





# **CAPÍTULO I**

# **INTRODUCCIÓN**

# INTRODUCCIÓN



- **Migración de jóvenes** estudiantes a la ciudad de Guayaquil
- El proyecto se fundamenta en satisfacer las necesidades de los estudiantes de las provincias de El Oro y Manabí que desean realizar sus estudios universitarios en la ciudad de Guayaquil, mediante un **servicio de asesoramiento** para su estadía



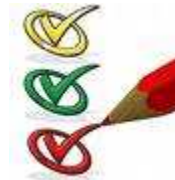
# Antecedentes

- Desarrollo de Guayaquil



- Calificación de las Universidades

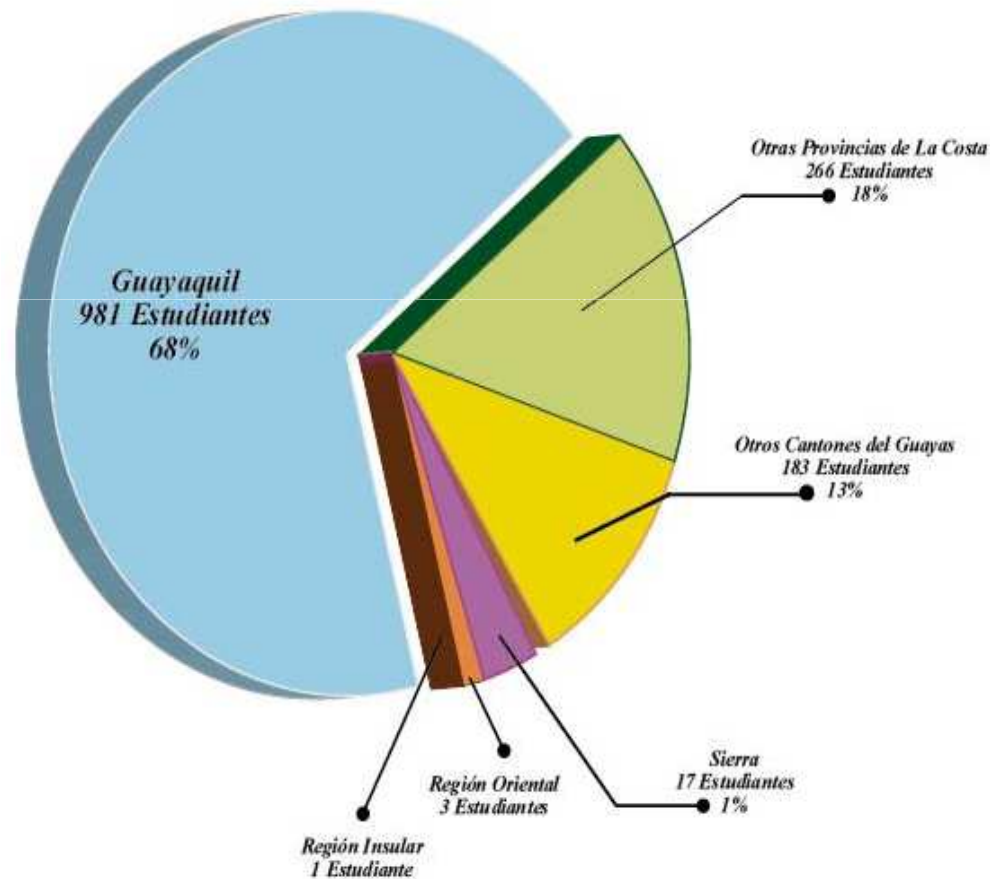
CONEA (Consejo Nacional de Evaluación y Acreditación de la Educación Superior) 2009



# Referencia



## ESPOL



<b>UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL</b>	
<b>Estudiantes registrados</b>	
<b>PROVINCIAS</b>	<b>2009</b>
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
<b>TOTAL</b>	<b>75141</b>

Ingreso 2009 - Por Regiones

# Problemas del Mercado

- Mal Servicio



- Desperdicio de Tiempo



- Pérdida de Dinero



- Falta de optimización y modernización de los procesos



- Abandonan el proceso



# Oportunidades

- Existen necesidades a cubrir
- Tenemos ventajas competitivas y una diferenciación de servicio
- No es un mercado saturado
- No existen competidores fuertes
- Barrera de entrada baja
- Poca inversión



# Características del servicio

- Asesoría de bienes raíces (Puntos de información en Machala y Portoviejo)



- Servicio personalizado



- Comunicación vía e-mail



- Brindaremos comodidad, ahorro de tiempo y dinero, facilidad para ambas partes (arrendador y arrendatario)





# Alcance

- Mercado.- El Negocio de Bienes raíces posee un gran alcance (Ingreso Económico, no todos tienen casa propia)



- Empresa.- En un futuro expandirnos a provincias mayormente concurridas (Pichincha, Azuay)



# Objetivo General

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



# 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.





# **CAPÍTULO II**

## **INVESTIGACIÓN DE MERCADO Y MARKETING MIX**

# Objetivo General

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



# 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



# Definición de la población objetivo

- Estudiantes **universitarios** de otras provincias que actualmente residan en Guayaquil



- Estudiantes del último año de **secundaria** de las provincias de El Oro y Manabí



# Provincias

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



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





# Guayaquil



<b>UNIVERSIDAD CATÓLICA</b>		
<b>Estudiantes registrados</b>		
<b>PROVINCIA</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>
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
<b>TOTAL</b>	<b>2067</b>	<b>2471</b>

<b>ESPOL</b>		
<b>Estudiantes registrados</b>		
<b>PROVINCIA</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>
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
<b>TOTAL</b>	<b>2497</b>	<b>2083</b>

<b>UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL</b>		
<b>Estudiantes registrados</b>		
<b>PROVINCIA</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>
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
<b>TOTAL</b>	<b>2433</b>	<b>4054</b>

- Metodología.- realización de **encuestas** de preguntas cerradas a la población objetivo



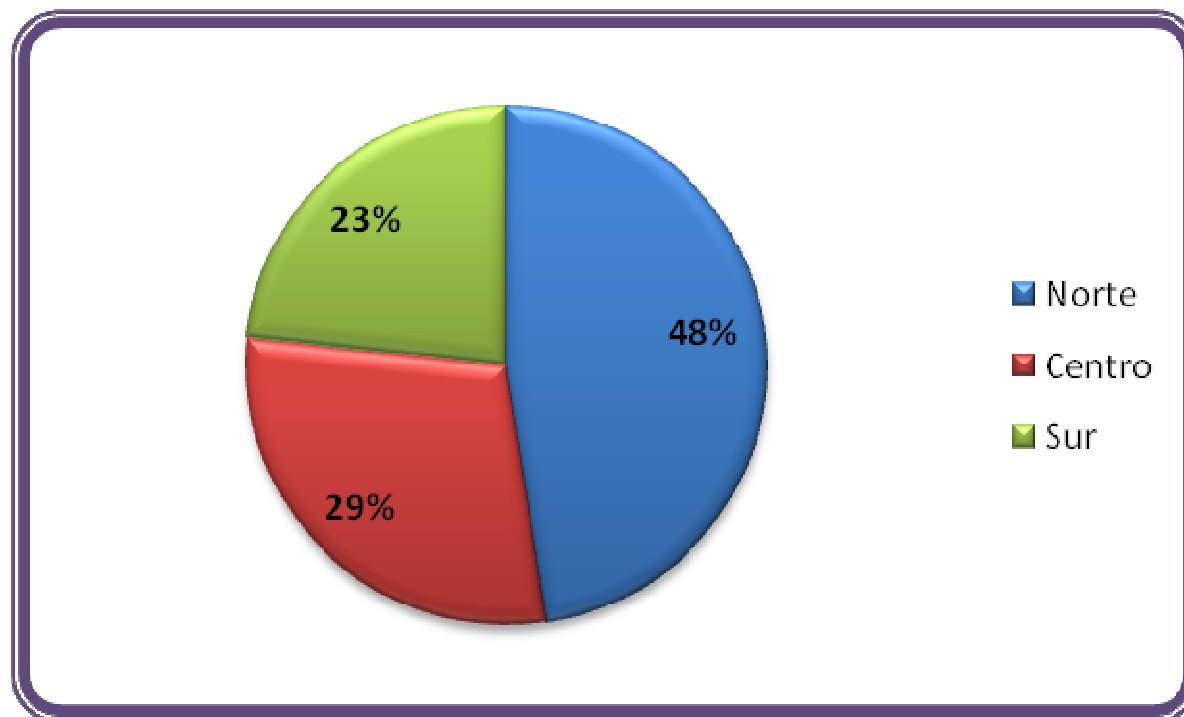
- Definición de la Muestra.-

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

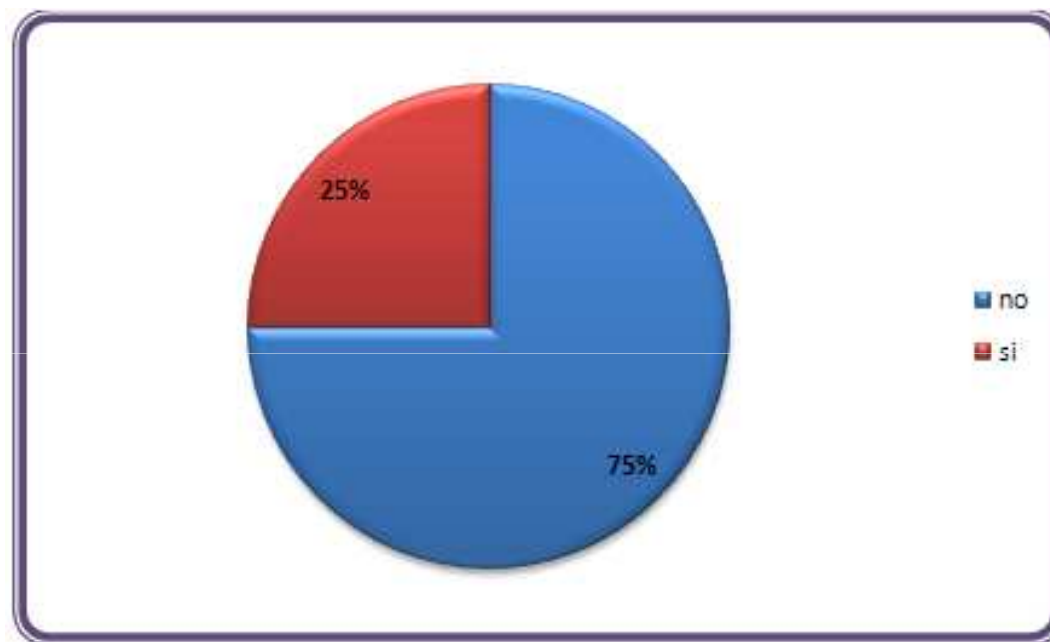


$$n = 318 \text{ personas}$$

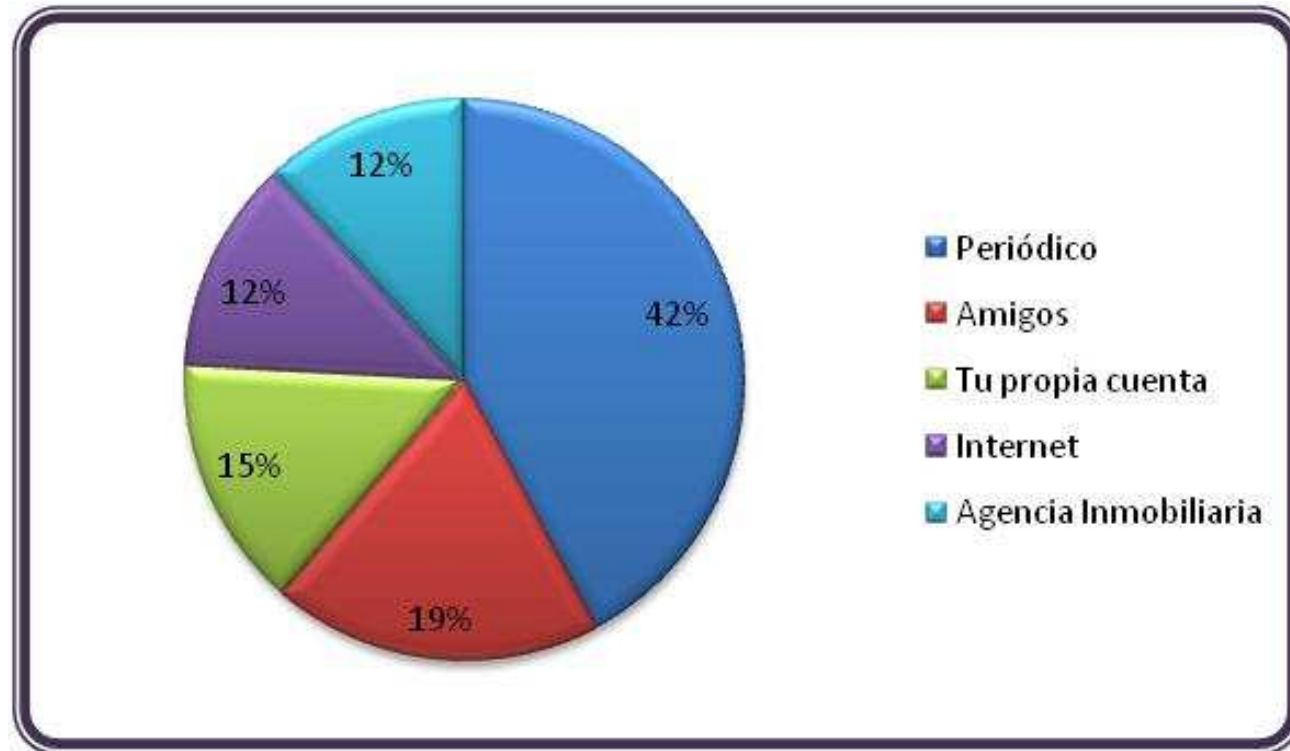
- Sector donde actualmente viven



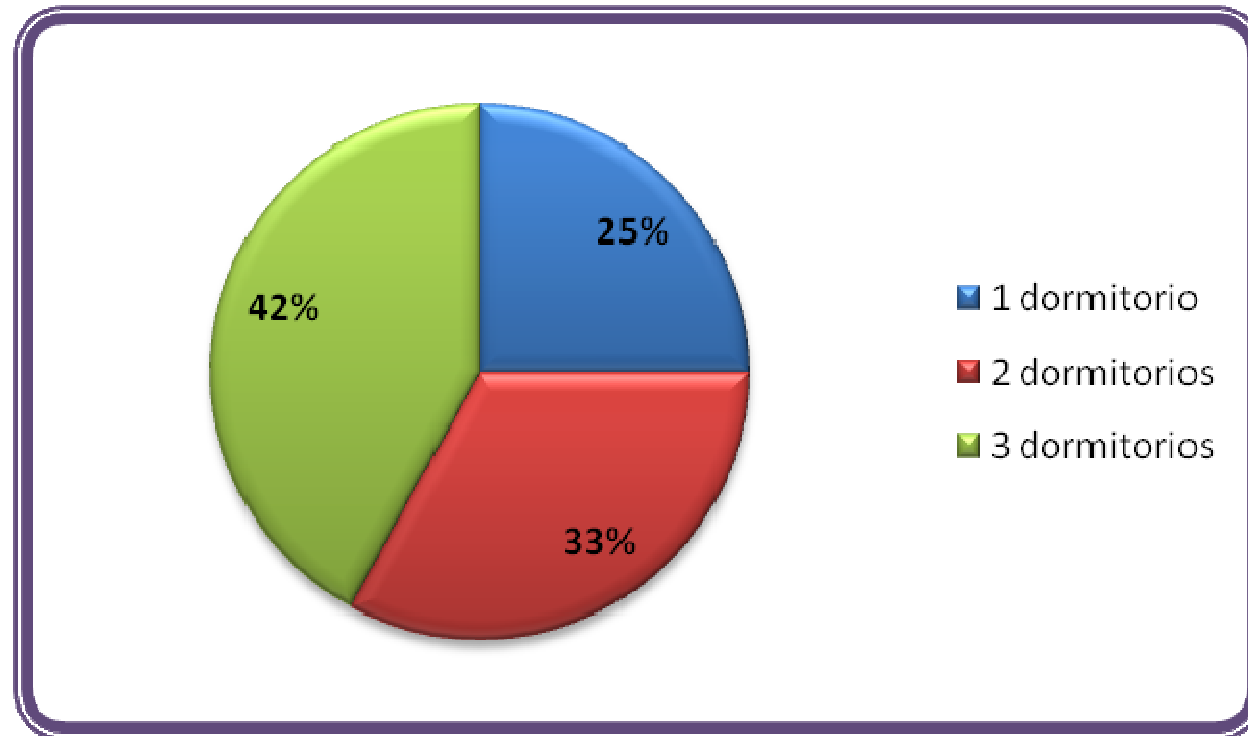
- Estudiantes que tienen familiares donde pueden vivir durante sus estudios



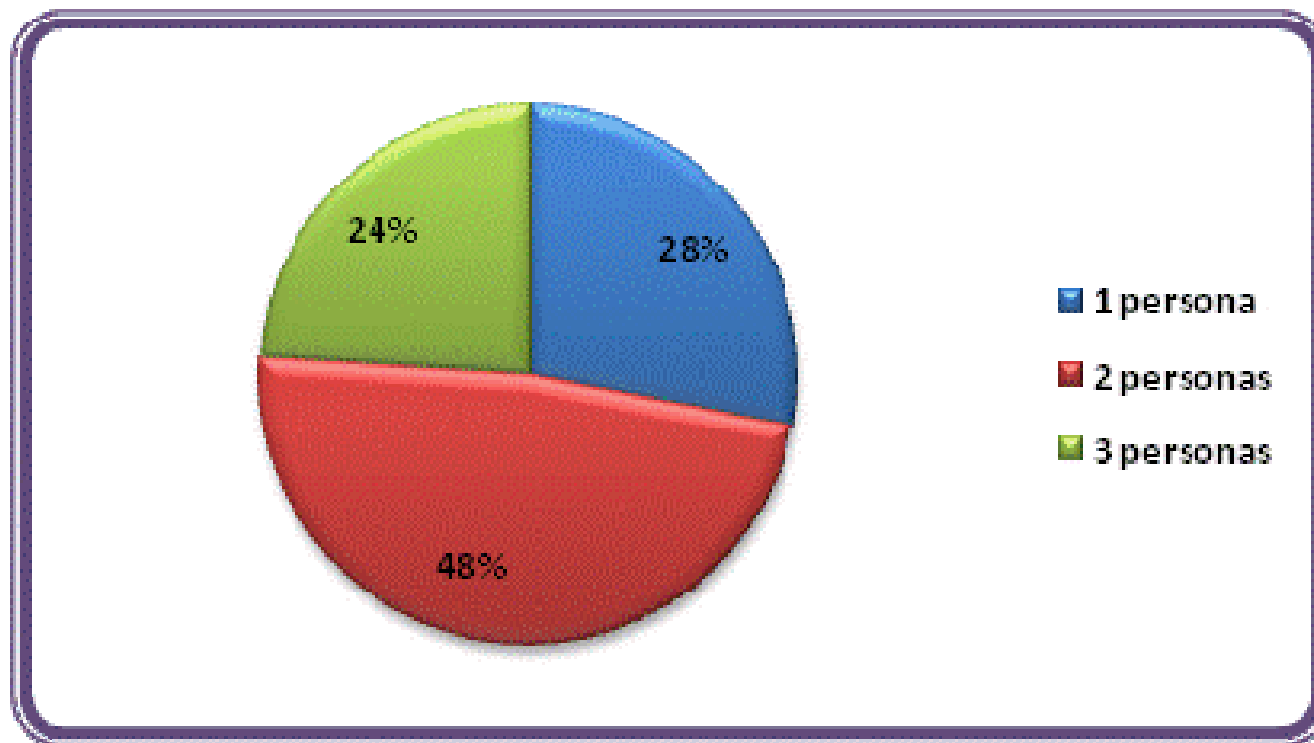
## •Medios utilizados para arrendar vivienda



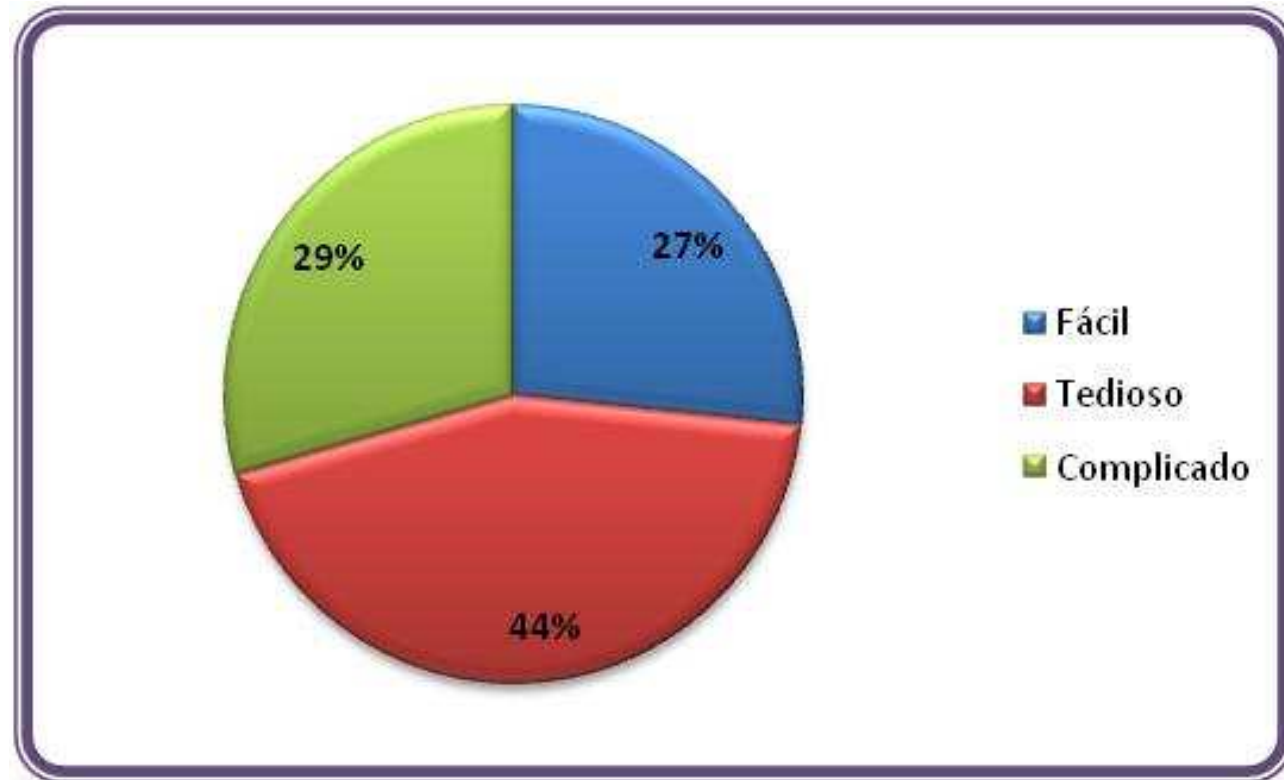
## •Número de dormitorios en la vivienda



•Número de personas con quien compartes departamento

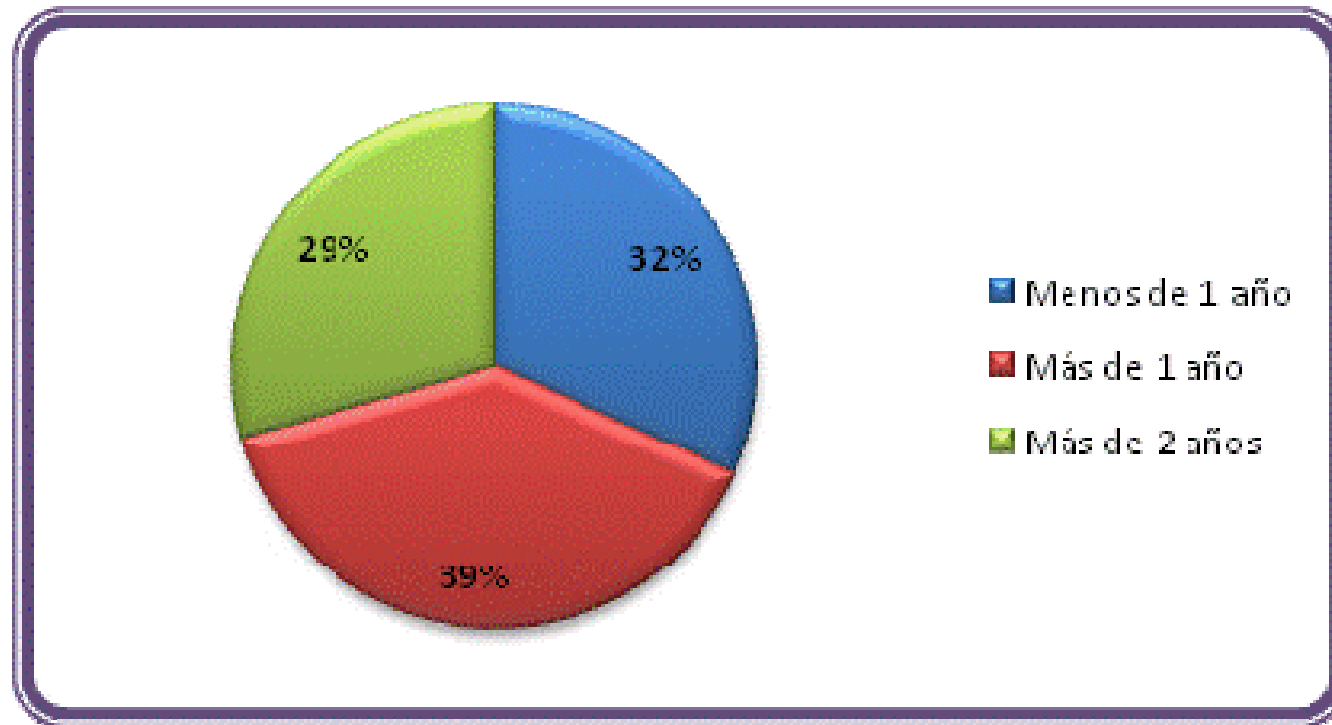


## • Nivel de dificultad del proceso de arrendamiento

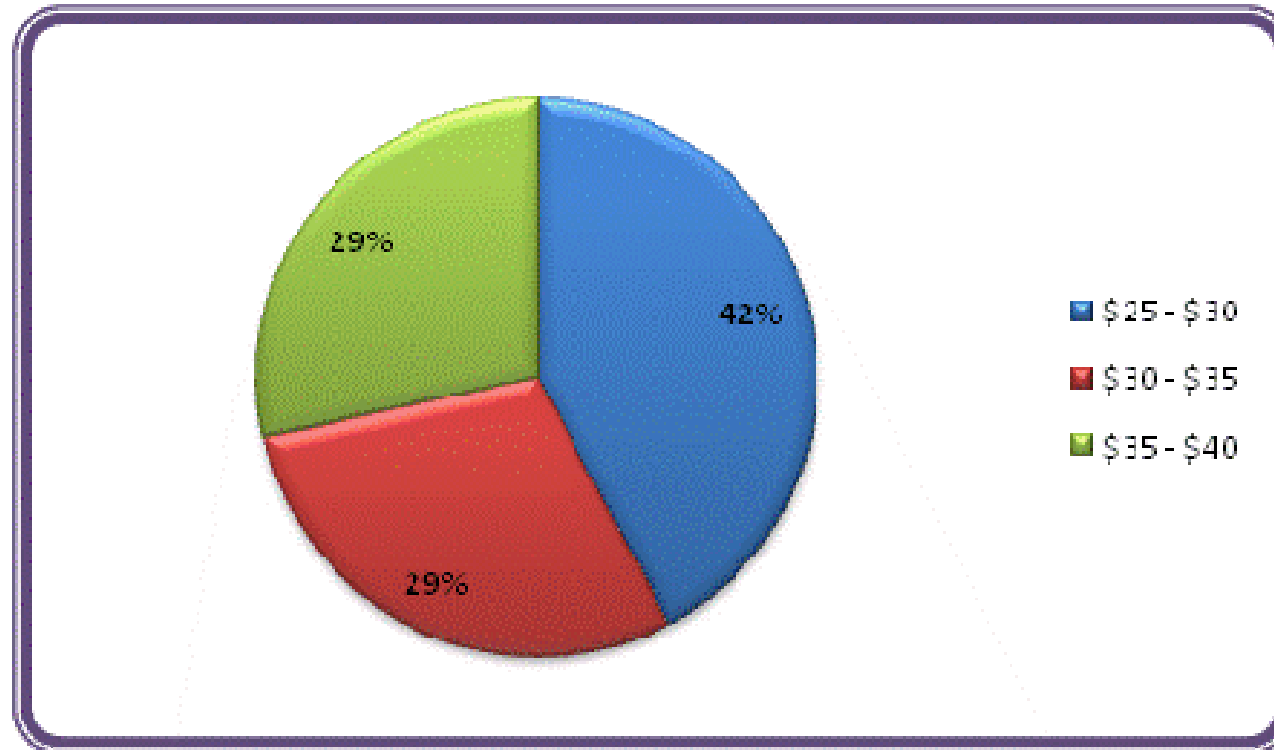




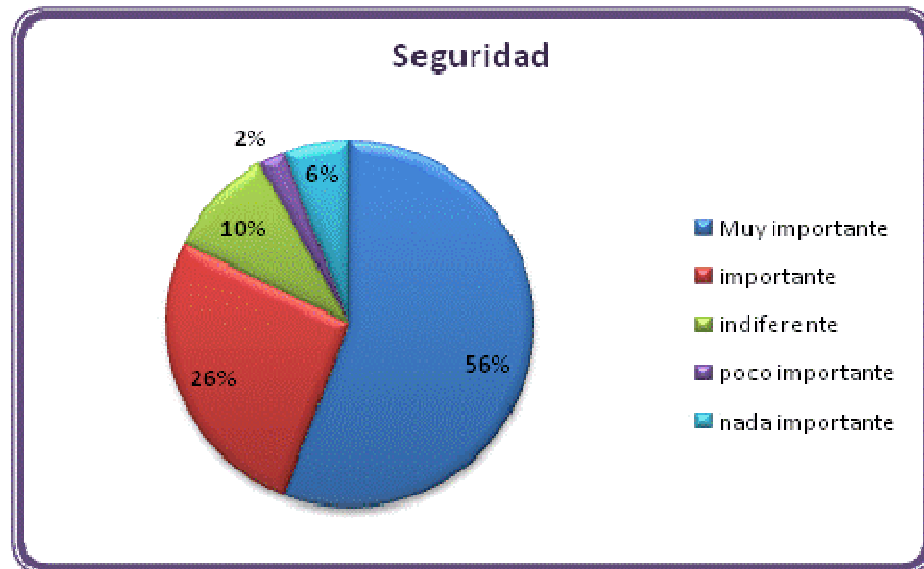
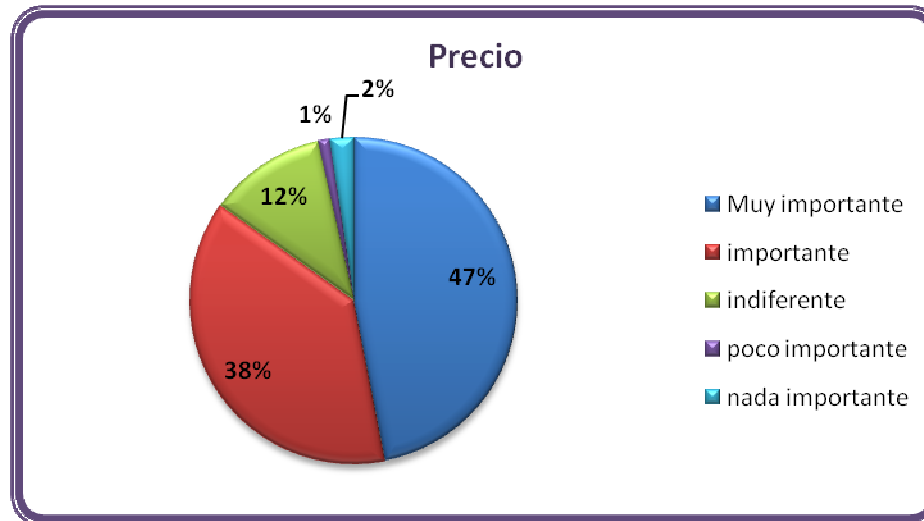
- Periodicidad con que se han cambiado de vivienda.



- Costo incurrido hasta lograr arrendar una vivienda.



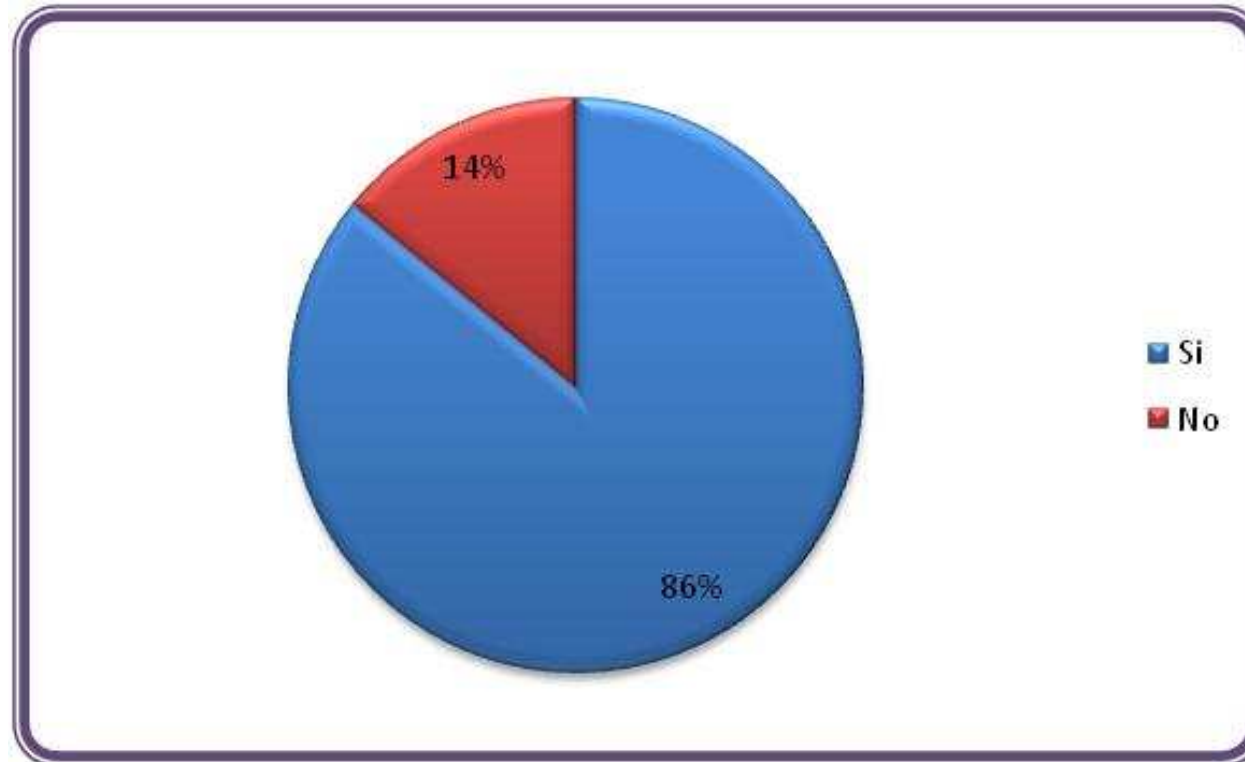
## •Factores más importantes que influyen en la elección de una vivienda



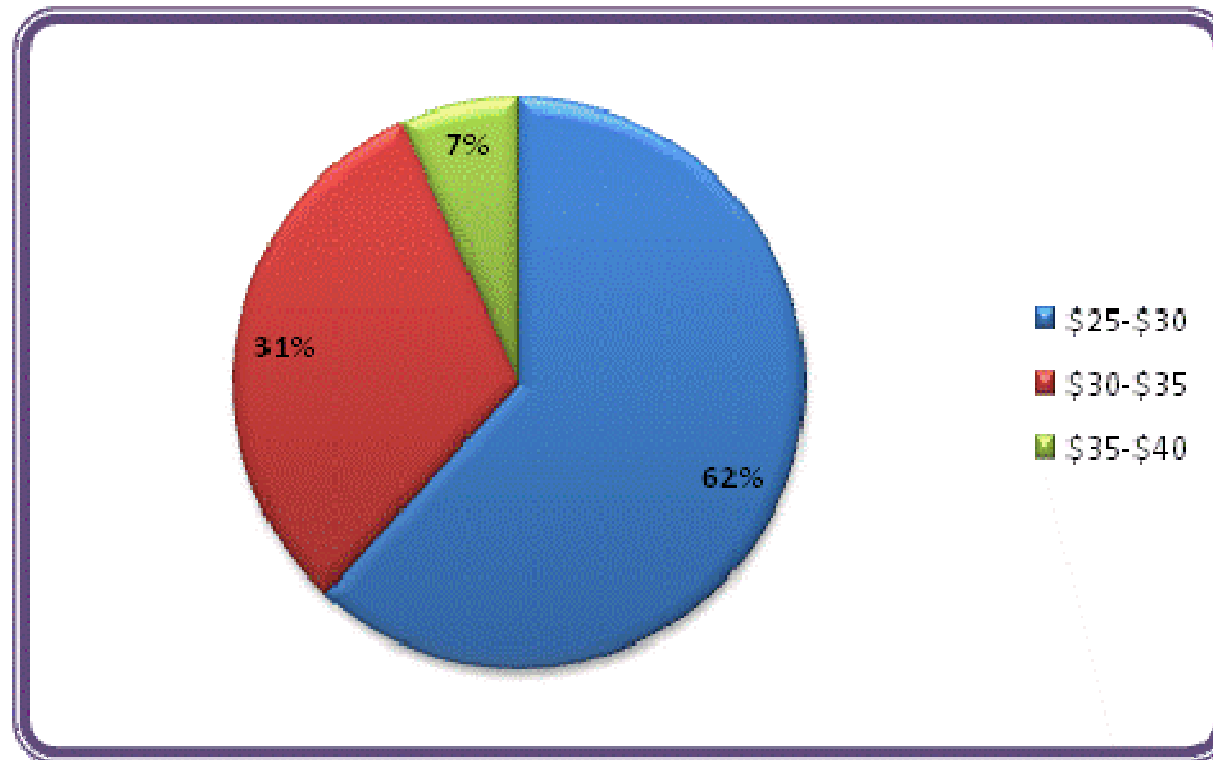
- Asignación de factores respecto al grado de importancia

<b>Factor</b>	<b>Muy importante</b>	<b>importante</b>	<b>indiferente</b>	<b>poco importante</b>	<b>nada importante</b>
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

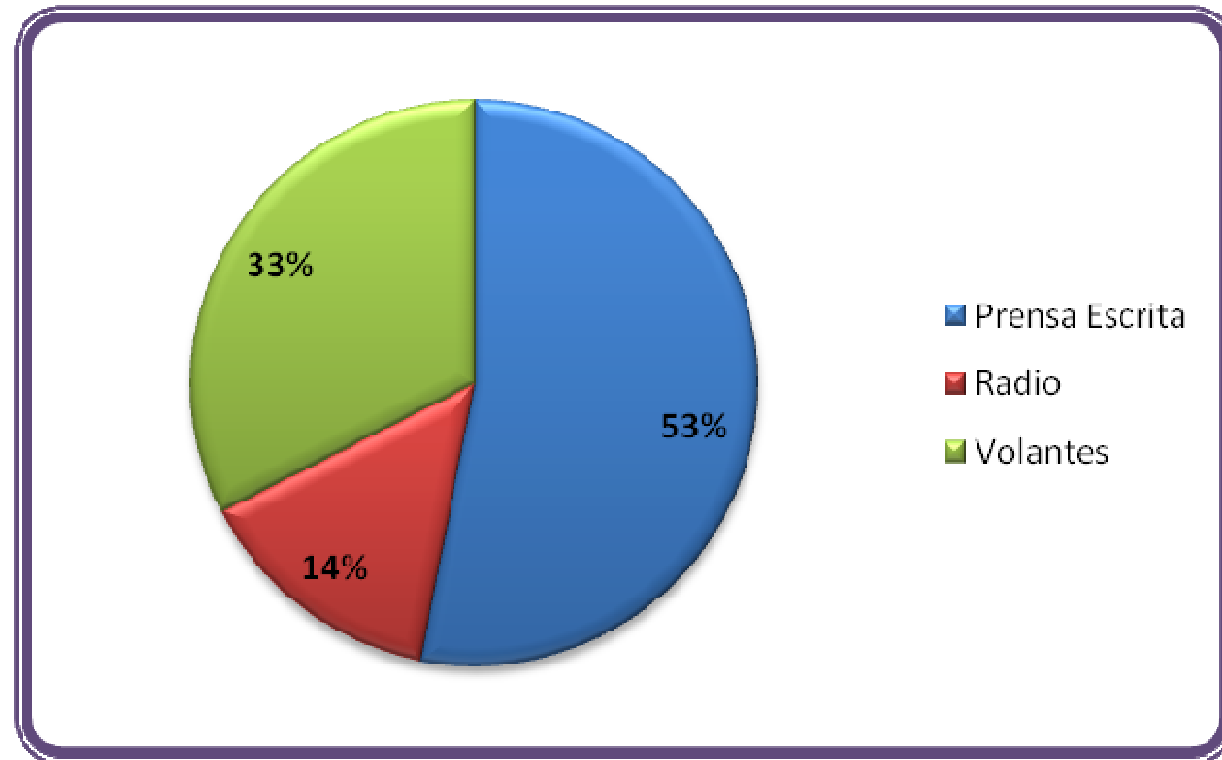
## •Aceptación del servicio



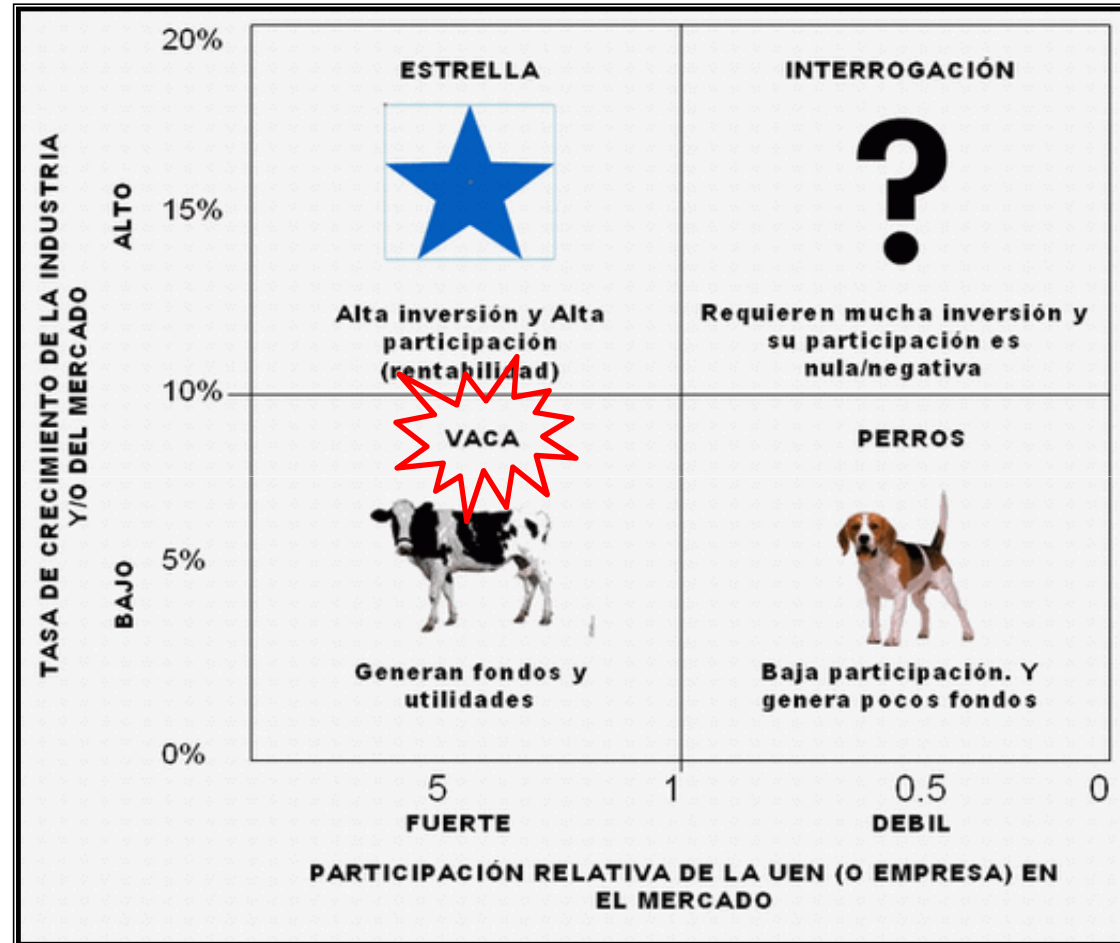
- Disponibilidad a pagar por el servicio



## •Medio de publicidad de nuestro servicio



# Matriz BCG

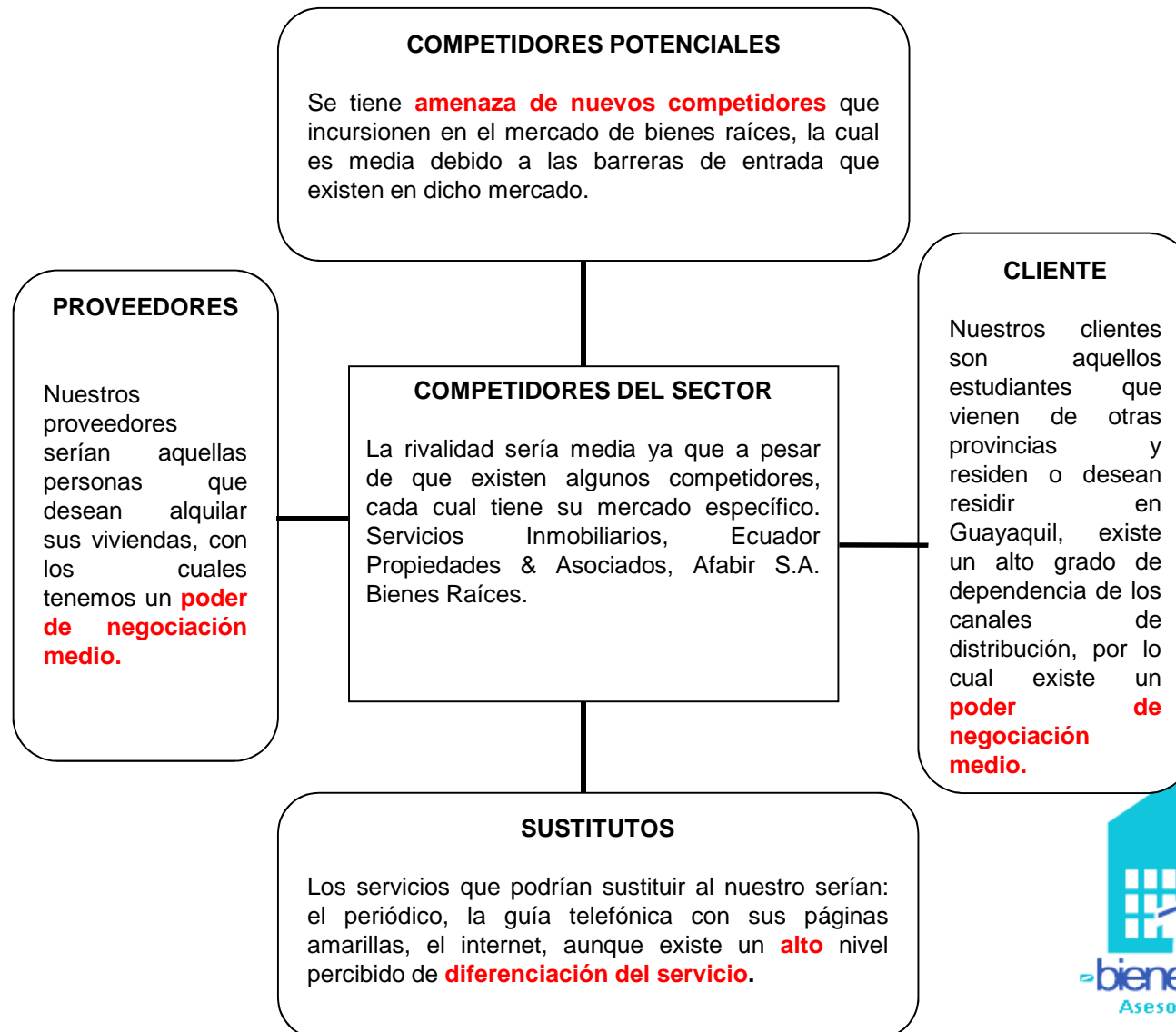




# Matriz macro-segmentación

<u>A</u> <u>quien</u> <u>satisface</u> <u>las</u> <u>necesidades</u>	<u>Que</u> <u>necesidad</u> <u>satisface</u>
<p>* 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.</p> <p>* Estudiantes que arriendan una vivienda en Guayaquil y desean cambiarse de domicilio por terminación de contrato, o por cualquier motivo que</p>	<p>* 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.</p> <p>* 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.</p>
	<p><u>Como</u> <u>satisfacer</u> <u>las</u> <u>necesidades</u></p> <p>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.</p>

# • Fuerzas de Porter (Poder de Negociación)



# Producto

Nombre.-

**A&A**

Logo.-



Eslogan.-

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



## Precio

- \$25



Estudiantes Provincias

- 100% del primer canon de arrendamiento



# Plaza

- En Guayaquil se ubicará en la ciudadela Kennedy Av. Carlos Luis Plaza Dañín Mz. I Villa 6.



- En provincias:

**Machala:** 9 de Octubre y Junín

**Portoviejo:** Morales entre Pedro Gual y 9 de Octubre



# Promoción

- *Servicio excepcional*
- *Descuento del 20% (arrendador)*
- *Página web*
- *Clasificados en Internet*
- *Volantes*
- *Charlas*
- *Voz a voz*
- *Clasificados*





# **CAPÍTULO III**

## **ESTUDIO**

### **ORGANIZACIONAL**

# 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.

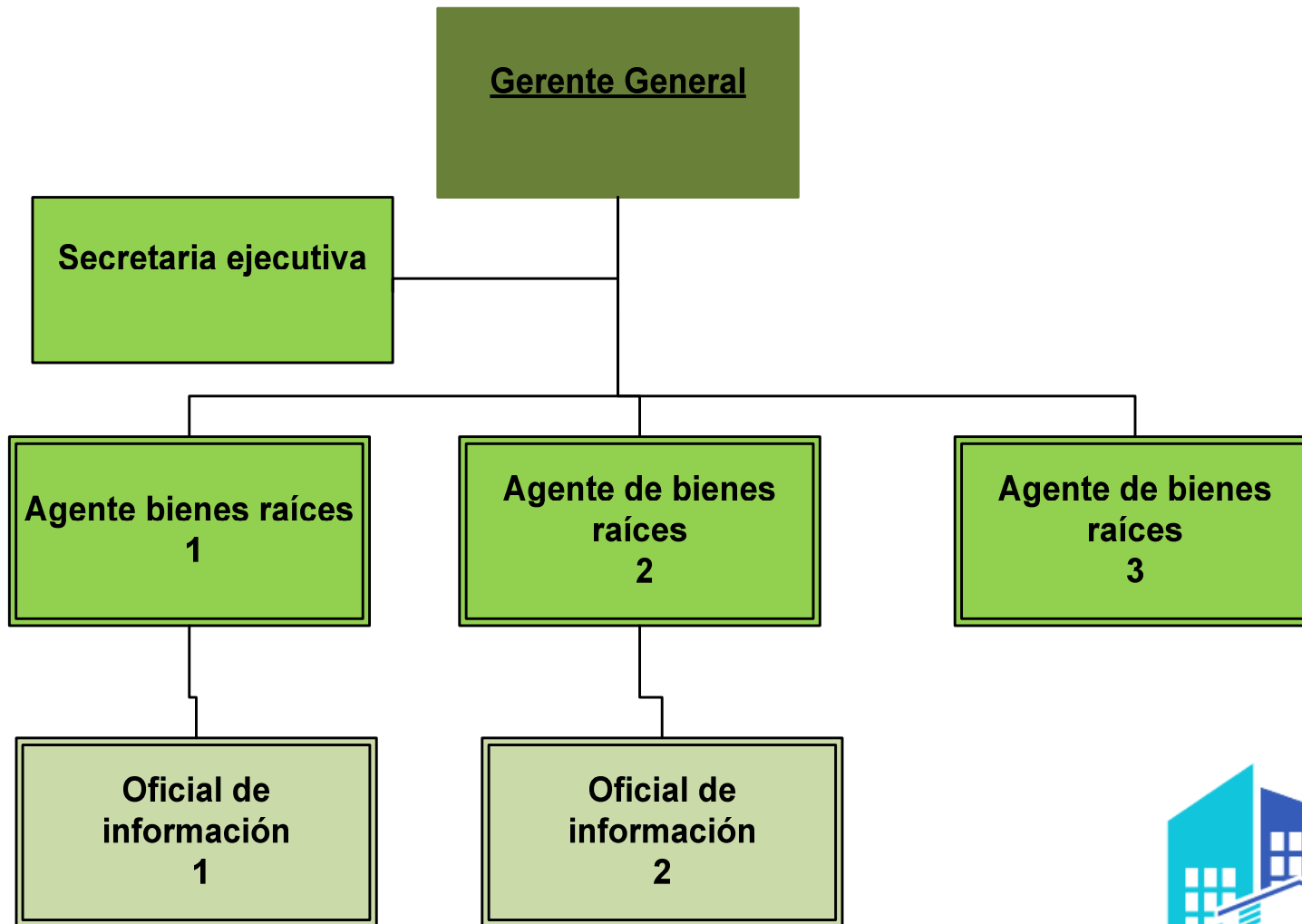
# Misión

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.





# Organigrama



# Análisis FODA

## 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:

- Nuevo 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.

# 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	\$ 180.0	\$ 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	<b>TOTAL:</b>	\$ 1970.0	\$ 3170.0	\$ 337.095	\$ 38040.0	\$ 2970.0	\$ 1680.0	\$ 1485.0	\$ 2970.0	\$ 44175.0

# Naturaleza Jurídica

## Para ser corredor de bienes se requiere:

- Ser mayor de edad y hallarse habilitado para ejercer el comercio
- Obtener la licencia de corredor profesional
- 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.



- 
- 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)

# Requisitos para Ser Asociado

- a) Haber obtenido capacitación práctica por lo menos un año bajo la dirección de un Corredor Profesional.
- b) Tener capacidad legal para ejercer el Comercio y no hallarse comprendido en los impedimentos del Art. 66 del Código de Comercio.
- 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.

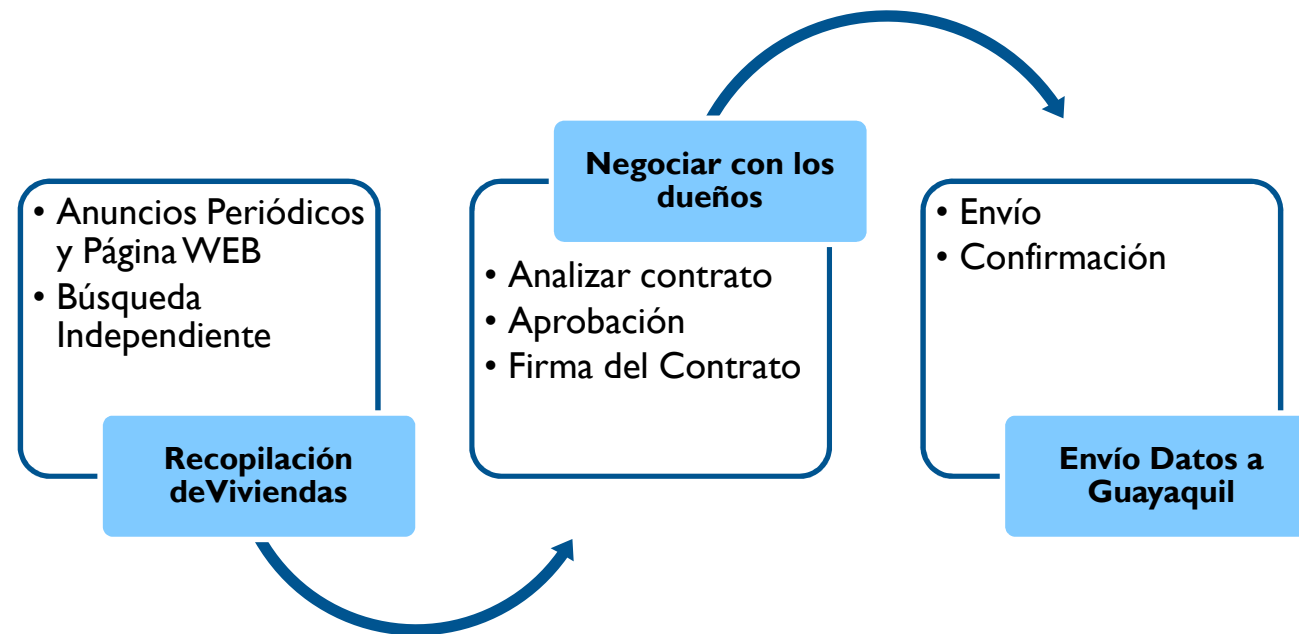


# CAPÍTULO IV

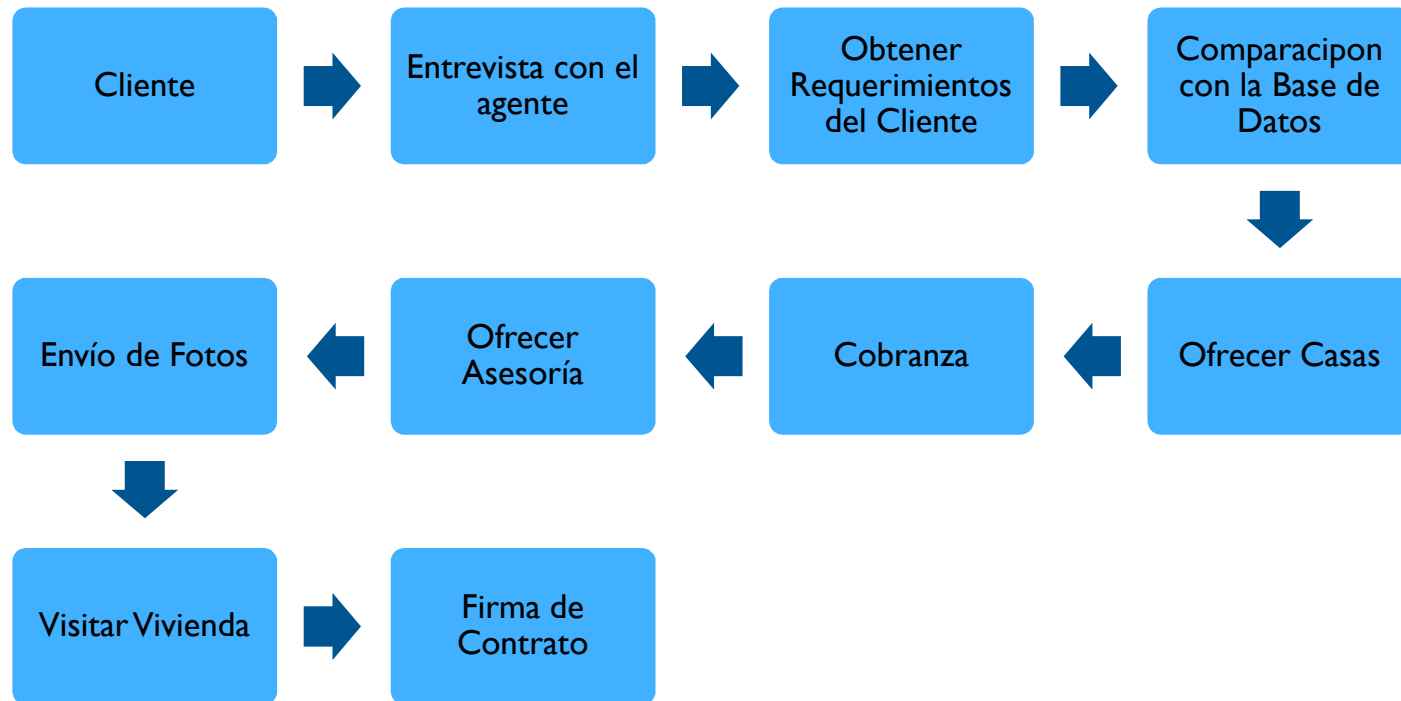
# ESTUDIO TÉCNICO



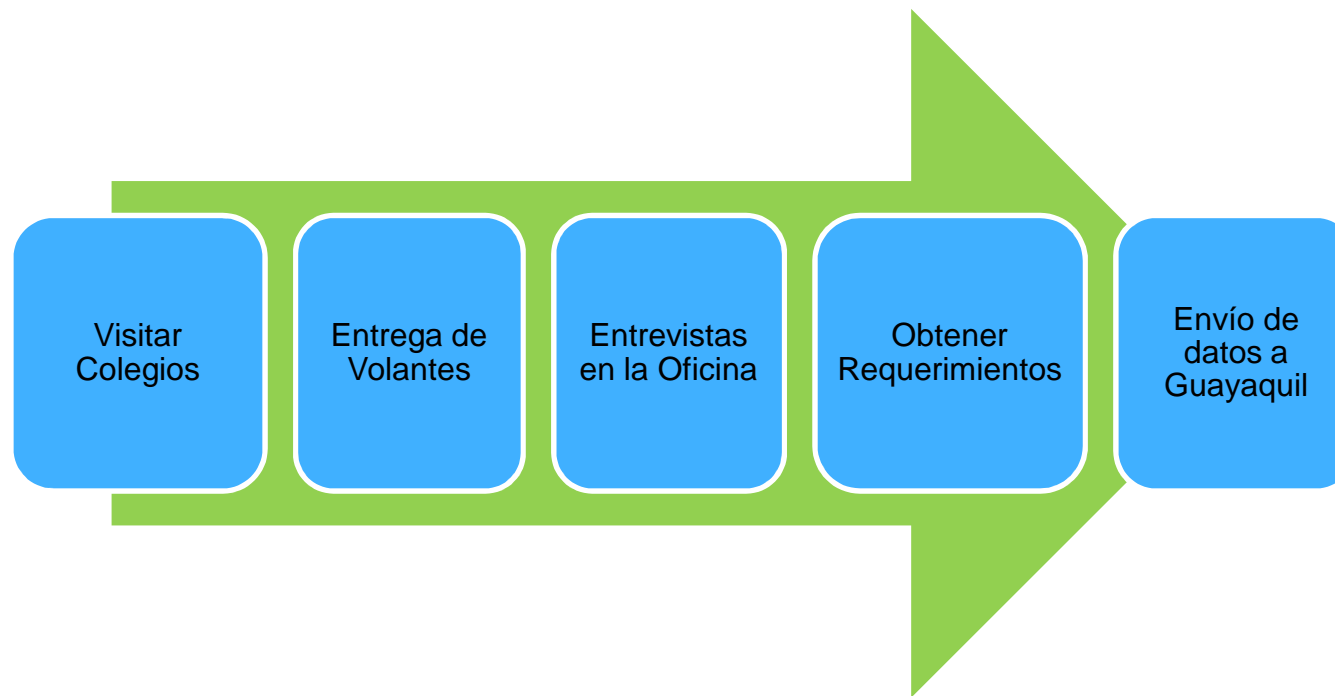
# Diagrama de Proceso para Proveedores



# Diagrama de Proceso para Clientes



# Diagrama de Proceso para Estudiantes de las Provincias de El Oro y Manabí



# 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

# *CAPITULO V*

# **ESTUDIO FINANCIERO**



•SUPUESTOS:

Proyección de las ventas a la tasa de crecimiento poblacional del país (1.50%)

Alquiler aumenta 10% cada dos años

Valor de mercado de los equipos de computación al final de la vida útil del 30%

En la provincia de Manabí el 4.5% de los estudiantes vienen a estudiar a Guayaquil y el 1.4% de El Oro

Participación del 3% en Guayaquil y del 70% en las provincias de El Oro y Manabí





**INVERSIÓN DEL PROYECTO** = inversión inicial + capital de trabajo

## INVERSIÓN INICIAL: Requerimiento de activos

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
<b>total</b>			<b>\$ 10148.0</b>

**INVERSIÓN DEL PROYECTO** = inversión inicial + capital de trabajo

## 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		
<b>total viviendas</b>	14		
INGRESOS MENSUALES POR PROVEEDORES			
1 dormitorio (\$150)	\$ 809.41		
2 dormitorios (\$250)	\$ 1541.74		
3 dormitorios (\$350)	\$ 809.41		
<b>TOTAL</b>	\$ 3160.56		
INGRESOS MENSUALES POR ESTUDIANTES (\$25)			
comparten con 1 persona(28%)	\$ 940.94		
comparten con 2 personas(48%)	\$ 1075.36		
comparten con 3 personas(24%)	\$ 403.26		
<b>TOTAL</b>	\$ 2419.57		
INGRESO TOTAL MENSUAL	\$ 5580.13		
<b>ingresos anuales</b>	\$ 66961.58		

Guayaquil			
viviendas	ingresos mes	ing. Año	
2	338.94		
3	645.6		
1	338.94		
6	\$ 1323.48	\$ 15881.76	ing. 4 meses
<b>ing. Provincias</b>	<b>\$ 4256.65</b>	<b>\$ 51079.82</b>	<b>\$ 12769.96</b>
<b>total</b>	<b>\$ 66961.58</b>		

**INVERSIÓN DEL PROYECTO= inversión inicial + capital de trabajo**

## INVERSIÓN INICIAL: Capital de trabajo

Detalle	Diciemb.	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiemb.	Octub.	Noviemb.	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	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
<b>Saldo Acumulado</b>	<b>-\$ 4616.21</b>	<b>\$ 4092.69</b>	<b>\$ 13727.91</b>	<b>\$ 23363.14</b>	<b>\$ 32998.37</b>	<b>\$ 29863.64</b>	<b>\$ 26503.91</b>	<b>\$ 23369.18</b>	<b>\$ 20234.45</b>	<b>\$ 17099.72</b>	<b>\$ 13965.</b>	<b>\$ 10830.27</b>	<b>\$ 7659.54</b>

**INVERSIÓN DEL PROYECTO**= inversión inicial + capital de trabajo

**INVERSIÓN DEL PROYECTO**=\$10148 + 4616.21  
=\$14764.21



# ESTIMACIÓN DE GASTOS

## 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		\$ <u>830.0</u>	\$ 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	\$ <u>2982.333</u>
suministros de oficina		\$ 30.0	\$ 360.0
<b>total</b>		<b>\$ 1204.0</b>	<b>\$ 60297.333</b>

## DESGLOSE 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

<u>inicio de año</u>	<u>publicidad</u>	<u>movilización</u>	<u>entrega</u>	<u>Charla</u>
El Oro	150	203		300
Manabí	150	250		300
Guayaquil	120	15	150	
<b><u>total</u></b>	<b>\$ 360.</b>	<b>\$ 528.33</b>	<b>\$ 150.</b>	<b>\$ 600.</b>

## GASTO DE DEPRECIACIÓN

Cant.	activo	costo	vida útil	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
<b>total</b>				<b>\$ 84.21</b>	<b>\$ 1010.50</b>

# PUNTO DE EQUILIBRIO

$$Q^* = \text{Costos Fijos} / (\text{Precio} - \text{Costo Variable Unitario})$$

PTO. EQUILIBRIO	
Precio promedio	275
costos fijos	44175
Costos Variables Unitarios	11.53
movilizacion	1080
telefono	840
<b>Punto de Equilibrio Anual</b>	167.67
<b>Punto de Equilibrio Mensual</b>	13.97

<b>Costo variable total</b>
1920

<u>Cálculo Demanda Anual</u>	<u>Guayaquil</u>	<u>Provincias</u>
número de clientes	194	269
28%	27	38
48%	31	43
24%	12	16
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>97</b>

167
-----



# FINANCIAMIENTO

Capital propio 50% y Deuda 50%

banco del pichincha	
crédito para microempresarios	
tasa	12.05%
L	50.00%

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

# Valor de desecho

VALOR DE DESECHO: MÉTODO CONTABLE								
ACTIVOS	VALOR DE COMPRA	VIDA CONTABLE	DEPRECIACIÓN ANUAL	AÑOS DEPRECIÁNDOSE	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS	% de recuperación	recuperación
Mueb y Eq Ofic	1105.00	10	110.50	5	552.50	552.50		
Equio. Comp	2700.00	3	900.00	2	1800.00	900.00	30%	810
<b>DEPRECIACIÓN ACUMULADA (\$)</b>			<b>2352.50</b>	<b>VALOR DE DESECHO</b>		<b>1452.50</b>		



# ESTADO DE RESULTADOS Y FLUJO DE CAJA

		AÑOS					
		2010	2011	2012	2013	2014	2015
E S T A D O D E R E S U L T A D O	(+) Ventas		\$ 66.961.58	\$ 67966.004	\$ 68985.494	\$ 70020.277	\$ 71070.581
	<b>GASTOS OPERACIONALES</b>		<b>61474.43</b>	<b>61547.96</b>	<b>62618.60</b>	<b>62694.36</b>	<b>63866.85</b>
	(-) 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
	<b>DEPRECIACIONES</b>		<b>1010.50</b>	<b>1010.50</b>	<b>1010.50</b>	<b>1010.50</b>	<b>1010.50</b>
	(-) 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
	<b>(=) UTILIDAD OPERATIVA(\$)</b>		<b>4476.65</b>	<b>5407.54</b>	<b>5356.39</b>	<b>6315.42</b>	<b>6193.23</b>
	<b>GASTOS NO OPERATIVOS</b>		<b>889.54</b>	<b>470.05</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>
	(-) Gastos Por Interés		889.54	470.05	0.00	0.00	0.00
	<b>(=)UTILIDAD DESPUES DE INTERESES</b>		<b>3587.11</b>	<b>4937.49</b>	<b>5356.39</b>	<b>6315.42</b>	<b>6193.23</b>
(-)15%particip. Trabajadores		538.07	740.62	803.46	947.31	928.98	
<b>(=) UTILID. ANTES IMPUESTOS</b>		<b>3049.04</b>	<b>4196.87</b>	<b>4552.93</b>	<b>5368.10</b>	<b>5264.24</b>	
(-) Impuestos (25%)		762.26	1049.22	1138.23	1342.03	1316.06	
<b>(=)UTILIDAD NETA</b>		<b>2824.85</b>	<b>3888.28</b>	<b>4218.16</b>	<b>4973.39</b>	<b>4877.17</b>	
FLUJO DE CAJA	(+) 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
	<b>(=) FLUJO DE CAJA (\$)</b>	<b>-\$ 7.382.10</b>	<b>\$ 354.04</b>	<b>\$ 997.98</b>	<b>\$ 3.338.66</b>	<b>\$ 5.983.89</b>	<b>\$ 10.503.88</b>

# TASA DE DESCUENTO

## MÉTODO CAPM

TMAR	
Kd	12.05%
T	25.00%
L	50.00%
Ke	41.76%
TMAR	<b>25.40%</b>

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

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

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

# VAN Y TIR

<b>VAN <math>\geq</math> 0</b>	El proyecto es viable, se debe poner en práctica. Caso contrario no.
<b>TIR <math>\geq</math> TMAR</b>	

<b>TMAR</b>	<b>25.40%</b>
<b>VAN</b>	1035.83
<b>TIR</b>	29.66%

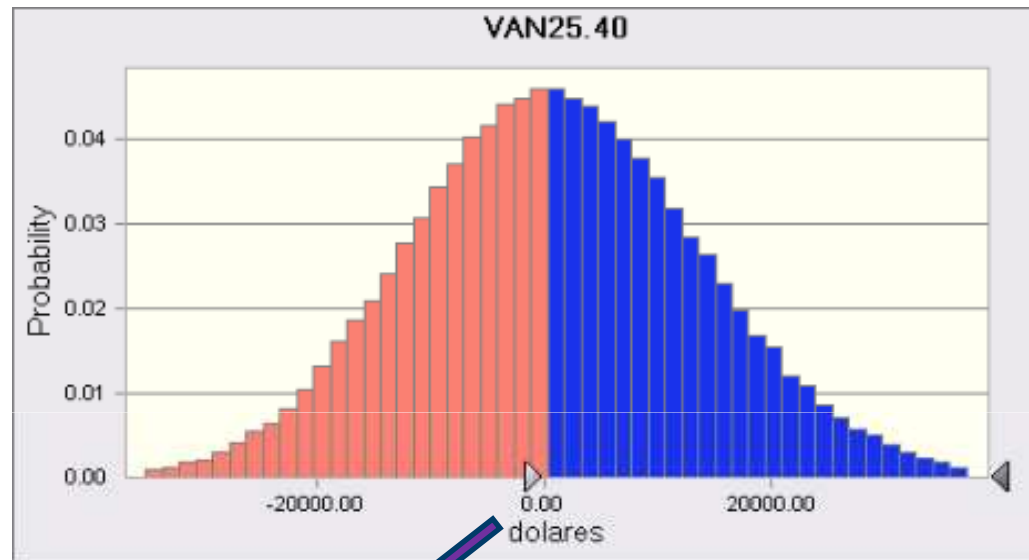
<b>TMAR</b>	<b>26.98%</b>
<b>VAN</b>	629.79
<b>TIR</b>	29.66%

Se acepta el proyecto según el criterio de VAN positivo y TIR mayor a la TMAR

# 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

# ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

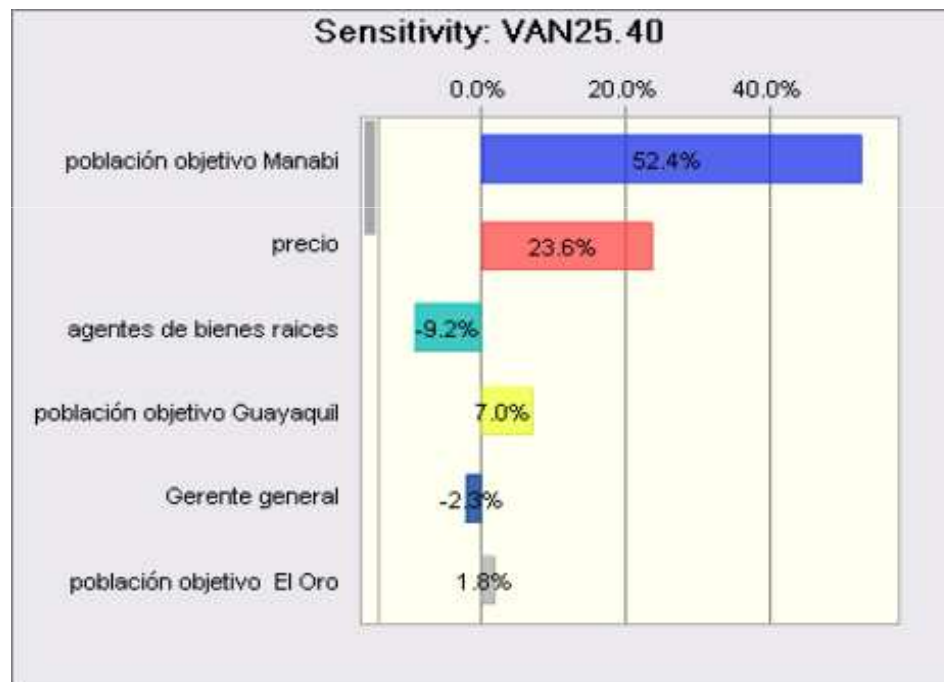


47.43%



# ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Sensibilidad del VAN respecto a las variables



# ANÁLISIS DE ESCENARIOS

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

<b>TMAR</b>	25.40%
<b>VAN</b>	\$ 20265.52
<b>TIR</b>	113.58%

<b>TMAR</b>	26.98%
<b>VAN</b>	\$19248.86
<b>TIR</b>	113.58%

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

<b>TMAR</b>	25.40%
<b>VAN</b>	-\$9575.25
<b>TIR</b>	-12.83%

<b>TMAR</b>	26.98%
<b>VAN</b>	-9648.42
<b>TIR</b>	-12.83%

# CONCLUSIONES

- Según los estudios y análisis realizados si es factible la implementación del proyecto 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.
- 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.

# 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.



**MUCHAS GRACIAS**

