que afecten al sistema de arrendamiento.

3.5 Necesidad del Recurso Humano

Todo negocio para alcanzar el éxito de sus objetivos debe contar con la fuerza laboral y predisposición de los empleados para hacerlo. Para esto se establece el organigrama en el cual se indica el cargo y nivel jerárquico que se deberá respetar.

3.5.1 Descripción de cargos y salarios

- **Gerente General**

El gerente general se encargara de realizar las siguientes funciones:

Actividades:

- Contratación de los agentes y oficiales de información.
- Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los agentes y oficiales de información.
- Coordinación y supervisión del trabajo de los agentes
- Crear y firmar los contratos de acuerdo a las expectativas del arrendatario y arrendador.
- Crear y mantener buenas relaciones con los clientes y proveedores para mantener el buen funcionamiento de la empresa.
- Diseñar y determinar la forma en que se deberán contactar los proveedores.
- Capacitar a los oficiales de información y agentes.

- **Secretaria ejecutiva**

Funciones**:**

- Llevar el registro diario de las transacciones que se concreten, con su respectiva fecha, nombres o razón social de ambas partes intervinientes y su número telefónico.

- Registrar los gastos e ingresos diarios en una hoja de cálculo.
- Enviar información a la contadora externa 5 días antes de la declaración de impuestos.
- Coordinar agenda del gerente.
- Recepción de llamadas.

- **Agente de Bienes raíces**

- Acordar entrevistas con los propietarios del inmueble para realizar propuestas y beneficios que les brindamos ya sea vía telefónica o directa.
- Captar la mayor cantidad de viviendas disponibles para arrendar.
- Chequear el diario diariamente y realizar llamadas para ofrecer nuestros servicios.
- Mantener contacto con el oficial de información respectivo diariamente.
- Asesorar a los clientes.
- Enviar la lista de las viviendas disponibles actualizada a los oficiales de información semanalmente.

- **Oficial de información**

El oficial número 1 será quien atenderá en la oficina de El Oro y el 2 en Portoviejo.

- Repartición de volantes.
- Comunicación voz a voz.
- Atención al cliente.
- Tomar apuntes de las características de la vivienda que desea el cliente.
- Brindar la asesoraría respectiva y ser capaz de despejar cualquier inquietud del cliente.

- Enviar vía mail los pedidos a su agente respectivo de la ciudad de Guayaquil diariamente.
- Actualizar la base de datos semanalmente.

- **Contadora externa**

Este cargo será desempeñado por un CPA, inscrito en el Colegio de Contadores del Guayas, sólidos conocimientos de tributación.

- Revisar transacciones realizadas de la compañía con sus respectivos soportes físicos.
- Asesorar la compañía respecto a algún caso en particular.
- Declaración de IVA, IR a tiempo
- Realizar proyecciones si se necesitaren para solicitar un crédito o presentar a algún organismo regulador.
- Elaboración de los Estados Financieros

Elaborado por los autores

3.5.2 Sueldos del personal más beneficios de ley

No de personas	funciones que desempeñan	sueldo por empleado	sueldo mensual	aporte patronal	sueldo anual	13er sueldo	14to sueldo	vacaciones	fondos de reserva	sueldo total anual
1	Gerente general	$ 700.0	$ 700.0	$ 79.450	$ 8400.0	$ 700.0	$ 240.0	$ 350.0	$ 700.0	$ 9690.0
1	Secretaria Ejecutiva	$ 320.0	$ 320.0	$ 36.320	$ 3840.0	$ 320.0	$ 240.0	$ 160.0	$ 320.0	$ 4560.0
3	agentes de bienes raíces	$ 450.0	$ 1350.0	$ 153.225	$ 16200.0	$ 1350.0	$ 720.0	$ 675.0	$ 1350.0	$ 18945.0
2	oficial de información	$ 300.0	$ 600.0	$ 68.10	$ 7200.0	$ 600.0	$ 480.0	$ 300.0	$ 600.0	$ 8580.0
1	contadora externa	$ 200.0	$ 200.0	$ .0	$ 2400.0	$ .0	$ .0	$ .0	$ .0	$ 2400.0
8	**TOTAL:**	**$ 1970.0**	**$ 3170.0**	**$ 337.095**	**$ 38040.0**	**$ 2970.0**	**$ 1680.0**	**$ 1485.0**	**$ 2970.0**	**$ 44175.0**

Elaborado por los autores

3.6 Naturaleza Jurídica

Existe una asociación de corredores de bienes raíces (ACBIR) en diferentes provincias del país, nosotros formaremos parte de la del Guayas.

El sector de bienes raíces esta segmentado en los siguientes subgrupos:

- Compra-venta de predios (urbanos y Rústicos)
- **Alquileres**
- Administración de inmuebles
- Publicidad y promociones
- Avalúos comerciales de inmuebles

Nos estableceremos en el subgrupo de alquileres, cuyos honorarios profesionales según el reglamento son equivalentes al 100% del canon de arrendamiento del primer mes.

Las comisiones están establecidas de acuerdo al país y a la zona en la cual opera la inmobiliaria, pero normalmente no son aplicadas ya que cada empresa establece las suyas.

Fuente: http://www.elpurre.com/dic/inmobiliaria/

3.6.1 Para ser corredor de bienes se requiere:

a) Ser mayor de edad y hallarse habilitado para ejercer el comercio
b) Obtener la licencia de corredor profesional
c) Haber tenido negocio o corretaje de bienes raíces por lo menos durante un año de actividad y obtener el certificado correspondiente del Ministerio de Educación, según el caso
d) Cumplir lo dispuesto en el artículo 77 del Código de Comercio (prestar juramento de desempeñar fiel y legalmente el cargo y rendirán fianza o hipoteca, el presidente designará el monto de ésta según la

importancia de las plazas de comercio donde los corredores deben desempeñar sus funciones)

e) Los demás requisitos contemplados en las diversas leyes.

3.6.2 Deberes y obligaciones del corredor de bienes raíces:

a) Los que se deriven de la relación contractual que pacte por escrito con la persona que ocupe sus servicios;
b) Proporcionar al cliente un asesoramiento integral sobre las ventajas y desventajas del negocio que éste le encomiende.
c) Llevar los registros, archivos, libros y demás documentos exigidos por la ley;
d) Ejercer su profesión de acuerdo con las leyes y el correspondiente Código de Ética del Corredor de Bienes Raíces.
e) Mantener en su sede o principal asiento de sus negocios una oficina abierta al público;
f) Poner el número de su licencia profesional en sus papeles y formularios membretados, publicarlo en sus avisos de prensa y hacerlo constar en todos los actos y contratos que suscriba como corredor.
g) Los demás que se determinen en el reglamento.

3.6.3 Prohibiciones de los corredores de bienes raíces:

a) Intervenir en actos o contratos que, de acuerdo con el Código de Comercio, sean de competencia exclusiva de otros agentes de Comercio, excepto los demás permitidos por la ley

b) Ejercer el corretaje de bienes raíces mientras desempeña cargo o función pública;
c) Vender o prometer en venta bienes raíces en proyecto o en ejecución sin las correspondientes garantías económicas para su terminación por parte promotor;
d) Dar certificaciones que no consten en los asientos de sus registros, ni declarar en juicio, salvo que exista orden de juez competente, para que declare sobre lo que hubieren visto y oído dentro de su negocio; y,
e) Los demás actos o contratos que determine el Código de Ética del Corredor de Bienes Raíces.

Para conformar la compañía es obligatorio tener como representante legal o gerente un corredor profesional de bienes raíces, considerando a éste quien cumpla los siguientes requisitos:

Antes de que el Ministerio de Educación organice y regule la carrera intermedia de Corredor de Bienes Raíces:

a) Las asociaciones provinciales realizarán cursos de capacitación teórica para quienes hubieren tenido negocio o corretaje de bienes raíces por lo menos durante un año de actividad con anterioridad a la vigencia del presente Reglamento.
b) Una vez realizado el curso (duración de 4 meses, precio $1800), se otorgará el respectivo certificado o diploma de participación a quienes hubieren asistido a por lo menos el noventa por ciento de las actividades curriculares.
c) Obtenido el certificado o diploma de participación la asociación provincial legalmente constituida procederá a la calificación de la experiencia y conocimientos del candidato.

En caso de calificación negativa, el candidato podrá apelar de la decisión ante la Federación Nacional.

De así hacerse, la asociación provincial respectiva enviará a la Federación la documentación aportada por el candidato, las pruebas rendidas, las evaluaciones efectuadas y copia de la resolución negativa pertinente a fin de que la Federación Nacional proceda a revisar la decisión y resuelva por los méritos de lo actuado.

a) Las asociaciones comunicarán al Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización y Pesca los nombres de los corredores que hubieren sido calificados, para su registro.
b) Cumplidos estos requisitos, el corredor rendirá ante un Juzgado de lo Civil la caución prevista en el artículo 77 del Código de Comercio y estipulada en el Decreto Ejecutivo No. 709, publicado en el R.O. 177 de 2 de mayo de 1975.
c) Una vez rendida la caución, la asociación provincial le conferirá la licencia de corredor profesional de bienes raíces y con ella se presentará el corredor ante el mismo juzgado en que rindió la caución para prestar el juramento de desempeñar fiel y legalmente sus actividades.
d) Finalmente, el corredor procederá a su inscripción en el Registro Mercantil, de conformidad con las disposiciones de los artículos 23 y 26 del Código de Comercio.

Art.23.- Debe inscribirse en la matricula de comercio del cantón en cuya circunscripción vayan a ejercer su oficio.

Art. 26.- Deberá inscribirse en la matricula de comercio dentro de los próximos 15 días a contarse desde la fecha de la posesión o nombramiento, si no lo hicieren la multa será de 100 dólares en relación con la importancia y cuantía del negocio.

Fuente: Ley de los corredores de bienes raíces y código de comercio ecuatoriano.

3.6.4 Requisitos para ser asociado

a) Haber obtenido capacitación practica por lo menos un año bajo la dirección de un Corredor Profesional, para lo cual deberá presentar una carpeta documentada de las negociaciones realizadas
b) Tener capacidad legal para ejercer el Comercio y no hallarse comprendido en los impedimentos del Art. 66 del Código de Comercio.

   Art. 66. Incapacidad legal:

   1. Hallarse privado o suspenso del ejercicio de los derechos políticos o civiles.
   2. Haber sido declarado en quiebra y no haber obtenido rehabilitación
   3. Hallarse privado o suspenso en el oficio de corredor
   4. Haber sido declarado intruso en el mismo oficio
   5. Haber dejado de cumplir alguna operación concertada en bolsa
   6. Menor de edad que no estuviere legalmente autorizado para administrar sus bienes

c) Gozar de buena reputación y haber cumplido estrictamente las obligaciones civiles, comerciales y tributarias
d) Haber aprobado el Curso Básico para Corredores de Bienes Raíces, establecido por la Asociación.
e) Estar afiliado a la Cámara de Comercio.
f) Probar que tiene en vigencia todos los requisitos, cada dos años para renovar la credencial

g) Carta de presentación de tres asociados, certificando que está en dicha actividad de Bienes Raíces;

El asociado se obliga a respetar La Ley y su Reglamento; El Estatuto; Reglamento Interno y los Acuerdos de la Asamblea General y del Directorio de ACBIR.

3.6.4.1 Socio ACBIR capitulo alquileres

a) Solicitarlo de manera expresa por escrito al Directorio.

b) Haber realizado un mínimo de 20 alquileres probados el último año

<u>Fuente:</u> Reglamento de los corredores de bienes raíces

CAPÍTULO IV
ESTUDIO TÉCNICO

El objetivo del estudio técnico es diseñar como se producirá aquello que se venderá. Si se elige una idea es porque se sabe o se puede investigar el respectivo proceso, o porque alguna actividad gusta de modo especial. En el estudio técnico se define:

- Donde ubicar la empresa, o las instalaciones del proyecto.
- Donde obtener los materiales o materia prima.
- Descripción de las etapas del proceso interno y el proceso para satisfacer al cliente.

En este estudio, se describe que proceso se va a usar, y cuanto costará todo esto, que se necesita para producir y vender. Estos serán los presupuestos de inversión y de gastos.

4.1 Localización

Existen 3 oficinas para brindar este servicio, que estarán ubicada en la ciudad de Guayaquil, Machala y Portoviejo.

Debido al personal y las actividades que se realizarán en cada punto de información, el área de estas oficinas serán las siguientes:

Tabla 4.1 Área de las oficinas

Ciudad	Área
Guayaquil	7m x 6m
Machala	4m x 7m
Portoviejo	4m x 7m

Guayaquil: Ciudadela Kennedy Av. Carlos Luis Plaza Dañín Mz.1 Villa6
Machala: 9 de Octubre y Junín
Portoviejo: Morales entre Pedro Gual y 9 de Octubre

4.2 Descripción del proceso operativo

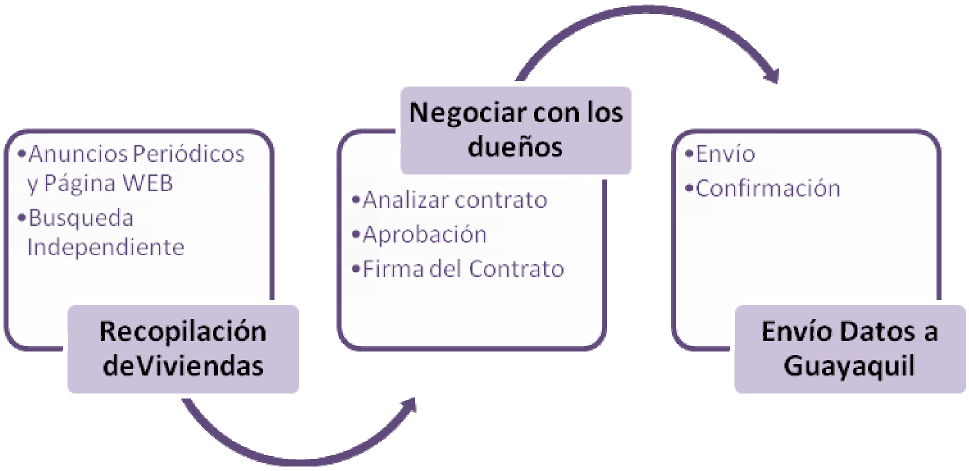
El servicio de nosotros se origina de la necesidad de los estudiantes de encontrar una vivienda para poder realizar sus estudios en la ciudad de Guayaquil.

Una vez que ellos necesitan de este servicio sus padres acudirán a nuestras oficinas en busca de asesoramiento de un lugar seguro y beneficioso para la estadía de su hijo mientras realiza sus estudios e ahí cuando empieza el trabajo de nosotros para asesorarlo de la mejor manera y tratar de cumplir con sus expectativas.

Nuestro plan operativo está diferenciado en algunos procesos, dentro de estos señalamos los siguientes:

4.2.1 Proceso para con los proveedores.

Grafico 4.1 Diagrama de proceso para proveedores



Elaborado por los autores

Búsqueda de Viviendas.- Este subproceso consiste en llenar nuestra base de datos con viviendas posibles de arrendar, este proceso se lo realiza de dos maneras, una es mediante los anuncios de periódicos que nosotros y que las personas interesadas en arrendar realizan, y la otra es una búsqueda independiente por parte de los agentes los cuales recorren sectores específicos buscando viviendas que deseen arrendar.

Negociar con los dueños.- El subproceso de negociar con los dueños de las viviendas a arrendar consiste en establecer ciertas condiciones por mutuo acuerdo en un contrato, las cuales serán analizadas, y una vez aprobadas se procederá a la firma del mismo.

Ingreso a la Base de Datos.- Una vez firmado el contrato con los dueños de casa, se precede a ingresar los datos de dicha vivienda en nuestra base de datos, la cual es compartida al gerente y a todos los agentes.

4.2.2 Proceso para con el cliente.

Grafico 4.2 Diagrama de proceso para clientes

Elaborado por los autores

Cliente Normal.- Este subproceso consiste básicamente en el ingreso del cliente a nuestras oficinas con una necesidad que nosotros trataremos de satisfacer.

Entrevista con el agente.- Una vez que el cliente haya ingresado a nuestras oficinas, un agente se encargará de darle el recibimiento y la atención inicial, como saludarlo, hacerlo pasar y tomar asiento para poder atenderlo.

Obtener Requerimientos del Cliente.- Una vez que se encuentren acomodados el trabajo del agente será obtener las necesidades generales y específicas que requiere el cliente, como sector donde desea residir, número de cuartos, disponibilidad de pago, etc.

Comparación con la Base de Datos.- Una vez obtenidos las necesidades del cliente, será trabajo del agente buscar y comparar dichos requerimientos en nuestra base de datos, para conocer si contamos con alguna vivienda que cubra todas o la mayoría de las exigencias del cliente.

Ofrecer Casas.- Después de comparar los requerimientos del cliente con las casas registradas en nuestra base de datos el agente debe de ofrecer al cliente las opciones que tenemos, ya sea que estas cumplan con todas o algunas de las exigencias del mismo.

Cobranza.- Si el cliente acepta o le agrada alguna de nuestras propuestas, se realizará el cobro correspondiente por el servicio a brindar, el cual estará preestablecido por la administración.

Ofrecer Asesoría.- Luego de realizar el cobro correspondiente, el agente ofrecerá una asesoría que abarcará los siguientes aspectos:

- Sector.- de acuerdo a las necesidades expuestas (Universidad, Disponibilidad de Pago, etc.).
- Alrededores.- supermercados, restaurantes cercanos, etc.
- Transporte.- líneas de transporte que puede utilizar.
- Mudanza.- empresas de confianza de la empresa que puedan ayudarlo a mudarse.

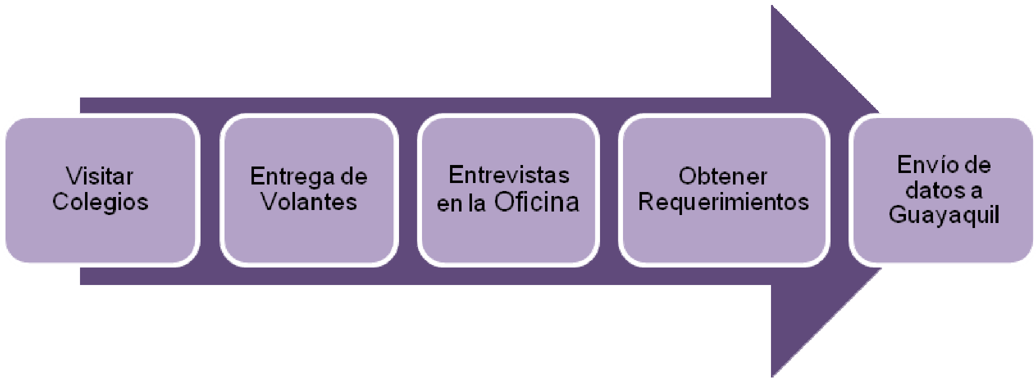
Envío de Fotos.- Después de brindar la asesoría, el cliente tendrá la opción de escoger las opciones que más le agraden, y de estas opciones el agente se encargará de enviar las fotos que tenemos en nuestra base de datos para que el cliente las conozca y pueda ir filtrando su elección final.

Visitar Vivienda.- Luego de la asesoría y de haber conocido la vivienda por fotos, el cliente por medio del agente pactará una entrevista con el propietario, en la vivienda para que así pueda conocerla personalmente, no sólo la casa sino también sus alrededores.

Firma de Contrato.- Luego de haber pasado por el filtro de la asesoría, las fotos y la visita a la vivienda, si el cliente se encuentra totalmente satisfecho con alguna de las opciones propuestas, se procede a la firma del contrato correspondiente.

4.2.3 Proceso para clientes de provincias de El Oro y Manabí.

Grafico 4.3 Diagrama de proceso para estudiantes de las provincias de El Oro y Manabí



Elaborado por los autores

Visitar Colegios.- Este subproceso será desarrollado por los agentes establecidos en cada provincia, el cual consistirá en visitar a los colegios más importantes de Machala y Portoviejo para conocer la cantidad de alumnos de los 6tos cursos, su hora de entrada y su hora de salida, y a la vez se realiza una reunión con el rector o director de cada colegio para pedir los permisos correspondientes para poder visitar todos los 6tos cursos.

Entrega de Volantes.- Una vez que se ha visitado los colegios y se posee los permisos correspondientes para entrar a los cursos, se coordina la entrega de volantes publicitarios de la agencia a todos los 6tos cursos, para así dar a conocer nuestra agencia y su ubicación en cada provincia.

Entrevistas en la Oficina.- Esperando tener una aceptación considerable en cada provincia se procederá a realizar una entrevista con cada cliente que se acerque a nuestras oficinas para poder explicarle las ventajas y beneficios que ofrece nuestro servicio.

Obtener Requerimientos del Cliente.- Luego en la misma entrevista se recopilará todos los requerimientos que el cliente solicite como por ejemplo, número de cuartos, universidad en la que desea estudiar, disponibilidad de pago, etc.

Envío de datos a Guayaquil.- Una vez que se tienen todos los requerimientos del cliente se procede a llenar una ficha con los mismos, la cual será enviada vía mail a las oficinas de Guayaquil, donde se continuará el proceso en el subproceso "Comparación con la Base de Datos".

4.3 Requerimiento de Activos

Tabla 4.2 Lista de activos fijos necesarios

Cant.	Activo
5	computadoras
3	impresoras
7	escritorios
7	sillas tipo secretaria
7	teléfonos
8	sillas de espera
3	medidores de luz
	suministros de oficina
1	dispensador de agua
1	ventilador
1	archivador

4.4 Depreciación

La depreciación y la amortización se refieren al cargo contable periódico que es necesario realizar con el propósito de establecer una reserva que permita reponer el valor de los activos. En rigor, la reserva se constituye de conformidad con la pérdida de valor del equipo a consecuencia de su desgaste y obsolencia. La depreciación se estima conforme a criterios contables o al desgaste real.

De hecho una empresa que no sustituya sus activos fijos al término de su vida fiscal se perjudica de dos formas: por un lado automáticamente empieza a pagar más impuestos al no realizar cargos por depreciación; y por otro su planta productiva cae lentamente en la obsolencia tecnológica, con un perjuicio directo para la empresa.

La ley de Régimen Tributario en el apartado al impuesto sobre la Renta señala expresamente que serán deducibles de impuestos los cargos de depreciación y amortización en los porcentajes que la propia ley establece.

Así se tiene que estos rubros se depreciaron por el método de línea recta, según los años de vida máximo autorizados, según el tipo de rubro.

Para el caso particular de la empresa:

- 10 años para mobiliario y equipo de oficina
- 5 años para gastos pre-operativos: constitución, investigación, permisos, organización.
- 3 años para equipo de computación.

4.5 Reposición de activos en un horizonte de planeación de 5 años

Tabla 4.3 Reposición de activos

cuadro de reposición en un horizonte de planeación de 5 años					
activo	**año 1**	**año 2**	**año 3**	**año 4**	**año 5**
equipo de computación			X		
impresoras			X		

CAPITULO V
ESTUDIO FINANCIERO

Dentro de este capítulo se analizará la factibilidad del servicio, costeando todo lo relacionado a los estudios organizacional, técnico y de mercado, estimación de nuestros ingresos. Son todos los aspectos asentados en dinero, salida y entrada del mismo para calcular el rendimiento, VAN del proyecto. Es el costeo de todo el proceso interno y externo operativo que representa el servicio para llegar hasta el cliente final.

5.1 Inversión del proyecto

La inversión total de un proyecto abarca lo que se refiere a la inversión inicial más el capital de trabajo requerido. En si podríamos definir el dinero necesario para arrancar con el negocio y para cubrir el déficit monetario operacional de los meses del primer año de actividades.

Inversión total= inversión inicial + capital de trabajo	$14764.21

5.1.1 Inversión inicial

Comprende el costo de adquisición de todos los activos fijos que serán necesarios para las oficinas, costos de instalación de los mismos. Además dentro de este rubro ubicamos lo concerniente a la publicidad inicial que realizaremos en los colegios de nuestro mercado objetivo de las provincias de El Oro y Manabí; y en las universidades de Guayaquil, UCSG y ESPOL.

A continuación se detallan los activos necesarios requeridos:

Tabla 5.1 Inversión inicial

Cant.	Activo	Costo unitario	Costo total
5	computadoras	$ 504.0	$ 2520.0
3	impresoras	$ 60.0	$ 180.0
7	escritorios	$ 100.0	$ 700.0
7	sillas tipo secretaria	$ 45.0	$ 315.0
7	teléfonos	$ 18.0	$ 126.0
8	sillas de espera	$ 6.0	$ 48.0
3	medidores de luz	$ 40.0	$ 120.0
	suministros de oficina	$ 80.0	$ 80.0
1	dispensador de agua	$ 50.0	$ 50.0
1	ventilador	$ 18.0	$ 18.0
1	archivador	$ 90.0	$ 90.0
	pagina web		$ 241.0
	publicidad		$ 3000.0
	gastos de constitución		$ 2660.0
total			**$ 10148.0**

Elaborado por los autores

La publicidad se refiere a propagandas en el periódico y TV de canales locales de las provincias (El Oro y Manabí) que realizaremos al iniciar las actividades como medio para darnos a conocer.

5.1.2 Capital trabajo

Es una medida de la capacidad que tiene una empresa para continuar con el normal desarrollo de sus actividades en el corto plazo. Se calcula como el excedente de activos de corto plazo sobre pasivos de corto plazo. Por eso éste forma parte de la inversión inicial ya que como en todo negocio al comienzo hay que inyectarle dinero extra hasta que se establezca bien en el mercado.

El método que utilizamos para el cálculo respectivo es el *déficit máximo acumulado* el cual nos originó un valor de **$ 4616.21** que refleja los gatos del mes de diciembre en el cual nos limitaremos a realizar los contactos con los proveedores para elaborar la base de datos. Las operaciones al público se abrirán en el mes de enero.

Los ingresos estarán dados por los estudiantes de Guayaquil y de las 2 provincias como se muestra en la siguiente tabla, los de Guayaquil se los considera constantes durante todo el año mientras que los de las provincias de Manabí y El Oro serás para los meses de Enero, Febrero, Marzo y Abril que es el inicio del pre-universitario.**(*ver anexo 2*)**

Tabla 5.2 Segmentación de ingresos mensuales para el capital de trabajo

Guayaquil			
viviendas	**ingresos mes**	**ing. Año**	
2	338.94		
3	645.6		
1	338.94		
6	$ 1323.48	$ 15881.76	**ing. Por mes**
ing. Provincias	$ 4256.65	$ 51079.82	$ 12769.96
	total	$ 66961.58	

5.2 Gastos

Es la salida de dinero para cumplir con las obligaciones de la compañía, gastos en los que se incurre cada mes debido al giro del negocio, entre ellos citamos los servicios básicos, alquiler de las oficinas, salarios del personal, clasificados en el diario. Estos pueden ser variables si el monto depende de las unidades disponibles para la venta y fijos si son parte de la operación diaria de la empresa.

En nuestro caso la publicidad será mayor para los meses de diciembre, enero y febrero ya que visitaremos los colegios en las provincias de Manabí y El Oro para promocionar nuestro servicio, dar información de la empresa, entrega de volantes, charlas. (**Ver detalles anexo 3**)

Tabla 5.3 Gastos operativos

rubro	parcial	total por mes	anual
teléfono	$ 70.0	$ 70.0	$ 840.0
luz	$ 37.0		
agua	$ 15.0		
servicios básicos		$ 52.0	$ 624.0
alquileres		$ 830.0	$ 9960.0
internet		$ 85.0	$ 1020.0
movilización		$ 90.0	$ 1080.0
sueldos			$ 44175.0
mantenimiento pag web		$ 5.0	$ 60.0
dominio pagina web			$ 36.0
publicidad		$ 112.0	$ 2982.333
suministros de oficina		$ 30.0	$ 360.0
total		**$ 1204.0**	**$ 60297.333**

Elaborado por los autores

5.3 Depreciación

Es un gasto que se lo realiza contablemente para mostrar que los activos fijos pierden valor con el pasar del tiempo y a pesar de que no es salida de efectivo es útil para la declaración de impuestos ya que disminuye la utilidad. Por esto se debe realizar la depreciación a cada uno de los activos de acuerdo a las normas del servicio de rentas internas en cuanto al porcentaje a depreciar anualmente.

Tabla 5.4 Depreciación de activos fijos

Cant.	activo	costo	vida util	dep. mensual	dep. anual
5	computadoras	$ 2520.0	3	70	840
3	impresoras	$ 180.0	3	5	60
7	escritorios	$ 700.0	10	6	70
7	sillas tipo secretaria	$ 315.0	10	3	32
1	archivador	$ 90	10	1	9
total				$ 84.21	$ 1010.50

5.4 Valor de desecho

Al fin del horizonte de planeación se debe corregir un valor en cuanto a la venta de tus activos a esa fecha, el cual lo determinamos a través del método contable que se detalla a continuación:

Tabla 5.5 Valor de desecho

VALOR DE DESECHO: MÉTODO CONTABLE						
ACTIVOS	VALOR DE COMPRA	VIDA CONTABLE	DEPRECIACIÓN ANUAL	AÑOS DEPRECIANDOSE	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
Mueb y EqOfic	1105.00	10	110.50	5	552.50	552.50
Equio. Comp	2700.00	3	900.00	2	1800.00	900.00
DEPRECIACIÓN ACUMULADA ($)			**2352.50**	**VALOR DE DESECHO**		**1452.50**

Elaborado por los autores

5.5 Demanda estimada

La hemos clasificado en dos partes. Una es determinada por el número de estudiantes de tercero bachillerato de ciertos cantones de la provincia de Manabí y El Oro que desean realizar sus estudios de pregrado en Guayaquil. Y la otra parte corresponde a los estudiantes que ya están en la ciudad y arriendan vivienda. Luego de esto procedimos a segmentar de acuerdo a los porcentajes de aceptación del servicio que resultaron de la investigación de mercado y finalmente el porcentaje de participación que tendremos en el mercado debido a nuestra capacidad instalada y la competencia en la industria.

Tabla 5.6 Estratificación de la demanda

ESTRATIFICACIÓN DEMANDA			
Ciudad	**Manabí**	**El Oro**	**Guayaquil**
población objetivo	8342	5085	8608
Clientes reales Manabí (4.5%)	375		
Clientes reales El Oro (1.4%)		71	
Aceptación (86%)	384		
participación 70%	269		
Arriendan vivienda (75%)			6456
Participación (3%)			194
total clientes por año	463		
total clientes por mes	39		
Número de viviendas por mes			
Comparten con 1 persona (28%)	5		
Comparten con 2 personas (48%)	6		
Comparten con 3 personas (24%)	2		
total viviendas	14		
INGRESOS MENSUALES POR PROVEEDORES			
1 dormitorio ($150)	$ 809.41		
2 dormitorios ($250)	$ 1541.74		
3 dormitorios ($350)	$ 809.41		
TOTAL	$ 3160.56		
INGRESOS MENSUALES POR ESTUDIANTES			
Comparten con 1 persona (28%)	$ 940.94		
Comparten con 2 personas (48%)	$ 1075.36		
Comparten con 3 personas (24%)	$ 403.26		
TOTAL	$ 2419.57		
INGRESO TOTAL MENSUAL	$ 5580.13		
ingresos anuales	$ 66961.58		

5.6 Estructura de financiamiento

Una vez obtenida la inversión total requerida y la posible demanda que cubriremos procedemos a establecer el monto de endeudamiento al que vamos a recurrir, y determinar las políticas o formas que amortizaremos la deuda. El préstamo tiene las siguientes características:

- **Entidad financiera**: Banco del Pichincha

- **Tipo de crédito**: Microcrédito
- **Tasa activa**: 12.05%
- **Deuda**: 50% del total de la inversión

La tabla de amortización de interés y capital se lo detalla en **anexo 4**.

5.7 Punto de equilibrio

Este valor demuestra la cantidad necesaria de vender en un plazo con el fin de cubrir tus costos fijos y operacionales y no obtener ni ganancia ni pérdida alguna.

Tabla 5.7 Punto de equilibrio

PTO. EQUILIBRIO		
Precio promedio	275	
costos fijos	44175	
Costos Variables Unitarios	11.53	
Movilización	1080	1920
Teléfono	840	
Punto de Equilibrio Anual	167.67	
Punto de Equilibrio Mensual	13.97	

Elaborado por los autores

Tabla 5.8 Cantidad de clientes

Cálculo Demanda Anual	Guayaquil	Provincias	
número de clientes	194	269	
28%	27	38	
48%	31	43	
24%	12	16	
Total	70	97	167

Elaborado por los autores

Los costos fijos están representados por los sueldos de los empleados, y el costo variable unitario lo determinamos calculando el costo variable total de teléfono y movilización que son los rubros que varían en función de la demanda dividido para el número de personas que atendemos.

Según el cálculo del punto de equilibrio debemos cerrar contrato como mínimo de 13 viviendas por mes para recuperar los costos.

5.8 Proyección de Ingresos

Los ingresos hemos proyectado que incrementarán de acuerdo a la tasa poblacional estimada por el INEC de 1.5% debido a que esta va acorde con el crecimiento de la población joven que son nuestros clientes potenciales, además la demanda que se satisface no incrementará por participación de nuestra empresa ya que la capacidad instalada para los primeros 5 años será la misma, en este horizonte aún no tenemos plan de expansión a otras provincias. Y para esta tasa de crecimiento aún la podemos satisfacer con nuestra capacidad inicialmente instalada.

5.9 Estado de resultados

También conocido como estado de pérdidas y ganancias, es un estado financiero que muestra los ingresos y gastos contables que registra la empresa durante un período determinado. Para este caso lo hemos proyectado para 5 años próximos consecutivos como lo podremos observar en el anexo 5, las utilidades resultantes son:

Tabla 5.9 Utilidad neta anual proyectada

Año	2011	2012	2013	2014	2015
Utilidad neta	**$2824.85**	**$3888.28**	**$4218.16**	**$4973.39**	**$4877.17**

5.10 Tasa de descuento

Es la tasa representativa a la que se debe descontar el flujo para analizar su factibilidad, ésta representa el riesgo sistemático y no sistemático del mercado en el que incursionaremos.

Además de los costos netos después de impuestos de los componentes individuales el CCPP considera la mezcla de estos componentes dentro de la distribución de financiamiento de la empresa o su estructura de capital.

El cálculo es el siguiente:

$$CCPP = L(K_d)(1-T) + (1-L)(K_e)$$

Donde:

L: estructura de capital, nivel de apalancamiento

K_d: tasa de interés del préstamo

T: tasa corporativa (impuestos)

K_e: tasa mínima exigida del accionista. (CAPM)

$$K_e = r_f + \beta(r_m - r_f)$$

Tabla 5.10 cálculo del Ke

Ke	
Rf	2.47%
B	1.27
Rm	26.98%
RP Ecuador	8.16%
Ke	41.76%

Tabla 5.11 Cálculo del CCPP

CCPP	
Kd	12.05%
T	25.00%
L	50.00%
Ke	41.76%
CCPP	**25.40%**

Elaborado por los autores

Según el método CCPP se debe descontar el flujo a una tasa del 25.40%.

Otra forma de hallar la tasa de descuento apropiada del proyecto es esperar un mínimo rendimiento tal como el de la industria en la cual incursionaremos que sería la de actividades inmobiliarias realizadas a cambio de una retribución o por contrato como la clasifica la superintendencia de compañías y seguros del Ecuador, la cual se encuentra en el 26.98%.

Con esto podemos concluir que el método del CAPM es un buen estimador de la tasa de descuento.

5.11 Flujo de caja

Refleja todas las salidas y entradas de dinero de la compañía durante el año, es decir la liquidez que la empresa maneja. Se lo realiza a partir de los resultados de la utilidad que se obtuvo en el estado de resultados y se le aplica los debidos ajustes correspondientes a depreciación, inversión inicial, valor de desecho, la inversión total inicial, amortización de la deuda. (**ver anexo 5)**

5.12 PAYBACK

Tabla 5.12Método Payback

PAYBACK				
PERIODO	inversión inicial	FLUJO DE CAJA	flujo de caja acumulado	recuperación de la inversión
0	**-14.764.21**	**0.00**	**0.00**	**0.00**
1		354.04	354.04	-14.410.16
2		997.98	1.352.02	-13.412.19
3		3.338.66	4.690.68	-10.073.53
4		5.983.89	10.674.57	-4.089.64
5		10.503.88	21.178.45	6.414.24

Este método es útil para conocer el plazo en el cual recuperamos la inversión realizada al inicio de las actividades. En el caso de nuestro proyecto la recuperamos en el quinto año.

5.13 Valor actual neto (VAN) y Tasa interna de retorno (TIR)

Son índices de evaluación de la factibilidad y viabilidad de un proyecto. Los criterios para decidir si se realiza o no el proyecto son los siguientes:

VAN >= 0	El proyecto es viable, se debe poner en práctica. Caso contrario no.
TIR>=TMAR	

Analizando los resultados del proyecto con un horizonte de planeación de 5 años, este presenta un VAN de:

Tabla 5.13 VAN y TIR del proyecto

TMAR	25.40%
VAN	1035.83
TIR	29.66%

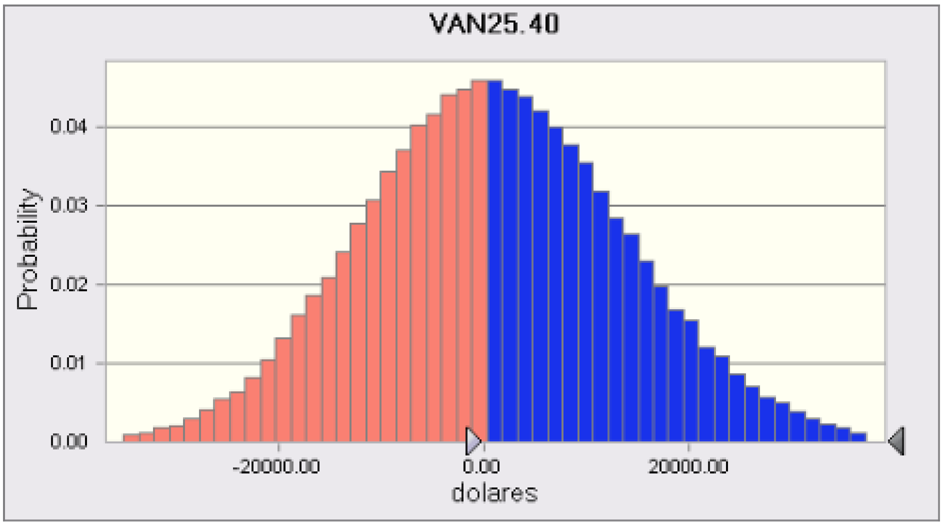
TMAR	26.98%
VAN	629.79
TIR	29.66%

Siguiendo el criterio de VAN y TIR podemos concluir que el proyecto es viable y es recomendable invertir en este sector ya que rinde una TIR superior a la TMAR y un VAN positivo.

5.14 Análisis de sensibilidad y Análisis de Escenario

5.14.1 Análisis de sensibilidad

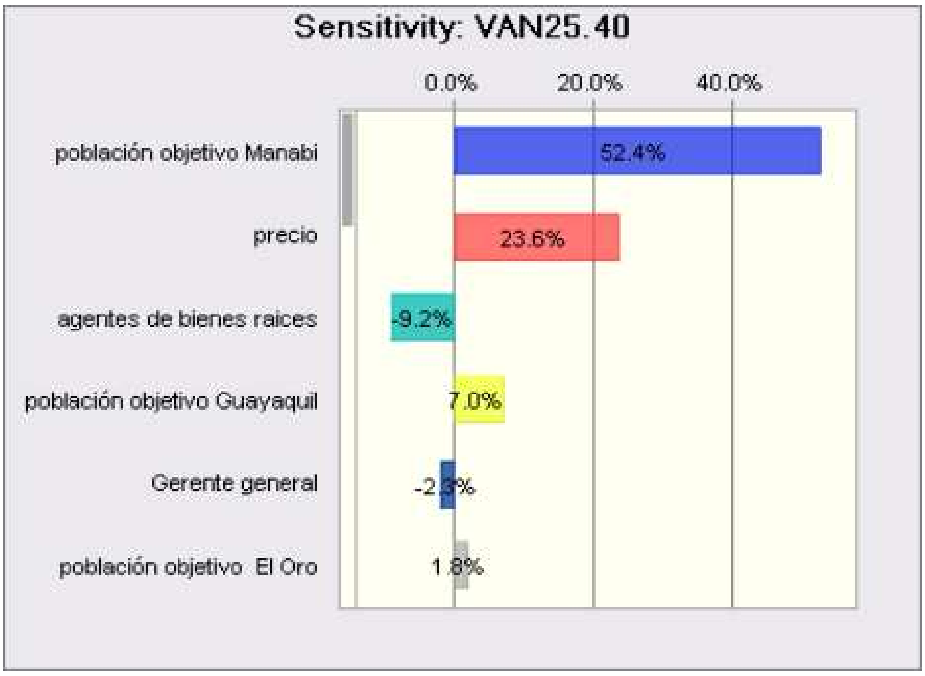
Gráfico 5.1 Riesgo del proyecto



Elaborado por los autores

Según el gráfico luego de realizar la simulación correspondiente podemos notar que hay el 47.43% de probabilidad que el VAN sea negativo, es decir existe una posibilidad casi igual de ganar y perder por esto la rentabilidad exigida del accionista es del 41.76% como se determinó con el método CAPM, esto también se ve reflejado en la TMAR del proyecto.

Gráfico 5.2 Sensibilidad del VAN respecto a las variables



Elaborado por los autores

Según el análisis de sensibilidad podemos notar que el VAN es bastante sensible a la población de las provincias, es decir a la participación y captación que tenemos en estos lugares, esto nos da pauta a concluir que la publicidad debe ser fuerte y convincente para esta población.

Como segundo factor importante encontramos el precio con un 23.6% de influencia sobre el VAN.

5.14.2 Análisis de escenarios

Tabla 5.14 Flujo de caja en escenario optimista

Si la participación aumenta en 5% en las provincias y 1% en Guayaquil

Estado de Resultado y Flujo de Caja

		AÑOS					
		2010	2011	2012	2013	2014	2015
E	(+) Ventas		$ 75.904.06	$ 77042.620	$ 78198.259	$ 79371.233	$ 80561.802
S	**GASTOS OPERACIONALES**		**61474.43**	**61547.96**	**62618.60**	**62694.36**	**63866.85**
T	(-) Gastos Administrativos		44175.00	44175.00	44175.00	44175.00	44175.00
A	(-) Aporte patronal		337.10	337.10	337.10	337.10	337.10
D	(-) Gastos de Servicios Básicos		624.00	624.00	624.00	624.00	624.00
	(-) Gasto en teléfono		840.00	852.60	865.39	878.37	891.55
	(-) Gastos de movilización		1080.00	1096.20	1112.64	1129.33	1146.27
D	(-) Gastos de alquiler		9960.00	9960.00	10956.00	10956.00	12051.60
E	(-) Gastos de Publicidad		2982.33	3027.07	3072.47	3118.56	3165.34
	(-) Gastos Varios(suministrs, pag web)		1476.00	1476.00	1476.00	1476.00	1476.00
R	**DEPRECIACIONES**		**1010.50**	**1010.50**	**1010.50**	**1010.50**	**1010.50**
E	(-) Dep.muebles y Eq. De Oficina		110.50	110.50	110.50	110.50	110.50
S	(-) Dep. Equipo de Computación		900.00	900.00	900.00	900.00	900.00
U	**(=) UTILIDAD OPERATIVA($)**		**13419.13**	**14484.16**	**14569.16**	**15666.37**	**15684.45**
L	**GASTOS NO OPERATIVOS**		**889.54**	**470.05**	**0.00**	**0.00**	**0.00**
T	(-) Gastos Por Interés		889.54	470.05	0.00	0.00	0.00
A	**(=)UTILIDAD DESPUES DE INTERESES**		**12529.59**	**14014.11**	**14569.16**	**15666.37**	**15684.45**
D	(-)15%particip. Trabajadores		1879.44	2102.12	2185.37	2349.96	2352.67
O	**(=) UTILID. ANTES IMPUESTOS**		**10650.15**	**11911.99**	**12383.78**	**13316.42**	**13331.78**
FLUJO DE CAJA	(-) Impuestos (25%)		2662.54	2978.00	3095.95	3329.10	3332.95
	(=)UTILIDAD NETA		**9867.05**	**11036.11**	**11473.21**	**12337.27**	**12351.50**
	(+) Depreciación		1010.50	1010.50	1010.50	1010.50	1010.50
	(-) Amortización		3481.30	3900.80	0.00	0.00	0.00
	(-) Inversión Inicial	-10148.00					
	(-) reposición de eq. Computación				-1890.00		
	(-)(+) Capital de trabajo	-4616.21					4616.21
	(+) Préstamo	7382.10					
	(+) Valor de Desecho						1452.50
	(=) FLUJO DE CAJA ($)	**-$ 7.382.10**	**$ 7.396.25**	**$ 8.145.81**	**$ 10.593.71**	**$ 13.347.77**	**$ 17.978.21**

TMAR	**25.40%**		**TMAR**	**26.98%**
VAN	20265.52		**VAN**	19248.86
TIR	113.58%		**TIR**	113.58%

Tabla 5.15 Flujo de caja en escenario pesimista

Si la participación disminuye en 3% en las provincias y 0.5% en Guayaquil

Estado de Resultado y Flujo de Caja

		AÑOS					
		2010	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**
E	(+) Ventas		$ 62.125.49	$ 63057.368	$ 64003.228	$ 64963.276	$ 65937.726
S	**GASTOS OPERACIONALES**		**61474.43**	**61547.96**	**62618.60**	**62694.36**	**63866.85**
T	(-) Gastos Administrativos		44175.00	44175.00	44175.00	44175.00	44175.00
A	(-) Aporte patronal		337.10	337.10	337.10	337.10	337.10
D	(-) Gastos de Servicios Básicos		624.00	624.00	624.00	624.00	624.00
	(-) Gasto en teléfono		840.00	852.60	865.39	878.37	891.55
	(-) Gastos de movilización		1080.00	1096.20	1112.64	1129.33	1146.27
D	(-) Gastos de alquiler		9960.00	9960.00	10956.00	10956.00	12051.60
E	(-) Gastos de Publicidad		2982.33	3027.07	3072.47	3118.56	3165.34
	(-) Gastos Varios(suministrs, pagweb)		1476.00	1476.00	1476.00	1476.00	1476.00
R	**DEPRECIACIONES**		**1010.50**	**1010.50**	**1010.50**	**1010.50**	**1010.50**
E	(-) Dep.muebles y Eq. De Oficina		110.50	110.50	110.50	110.50	110.50
S	(-) Dep. Equipo de Computación		900.00	900.00	900.00	900.00	900.00
U	**(=) UTILIDAD OPERATIVA($)**		**-359.44**	**498.90**	**374.13**	**1258.42**	**1060.37**
L	**GASTOS NO OPERATIVOS**		**889.54**	**470.05**	**0.00**	**0.00**	**0.00**
T	(-) Gastos Por Interés		889.54	470.05	0.00	0.00	0.00
A	**(=)UTILIDAD DESPUES DE INTERESES**		**-1248.99**	**28.86**	**374.13**	**1258.42**	**1060.37**
D	(-)15%particip. Trabajadores		0.00	4.33	56.12	188.76	159.06
O	**(=) UTILID. ANTES IMPUESTOS**		**-1248.99**	**24.53**	**318.01**	**1069.65**	**901.32**
FLUJO DE CAJA	(-) Impuestos (25%)		0.00	6.13	79.50	267.41	225.33
	(=)UTILIDAD NETA		**-1248.99**	**22.73**	**294.62**	**991.00**	**835.04**
	(+) Depreciación		1010.50	1010.50	1010.50	1010.50	1010.50
	(-) Amortización		3481.30	3900.80	0.00	0.00	0.00
	(-) Inversión Inicial	-10148.00					
	(-) reposición de eq. Computación				-1890.00		
	(-)(+) Capital de trabajo	-4616.21					4616.21
	(+) Préstamo	7382.10					
	(+) Valor de Desecho						1452.50
	(=) FLUJO DE CAJA ($)	**-$ 7.382.10**	**-$ 3.719.79**	**-$ 2.867.58**	**-$ 584.88**	**$ 2.001.50**	**$ 6.461.75**

TMAR	**25.40%**	**TMAR**	**26.98%**
VAN	-9575.25	**VAN**	-9648.42
TIR	-12.83%	**TIR**	-12.83%

CONCLUSIONES

- La implementación del proyecto según los estudios y análisis realizados si es factible ya que en el estudio financiero se pudo determinar que el proyecto presenta una TIR de 29.66% la cual es superior a la TMAR (Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento) de 25.40% y un VAN de $1035.83.

- Por otra parte se pudo concluir que la cantidad de estudiantes que provienen de las provincias analizadas (El Oro y Manabí) aumenta año a año, lo cual influiría directamente en los ingresos y en la estabilidad de la empresa a largo plazo.

- Según el análisis de sensibilidad realizado el proyecto demuestra que es altamente sensible al comportamiento de la población objetivo de Manabí, lo que significa que hay que mantener un control constante sobre dicha variable.

- Después de realizar la investigación de mercado correspondiente se pudo determinar que en Guayaquil únicamente se le cobrará el primer canon de arrendamiento a los dueños de las casas y en las provincias se les cobrará a los estudiantes un monto de $25.

- El proyecto reflejó 52.57% de probabilidad de presentar un VAN positivo, lo que quiere decir que el proyecto presenta casi la misma probabilidad de éxito como de fracaso debido a su alta sensibilidad por la población.

- En el sector de bienes raíces el medio más utilizado para conseguir viviendas es el periódico.

- El periodo de recuperación de la inversión es en el año 5, debido a que los costos fijos y operacionales son altos.

- Se pudo concluir que la rotación de nuestros clientes se da aproximadamente en un lapso mayor a un año y menor a dos años.

RECOMENDACIONES

- Se debe hacer el esfuerzo por contratar un personal humano capaz y sacrificado por las causas de la empresa, el cual debe de trabajar honestamente siendo correctamente incentivados.

- Se debe de ser paciente en cuanto a la rentabilidad del proyecto ya que si bien es cierto no es muy alta y tarda 5 años en recuperar la inversión, las proyecciones de ingresos debido al aumento de los estudiantes que vienen de otras provincias son muy positivas.

- Se recomienda que tomando en cuenta la alta sensibilidad que muestra el proyecto por la población objetivo de Manabí, se realice estrategias especiales enfocadas a trabajar dicho mercado, como realizar campañas publicitarias que ayuden a manejar ese riesgo que muestra la alta sensibilidad a favor de la empresa.

- Se podría ir adelantando estudios para comprobar la factibilidad de aplicación del proyecto en otras provincias, para de esta forma captar más mercado a nivel nacional.

BIBLIOGRAFÍA

- www.vistazo.com/webpages/pais/?id=7926 (año 2009)
- www.espol.edu.ec
- www.educacion.gov.ec
- reportes.educacion.gov.ec/ReportServer/Pages/ReportViewer.aspx?/reportes20072008/aluxnivel&rs:Command=Render
- *www.monografias.com/.../Image27851.gif*
- Ley de los corredores de bienes raíces y código de comercio ecuatoriano
- Reglamento de los corredores de bienes raíces
- www.indexmundi.com/g/g.aspx?c=ec&v=24&l=es
- wwwp2.pichincha.com/web/temas.php?ID=82
- finance.yahoo.com/bonds/composite_bond_rates
- espanol.finance.yahoo.com/q/ks?s=CSGP
- www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=riesgo_pai
- Departamento de planificación estudiantil universidad de Guayquil
- Departamento de cómputo de UCSG
- Biblioteca INEC
- Código de comercio
- acbir.org/
- www.supercias.gov.ec/paginas_htm/societario/indicadores.htm
- www.google.com
- Wikipedia

ANEXOS

Anexo 1. Formato de la encuesta

ENCUESTA

Saludos, Somos estudiantes de la ESPOL y la siguiente encuesta está enfocada a estudiantes universitarios de otras provincias que residan en Guayaquil o deseen hacerlo, si no es este su caso, agradecemos la atención brindada.

1. Provincia: El Oro _____ Manabí ____ Otras______

Si actualmente estas en tercero bachillerato, contesta la pregunta 4 y 5

2. ¿En qué sector de la ciudad vives?

Norte ________ centro _________ sur _______

3. Vives con algún familiar, quien tiene casa propia?

Si ______ no ____

Si tu respuesta es afirmativa, finaliza la encuesta.

4. ¿Qué medios utilizas o utilizarías para arrendar casa?

Periódico_____ agencias inmobiliarias_____ internet ______

Tu propia cuenta _____ amigos ______ otros______

5. En que universidad estudias o desearías hacerlo?

ESPOL _____ Estatal ______ Católica ______ Otra ____

Si eres estudiante de tercero bachillerato pasa a la pregunta 14

6. ¿Cuántos dormitorios hay en tu vivienda?

1 dormitorio _____ 2 dormitorios _____ 3 dormitorios ______

7. ¿Con cuántas personas vives?

1 persona ______ 2 personas ________ 3 personas_______

8. Como catalogarías el nivel de dificultad del proceso de arrendamiento que tuviste

Fácil ____ tedioso______ complicado o difícil_______

9. Tiempo promedio que dura el proceso de arrendamiento

15 días _____ 1 mes _____ más de 1 mes _____

10. Desearías cambiarte de domicilio cuando termine tu contrato actual?

Si _____ no ______

11. Si es que se has cambiado de casa con que periodicidad lo has hecho

Menos de 1 año____ mayor a un año____ mayor a 2 años____

12. ¿Cuál fue el costo que incurriste hasta arrendar tu vivienda?

$25-30 _____ $30-35 _____ $35-40_____

13. Establece un orden de importancia a los siguientes factores al momento de arrendar casa, siendo 1: muy importante, 2: importante, 3: indiferente, 4: poco importante, 5: nada importante

Sector (Norte, Sur, Centro) _____

Precio____

Estructura Interna______

Entorno social (Locales Comerciales alrededor) ____

Cercanía a la u____

Cerca a la principal____

Seguridad_____

Formas de pago (meses de depósito y anticipo)____

Otros_____

14. Si existiera una empresa que te ofrezca un servicio de asesoría que facilite su proceso de arrendamiento y te ahorre costos de movilización y tiempo, a través de un punto de información ubicado en tu provincia, estarías dispuesto a adquirirlo

Si____ no____

15. Cuanto estarías dispuesto a pagar por ese servicio

$25-30 _____ $30-35 _____ $35-40_____

16. ¿Por cuales medios te gustaría conocer nuestra empresa y sus beneficios?

Prensa escrita _____ radio ______ Volantes_____

Anexo 2. Capital de trabajo

Detalle	diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ingreso Guayaquil		1323.48	1323.48	1323.48	1323.48	1323.48	1323.48	1323.48	1323.48	1323.48	1323.48	1323.48	1323.48
Ingreso provincias		12769.96	12769.96	12769.96	12769.96	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
ingreso total		14093.44	14093.44	14093.44	14093.44	1323.48	1323.48	1323.48	1323.48	1323.48	1323.48	1323.48	1323.48
Egreso Mensual	4616.21	5384.54	4458.21	4458.21	4458.21	4458.21	4683.21	4458.21	4458.21	4458.21	4458.21	4458.21	4494.21
Saldo Mensual	-4616	8708.89	9635.23	9635.23	9635.23	-3134.73	-3359.73	-3134.73	-3134.73	-3134.73	-3134.73	-3134.73	-3170.73
Saldo Acumulado	**-$ 4616.21**	**$ 4092.69**	**$ 13727.91**	**$ 23363.14**	**$ 32998.37**	**$ 29863.64**	**$ 26503.91**	**$ 23369.18**	**$ 20234.45**	**$ 17099.72**	**$ 13965.**	**$ 10830.27**	**$ 7659.54**

Detalle de egresos	**Diciemb.**	**Enero**	**Febrero**	**Marzo**	**Abril**	**Mayo**	**Junio**	**Julio**	**Agosto**	**Septi.**	**Octub.**	**Nov.**	**Dic.**
sueldos y salarios	3170	3170	3170	3170	3170	3170	3170	3170	3170	3170	3170	3170	3170
servicios básicos	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52
alquiler	830	830	830	830	830	830	830	830	830	830	830	830	830
internet	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
movilización		528	90	90	90	90	315	90	90	90	90	90	90
Charlas Provincias		600											
mantenimiento pag web	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
dominio pagina web													36
publicidad	360		112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
suministros de oficina	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
depreciación	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84
total	$ 4616.21	$ 5384.54	$ 4458.21	$ 4458.21	$ 4458.21	$ 4458.21	$ 4683.21	$ 4458.21	$ 4458.21	$ 4458.21	$ 4458.21	$ 4458.21	$ 4494.21

Anexo 3. Gastos

Desglose de rubros de gastos por oficina

CIUDAD	alquiler	teléfono	agua	luz	internet	movilización
Guayaquil	330	50	5	25	35	90
El Oro	250	10	5	6	25	
Manabí	250	10	5	6	25	

Publicidad por inicio de año

inicio de año	*publicidad*	*movilización*	*entrega*	*Charla*
El Oro	150	203		300
Manabí	150	250		300
Guayaquil	60	75	150	
total	$ 360.	$ 528.33	$ 150.	$ 600.

Anexo 4. Tabla de amortización de la deuda

TABLA DE AMORTIZACIÓN : PRESTAMO				
TASA DE INTERÉS BANCARIA :				12.05
PERIODO	PAGO	AMORTIZACION	INTERÉS	SALDO INSOLUTO
0	0.00	0.00	0.00	7382.10
1	4370.85	3481.30	889.54	3900.80
2	4370.85	3900.80	470.05	0.00
pago mensual	$ 364.24			

Anexo 5. Flujo de caja y estado de resultado

Estado de Resultado y Flujo de Caja

	AÑOS					
	2010	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**
(+) Ventas		$ 66.961.58	$ 67966.004	$ 68985.494	$ 70020.277	$ 71070.581
GASTOS OPERACIONALES		**61474.43**	**61547.96**	**62618.60**	**62694.36**	**63866.85**
(-) Gastos Administrativos		44175.00	44175.00	44175.00	44175.00	44175.00
(-) Aporte patronal		337.10	337.10	337.10	337.10	337.10
(-) Gastos de Servicios Básicos		624.00	624.00	624.00	624.00	624.00
(-) Gasto en teléfono		840.00	852.60	865.39	878.37	891.55
(-) Gastos de movilización		1080.00	1096.20	1112.64	1129.33	1146.27
(-) Gastos de alquiler		9960.00	9960.00	10956.00	10956.00	12051.60
(-) Gastos de Publicidad		2982.33	3027.07	3072.47	3118.56	3165.34
(-) Gastos Varios(suministros, pag web)		1476.00	1476.00	1476.00	1476.00	1476.00
DEPRECIACIONES		**1010.50**	**1010.50**	**1010.50**	**1010.50**	**1010.50**
(-) Dep.muebles y Eq. De Oficina		110.50	110.50	110.50	110.50	110.50
(-) Dep. Equipo de Computación		900.00	900.00	900.00	900.00	900.00
(=) UTILIDAD OPERATIVA($)		**4476.65**	**5407.54**	**5356.39**	**6315.42**	**6193.23**
GASTOS NO OPERATIVOS		**889.54**	**470.05**	**0.00**	**0.00**	**0.00**
(-) Gastos Por Interés		889.54	470.05	0.00	0.00	0.00
(=)UTILIDAD DESPUES DE INTERESES		**3587.11**	**4937.49**	**5356.39**	**6315.42**	**6193.23**
(-)15%particip. Trabajadores		538.07	740.62	803.46	947.31	928.98
(=) UTILID. ANTES IMPUESTOS		**3049.04**	**4196.87**	**4552.93**	**5368.10**	**5264.24**
(-) Impuestos (25%)		762.26	1049.22	1138.23	1342.03	1316.06
(=)UTILIDAD NETA		**2824.85**	**3888.28**	**4218.16**	**4973.39**	**4877.17**
(+) Depreciación		1010.50	1010.50	1010.50	1010.50	1010.50
(-) Amortización		3481.30	3900.80	0.00	0.00	0.00
(-) Inversión Inicial	-10148.00					
(-) reposición de eq. Computación				-1890.00		
(-)(+) Capital de trabajo	-4616.21					4616.21
(+) Préstamo	7382.10					
(+) Valor de Desecho						1452.50
(=) FLUJO DE CAJA ($)	**-$ 7.382.10**	**$ 354.04**	**$ 997.98**	**$ 3.338.66**	**$ 5.983.89**	**$ 10.503.88**

TMAR	**25.40%**	**TMAR**	**26.98%**
VAN	1035.83	**VAN**	629.79
TIR	29.66%	**TIR**	29.66%