



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Proyecto de Investigación previa la
obtención del Grado Académico de Magíster
en Administración de Empresas

TEMA:

**ASESORÍA EN BIENES Y RAÍCES Y SU REPERCUSIÓN EN LA
TOMA DE DECISIONES INMOBILIARIA DE LOS HABITANTES
DE LA CIUDAD DE QUEVEDO, AÑO 2020. PLAN DE NEGOCIO
INMOBILIARIO.**

AUTOR:

ING. PAOLA NAYCE BRIONES MACÍAS

DIRECTORA:

ING. FLOR JANET FRANCO CEDEÑO, M.Sc.

QUEVEDO – ECUADOR

2021

CERTIFICACIÓN

Ing. Janet Franco Cedeño, M.Sc., directora del Proyecto de Investigación previo a la obtención del Grado Académico de Magíster en Administración de Empresas.

CERTIFICACIÓN

La suscrita, Ing. Janet Franco Cedeño, M.Sc., certifica que el proyecto para la obtención del Grado Académico de Magister en Administración de Empresas MBA, titulado “ASESORÍA DE BIENES Y RAÍCES Y SU REPERCUSIÓN EN LA TOMA DE DECISIONES INMOBILIARIAS DE LOS HABITANTES DE LA CUIDAD DE QUEVEDO, AÑO 2020- PLAN DE NEGOCIOS INMOBILIARIO”, de autoría de la Ing.Paola Nayce Briones Macías, el mismo que se encuentra apto para la presentación y sustentación respectiva.

Quevedo, septiembre 09 del 2021



Firmado electrónicamente por:

**FLOR JANET
FRANCO**

Ing. Janet Franco Cedeño, M.Sc.

DIRECTORA

AUTORÍA

El presente trabajo de investigación titulado: “ASESORÍA DE BIENES Y RAÍCES Y SU REPERCUSIÓN EN LA TOMA DE DECISIONES INMOBILIARIAS DE LOS HABITANTES DE LA CIUDAD DE QUEVEDO, AÑO 2020- PLAN DE NEGOCIOS INMOBILIARIO”, es un trabajo original, elaborado con esfuerzo y dedicación del Estudiante de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo: Paola Nayce Briones Macías, con cédula de ciudadanía número 050330884-3, respectivamente, presento este trabajo de investigación que es original y de mi creación.



ING. PAOLA NAYCE BRIONES MACÍAS

AUTORA

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación, objeto de mi dedicación, esfuerzo y perseverancia a Dios, por haberme iluminado mis jornadas de sacrificio durante toda la fase de mis estudios a mis padres símbolo de apoyo y confianza para el bienestar familiar, esfuerzo y sacrificio me ha brindado su apoyo moral siempre y en todo momento, para cumplir con mis objetivos de formación.

Ing. Paola Nayce Briones Macías

AGRADECIMIENTO

Expreso mis sinceros agradecimientos a Dios por darme fortaleza, salud, esperanza y capacidad para poder obtener mi propósito de recibirme como una profesional de cuarto nivel.

A mi Universidad Técnica Estatal de Quevedo, por abrirme las puertas de superación y obtener el Grado Académico de Magister en Administración de Empresas, e incursionar en el campo laboral con eficiencia, eficacia y responsabilidad y así contribuir en la mejora continua de la sociedad.

Mi eterna gratitud al Ing. Roque Vivas Moreira, Decano de la Unidad de Posgrado de la UTEQ por su gran gestión académica en beneficio de los Postgraditas de la Maestría.

Mi agradecimiento a los docentes que compartieron conocimientos y con sus sabias enseñanzas fueron de gran aporte en mi formación profesional.

De manera muy especial mí sincero agradecimiento a la Ing. Janet Franco Cedeño, M.Sc., directora de Proyecto de Investigación, quien supo guiarme muy acertadamente con indicaciones y sugerencias de buena voluntad y experiencia a lo largo de este trabajo para culminar con éxito mi investigación. A la ciudadanía de Quevedo por apoyarme para cumplir con los objetivos de la investigación.

Ing. Paola Nayce Briones Macías

PRÓLOGO

Las empresas de asesorías de bienes y raíces brindan un beneficio a nivel económico y para el bienestar de la familia, ya que se encarga de tramitar, asesorar, direccionar, y ejecutar las compras y adquisición de bienes inmuebles que se encuentran disponibles en el mercado local, esto genera un proceso donde se debe establecer distintos parámetros, lugar, precio, necesidad del cliente, recursos.

En la presente investigación la autora Ing. Paola Briones, pone en manifiesto la problemática existente en la ciudad de Quevedo, evidenciando la inexistencia de asesoría en bienes y raíces, y su incidencia en las familias que requieren de este servicio, el desarrollo de la misma abarca la contextualización de temáticas importantes referentes a las variables involucradas, de igual forma se detalla información actualizada sobre la compra y venta de bienes y raíces inmobiliarios.

Convirtiendo esta investigación en un documento de consulta y de asesoría que será de gran ayuda para una mejor gestión y una guía en la toma de decisiones, de los beneficiarios. Además, se constituye una fuente para diseñar un plan de negocios que satisfaga la necesidad de vivienda y terreno.



ARQ. CARLOS VITONERA RUIZ

C.I. 0702196106

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo evaluar la repercusión de la asesoría en bienes y raíces en la toma de decisiones inmobiliarias de los habitantes de la ciudad de Quevedo. Para que los clientes puedan adquirir un bien de forma segura, confiable y bajo los mejores parámetros de compra. Se utilizó la investigación bibliográfica, aplicada y descriptiva, como métodos: inductivo, deductivo y analítico; la técnica aplicada la encuesta on-line. Según los resultados existe un mercado potencial que aún puede ser explotado si se brinda un mejor servicio; pues, el 42% de los encuestados se encuentran arrendando, la adquisición de las viviendas es con recursos propios respondió el 42% de los ciudadanos; siendo el factor económico que imposibilita la posible compra de un bien. La ciudadanía prefiere infraestructuras modernas, seguridad, buen ambiente en áreas residenciales, comercios y áreas verdes; un 84% de los ciudadanos aseguran que sí contrataría una empresa de asesoría inmobiliaria, el 58% considera que el factor que incide en la toma de decisiones es el alto costo de las viviendas. Existen diferentes medios para realizar una asesoría, pero prefieren asesoría presencial y personal, un plan de negocios como propuesta tendría un costo por asesoría de \$26,00 esto llena las expectativas de los usuarios; además, por medio del flujo de caja financiero se observa un ingreso positivo. Se recomienda ofertar asesorías diferenciadoras con estrategias que faciliten los procesos y reduzcan el tiempo, según las necesidades de compra.

Palabras claves: Inmobiliaria, empresas, estrategia, comercialización

ABSTRACT

The present research aims to evaluate the impact of real estate advice on real estate decision-making by the inhabitants of the city of Quevedo. So that customers can acquire a good safely, reliably and under the best purchase parameters. Bibliographic, applied and descriptive research was used as methods: inductive, deductive and analytical; the technique applied to the online survey. According to the results, there is a potential market that can still be exploited if a better service is provided; Well, 42% of the respondents are renting, the acquisition of the houses is with their own resources, answered 42% of the citizens; being the economic factor that makes the possible purchase of a good impossible. Citizens prefer modern infrastructures, security, a good environment in residential areas, shops and green areas; 84% of citizens say that they would hire a real estate consulting company, 58% consider that the factor that affects decision-making is the high cost of housing. There are different means to carry out an advisory, but they prefer face-to-face and personal advice. A business plan as a proposal would have an advisory cost of \$ 26.00, this fulfills the expectations of the users; In addition, through the financial cash flow a positive income is observed. It is recommended to offer differentiating advice with strategies that facilitate processes and reduce time, according to purchasing needs.

Keywords: Real estate, companies, strategy, marketing

ÍNDICE

PORTADA	i
TEMA:	i
CERTIFICACIÓN	ii
CERTIFICACIÓN	ii
AUTORÍA	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
PRÓLOGO	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
ÍNDICE	ix
ÍNDICE DE TABLAS	xiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiii
INTRODUCCIÓN	xiv
CAPÍTULO I	1
MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN	1
1.1. UBICACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA	2
1.2. SITUACIÓN ACTUAL DE LA PROBLEMÁTICA	4
1.3. PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	5
1.3.1. Problema General	5
1.3.2. Problemas Derivados	5
1.4. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA	5
1.5. OBJETIVO	6
1.5.1. Objetivo General	6
1.5.2. Objetivos Específicos	6
1.6. JUSTIFICACIÓN	6
CAPÍTULO II	8
MARCO TEÓRICO	8
2.1. FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL	9
2.1.1. Asesoría	9
2.1.2. Bienes y raíces	9
2.1.3. Plan de negocios	9
2.1.4. Correduría	10
2.1.5. Publicidad	10

2.1.6.	Inmobiliaria	11
2.1.7.	Empresa de servicios	11
2.1.8.	Estrategia.....	11
2.1.9.	Comercialización.....	12
2.1.10.	Decisiones de compra.....	12
2.2.	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	13
2.2.1.	Plan de negocio	13
2.2.2.	Antecedentes de una empresa Inmobiliarios	14
2.2.3.	Contrato Comercial	15
2.2.4.	Bienes y Raíces	15
2.2.5.	Asesoría de bienes raíces.....	16
2.2.6.	Servicios inmobiliarios.....	16
2.2.7.	Factores que influyen en la adquisición de un bien	17
2.2.8.	Toma de decisiones	17
2.2.9.	Estudio de Mercado.....	18
2.2.10.	Oferta	18
2.2.11.	Demanda	19
2.2.12.	Mercado	19
2.2.13.	Producto.....	19
2.2.14.	Estudio Técnico.....	19
2.2.15.	Ingeniería del proyecto.....	20
2.2.16.	Estudio Económico	20
2.2.17.	Estudio Financiero	20
2.2.18.	Ingresos	21
2.2.19.	Depreciación.....	21
2.2.20.	Proyecto	21
2.2.21.	Rentabilidad	21
2.2.22.	Indicadores financieros	22
2.2.23.	Valor actual neto	22
2.2.24.	Cliente	23
2.2.25.	Inversión.....	23
2.2.26.	Costos.....	23
2.2.27.	Gastos.....	24
2.2.28.	Punto de equilibrio	24
2.2.29.	Las obligaciones fiscales.	24

2.3.	FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	28
2.3.1.	Legales en el sector Inmobiliario.....	28
2.3.2.	Reglamento a la Ley de Propiedad Horizontal	29
2.3.3.	Ley de Corredores de Bienes Raíces del Ecuador	30
2.3.4.	Ley para la Regulación de los Créditos para la Vivienda.....	30
2.3.5.	Ley de Inquilinato	31
2.3.6.	Ley de los Corredores de Bienes Raíces	31
CAPÍTULO III.....		35
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....		35
3.1.	TIPO DE INVESTIGACIÓN	36
3.1.1.	Investigación bibliográfica	36
3.1.2.	Investigación Aplicada	36
3.1.3.	Investigación descriptiva	36
3.2.	MÉTODOS UTILIZADOS EN LA INVESTIGACIÓN	36
3.2.1.	Método Inductivo	37
3.2.2.	Método Deductivo.....	37
3.2.3.	Método Analítico	37
3.3.	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	37
3.3.1.	Técnica de investigación.....	38
3.4.	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	38
3.4.1.	Población.....	38
3.4.2.	Muestra	39
3.5.	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN	40
3.5.1.	Técnicas de investigación	40
3.5.2.	Observación.....	40
3.5.3.	La encuesta.....	40
3.5.4.	Elaboración del Marco Teórico	41
3.5.5.	Recolección de la Información.....	41
3.6.	PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS	42
CAPÍTULO IV		43
4.1.	IDENTIFICACIÓN DE LOS SERVICIOS INMOBILIARIOS REQUERIDOS POR LOS ARRENDADORES O COMPRADORES DE LA CIUDAD DE QUEVEDO.....	44
4.2.	DETERMINACIÓN DE LOS FACTORES QUE INCIDE EN LA TOMA DE DECISIONES DE ASESORÍA EN BIENES Y RAÍCES PARA LOS HABITANTES DE QUEVEDO.....	48

4.3. ELABORACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA DETERMINAR CUÁLES SON LOS FACTORES QUE INFLUYEN EN EL USUARIO PARA ADQUIRIR UN BIEN.	52
CAPÍTULO V.....	58
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	58
5.1. CONCLUSIONES	59
5.2. RECOMENDACIONES	60
CAPÍTULO VI.....	61
PROPUESTA ALTERNATIVA	61
6.1. TÍTULO DE LA PROPUESTA.....	62
6.2. JUSTIFICACIÓN.....	62
6.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	63
6.4. OBJETIVOS	64
6.4.1. Objetivo General	64
6.4.2. Objetivos Específicos	64
6.5. UBICACIÓN SECTORIAL Y FÍSICA	64
6.6. FACTIBILIDAD	65
6.7. PLAN DE TRABAJO	65
6.7.1. Estructura del gasto.....	65
6.7.2. Estrategia general del negocio	67
6.8. PLAN DE OPERACIONES	70
6.8.1. Logotipo.....	70
6.8.2. Visión.....	71
6.8.3. Misión.....	71
6.8.4. Valores Corporativos	71
6.8.5. Políticas de la empresa	71
6.9. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS.....	72
6.9.1. Infraestructuras necesarias	73
6.10. PLAN ECONÓMICO-FINANCIERO	74
6.10.1. Inversión inicial.....	74
6.10.2. Ingresos Proyectados.....	75
6.10.3. Financiamiento del proyecto	76
6.10.4. Estados Financieros	77
6.10.5. Indicadores Financieros	79
BIBLIOGRAFÍA.....	81
ANEXOS.....	86

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.- Sueldos por puesto de trabajo.....	70
Tabla 2.- Inversión Inicial.....	74
Tabla 3.- Costo del servicio	75
Tabla 4.- Ventas Proyectadas.....	76
Tabla 5.- Financiamiento	76
Tabla 6.- Cronograma de Préstamo	77
Tabla 7.- Estado de Pérdidas y Ganancias	78
Tabla 8.- Flujo de caja económico.....	79
Tabla 9.- Indicadores financieros.....	80

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1.- Existencia de una empresa inmobiliaria.....	44
Gráfico 2.- Necesidades al adquirir un bien.....	45
Gráfico 3.- Tipo de vivienda.....	46
Gráfico 4.- Medios que adquirió vivienda	48
Gráfico 5.- Los motivos que le gustaría vivir en los siguientes lugares	49
Gráfico 6.- Factores que inciden al momento de tomar una decisión.....	50
Gráfico 8.- Beneficios que aportaría un plan de negocios	52
Gráfico 9.- Género de los futuros clientes	53
Gráfico 10.- Rango de edad para la compra	54
Gráfico 11.- Ingresos	55

INTRODUCCIÓN

La creciente urbanización de la economía y la doble concentración -económica y territorial- de los sectores inmobiliario y financiero en las metrópolis, fundamentan la relación entre los ciclos inmobiliarios y las crisis económicas detonadas por sus burbujas, la alta incidencia macroeconómica de este sector y su rol articulador entre el sector financiero y la economía real (Daher, 2013).

Por lo que, el sector inmobiliario suele ser uno de los más expuestos y sensibles a las políticas monetarias, flujos privados y estatales de inversión externa, colocaciones de los fondos de inversión -incluidos los previsionales y de seguros-, a la oferta crediticia hipotecaria, mercados de valores e, incluso, al lavado de dinero y blanqueo de capitales (Daher, 2013).

En síntesis, el sector inmobiliario resulta ser macroeconómicamente clave, cuantitativa y cualitativamente, por sus complejas relaciones intersectoriales y por su muy significativa ponderación en las variables e indicadores productivos y financieros. No casualmente los gobiernos recurren a él como instrumento para incentivar la economía e incrementar el empleo (Daher, 2013).

Por otra parte, las altas tasas de interés hasta los años 2000 impedían, un desarrollo de la industria inmobiliaria; pero a partir de ese año, con la adopción de la nueva moneda que provocaron cambios, principalmente centrados en variaciones sustanciales de la tasa de interés a la baja y a una mayor disponibilidad de recursos para el crédito hipotecario (a partir del año 2004), fue posible que el sector nuevamente despegara y se enrumbara en una etapa de consolidación.

En este sentido, en Ecuador, en el sector inmobiliario se está buscando aplicar el modelo de Responsabilidad Social Empresarial-RSE ya ejecutado en América Latina (chile y México), los resultados muestran que estas empresas han tenido un impacto positivo en sus stakeholders siendo la adopción del modelo parte fundamental de su estrategia para la sostenibilidad a largo plazo (Koehn & Fierro, 2015).

Por lo que, en el medio competitivo actual, la conformación de una empresa de bienes raíces que cuente con operaciones innovadoras y personalizadas hacia los clientes, y los servicios que estos demanden requiere de la estructuración planificada que contenga un conjunto de actividades a fin de alcanzar las metas propuestas para lograr el éxito de la consultora, para Freig (2017) con el transcurrir de los siglos; y, con el fortalecimiento de la propiedad privada, principalmente en lo que respecta a los bienes raíces, la correduría nacida exclusivamente para la intermediación de bienes muebles, da paso a la realidad de negociar y mediar para la venta y compra de fundos o propiedades, dando nacimiento de esta forma al corretaje de propiedades a mediados del Siglo XIX en el continente europeo.

El presente estudio se realizará en la Ciudad de Quevedo, Provincia de los Ríos, con el fin de conocer las necesidades que influye en la toma de decisiones para solicitar asesoría inmobiliaria, la propuesta es realizar un Plan de negocios.

Resulta imprescindible en nuestro contexto, fomentar la cultura para solicitar los servicios de corredores de bienes y servicios que faciliten el proceso de compra o adquisición de un bien especialmente inmobiliario, lo que ahorraría tiempo en la búsqueda y tramitación del bien deseado.

La generación de la empresa en el mercado local permitirá brindar un buen servicio en el ámbito de asesorías inmobiliarias; por lo que es necesario la determinación y las estrategias de procesos, administrativos, ventas y sus actividades de marketing, en virtud que es una empresa que se dedicará a prestar servicios específicos. Contará con un excelente equipo de trabajo para poder satisfacer las necesidades del consumidor, permitiendo ser competitivo en el mundo de las empresas.

El presente proyecto de investigación contiene seis capítulos, los cuales han sido estructurados de la siguiente manera:

En el capítulo I: Consta la ubicación y contextualización de la problemática a investigar, situación actual de la problemática, problemas de la investigación, problemas derivados, delimitación del problema, justificación, cambios esperados y Objetivos de la investigación.

En el capítulo II: Se transcribe todo el marco teórico de la investigación, compuesto de la siguiente forma; fundamentación conceptual, fundamentos teóricos y fundamentos legales.

El capítulo III: Contiene métodos, técnicas, construcción metodológica, recolección de la información empírica, descripción de la información, análisis e interpretación de resultados y construcción de informe de la investigación y materiales para la práctica del desarrollo y aplicación de las fases, del plan de negocios de una empresa inmobiliaria, seguidamente está la entrevista al gerente, se recolecta toda la información necesaria que fue empleada en el trabajo de investigación.

El capítulo IV: Análisis e interpretación de los resultados en relación con la hipótesis de investigación; enunciado de la hipótesis, ubicación y descripción de la información empírica pertinente a la hipótesis, en cuadros, gráficos y análisis e interpretación. Finalmente, la discusión de la información obtenida en relación a la naturaleza de la hipótesis.

El capítulo V: Conclusiones y recomendaciones basadas en los resultados y criterios de los diferentes autores, tomando como base los objetivos planteados en la investigación.

El capítulo VI: Establece la propuesta la cual comprende estrategias para dar solución al problema planteado en la investigación y en base a los resultados obtenidos en la investigación de campo, la misma que está compuesta por: título, justificación, fundamentación, objetivos, importancia, ubicación sectorial y física, factibilidad, desarrollo de la propuesta, impacto, evaluación y el instructivo de funcionamiento.

Además, se cita la bibliografía que permitieron sustentar los problemas de la investigación, mismos que están de acuerdo a las normas APA y actualizados y finalmente los anexos.

CAPÍTULO I

MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

La administración es el arte de organizar, diseñar, controlar, dirigir y planificar.

“Carson, Darwin”

1.1. UBICACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA

La presente investigación se la realizó en la ciudad de Quevedo “ASESORÍA DE BIENES Y RAÍCES Y SU REPERCUSIÓN EN LA TOMA DE DECISIONES INMOBILIARIAS DE LOS HABITANTES DE LA CUIDAD DE QUEVEDO, AÑO 2020- PLAN DE NEGOCIOS INMOBILIARIO “, el Cantón cuenta con el comercio mayorista y minorista. Entre las actividades más importantes tenemos: agricultura, silvicultura y pesca, industria manufacturera, construcción, transporte, almacenamiento y comunicación, bienes inmuebles y servicios prestados a empresas.

Es innegable observar que, en los últimos años, el desarrollo inmobiliario se ha incrementado significativamente, no sólo en Quevedo, sino en las principales ciudades del Ecuador, a pesar que este sector ha tenido etapas críticas, especialmente a finales de la década del 2008, hasta los actuales momentos debido al crecimiento de la población, a la migración de venezolanos, colombianos entre otros.

Actualmente en la ciudad de Quevedo, las empresas que se dedican a bienes raíces se desarrollan de manera empírica existiendo personas que trabajan en este mercado. Así también, empresas constructoras que han incursionado en el negocio inmobiliario las mismas que tienen un mayor crecimiento, debido a que poseen un gran capital de inversión y que han incluido en su staff especialistas en el negocio de la venta de inmuebles o han contratado a empresas que les ayude en la venta de los mismos. Sin embargo, no ha sido suficiente, porque no solamente se trata de comprar o vender bienes inmuebles, sino que además de ello, se trata de hacer un estudio de las necesidades de los clientes, conocer las realidades de los extractos socio económicos e inclusive investigar el histórico del crecimiento inmobiliario de la que forma parte el negocio de bienes raíces y cuál es su proyección en los 5 años.

Se puede apreciar en los habitantes de la ciudad de Quevedo, que existe una débil asesoría en trámites, requisitos, costos, precios y otros, por desconocimiento de estos, los clientes no se sienten motivados en sus requerimientos, afectando su nivel de satisfacción en este sentido.

A pesar de las constructoras que están incursionando en la ciudad de Quevedo, que ha crecido en parte el negocio inmobiliario, aun se siente la desconfianza de muchos clientes, cuando se interesan en algún determinado proyecto que desean adquirir, por las malas experiencias de empresas que no han cumplido en la entrega de los bienes inmuebles en procesos de compra y en muchos de los casos han terminado en estafas. Por esta razón, se quiere conocer la necesidad del usuario y la manera que afecta y repercute en la toma de decisiones para posicionarse en este negocio, a través de la empresa, los usuarios adquieran los bienes inmuebles, pero con un concepto nuevo, de honestidad, credibilidad y confianza.

La importancia de crear un buen plan de negocios para el desarrollo en la toma de decisiones del cliente, en base a experiencias de su personal de vendedores o por conocimientos adquiridos de empresas afines o simplemente investigando el mercado en el momento que se presenta la oportunidad de realizar una actividad de compra o venta de un bien inmueble, indagando los precios del momento vía internet, periódicos o estableciendo las tendencias de los precios de dichos bienes, dependiendo de la ubicación, el sector, el estrato social que habita en ella, sus dimensiones, la seguridad, el transporte, las vías de acceso para llegar a ella, observando si la zona es residencial, comercial o industrial, factores que son necesarios para establecer si un bien inmueble en determinado lugar es atractivo para el potencial cliente.

1.2. SITUACIÓN ACTUAL DE LA PROBLEMÁTICA

Actualmente en el Ecuador hay un déficit aproximado de 500 mil viviendas, según Leopoldo Ocampo, presidente de la Cámara de la Industria de la Construcción. Se encuentran planes de trabajo presentados generales del 2021, han minimizado dentro del aspecto social, el déficit habitacional, un problema que no es de ahora y que en el Informe de Rendición de Cuentas del Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda (Miduvi) de 2019, se indica que la Misión Casa para Todos, proyecto social del actual Gobierno, en la Fase 1, entregó 25.260 viviendas con una inversión de \$ 228 millones.

Sin embargo, en el cantón Quevedo existen problemas de vivienda, familias numerosas que alquilan, debido a que no poseen un hogar propio y unos de los factores primordiales se debe a la inmigración de colombianos, venezolanos, cubanos, la problemática existente son los factores socio económicos de las familias ya que no todos cuentan con un empleo digno vienen en busca de mejores días. La inexistencia de una empresa que guie oriente y facilite la adquisición de bienes para las familias incidiendo en la toma de decisiones, debilidades específicas que se pueden agrupar como factor de las siguientes causas:

- El problema central es que los arrendadores presentan desconfianza al momento de arrendar sus bienes inmuebles.
- Inadecuada asesoría en el sector inmobiliario para satisfacer la necesidad del usuario.
- Conocer y analizar el mercado al cual nos vamos a segmentar
- El mercado inmobiliario presenta como oportunidad y ventaja su crecimiento continuo, aumentando automáticamente la oferta de bienes inmuebles

disponibles para arrendar; sin embargo, aún no es un mercado consolidado el cual cuente con compañías que ofrezcan servicios integrales.

1.3. PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1. Problema General

¿De qué manera repercute la Asesoría en Bienes y Raíces en la toma de decisiones Inmobiliaria de los habitantes de la ciudad de Quevedo?

1.3.2. Problemas Derivados

- ¿Cómo repercute en los ciudadanos la asesoría en Bienes y Raíces en los actuales momentos?
- ¿Qué factores afectan en una inadecuada toma de decisiones respecto al sector inmobiliario en la ciudad de Quevedo?
- De qué manera un plan de negocios influye en la necesidad que existe en los usuarios para adquirir una propiedad.

1.4. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

Es de vital importancia conocer la delimitación del problema de investigación ya que permite circunscribirse en un ámbito espacial, temporal y teórico

CAMPO : Ciencias Administrativas

ÁREA : Toma de decisiones

LÍNEA : Emprendimiento, administración, y desarrollo de empresas

LUGAR : Quevedo

AÑO : 2020

1.5. OBJETIVO

1.5.1. Objetivo General

Evaluar la repercusión de la asesoría en bienes y raíces en la toma de decisiones inmobiliarias de los habitantes de la ciudad de Quevedo.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Identificar los servicios inmobiliarios requeridos por los arrendadores o compradores de la ciudad de Quevedo.
- Determinar los factores que inciden en la toma de decisiones de asesoría en bienes y raíces para los habitantes de Quevedo.
- Elaborar un plan de negocios para determinar cuáles son los factores que influyen en el usuario para adquirir un bien inmobiliario.

1.6. JUSTIFICACIÓN

Este proyecto tiene la finalidad de evaluar la repercusión de la asesoría en bienes raíces en la toma de decisiones de los habitantes de la ciudad de Quevedo, por las razones indicadas en este trabajo de investigación es necesario conocer la situación actual que se está viviendo en el cantón Quevedo en lo que respecta al sector de bienes y raíces.

El mercado inmobiliario se dedica a diferentes actividades tales como: avalúos, compra y venta de bienes inmuebles, administración de edificios, arrendamientos etc. Cada una de estas actividades está acompañada de un sinnúmero de eventualidades y problemas para las cuales se requieren estudios y soluciones adecuadas, con el objetivo

de brindar mayor agilidad en las transacciones comerciales y disminuir los riesgos que asume cada una de las partes.

La principal causa del desarrollo del proyecto es que existen muchas personas que no tienen información clara de cómo realizar sus compras de bienes raíces, por lo que con una buena asesoría lograrían obtener este beneficio que al pasar de los años obtendrían plusvalía y servirá como ingreso de la familia sea para su venta o su utilización.

Este proyecto tiene trascendencia en el contexto local, provincial y nacional ya que el Cantón Quevedo se encuentra en pleno crecimiento no solo en el número de habitantes, sino en su estructura organizacional, emprendimientos y flujo económico lo que hace más atractiva la necesidad de quedarse a habitar en él. Así mismo, tiene utilidad práctica al desarrollarse la ciudad se crearán nuevas empresas e iniciativas de progreso, lo que se hace imprescindible una empresa de asesoría inmobiliaria y consigo nuevas fuentes de empleo. El trabajo realizado está sustentado con bases científicas consultadas de los diferentes autores cuyo aporte ha sido plasmado como soporte para el proyecto.

El aporte y la relevancia de esta investigación permitirán conocer los parámetros que se deben aplicar en el mercado local para brindar un buen servicio en el ámbito de asesorías inmobiliarias agilizando el proceso de inversión de valores de los ciudadanos de Quevedo; además, se aportará a futuros proyectos de inmobiliarias aplicada por empresas de bienes y raíces.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

“Las empresas que tienden a integrar y desarrollar sus técnicas de planificación estratégica compiten de manera más efectiva generando mayores ventas y márgenes de ganancias.”

Carson, Darwin

2.1. FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL

2.1.1. Asesoría

Gestor inmobiliario persona o empresa que presta servicios de mediación, asesoramiento y gestión en materia esto incluye la compraventa, el alquiler o la cesión de bienes inmuebles (Pophal, 2003).

El término asesoría se deriva del verbo latino *assidére*, significa “estar sentado al lado” y se ha empleado en múltiples direcciones del conocimiento, en las diferentes épocas. En la actualidad ha tomado un significado particular y forma parte del vocablo empleado por el sistema educativo de las universidades, es utilizado como forma de preparación en el puesto de trabajo (Pérez, Baute , & Maldonado, 2017).

2.1.2. Bienes y raíces

Un bien raíz coincide con los bienes inmuebles como edificios, terrenos y cualquier derivado de éstos que están fijados a la tierra. Son denominados así debido a que no se pueden trasladar, en general, este tipo de bienes son considerados como activos fijos en la contabilidad y finanzas de las empresas, contando como mejoras o incrementos de valor aquellas reformas y añadidos que puedan aumentar su valor (Fleitman, 2000).

Los bienes raíces son aquello que por su naturaleza no se pueden mover, denominados inmuebles, un bien raíz coincide con los bienes inmuebles como edificios, terrenos y cualquier derivado de éstos que están fijados a la tierra. Son denominados así debido a que no se pueden trasladar (Pedrosa, 2017).

2.1.3. Plan de negocios

El plan de negocio se estudia el entorno de la empresa, analizando y evaluando los posibles resultados si se logran los objetivos marcados en el proyecto. Para ello, es

importante que el plan de negocio contenga en sus páginas las diversas variables que conforman sus objetivos y los recursos que serán necesarios dedicar a los mismos para iniciar su funcionamiento y para conseguir alcanzar esos objetivos (Pophal, 2003).

“Un modelo de negocio describe las bases sobre las que una empresa crea, proporciona y capta valor” (Osterwalder & Pigneur, 2014), Es un instrumento o herramienta que permite trazar en un documento todas las variables que permiten estructurar el plan de negocio, de forma clara y concisa sobre la oferta y demanda del mercado de los cuales se presenta a continuación los siguientes modelos de negocio; (a) Modelo Canvas; (b) Modelo de negocio cebo y anzuelo; (c) Economía colaborativa; y, (d) Long Tail.

2.1.4. Correduría

La correduría propiamente tal, tiene su origen en civilizaciones antiguas, como la egipcia, fenicia, griega y romana, donde expertos en comercio y mercaderías desempeñaban funciones de intermediación entre comerciantes de distintas nacionalidades y naciones, encontrando compradores para los bienes que les eran encargados en venta, informando sobre sus características esenciales, determinado su valor y concluyendo la operación. Eran consideraciones auxiliares del comercio (Freig, 2017).

2.1.5. Publicidad

Sugiere que la publicidad es un conjunto de estrategias técnicas conjuntas para poder llevar a cabo la promoción del bien y servicio el cual se va a promocionar y poder alcanzar los principales objetivos de la empresa (Kotler y Armstrong, 2001).

2.1.6. Inmobiliaria

El Servicio de Asesoría Inmobiliaria consiste en entregarle al cliente la ayuda necesaria para decidir cuál es el plan más conveniente de inversión en finca raíz según su poder adquisitivo y sus necesidades. La asesoría inmobiliaria representa una herramienta fundamental para determinar las planificaciones de promoción y comercialización de los inmuebles, las estrategias de competencia que se utilizarán y la manera en la cual se pueden atraer los clientes (Puentes, 2014).

Inmobiliario o inmobiliaria es un adjetivo que caracteriza a los bienes que permanecen en un lugar sin poder moverse, (inmóviles) ya sea por su propia naturaleza como el caso de un terreno; o por accesión de mueble a inmueble como los edificios que se construyen sobre los terrenos. Por ejemplo. “El rubro inmobiliario es el que más se ha valorizado en este período de crisis económica” o “la oferta inmobiliaria se redujo al caer los precios de mercado” (Deconectos.com, 2019).

2.1.7. Empresa de servicios

En la actualidad las empresas de hoy para su crecimiento económico potencializan sus actividades mediante la elaboración de un plan de negocios, el cual permita establecer estrategias que ayuden a mejorar el portafolio de clientes y por consiguiente poder posesionarse en el mercado local; por lo consiguiente satisfacer las necesidades, sean estas comerciales o de servicios, que conlleven a generar un desarrollo socio económico en beneficio del sector y sus áreas de influencia (Santillán, 2011).

2.1.8. Estrategia

Es un proceso que consiste en la evaluación sistemática de la naturaleza de un negocio que define los objetivos a largo plazo, identifica las metas y objetivos cuantitativos,

desarrolla estrategias para alcanzar dichos objetivos, fija la dirección hacia dónde quiere ir la empresa para la ejecución o logro de los objetivos, eliminando la improvisación, disminuyendo la incertidumbre y alineando recursos para lograr mejores resultados (Kotler, 2015).

2.1.9. Comercialización

El proceso de comercialización incluye cuatro aspectos fundamentales: ¿cuándo?, ¿dónde?, ¿a quién? y ¿cómo? En el primero, el autor se refiere al momento preciso de llevarlo a efecto; en el segundo aspecto, a la estrategia geográfica; el tercero, a la definición del público objetivo y finalmente, se hace una referencia a la estrategia a seguir para la introducción del producto al mercado (Kotler, 2015).

La comercialización es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Las técnicas de comercialización abarcan todos los procedimientos y manera de trabajar para introducir eficazmente los productos en el sistema de distribución (Mintzberg, 2017).

2.1.10. Decisiones de compra

Se puede definir el proceso de decisión de compra como el modelo del comportamiento del consumidor que precede, determina y sigue al proceso de compra para la adquisición de productos, ideas y servicios que satisfagan una necesidad (Hoyer, 2018).

Uno de los temas fundamentales del comportamiento de los consumidores es la manera en la que los consumidores desarrollan, adaptan y usan sus estrategias del proceso de compra (Moon, 2014).

2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.2.1. Plan de negocio

El plan de negocios como un instrumento clave y principal para el desarrollo de actividades relacionadas entre sí para el comienzo y desarrollo de una empresa, lo cual sirve como guía que facilita para la creación de la misma (Fleitman, 2000).

Un plan de negocios "es un documento escrito de manera sencilla y precisa, el cual es el resultado de una planificación. Este documento muestra los objetivos que se quieren obtener y las actividades que se desarrollarán para lograr dichos objetivos" (Villarán, 2009).

2.2.1.1. Características del plan de negocios

Las características de un plan de negocios según (ProInversión, 2017) son las siguientes:

- Investigar detalladamente el mercado donde la empresa se va a posesionar.
- Desarrollar un plan detallado para influenciar favorablemente los factores que determinan si el negocio tendrá éxito.
- Definir cuidadosamente cada fase del negocio, los detalles de operación y de qué manera se va acoplar adecuadamente cada una de las partes del mismo, para una entidad de negocio viable.
- Recopilar la información necesaria para realizar un estimado de probabilidad que tendrá la empresa para que sea exitosa.

- Examinar las fortalezas y debilidades de la empresa relacionadas con el mercado, determinar la competencia y consumidores.

Según la guía para el desarrollo de la micro y pequeña empresa , un plan de negocio contiene la siguiente estructura: resumen ejecutivo: resumen y conclusiones, descripción y visión del negocio: información que permita entender el negocio y la descripción de los productos y los servicios que ofrece, análisis del mercado: descripción del sector en el que el negocio compite o competirá, planeamiento estratégico: una estrategia de planeamiento que nos permita saber dónde estamos y hacia dónde vamos, así como cuáles son nuestras fortalezas y debilidades, estrategia de comercialización y ventas: estrategia que se va a seguir para distribuir y vender los productos, análisis del proceso productivo: cómo se tiene que organizar para producir, qué insumos, maquinaria, etc., son necesarios, análisis económico financiero: cuántos ingresos y egresos se va a tener (ProInversión, 2017).

2.2.2. Antecedentes de una empresa Inmobiliarios

Correduría detalla que la historia de las antiguas civilizaciones como la egipcia, fenicia, griega o romana, estuvo presente dentro de su comercio un experto en mercaderías que cumplía con varias funciones; desde las primeras leyes que regularon al Corredor Público, se le otorgaron funciones básicas que hasta la fecha conserva y que son: mediador, fedatario público y perito legal (valuador) (Correduría Pública, 2008).

- Mediación o contrato comercial de un corredor ya que se le consideraba un experto en mercaderías y ponía en contacto a vendedores y compradores.
- Fe pública al autenticar o hacer constar en tabletas de arcilla o de papiro los inventarios de mercaderías y las transacciones en las que intervenía.

- Valuación ya que al ser experto en mercaderías podía determinar el valor de las mismas en las operaciones comerciales.
- Los Corredores vigilaban los mercados y a los mercaderes, velaban por la buena marcha de las operaciones mercantiles; tenían autoridad en cuestiones de calidad, pesas.

2.2.3. Contrato Comercial

El contrato comercial denominado también corretaje aquel contrato por el que una de las partes (mediador) se le obliga a la remuneración y a promover o facilitar la celebración entre las partes que han de celebrar un futuro contrato (Jiménez & Tejada, 2009).

Mediante los contratos propios del tráfico mercantil el hombre procura satisfacer todas sus necesidades materiales, espirituales, científicas, de esparcimiento, etc., recurriendo a las empresas productoras y distribuidoras de los bienes y servicios que se lanzan al mercado a dicho fin (Toffler, 2017).

2.2.4. Bienes y Raíces

Los inmuebles son aquellos bienes considerados bienes y raíces, que están ligados al suelo unidos de una manera inseparable, física o jurídicamente, al terreno, tales como las parcelas urbanizadas, casas, fincas en conclusión son bienes imposibles de trasladar o separar del suelo sin ocasionar daños ni perjuicios, son terrenos que están anclados en él (Instituto de Altos Estudios Nacionales, 2011).

2.2.4.1. Tipos de bien raíz

Suelen representarse diversos tipos de bienes raíces según su tipología, de acuerdo con (Pedrosa, 2017) se estiman los siguientes:

- Según su naturaleza: Como el suelo y subsuelo (metro, tranvía, edificios.)
- Bienes raíces por incorporación: Como las construcciones (por estar asentadas de forma indefinida en el suelo)
- Según su destino: Que sirven e incrementan el valor de los bienes raíces principales. Son, generalmente, mejoras de éstos.
- Según su analogía: como las hipotecas.
- Bienes raíces por acceso: Como el mobiliario fijo de los bienes raíces principales (puertas, ventanas, reformas...)
- Por representación: Como las escrituras y registros que otorgan la titularidad al propietario.
- Los activos inmobiliarios pueden tener hipoteca, mientras que los muebles no, y además se pueden inscribir en registros públicos de la propiedad para un mayor control jurídico.

2.2.5. Asesoría de bienes raíces

El sector inmobiliario es un aspecto importante para la economía del país, pero también ha sido fuente de la vulnerabilidad y crisis, la vivienda es un componente de la inversión y en otros países se los considera como mayor componente de la riqueza (Zhu, 2015).

2.2.6. Servicios inmobiliarios

Las personas que manejan la burbuja inmobiliaria a través de las políticas o regulaciones que emiten son los políticos por seguir un modelo de desarrollo inadecuado, los bancos debido a que otorgaban créditos por activos con valoraciones absurdas, es decir

que otorgan créditos a personas que no ofrecen garantías suficientes, en este aspecto se podría decir que son culpables los políticos por no establecer leyes sobre el anti endeudamiento excesivo, los constructores por no haber previsto que esto era insostenible y seguir haciendo cada vez más pisos a altos precios y de baja calidad y por último tenemos al ciudadano, que se ha endeudado de manera exagerada sin pensar en las consecuencias (B, Geraldo, 2016).

2.2.7. Factores que influyen en la adquisición de un bien

El proceso de compra de un bien inmueble para (Centro de investigación clave, 2019) son los siguientes:

1. Como primera actividad, los compradores escogen varios proyectos, que se ajusta a sus necesidades y posibilidades.

2. Como segunda actividad los compradores observan cuales son las unidades disponibles y a la vez realizan una investigación acerca del crédito hipotecario y debaten entre la familia para poder elegir el bien inmueble que más les conviene.

3. En la tercera actividad los compradores se han decidido por el bien inmueble, firman los papeles y realizan el pago.

2.2.8. Toma de decisiones

La toma de decisiones es indispensable para las empresas, pues una decisión mal tomada puede conllevar a una situación comprometedora. Por tal razón, las personas encargadas de la toma de decisiones deben estar capacitadas y conocer ampliamente todas las características y pasos que constituyen este proceso, y que las obliga a escoger entre dos o más alternativas (Cabeza, Muñoz Alberto, & Vivero Sandra, 2014).

2.2.9. Estudio de Mercado

El mercado como el punto de encuentro de oferentes con demandantes de un bien o servicio para llegar a acuerdos en relación con la calidad, la cantidad y precio. En el estudio de mercado de acuerdo a (Jany, 2017) se tiene que:

- Es el punto de partida de la presentación detallada del proyecto.
- Sirve para los análisis técnicos, financieros y económicos.
- Abarca variables sociales y económicas.
- Recopila y analiza antecedentes para ver la conveniencia de producir y atender una necesidad.

La investigación de mercado en todos los procesos es muy alta ya que sirve como instrumento de acopio de información, previene y limita los riesgos especialmente de ayuda para que la toma de decisiones se dé en condiciones de menor incertidumbre. El estudio de mercado aplicado al presente proyecto involucrará tres preguntas claves como: ¿Que comprará el consumidor?, ¿Cuánto comprará? , ¿A qué precio comprará?” (Jany, 2017).

2.2.10. Oferta

La oferta es una relación que muestra las cantidades de una mercancía que los vendedores estarían dispuestos a ofrecer para cada precio disponible durante un periodo de tiempo si todo lo demás permanece constante (Spencer, 2003).

2.2.11. Demanda

Se puntualiza que la cantidad y calidad de bienes y servicios pueden ser adquiridas, a diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual), o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en un momento determinado (B & H, 2003).

2.2.12. Mercado

El mercado es la acción de transportar y ofrecer artículos en una tienda para que estén disponibles cuanto lo deseen los compradores; otros señalan que el mercado se muestra cuando el consumidor sale a recorrer tiendas y efectúa compras; también se considera que es el área geográfica donde concurren compradores y vendedores, o la relación que guardan entre la oferta y la demanda de un producto determinado (Fonnegra, 2018).

2.2.13. Producto

Producto es la comercialización del bien, cualquier cosa que pueda ofrecerse para satisfacer una necesidad o deseo. Abarca objetos físicos, servicios, personas, lugares, organizaciones e ideas (Cordoba & Padilla, 2013).

2.2.14. Estudio Técnico

El estudio técnico indaga responder a los interrogantes básicos: ¿Cuánto, donde, como y con que producirá mi empresa?, así como diseñar la función de producción óptima que mejor utilice los recursos disponibles para alcanzar el producto o servicio deseado, sea este un bien o un servicio (Cordoba & Padilla, 2013).

Apunta que hay demanda suficiente de acuerdo a las características del producto o servicio, tamaño de la demanda y cuantificación del volumen de venta y precio, hay necesidad de definir el producto en el estudio técnico.

2.2.15. Ingeniería del proyecto

Selecciona el proceso de producción de un proyecto cuya disposición en planta conlleva a la adopción de una determinada tecnología y la instalación de obras físicas o servicios básicos de conformidad con los equipos y maquinarias elegidos. También se ocupa del almacenamiento y distribución del producto de método de diseño, de trabajos de laboratorio, de empaques de productos, de obras de infraestructura y de sistemas de distribución (Cordoba & Padilla, 2013).

2.2.16. Estudio Económico

Bruno Pujol cita, que tiene como finalidad lograr los objetivos de custodiar e invertir los valores y recursos de una empresa, a mantener los sistemas de información adecuados para el control de activos y operaciones de dicha empresa y a proteger el capital invertido (Pujol, 2003).

Se define también como el área financiera como la encargada de la planeación de los recursos económicos, para definir y determinar cuáles son las fuentes de dinero más convenientes para que dichos recursos sean aplicados en forma óptima (Grupo Financiero BASE , 2017).

2.2.17. Estudio Financiero

Corresponde a la última etapa de la formulación del proyecto, recoge y cuantifica toda la información proveniente de los estudios de mercado, estudio técnico y estudio organizacional. Las etapas mencionadas son secuenciales, lo que indica que se deben realizar en este orden. Una vez que el evaluador del proyecto se haya dado cuenta que existe mercado para el bien o servicio, que no existen impedimentos de orden técnico y legal para la implementación del proyecto, procede a cuantificar el monto de las

inversiones necesarias para que el proyecto entre en operación y a definir los ingresos y costo durante el periodo de evaluación del proyecto. Con esta información se realiza, a través de indicadores de rentabilidad, la evaluación financiera del proyecto (Orosco, 2010).

2.2.18. Ingresos

Según ingreso es una recuperación voluntaria y deseada de activo, es decir, un incremento de los recursos económicos. Se derivan de las transacciones realizadas por la empresa con el mundo exterior que dan lugar a alteraciones positivas en el patrimonio neto de la misma (R & Rodríguez, 2008).

2.2.19. Depreciación

La depreciación es la distribución como gasto del valor del activo en los periodos en el cual presta sus servicios. Los activos fijos, con excepción de terrenos, con de uso de la empresa por un número limitado de años y su costo se distribuye como gasto entre los años durante los cuales se usa (Orosco, 2010, pág. 115).

2.2.20. Proyecto

Es el esfuerzo temporal emprendido para crear un único producto, servicio o resultado (Ocaña, 2013).

2.2.21. Rentabilidad

Es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan unos medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener unos resultados la comparación entre la renta generada y los medios utilizados para obtenerla con el fin de permitir la elección entre alternativas o juzgar la eficiencia de las acciones realizadas, según que el análisis realizado sea a priori o a posteriori (Garia, 2009).

2.2.22. Indicadores financieros

Una razón financiera es una operación matemática (aritmética o geométrica) entre dos cantidades tomadas de los estados financieros (balance general y el estado de resultados) y otros informes y datos complementarios (Baena, 2010).

Se realiza para llevar a cabo un estudio o análisis de cómo se encuentran las finanzas de la empresa; también pueden ser usadas como indicadores de gestión (Baena, 2010). La razón o indicador es la expresión cuantitativa (dado en moneda legal) del desarrollo, actividad o comportamiento de toda la organización o de una de sus áreas, cuya proporción, al ser comparada con un nivel de referencia, puede estar señalando una desviación sobre la cual se tomarán acciones correctivas o preventivas, según el caso Tasa interna de retorno.

Es la rentabilidad que, aplicada de forma constante a lo largo del tiempo, convierte el valor inicial de una serie en su valor final (García, 2013).

2.2.23. Valor actual neto

Generalmente, calculamos el VAN para decidir si la empresa debe invertir en un proyecto o no. Si el resultado del cálculo del VAN es positivo (mayor que cero) entonces a la empresa le conviene realizar el proyecto; y, al contrario, si es negativo no le conviene (ACCID, 2012). Si para la empresa, el valor actual de los flujos futuros es superior al valor de la inversión (por tanto, VAN positivo), significará que el proyecto le conviene. Al contrario, si el valor actual de lo que recibirá es inferior a lo que debe invertir, entonces el proyecto no le es conveniente.

2.2.24. Cliente

El cliente y sus necesidades son el motivo que da sentido a las empresas y a su actividad comercial. Si una empresa no satisface las necesidades y deseos de sus clientes, su destino no es otro que su desaparición. En muchos casos no importa cuánto bueno sea el producto o servicio, ni si su calidad o precio son competitivos. El cliente o el conjunto de ellos, con sus decisiones, tienen el poder de decidir sobre la supervivencia de nuestra empresa (Muñoz, 2013).

2.2.25. Inversión

La inversión se refiere al empleo de capital en algún tipo de negocio con el objetivo de incrementarlo. Dicho de otra manera, consiste en posponer al futuro un posible consumo en el presente. Quien invierte sólo cede su posibilidad de consumo de hoy a cambio de una adecuada compensación (Muñoz, 2013).

En el caso particular de inversión financiera los recursos se colocan en títulos, valores y demás documentos financieros, a cargo de otros entes, con el objeto de aumentar los excedentes disponibles por medio de la percepción de rendimientos, dividendos, variaciones de mercado y otros conceptos (Muñoz, 2013).

2.2.26. Costos

Se entiende por coste «la medida y valoración del consumo realizado o previsto por la aplicación racional de los factores para la obtención de un producto, trabajo o servicio (Rocafort. A. & Ferrer, 2009).

2.2.27. Gastos

El gasto se corresponde con los conceptos enunciados en el grupo 6 del Plan General Contable, por lo que se relaciona íntimamente con las adquisiciones de bienes o servicios, las amortizaciones y los deterioros (Rocafort. A. & Ferrer, 2009).

2.2.28. Punto de equilibrio

Indica la relación que existe entre los ingresos, los costos y las utilidades. Para calcular el punto de equilibrio (PE) el gerente tiene que conocer el precio unitario del proyecto que vende (P), el costo variable por unidad (CV) y el total de los costos fijos (TCF). La organización llega al punto de equilibrio cuando el total de sus ingresos es justo para que resulte igual al total de costos (Srephen, 2009).

2.2.29. Las obligaciones fiscales.

El Registro Único de Contribuyentes, conocido por sus siglas como RUC, es el instrumento que identifica al contribuyente y la actividad económica que este realiza, por ello, todas las sociedades, nacionales o extranjeras, sin excepción, que inicien una actividad económica o que posan bienes o derechos por los cuales tengan la obligación de tributar, tienen la obligación de acercarse inmediatamente a las oficinas del SRI para obtener su número de RUC, presentando los requisitos para cada caso (SRI, 2019).

Las Sociedades deben presentar las declaraciones de impuestos a través sistema informático de declaraciones que se encuentra en la web, o en su defecto, en ventanillas del Sistema Financiero. Las mismas deberán de efectuarse de forma consolidada, sin importar el número de sucursales, establecimiento o agencias que la sociedad posea: 1: Declaración de Impuesto al valor agregado (IVA): Se debe realizar mensualmente, en el Formulario 104, incluso existan periodos donde no se haya registrado venta o actividad

comercial, compras o adquisiciones, y por ende no se hayan efectuado retenciones en el impuesto. En una sola declaración por periodo se establece el IVA sea como agente de Retención o de Percepción. 2: Declaración del Impuesto a la Renta: La declaración del Impuesto a la Renta se debe realizar cada año en el Formulario 101, en el cual se registran los valores correspondientes (SRI, 2019).

Pago del Anticipo del Impuesto a la Renta: Para el pago de esto se deberá emplear el Formulario 106. El cálculo de este anticipo se fundamenta legalmente en al Art. 41 de la Ley de Régimen Tributario (SRI, 2019).

Declaración de Retenciones en la Fuente del Impuesto a la Renta: Esta declaración debe de realizarse de forma mensual, empleando para ello el Formulario 103, aun no se hubiese realizado retención alguna durante uno o varios meses, las sociedades son agentes de retención, por lo que ellas tienen la obligación de efectuarlas y de llevar registro contable sobre las retenciones que realizan, y por los pagos que se originan por estas, cada organización debe de llevar en un archivo cronológicamente ordenado los comprobantes de retención que hayan sido emitidos y las declaraciones originadas (SRI, 2019).

Las sociedades que comercialicen bienes o servicios que estén gravados con el ICE, tienen la obligación de declarar de forma mensual ese impuesto, para lo cual debe de emplearse el Formulario 105, así no se hayan realizado transacciones de productos gravados durante un mes o varios, presentar Anexos, en los anexos debe constar información precisa y clara de las actividades y operaciones que realiza el contribuyente, quien tiene la obligación de presentarlos en el sistema web de declaraciones del SRI, de acuerdo al periodo que le corresponda en base al noveno dígito del RUC (SRI, 2019).

Anexo de Retenciones en la Fuente del Impuesto a la Renta por otros conceptos (REOC), reporte con frecuencia mensual en el que se detalla información relacionada a compras y las retenciones en la fuente generadas, el mismo que debe ser presentado en el siguiente mes, anexo Transaccional Simplificado (ATS), Reporte mensual que refleja información concerniente a compras, ventas, exportaciones, comprobantes anulados y retenciones en general, este reporte deberá de ser presentado por aquellas sociedades que tengan una consideración especial, o en su defecto tengan autorización de auto impresión de comprobantes de venta, retención y documentos complementarios (SRI, 2019).

Anexo de Impuesto a la Renta en Relación de Dependencia (RDEP), detalla la información concerniente a la retención en la fuente del Impuesto a la Renta realizada al personal bajo relación de dependencia en el periodo correspondiente entre el primero de enero al 31 de diciembre de cada año. Este anexo debe de ser presentado con periodicidad anual, en el mes de febrero (SRI, 2019).

Anexo de ICE, contiene un informe que detalla la cantidad total de ventas realizadas de los productos, servicios, marcas y presentaciones comercializados, este anexo debe ser presentado al mes siguiente, con la única excepcionalidad de no hacerlo en caso de que no existan movimientos en uno o varios periodos mensuales, de forme adicional, los contribuyentes deberán de presentar un reporte detallado de los precios de venta al público por cada ítem a comercializar, y de la misma forma especificar cada que exista un cambio en el PVP (SRI, 2019).

Anexo de accionistas, partícipes, socios, miembros de directorio y administradores (APS), este anexo contiene información de las personas naturales, jurídicas, societarias

sean naturales (ecuatorianas) o extranjeras que participen como socios, miembros o accionistas de empresas constituidas en el Ecuador (SRI, 2019).

Todos estos procesos y documentos se deben ejecutar en el SRI para formalizar la empresa y contribuir con la economía estatal y obligaciones, impuestos y serie de acciones para cumplir con lo establecido en la ley.

Constitución de la empresa

La Superintendencia de Compañías y Valores facilitará en su portal www.supercias.gob.ec una opción mediante la cual los usuarios deberán registrarse y generar una clave de acceso, a fin de poder ingresar al sistema y realizar el proceso simplificado de constitución electrónica (Compañías, 2018).

El representante legal o técnico, a través del sistema automatizado de Buenas Prácticas de Manufactura para plantas procesadoras de alimentos, deberá comunicar la fecha, hora y el auditor designado a realizar la inspección, en término de 5 días laborables antes de la ejecución de la misma. A través del Instructivo Externo – Sistematización del proceso de Buenas Prácticas de Manufactura de alimentos procesados (Compañías, 2018). El mismo se podrá obtener mediante la página oficial de la Agencia a través del siguiente:

Link <http://www.controlsanitario.gob.ec/documentos-vigentes/> (Compañías, 2018).

Nota: La orden de pago tiene una vigencia de 10 días laborables, en caso de caducidad del documento se deberá reiniciar el proceso de registro u homologación del Certificado de Buenas Prácticas de Manufactura, las cuentas bancarias habilitadas para la cancelación de la orden de pago son: A nombre de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, Banco del Pacífico: Cuenta Corriente N° 7693184, Banco de

Fomento: Cuenta Corriente N° 3001108015 (código sub-línea: 130113), el comprobante de depósito o transferencia y la orden de pago, debe ser enviado al correo electrónico facturacion@controlsanitario.gob.ec, la misma que será validada en término de 3 días laborables (Compañías, 2018).

El sistema automatizado de Buenas Prácticas de Manufactura para Alimentos, emitirá el Código Único BPM por el registro del certificado de Buenas Prácticas de Manufactura, emitido por el organismo de inspección acreditado, cualquier cambio de las condiciones en las que fue certificada la planta procesadora de alimentos, deberá ser notificado de inmediato por sus representantes a la ARCSA, quien dispondrá la inspección a que haya lugar, y la ampliación o cambio del certificado de buenas prácticas de manufactura, si en cualquier etapa del proceso de inspección con fines de certificación del cumplimiento o verificación del mantenimiento de las Buenas Prácticas de Manufactura, así como de los sistemas rigurosamente superiores, se encuentra que el informe emitido por los organismos de inspección acreditados no corresponde a las evidencias encontradas, la ARCSA notificará de inmediato a las instancias correspondientes para las acciones.

2.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

El desarrollo de la industria de la construcción, al promover el crecimiento urbanístico del país, ha determinado la expansión del mercado inmobiliario y la necesidad de que este cuente con agentes de comercio especializados (Aliste, Contreras, & Sandoval, 2012).

2.3.1. Legales en el sector Inmobiliario

Las actividades comerciales relacionadas con los bienes inmuebles pareciesen un acto jurídico de poca significación, no obstante, no es así. En el mundo entero el sector inmobiliario es una de las áreas más importantes de la economía, no solamente por los

ingresos que genera, sino por cuanto dichas inversiones se traducen finalmente en fuentes generadoras de empleos, así mismo el sector inmobiliario cuenta con servicios de asesoramiento profesional en las áreas, técnica, financiera, fiscal, administrativa, contable, auditoría de cuentas, legal, marketing y todo el entorno que abarca el importante campo de los bienes raíces. Ecuador por lo que los involucrados en el área inmobiliaria deben adaptarse a las normas y ordenanzas que rigen estas actividades, como la codificación de uso del suelo, normas constructivas, tasas y demás obligaciones tributarias, oferta y demanda inmobiliaria, acceso a financiamiento como créditos hipotecarios.

Es por eso que en el país hay algunas normativas legales referentes a este sector para su control, aunque en el mercado de los bienes raíces no existe una regulación oficial de los precios, sino que esto va de acuerdo con las tendencias financieras del mercado y/o al lugar donde vaya a estar ubicado el bien, existen otras leyes como las siguientes:

2.3.2. El Sector Inmobiliario y las Normas de Lavado de Dinero

En el Registro Oficial 710 del 24 de mayo de 2012, se estipula que las personas jurídicas, que tengan como actividad la construcción o la inversión e intermediación inmobiliaria deben dar cumplimiento a las normas para la prevención del lavado de activos. Esta normativa representa un importante avance ya que el sector inmobiliario puede ser objeto de inversiones. Con esta nueva normativa se pone una nueva traba para que ingrese al mercadodinero que no esté debidamente justificado

2.3.3. Reglamento a la Ley de Propiedad Horizontal

El Reglamento General de la Ley de Propiedad Horizontal, expedido mediante el Decreto Ejecutivo 1229 y promulgado en el Registro Oficial No 270 del 6 de septiembre

de 1999 y reformado, mediante el Decreto Ejecutivo 1759 y promulgado en el Registro Oficial No 396 del 13 de diciembre del 2001 tiene por objeto establecer los principios y normas que deben regir para todos los inmuebles cuyo dominio estuviera constituido en condominio o declarado en régimen de propiedad horizontal.

2.3.4. Ley de Corredores de Bienes Raíces del Ecuador

Esta ley determina que el desarrollo de la industria de la construcción, al promover el crecimiento urbanístico del país, ha determinado la expansión del mercado inmobiliario y la necesidad de que éste cuente con agentes de comercio especializados; que es necesario que los corredores de bienes raíces se capaciten en los establecimientos de nivel superior del país y que estén protegidos por una ley de defensa profesional ya que es de interés social fomentar el mercado de bienes raíces con el objeto de propender a un mayor rendimiento de la industria de la construcción y de precautelar los derechos e intereses de las personas que adquieren bienes inmuebles.

2.3.5. Ley para la Regulación de los Créditos para la Vivienda

También conocida como la Ley de Hipotecas, consiste en que una persona que haya caído en mora, pueda devolver su casa al banco, evitando así el embargo o remate de otros bienes. Es obligación de las autoridades de control, en este caso de la Superintendencia de Bancos, vigilar que las instituciones financieras no concentren dentro de sus carteras de crédito, altos niveles de préstamos hipotecarios, y exijan a sus clientes los requisitos necesarios para comprobar su solvencia y garantizar su deuda, aunque muchos opinan que una de las consecuencias podría ser que menos personas tengan acceso a vivienda.

2.3.6. Ley de Inquilinato

La ley de inquilinato fue publicada en el Registro Oficial No 196 del 2000, la misma que ha presentado cambios importantes el 26 de febrero del 2013 que fue aprobada en la Asamblea Nacional. De tal manera que los concejos cantonales serán los encargados de la Oficina de Registro de Arrendamientos. Además, en la Oficina de Registro de Arrendamientos se deberán registrar los contratos de arrendamiento, la misma se hará responsable de fijar los precios máximos 25 para los arriendos de viviendas, comercios y talleres. Des mismo modo, el tiempo de inscripción del contrato de arrendamiento en la Oficina de será de 30 días tras su celebración, caso que no se pagará una multa que corresponde al valor del canon mensual de arrendamiento. De tal manera, el valor de la garantía entregada por el arrendatario deberá ser depositado en una cuenta del Banco Nacional de Fomento, no obstante, en el 2013 cuando se dieron cambios, también la función Ejecutiva, es decir, el presidente de la República Econ. Rafael Correa, vetó el proyecto de ley y solicitó que una nueva reforma a esta ley sea presentada. Dicha nueva reforma podrá presentarse únicamente después de un año de este veto (Civil, 2015).

2.3.7. Ley de los Corredores de Bienes Raíces

LEY DE LOS CORREDORES DE BIENES RAÍCES

Capítulo I

DE LOS CORREDORES DE BIENES RAÍCES

Art. 1.- Son corredores de bienes raíces las personas naturales o jurídicas que, previo el cumplimiento de los requisitos legales y reglamentarios, ejercen el corretaje de manera profesional.

Art. 2.- Los corredores de bienes raíces son agentes que reciben por escrito el encargo de ofertar o demandar contratos, actos y operaciones de compraventa, hipoteca, anticresis u otros contratos similares de bienes raíces.

Art. 3.- 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 y las demás leyes; y,
- e) Los demás requisitos contemplados en las diversas leyes.

Art. 4.- Son 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; y,
- e) Los demás que se determinen en el reglamento.

Art. 5.- Prohíbese a 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.

Art. 6.- (Reformado por Art. 28 de la Ley 12, R.O. 82-S, 9-VI-97). - Los corredores profesionales de bienes raíces percibirán por sus servicios, los honorarios fijados en el arancel que determinará el Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización y Pesca, sin perjuicio de los convenios entre el corredor y su cliente.

Art. 7.- En el contrato de corretaje de bienes raíces que se celebre entre el corredor y el cliente se hará constar, obligatoriamente, el plazo en que se realizará la operación y los honorarios que percibirá el Corredor por sus servicios.

Nota: El Art. 16 lit. I del Estatuto del Régimen Jurídico y Administrativo de la Función Ejecutiva cambió la denominación del Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización y Pesca por la de Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización, Pesca y Competitividad.

Capítulo II DE LA DEFENSA PROFESIONAL

Art. 10.- (Reformado por Art. 28 de la Ley 12, R.O. 82-S, 9-VI-97). - En cada provincia en la que haya por lo menos diez corredores de bienes raíces, podrá formarse una asociación con el fin de promover y defender sus derechos e intereses profesionales.

No podrá haber más de una asociación en cada provincia. Dichos corredores podrán afiliarse libremente a esta organización o a la más próxima en caso de no haberla en la respectiva provincia.

Las asociaciones provinciales podrán constituir una Federación Nacional.

Los estatutos de estas organizaciones serán aprobados por el Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización y Pesca.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

“Para mostrar una aplicación práctica de la importancia de la planificación estratégica puede estar respaldada por un ejemplo particular.”

Castro, Eliecer

3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

3.1.1. Investigación bibliográfica

Permitió recopilar información teórica referente al objeto de estudio, para ello fue necesario citar información de varios libros, folletos, módulos, e internet.

Mediante fuentes bibliográficas se obtuvo la información necesaria desarrollar este proyecto Asesoría de bienes y raíces y su repercusión en la toma de decisiones inmobiliarias de los habitantes de la ciudad de Quevedo año 2020- plan de negocios inmobiliaria.

3.1.2. Investigación Aplicada

La investigación aplicada consistió en poner en práctica los conocimientos adquiridos durante los diversos períodos académicos en el plano superior, referentes a la carrera de Marketing, de qué manera afecta en la toma de decisiones inmobiliaria de los habitantes de la ciudad de Quevedo para la creación de un plan de negocios.

3.1.3. Investigación descriptiva

Este tipo de investigación permitió describir la información que se obtuvo del trabajo de campo, con el propósito de alcanzar los objetivos que se plantearon en este proyecto, los cuales estuvieron enfocados en el estudio de mercado para conocer las preferencias de los habitantes, el estudio técnico para definir el tamaño del trabajo y el económico financiero permitiendo representar la inversión y la rentabilidad que se la pondrá en marcha en el Plan de Negocios Inmobiliario.

3.2. MÉTODOS UTILIZADOS EN LA INVESTIGACIÓN

La información que se requirió en la investigación necesariamente fue de origen primario y secundario.

En este proyecto aplicamos los siguientes métodos de investigación:

3.2.1. Método Inductivo

Este método se lo empleó durante toda la elaboración del proyecto, ya que impulsó al investigador a efectuar paso a paso el desarrollo de cada uno de los objetivos planteados, estuvo presente al momento de plantear el tema de investigación, durante el estudio de mercado y finalmente en la presentación total del trabajo.

3.2.2. Método Deductivo

Con este método se logró deducir los datos recopilados mediante la aplicación de encuestas obtenidas por los habitantes (fuente primaria), analizando el comportamiento de la población Quevedeña, sus gustos y preferencias, aportando con evidencias necesarias para conocer la factibilidad de creación de una empresa que se dedique a la comercialización de bienes raíces en la Ciudad de Quevedo.

3.2.3. Método Analítico

A través de este método se analizaron los datos e información recopilada, para despejar las interrogantes, alcanzar los objetivos planteados, lo que permitió la tabulación de las encuestas Online y procesarlas aplicando tablas para obtener gráficos estadísticos y presentarlos como resultados de la investigación realizada a los habitantes del Cantón Quevedo, Mediante este método se estudiaron los factores que implica la necesidad de una Asesoría de bienes y raíces y su repercusión en la toma de decisiones inmobiliarias de los habitantes de la ciudad de Quevedo año 2020- plan de negocios inmobiliaria.

3.3. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

El diseño de la investigación se lo realizó con la finalidad de alcanzar los objetivos propuestos en este trabajo investigativo, el cual consistió en realizar un Plan de Negocios

de una empresa inmobiliaria en la ciudad de Quevedo, en este trabajo se utilizaron tres tipos de métodos investigativos como; el deductivo, analítico e inductivo, los tipos de investigación estuvieron conformados por la investigación aplicada, descriptiva y bibliográfica.

3.3.1. Técnica de investigación

Para llevar a cabo esta investigación se aplicó un formulario de encuesta.

3.3.1.1. Encuesta

Esta técnica se aplicó a la Población Económicamente Activa (PEA) de la ciudad Quevedo, Con el propósito de obtener información que permita conocer por que tienen dificultad al momento de tomar una decisión adquirir un bien inmobiliaria, preferencias, oferta, para lo cual fue necesario estructurar preguntas acorde a los objetivos planteados y para su aplicación se las estableció en la herramienta de Google Forms, con la finalidad de obtener resultados vía On-Line dirigidas hacia la población objetivo.

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.4.1. Población

Quevedo es una ciudad que está ubicada al centro del Ecuador, cuenta con una población de 173.575 habitantes (estimación INEC-2010), su población económicamente activa es de 63.440 cuya ocupación principal es la producción agropecuaria, llegando al objetivo que va dirigido según el rango de edad de 18 años hasta 50 años que buscan una buena asesoría para adquirir una vivienda, para habitar, alquilar o vender. Quevedo es la ciudad con mayor desarrollo en población y mayor fuente de trabajo de la Provincia de Los Ríos (Secretaría Nacional de Información del Ecuador, 2014).

3.4.2. Muestra

Para calcular la muestra fue necesaria la utilización de una fórmula la cual tiene un nivel de confianza del 95%, esto permitió enfocar el estudio de mercado.

La fórmula es la siguiente:

N= Tamaño necesario de la muestra.

z = Nivel de confianza (95%)

N= Población (63.440)

P= Probabilidad que el evento ocurra (50%)

Q= Probabilidad que el evento no ocurra (50%)

E= Error máximo admisible (5%)

n= Tamaño de muestra?

$$n = \frac{Z^2 \cdot PQ \cdot N}{e^2 (N - 1) + Z^2 \cdot PQ}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,25 \cdot 63440}{0,05^2 (63440 - 1) + 1,96^2 \cdot 0,25}$$

$$n = \frac{3,92 \cdot 0,25 \cdot 63440}{0,0025 (63439) + 3,92 \cdot 0,25}$$

$$n = \frac{62171.2}{158,5975 + 1}$$

$$n = \frac{62171.2}{159,60}$$

n= 189 es el tamaño de la muestra.

3.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

3.5.1. Técnicas de investigación

Se refieren al camino a través del cual se establecen las relaciones o mediciones instrumentales entre el investigador y el consultado, para la recolección de datos y el logro de los objetivos. Entre las técnicas que se emplearan tenemos:

3.5.2. Observación

Como técnica fue fundamental para la recopilación de datos, realizar el diagnóstico respectivo y transcribirla en los antecedentes y la problematización, para el registro sistemático, válido y confiable del comportamiento o conducta manifiesta en la población de Quevedo.

3.5.3. La encuesta

Los datos obtenidos a través de las encuestas On-Line, fueron tabulados en tablas y figuras respectivas en este proyecto, con lo cual se pretende explicar de manera clara la necesidad de ejecutar un modelo de gestión adecuado para la asesoría en bienes y raíces y su repercusión en la toma de decisiones inmobiliaria de los habitantes de la ciudad de Quevedo, año 2020. Plan de negocio inmobiliario.

3.5.4. Elaboración del Marco Teórico

Para la realización de esta sección investigativa, define al plan de negocios como un instrumento clave y principal para el desarrollo de actividades relacionadas para el comienzo y desarrollo de una empresa, lo cual sirve como guía que facilita para la creación de la misma.

Específicamente bibliografía sobre los puntos principales de la problemática: asesoría en bienes y raíces y su repercusión en la toma de decisiones inmobiliaria de los habitantes de la ciudad de Quevedo.

Desarrollar un plan detallado para influenciar favorablemente los factores que determinan si el negocio tendrá éxito. Definir cuidadosamente cada fase del negocio, los detalles de operación y de qué manera se va acoplar adecuadamente cada una de las partes del mismo, para una entidad de negocio viable. Recopilar la información necesaria para realizar un estimado de probabilidad que tendrá la empresa para que sea exitosa. Examinar las fortalezas y debilidades de la empresa relacionadas con el mercado, determinar la competencia y consumidores.

3.5.5. Recolección de la Información

El procedimiento que se utilizó para aplicar los instrumentos de investigación como la encuesta On-Line; así como fuentes secundarias.

3.5.5.1. Información Primaria. -

Se obtuvo y se logró obtener información aplicando la encuesta a las personas en la ciudad de Quevedo, las mismas que se aplicaron a través de medios digitales y de manera virtual, utilizando las herramientas de Google para tal efecto, debido a la emergencia sanitaria por el COVID-19.

3.5.5.2. Información Secundaria

Se realizó la investigación en fuentes como folletos, escritos, libros, artículos científicos, memorias, tesis, reglamentos, instructivos, leyes, internet.

3.6. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS

Los pasos a seguir para efectuar el procesamiento de datos fueron:

- Variables y criterios para ordenar los datos contenidos en el trabajo de campo.
- Elaboración de las encuestas mediante Google Drive
- Tabulación de los resultados con sus análisis correspondientes.
- Realización de los respectivos cuadros financieros para poder así tener un presupuesto de lo que se va a necesitar y llevar a cabo el Plan de Negocios.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

“Las actividades de planificación estratégica tienen que operar al ritmo de los negocios, proporcionando perspectivas en tiempo real para que la administración responda rápidamente a los cambios del mercado.”

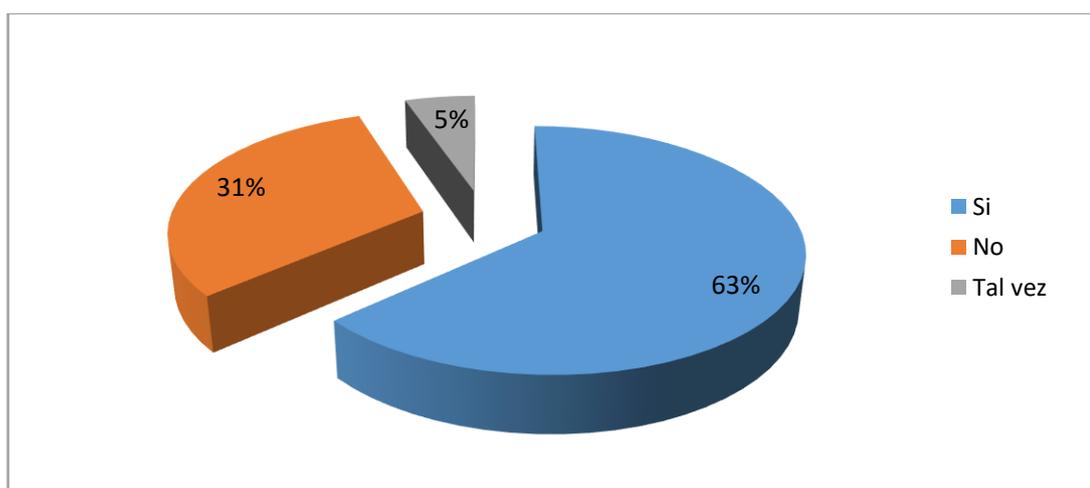
(Loquí, Sortelia).

4.1. IDENTIFICACIÓN DE LOS SERVICIOS INMOBILIARIOS REQUERIDOS POR LOS ARRENDADORES O COMPRADORES DE LA CIUDAD DE QUEVEDO.

Esta encuesta fue realizada a los habitantes de la ciudad de Quevedo año 2021, con la finalidad de identificar los servicios inmobiliarios y poder satisfacer sus necesidades.

¿Conoce usted la existencia de una empresa inmobiliaria en la ciudad de Quevedo?

Gráfico 1.- Existencia de una empresa inmobiliaria



Fuente: Encuestas

Elaborado: Paola Briones

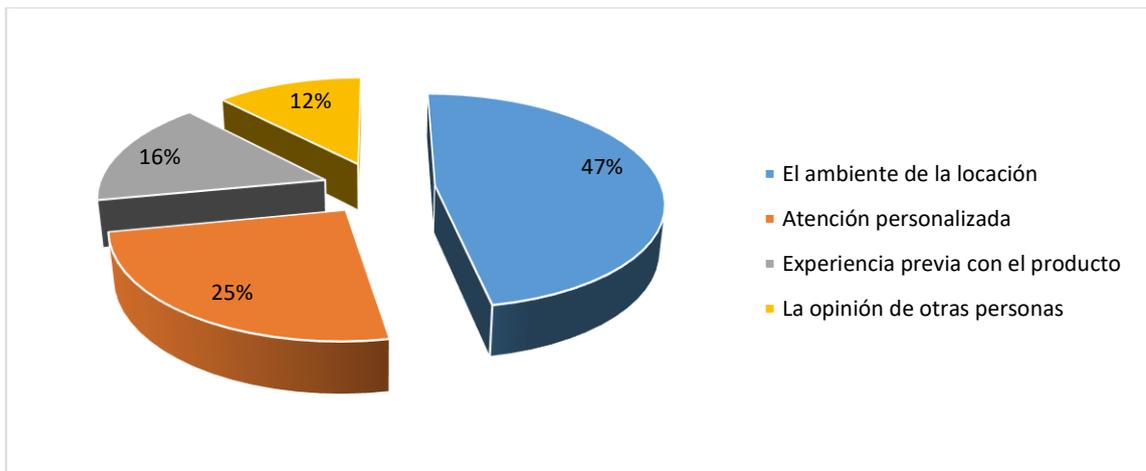
Análisis e Interpretación:

Como se puede observar en el gráfico 1, el 63% de los encuestados mencionan que, si conocen de la existencia de una empresa inmobiliaria en la ciudad de Quevedo, mientras que el 31% manifiestan que no conocen; y un 5% considera que tal vez han escuchado sobre el tema. Por lo que se considera según los resultados que, a pesar de la existencia de este tipo de servicios de inmobiliaria, existe un mercado potencial que aún puede ser explotado si se brinda un mejor servicio con un valor agregado a los posibles usuarios de este servicio de asesoría en bienes y raíces. Como lo menciona (Pophal, 2003)

gestor inmobiliario persona o empresa que presta servicios de mediación, asesoramiento y gestión en materia esto incluye la compraventa, el alquiler o la cesión de bienes inmuebles.

Al momento de realizar la adquisición de un bien inmueble, sus necesidades se basan en:

Gráfico 2.- Necesidades al adquirir un bien



Fuente: Encuestas

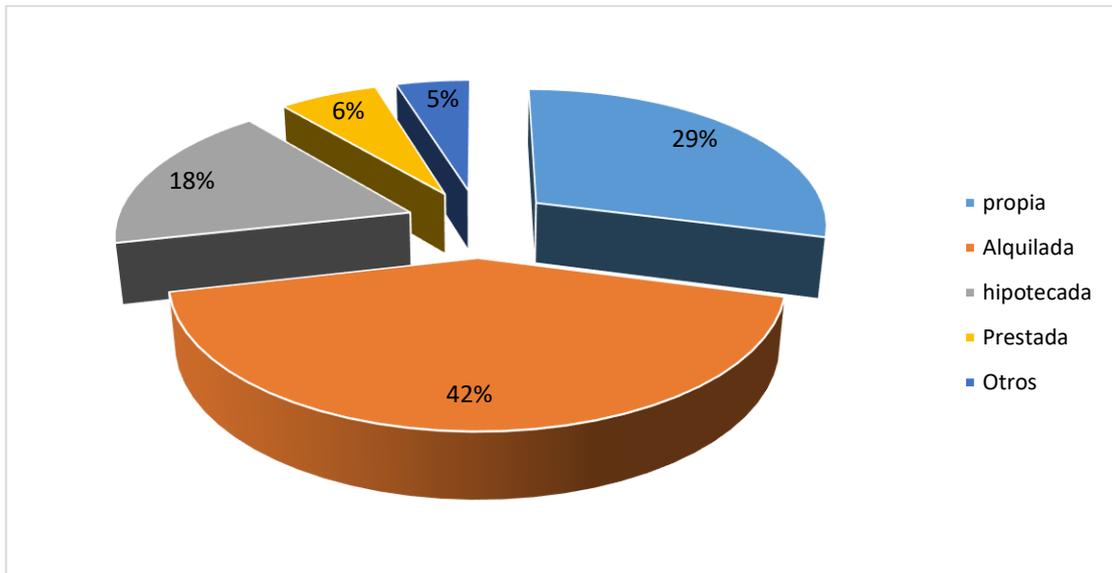
Elaboración: Paola Briones

Análisis e interpretación:

El 47% de la Población Económica Activa (PEA) de Quevedo que fue encuestada en esta investigación, tiene una muy buena apreciación respecto al adquirir un bien, se fijan en el ambiente de la localización, 25% en la atención personalizada, otro 16% le parece experiencia previa con el producto, así mismo otro 12% manifestó que es importante la opinión de otras personas. Los estudios realizados en la encuesta según (Cordoba & Padilla, 2013), producto es la comercialización del bien, cualquier cosa que pueda ofrecerse para satisfacer una necesidad o deseo. Abarca objetos físicos, servicios, personas, lugares, organizaciones e ideas.

La vivienda en que usted habita, es:

Gráfico 3.- Tipo de vivienda



Fuente: Encuestas

Elaborado: Paola Briones

Análisis e interpretación:

Los siguientes datos, muestran que el 42% de los ciudadanos del Cantón Quevedo alquilan en diferentes sectores, el 29% posee casa propia, y un 17% se encuentran hipotecadas, 6% habitan en una vivienda prestada y por último un 5% habitan casas temporales, en los resultados podemos observar que la mayor parte de los encuestados se encuentran arrendando en diversos lugares de la urbe. Basados en los siguientes estudios (B & H, 2003) puntualiza de manera clara cantidad y calidad de bienes y servicios pueden ser adquiridas, a diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual), o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado) y la necesidad del usuario.

Discusión: Según (B, Geraldo, 2016), las personas que manejan la burbuja inmobiliaria a través de las políticas o regulaciones que emiten son los políticos por seguir un modelo de desarrollo inadecuado, los bancos debido a que otorgaban créditos por activos con valoraciones absurdas, es decir que otorgan créditos a personas que no ofrecen garantías suficientes, en este aspecto se podría decir que son culpables los políticos por no establecer leyes sobre el anti endeudamiento excesivo, los constructores por no haber previsto que esto era insostenible y seguir haciendo cada vez más pisos a altos precios y de baja calidad y por último tenemos al ciudadano, que se ha endeudado de manera exagerada sin pensar en las consecuencias.

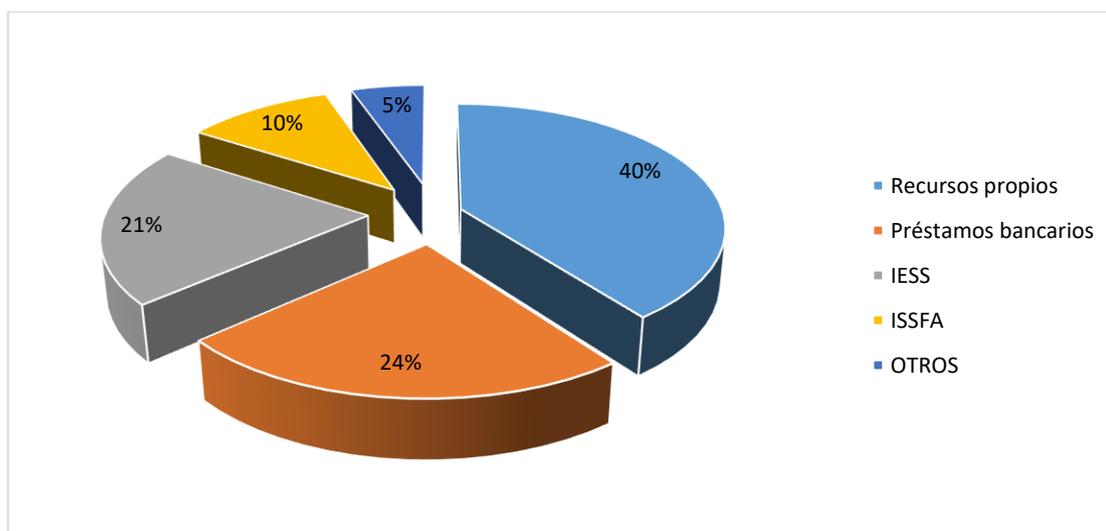
En el caso de esta investigación en el cantón Quevedo existen ciudadanos que no conocen algún servicio inmobiliaria en la ciudad por lo que adoptan otro tipo de formas de compra de sus bienes endeudándose con los bancos, cooperativas, etc., la ciudadanía tiene una muy buena apreciación respecto al adquirir un bien pero tienen sus preferencias como el ambiente de la localización, la atención personalizada, experiencia al adquirir un bien previamente, en el Cantón Quevedo existen muchas familias que alquilan, otros poseen casa propia, es aquí la necesidad de crear una asesoría inmobiliaria para brindar la oportunidad a los ciudadanos a adquirir un bien propio.

4.2. DETERMINACIÓN DE LOS FACTORES QUE INCIDE EN LA TOMA DE DECISIONES DE ASESORÍA EN BIENES Y RAÍCES PARA LOS HABITANTES DE QUEVEDO.

Los habitantes de la ciudad de Quevedo, a través de la encuesta On-Line, respondieron las siguientes preguntas, obteniéndose los siguientes resultados.

Cuando usted adquirió su bien inmueble, lo hizo por medio de:

Gráfico 4.- Medios que adquirió vivienda



Fuente: Encuestas

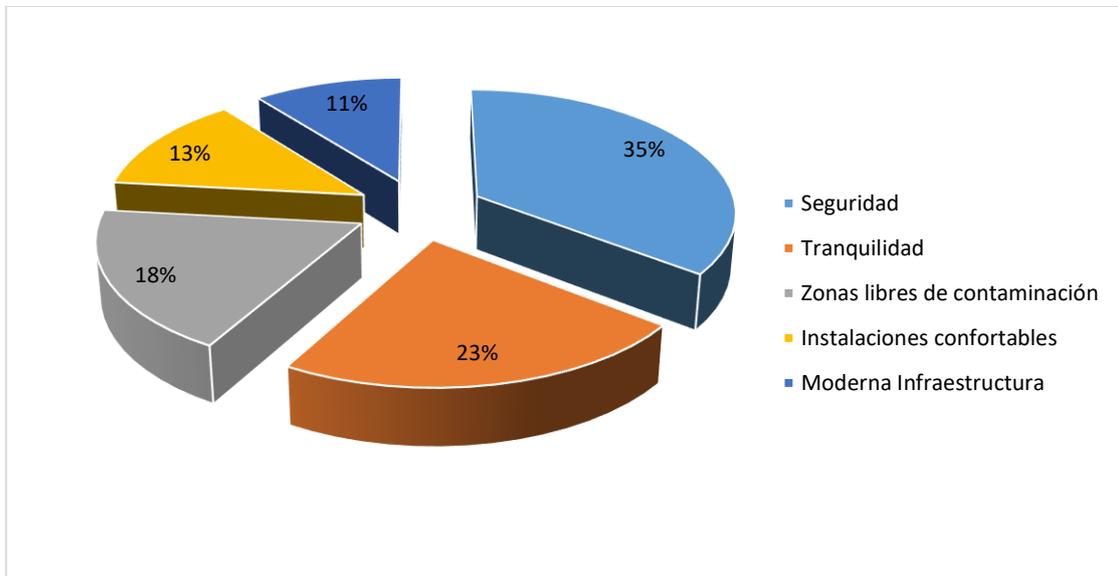
Elaborado: Paola Briones

Análisis e interpretación

El 40% de los habitantes encuestados de Quevedo adquirieron su vivienda por medio de recursos propios, el 24% mediante la banca privada, y el 21% por medio del IES, y tenemos con el 11% mediante créditos hipotecarios del ISSFA se demuestra que el mayor porcentaje de recursos propios la adquisición de vivienda propia. Según Bruno Pujol, que tiene como finalidad lograr los objetivos de custodiar e invertir los valores y recursos de una empresa, a mantener los sistemas de información adecuados para el control de activos y operaciones de dicha empresa y a proteger el capital invertido.

¿Señale los motivos por los que le gustaría residir en lugar señalado anteriormente?

Gráfico 5.- Los motivos que le gustaría vivir en los siguientes lugares



Fuente: Encuestas

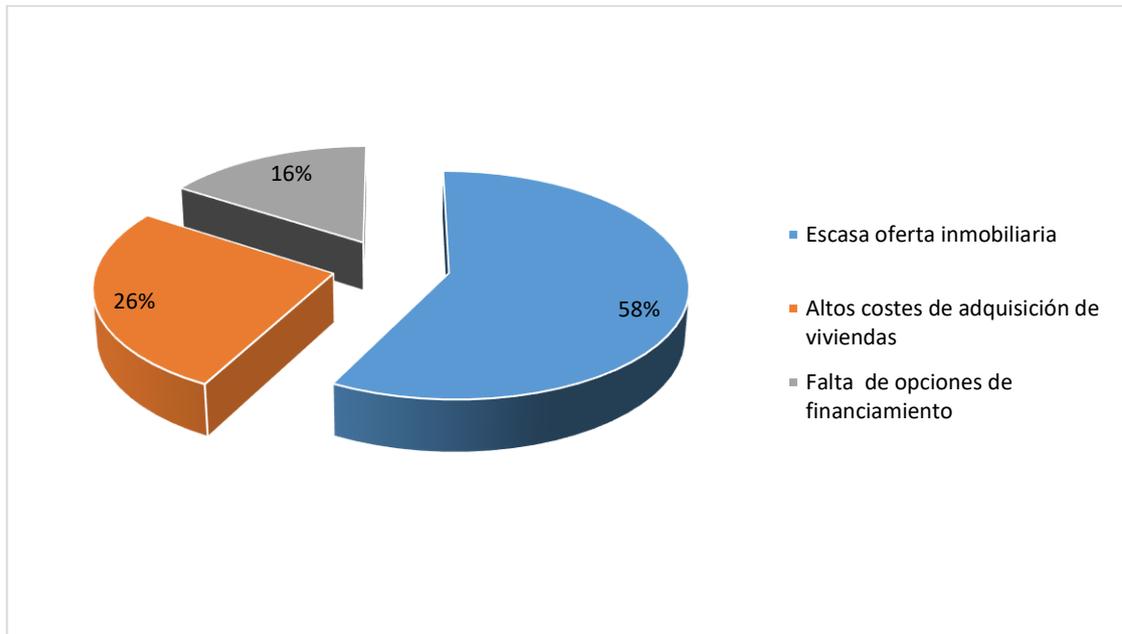
Elaboración: Paola Briones

Análisis e interpretación:

El 35% de los habitantes prefieren vivir en estos sectores por seguridad, el 23% eligieron por la tranquilidad, el 19% por que las viviendas libres de contaminación, y el 13% manifestaron que cuentan con instalaciones modernas, 11% la ciudadanía prefiere infraestructuras modernas, por la seguridad ya que ella existe entidades y comercios con resguardo que cuentan con su propio guardián. Mediante los análisis (Fleitman, 2000), bienes raíces son aquellos que por su naturaleza no se pueden mover, denominados inmuebles, un bien raíz coincide con los bienes inmuebles.

¿Qué factores financieros influyen en el proceso de toma de decisiones?

Gráfico 6.- Factores que inciden al momento de tomar una decisión



Fuente: Encuestas

Elaboración: Paola Briones

Análisis e interpretación:

El 58% de la Población Económica Activa (PEA) Quevedo que fue encuestada en esta investigación, aseguraron que los factores financieros influyen al tomar una decisión acertada se deben a la escasa oferta inmobiliaria, 26% respondieron a los altos costes de adquisición de viviendas, mientras que un 16% existe una alta falta de opciones de financiamiento. Con el análisis correspondiente él (Grupo Financiero BASE , 2017) Se define también como el área financiera como la encargada de la planeación de los recursos económicos, para definir y determinar cuáles son las fuentes de dinero más convenientes para que dichos recursos sean aplicados en forma óptima.

Discusión: Según lo menciona (Puentes, 2014), el Servicio de Asesoría Inmobiliaria consiste en entregarle al cliente la ayuda necesaria para decidir cuál es el plan más conveniente de inversión en finca raíz según su poder adquisitivo y sus necesidades. La asesoría inmobiliaria representa una herramienta fundamental para determinar las planificaciones de promoción y comercialización de los inmuebles, las estrategias de competencia que se utilizarán y la manera en la cual se pueden atraer los clientes.

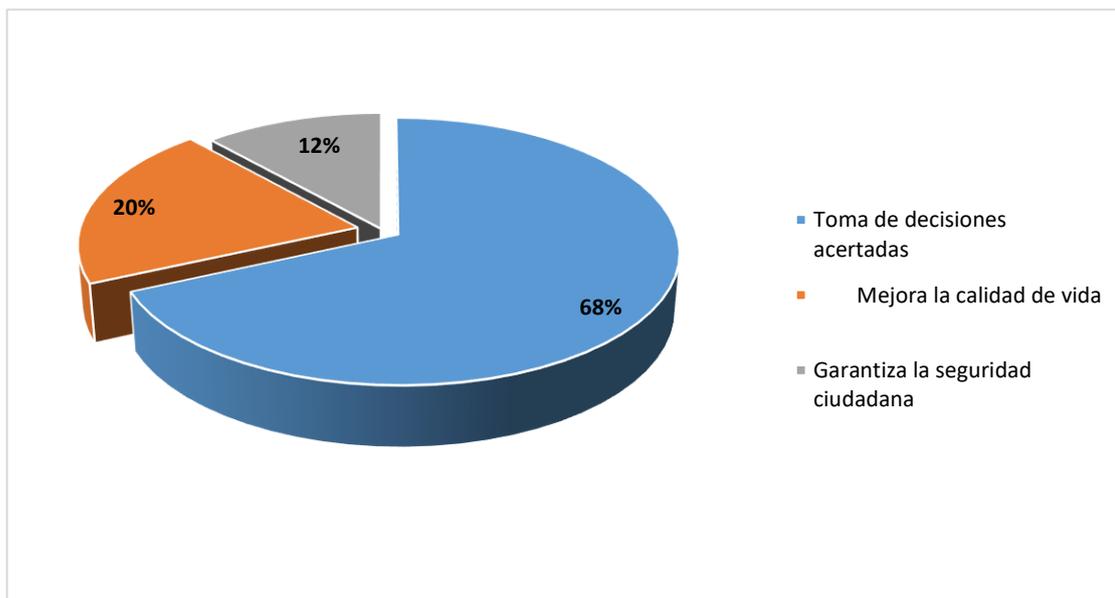
Según los datos obtenidos los ciudadanos Quevedeños pueden obtener las viviendas por medio de recursos propios, mediante la banca privada, y por medio del IES e ISSFA, los motivos para adquirir un bien sería por la seguridad, por la tranquilidad, que las viviendas estén libres de contaminación, y que cuenten con instalaciones e infraestructuras modernas, al momento de tomar la decisión de compra o adquisición la preocupación es por la escasa oferta inmobiliaria, los altos costes de adquisición de viviendas, mientras que existe una alta falta de opciones de financiamiento.

4.3. ELABORACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA DETERMINAR CUÁLES SON LOS FACTORES QUE INFLUYEN EN EL USUARIO PARA ADQUIRIR UN BIEN.

En la aplicación de las encuestas para cumplir con el objetivo tres del presente proyectos se obtuvieron los siguientes resultados aplicando los formularios vía On-Line.

Según su criterio, señale los beneficios que aportaría el plan de negocio inmobiliario:

Gráfico 7.- Beneficios que aportaría un plan de negocios



Fuente: Encuestas

Elaboración: Paola Briones

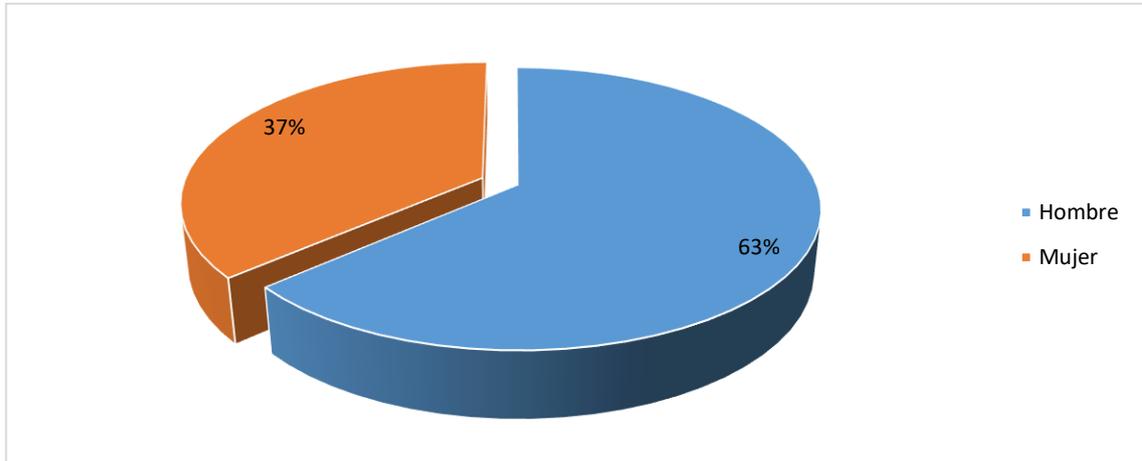
Análisis e interpretación:

El 68% de los encuestados en esta investigación, manifestaron que el plan de negocios aportaría para tomar decisiones acertadas para adquirir poder alquilar, comprar o vender una propiedad, un 20% respondió que mejoraría la calidad de vida de casa ciudadano, mientras que otro 12% aportó que garantiza la seguridad de los Quevedeños. Según (Pophal, 2003) inmobiliario persona o empresa que presta servicios de mediación,

asesoramiento y gestión en materia esto incluye la compraventa, el alquiler o la cesión de bienes inmueble.

¿Cuál es su género?

Gráfico 8.- Género de los futuros clientes



Fuente: Encuestas

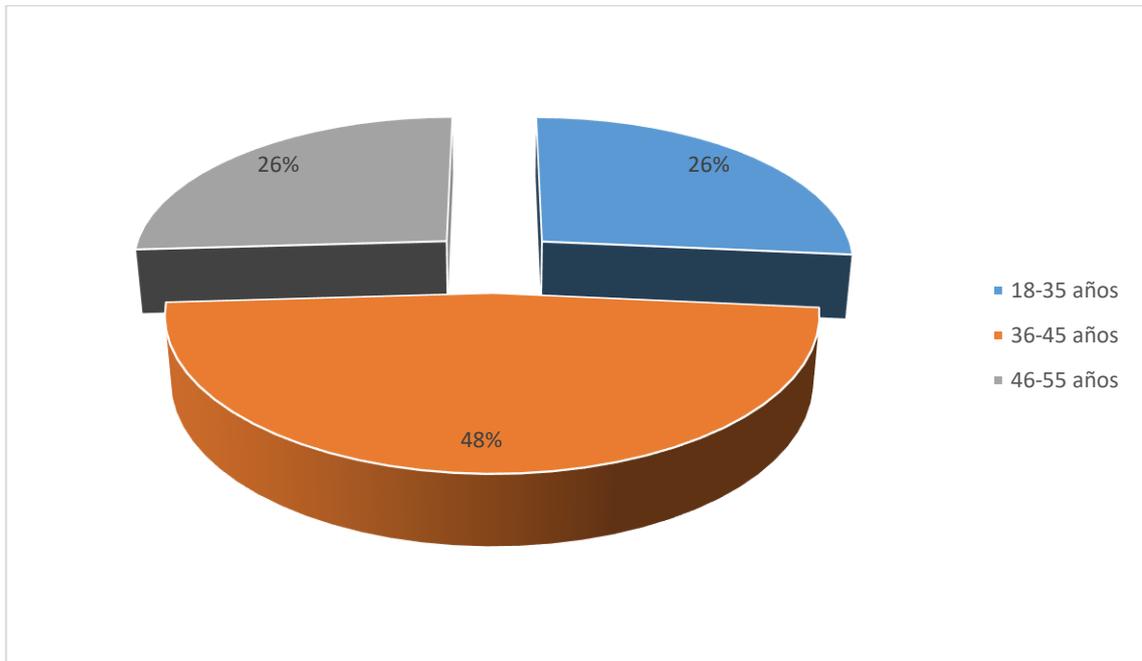
Elaborado: Paola Briones

Análisis e interpretación:

De acuerdo al gráfico se puede observar que el 63% de los encuestados son hombres, mientras que el 37% son mujeres, el interés por obtener una casa siempre es mutuo o de ambas partes pero el hombre siempre se compromete a aportar con su sueldo y asumir parte de la deuda cuando no son casados, en el caso de ser casados la deuda se unifica a los conyugues, para esto en la decisión de compra como lo manifiesta (Hoyer, 2018), se puede definir el proceso de decisión de compra como el modelo del comportamiento del consumidor que precede, determina y sigue al proceso de compra para la adquisición de productos, ideas y servicios que satisfagan una necesidad.

¿Cuál es el rango de edad?

Gráfico 9.- Rango de edad para la compra



Fuente: Encuestas

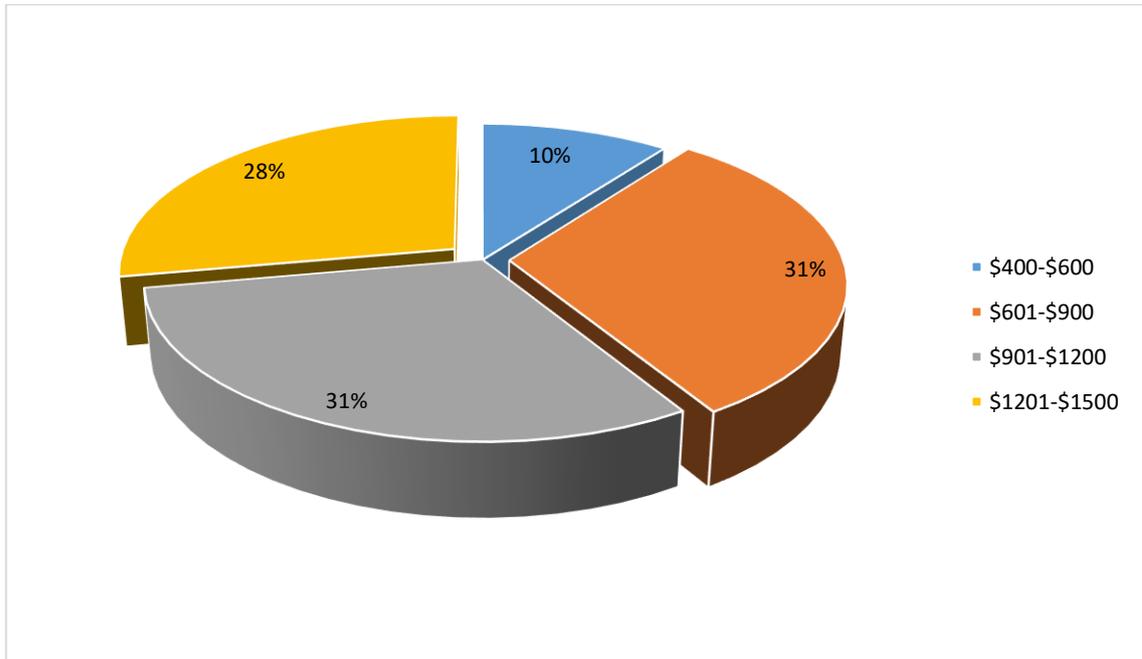
Elaborado: Paola Briones

Análisis e interpretación:

De acuerdo a las encuestas realizadas se observa en el gráfico que la población con un 48% está entre 36 y 45 años de edad, mientras el 26% oscila entre los 18-35 al igual que de 45-55 años, se observa una gran oportunidad para crear la asesoría ya que existe un índice alto de personas jóvenes y adultas que pueden adquirir un bien a largo plazo, ya que el cliente desea siempre adquirir un bien y como lo menciona (Zhu, 2015), el sector inmobiliario es un aspecto importante para la economía del país, pero también ha sido fuente de la vulnerabilidad y crisis, la vivienda es un componente de la inversión y en otros países se los considera como mayor componente de la riqueza.

¿Rango de ingresos?

Gráfico 10.- Ingresos



Fuente: Encuestas

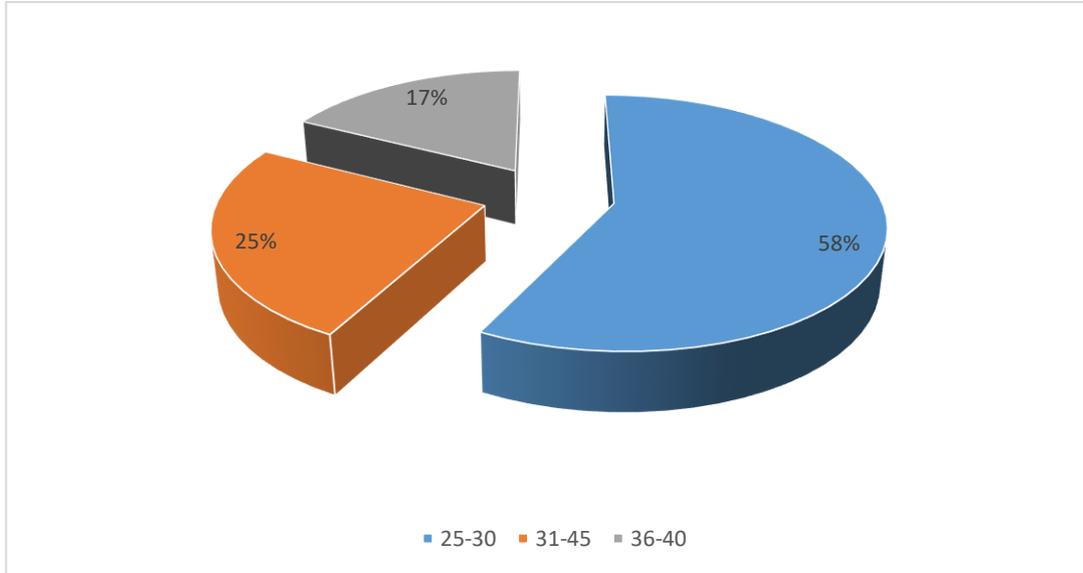
Elaborado: Paola Briones

Análisis e interpretación:

Según las encuestas realizadas se aprecia los ingresos de la población donde el 31% está entre los \$601-\$900 al igual que \$901-\$1200 de ingresos en dólares, mientras el 28% \$1201-\$1500, y el 10% gana entre \$400-\$600, esto facilita la captación de clientes para compras de bienes ya que un gran porcentaje de la población está generando ingresos superiores a los \$600 dólares, Según (R & Rodríguez, 2008), ingreso es una recuperación voluntaria y deseada de activo, es decir, un incremento de los recursos económicos. Se derivan de las transacciones realizadas por la empresa con el mundo exterior que dan lugar a alteraciones positivas en el patrimonio neto de la misma.

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de asesoría de bienes raíces?

Gráfico 10. .- Pago por una asesoría



Fuente: Encuestas

Elaboración: Paola Briones

Análisis e interpretación:

El 58% de la Población de la ciudad Quevedo que fue encuestada en esta investigación, tiene están dispuestos a pagar por una buena asesoría inmobiliaria el valor de \$25 a \$30 , un 25% \$31 a \$45 dependiendo el tipo de asesoría que están buscando , otro 17% les parece correcto invertir de \$36 a \$40 dólares americanos por solicitar ayuda inmobiliaria. Mediante el análisis (R & Rodríguez, 2008) asegura que según ingreso es una recuperación voluntaria y deseada de activo, es decir, un incremento de los recursos económicos. Se derivan de las transacciones realizadas por la empresa con el mundo exterior que dan lugar a alteraciones positivas en el patrimonio neto de la misma.

Discusión: Un modelo de negocio describe las bases sobre las que una empresa crea, proporciona y capta valor, como lo manifiesta (Osterwalder & Pigneur, 2014), es un instrumento o herramienta que permite trazar en un documento todas las variables que permiten estructurar el plan de negocio, de forma clara y concisa sobre la oferta y demanda del mercado de los cuales se presenta a continuación los siguientes modelos de negocio; (a) Modelo Canvas; (b) Modelo de negocio cebo y anzuelo; (c) Economía colaborativa; y, (d) Long Tail.

En relación con la compra de un bien y los factores que intervienen en la compra de una casa también está la decisión en este caso un pareja de casados está más interesado en adquirirlos, ya que necesitan su casa propia, y depende del rango de edad del beneficiario, en esta investigación se encuestó en su mayoría hombre pero con una edad precisa para la adquisición de terrenos entre jóvenes adultos, además con un ingreso óptimo para la financiación entre \$600 y \$1200 al mes, además están de acuerdo a pagar por una asesoría el valor estipulado para garantizar una buena compra y una buena estrategia de adquisición del servicio.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

“Las empresas que tienden a integrar y desarrollar sus técnicas de planificación estratégica compiten de manera más efectiva generando mayores ventas y márgenes de ganancias.

Maxuell, Martin

5.1. CONCLUSIONES

En la ciudad de Quevedo el 42% de los ciudadanos vive arrendando, otros en casa temporales con familiares; el 31% desconoce de la existencia de alguna empresa inmobiliaria; además, los ciudadanos al momento de seleccionar una vivienda prefieren que tenga un buen ambiente; es importante que la empresa inmobiliaria que oferta este tipo de servicios conozca, del tema, esto denota la experiencia del personal que brinda la asesoría, atención personalizada, que brinde confianza.

Los ciudadanos al momento de tomar decisiones para la adquisición de bienes raíces prefieren que tenga una buena localización, libre de contaminación, seguridad, ubicación comercial, infraestructuras modernas y económicas. Así también, el 40% de los habitantes consultados han adquirido sus viviendas con recursos propios. Para el 58% de la población económicamente activa (PEA) influye el factor económico debido a los altos costos para adquirir una vivienda. Por lo que, consideran consultar a terceros para mayor confianza en sus transacciones.

El plan de negocios a implementar está bajo los parámetros aceptables ya que existen clientes en las edades óptima para poder adquirir un bien a largo plazo como lo muestran los resultados el 48% en edad de 36 a 45 años y con ingresos superiores a los \$600, esto facilitará la creación de una empresa exclusiva en bienes y raíces para la ciudad de Quevedo, especializada en brindar la mejor asesoría de información para los usuarios que desean adquirir un bien, además están dispuestos a pagar entre \$25 y \$30, los asesores realizarán las acciones operativas que agilicen y faciliten la concesión de una compra a los potenciales clientes, esto ayudará en la toma de decisiones de cada cliente.

5.2. RECOMENDACIONES

Establecer un ambiente de confianza y seguridad al momento que se oferte la asesoría, con un sistema de estrategias preferenciales a los usuarios, para garantizar la prestación de servicios y la comodidad del cliente al momento de adquirir un bien.

Ofertar un servicio completo de asesoría de bienes inmobiliarios para captar los clientes de la ciudad y generar una necesidad de manera que los usuarios adquieran sus bienes a través de empresas inmobiliarias que garanticen una buena adquisición, sin contratiempos, sin riesgos, lo que repercutirá en la publicidad de boca en boca generando una cultura para que los ciudadanos soliciten este tipo de servicios.

Crear una empresa inmobiliaria, que se encargue de los trámites personales, operativos y de gestión que faciliten la atención y procesos de como adquirir un bien para los ciudadanos del cantón Quevedo y sus alrededores.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA ALTERNATIVA

“Las empresas que tienden a integrar y desarrollar sus técnicas de planificación estratégica compiten de manera más efectiva generando mayores ventas y márgenes de ganancias.

Maxuell, Martin

6.1. TÍTULO DE LA PROPUESTA

Plan de negocios para determinar cuáles son los factores que influyen en el usuario para adquirir un bien.

6.2. JUSTIFICACIÓN

El presente proyecto va dirigido a la ciudadanía que busca asesoramiento al momento de adquirir vender o arrendar un bien inmobiliario, lo cual se logrará con un excelente personal altamente capacitado, que brindará un óptimo servicio en lo referente a lo que busca obtener el usuario. La propuesta será ejecutada en el presente año 2021, lo cual se aspira en 5 años, y habiéndose recuperado la inversión, poder extenderse en la provincia de Los Ríos y posteriormente en todo el Ecuador. Por esa razón, la propuesta es mejorar día a día para lograr ser los líderes en el mercado inmobiliarios, siendo la responsabilidad del presente proyecto jóvenes profesionales que aportarán su capital.

Mediante la investigación se logró percibir que ~~existe~~ una apatía por parte de la ciudadanía del cantón Quevedo, cuando de adquirir un bien inmobiliario se trata por temor a no recibir un buen asesoramiento jurídico donde comprar o alquilar; con este proyecto se logrará satisfacer todas las necesidades que el cliente solicita; con lo que se espera lograr el liderazgo en el sector inmobiliario.

Por todos estos motivos analizados, se justifica la realización de este trabajo de investigación ya que es necesario conocer la posibilidad de proponer un plan negocio exitoso, para que una empresa deba ser coherente en su entorno externo, que incluya relaciones con su competencia, clientes, proveedores y objetivos internos, capacidades y estructuras; además, de ser un aporte al crecimiento económico de la ciudad de Quevedo y disminuyendo la repercusión por parte del usuario al momento de decidir dónde

comprar un bien o servicio inmobiliario atendiendo de mejor manera la necesidad de los cliente con una adecuada información.

6.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

Para la creación de una asesoría en el cantón Quevedo se debe realizar un proceso descrito por las superintendencias de compañías y de esta manera poder empezar a prestar los servicios para los ciudadanos, además se contará con un reglamento de funciones y actividades y políticas corporativas como misión y visión de la empresa.

La Superintendencia de Compañías y Valores facilitará en su portal www.supercias.gob.ec una opción mediante la cual los usuarios deberán registrarse y generar una clave de acceso, a fin de poder ingresar al sistema y realizar el proceso simplificado de constitución electrónica (Compañías, 2018).

El permiso de funcionamiento de establecimientos comerciales y de servicios sujetos de control y vigilancia sanitaria, se deberá solicitar un permiso de funcionamiento de establecimientos comerciales y de servicios sujetos de control y vigilancia sanitaria, el permiso de funcionamiento, es el documento otorgado por la autoridad de salud a los establecimientos sujetos de control y vigilancia sanitaria, que cumplen con los requisitos determinados de acuerdo al tipo de establecimiento, el trámite de renovación o por primera vez se lo puede realizar en la Dirección Provincial y en las áreas de salud más cercanas (Compañías, 2018).

El representante legal o técnico, a través del sistema automatizado de Buenas Prácticas de Manufactura para plantas procesadoras de alimentos, deberá comunicar la fecha, hora y el auditor designado a realizar la inspección, en término de 5 días laborables antes de la ejecución de la misma (Compañías, 2018).

6.4. OBJETIVOS

6.4.1. Objetivo General

Diseñar un plan negocios inmobiliarios en el cantón Quevedo.

6.4.2. Objetivos Específicos

- Investigar la necesidad de una propuesta inmobiliaria para los habitantes del cantón Quevedo para el servicio de asesoría.
- Identificar herramientas, procedimientos para la facilidad de los procesos compras y contrataciones de servicios inmobiliarios.
- Diseñar estrategias que garanticen el éxito de la propuesta inmobiliaria para implementarlas.

6.5. UBICACIÓN SECTORIAL Y FÍSICA

El presente proyecto se realizará en la provincia de Los Ríos, en el cantón Quevedo.



Fuente: Google maps

Quevedo representa el 4.2% del territorio de la provincia de Los Ríos, aproximadamente 0.3 mil km², sus 2 mayores actividades productivas son: El comercio al por mayor y menor (28.5%) y Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, que representa el (22.1%).

6.6. FACTIBILIDAD

Se cuenta con la inversión necesaria para empezar este proyecto, existe la factibilidad de parte de los ciudadanos de la ciudad de Quevedo, ya que la acogida es muy buena y la necesidad de adquirir un bien es importante en las familias de la ciudad, se cuenta con las técnicas necesarias por parte de los profesionales que servirán para prestar sus servicios de asesorías, además con el estudio de mercado y técnico para ejecutar el plan de negocios.

El proyecto es factible para la sociedad en general de Quevedo, al encontrar una empresa que brinde asesoría de bienes inmuebles, además para el investigador es factible porque se puede ejecutar ya que aportará con una fuente laboral a través de una nueva empresa.

6.7. PLAN DE TRABAJO

6.7.1. Estructura del gasto

La propuesta se estima tendrá un costo a lo largo de los cinco años de \$ **2,195.20** los mismo que serán invertidos en todo lo correspondiente a los gastos de la adecuación del donde se dará la asesoría inmobiliaria.

6.7.1.1. Recursos

Los recursos necesarios para la elaboración de la presente propuesta están direccionados en los siguientes aspectos:

6.7.1.2. Recursos Humanos

- Gerencia
- Administración y contabilidad
- Asuntos legales
- Supervisor
- Agentes inmobiliarios

6.7.1.3. Capacitación

- Definición de objetivos y planificación del negocio.
- Tener claro que servicios vamos a ofrecer al usuario
- El desarrollo de las Habilidades en el trabajo en equipo.
- Atención al cliente
- Brindar una buena confianza hacia el usuario para poder satisfacer su necesidad.
- Credibilidad al momento de vender, arrendar
- Ser empático, intentando entender las emociones del emisor, su problema, sus necesidades y expectativas, sin desmerecer la problemática que plantee y haciéndole sentir siempre nuestro interés.

6.7.1.4. Recursos Materiales

- Ordenador

- Proyector
- Pizarra líquida
- Hojas
- Tintas
- Esferos
- Pen drive
- Escritorios
- Computadoras

6.7.1.5. *Financiamiento*

Se estimó que la propuesta tendrá un costo de **\$13.250,00** anual los cuales serán financiados por parte de la gerencia del bien inmobiliario y con un préstamo bancario.

6.7.2. *Estrategia general del negocio*

Lo esencial en este proyecto es llevarse a cabo considerando el beneficio que aportará a los habitantes del cantón Quevedo, con una adecuada asesoría inmobiliaria al momento de adquirir, arrendar, vender un bien inmobiliario con personal altamente capacitado en el trabajo de bienes y raíces

6.7.2.1. *Actividades*

- Recopilación de toda la información mediante las encuestas
- Elaboración del proyecto

- Llevar a cabo el plan de negocio
- Adecuación del establecimiento oficina donde se efectuará el proyecto
- Capacitación de cada agente inmobiliario.

6.7.2.2. *Recursos*

- Tipo personal
- Tiempo
- Costos

A continuación, se detalla el personal, proceso y plan financiero para ejecutar el plan de negocios.

6.7.2.3. *Plan de recursos humanos.*

Gráfico 11. Organigrama y Funciones



Fuente: Elaboración propia

6.7.2.4. Funciones:

- **Administración.** - Es la persona encargada de administrar la oficina de asesorías, así como las relaciones con los clientes, realizar pagos, llevar la información financiera de la empresa y manejar todos los por menores administrativos.
- **Secretaria.** - Esta función se designa a una persona responsable para apoyar a la parte administrativa, se encarga de llevar los registros de clientes, comunicarse con las empresas aliadas a este proyecto, llevar información básica y necesaria de la empresa, además se encarga de la parte contable de la empresa.
- **Asesores.** - Los asesores se encargan de brindar el servicio a la comunidad con un trabajo de campo del 80% y 20% de oficina, deben captar los clientes para brindar una excelente asesoría para adquirir un bien inmobiliario.

6.7.2.5. Condiciones laborales

El salario básico unificado (SBU) de Ecuador de acuerdo a la última actualización por parte del Ministerio de Trabajo, para todos los sectores productivos es de \$400.00 (cuatrocientos 00/100 dólares americanos) por ende, los sueldos para cada personal que requiera el proyecto no podrá ser menor a este umbral.

6.7.2.6. Procedimiento de contratación:

Se realizará un contrato de trabajo por prestación de servicios con la duración de un año, con opción a indefinido pasado el año de trabajo, con todas las condiciones que exige la Ley de trabajo, cumpliendo los beneficios sociales y remuneraciones adicionales de

ley, dando cumplimiento a un horario de trabajo de acuerdo a como se establezca para las ocho horas reglamentarias.

Los valores de sueldos y salarios sugeridos para cada puesto de trabajo se contemplan en la siguiente tabla:

Tabla 1.- Sueldos por puesto de trabajo

Puesto requerido	Sueldo
Administrador	\$ 1,000.00
Secretaria	\$ 550.00
Asesor 1	\$ 500.00
Asesor 2	\$ 450.00
Asesor 3	\$ 450.00
TOTAL	\$ 2,950.00

Fuente: Elaboración propia.

6.8. PLAN DE OPERACIONES

6.8.1. Logotipo

ASESORÍAS “QUEVEDO”



6.8.2. Visión

Consolidarse como la mejor empresa de servicios inmobiliarios de la ciudad de Quevedo y ser reconocida por los usuarios por su eficiencia y calidad de servicio.

6.8.3. Misión

Ser la empresa facilitadora de un servicio inmobiliario completo en la ciudad de Quevedo y generar las mejores expectativas para el usuario.

6.8.4. Valores Corporativos

- Cumplimiento
- Trabajo
- Honradez
- Comprensión y dedicación
- Equipo unido
- Trabajo duro y constante
- Servicio de calidad
- Confianza

6.8.5. Políticas de la empresa

- **Ética:** Cada gestión por parte de la empresa debe responder a los objetivos institucionales; es decir, de una forma responsable sin engaños.
- **Transparencia:** La ejecución de las actividades por parte de los asesores en los procesos de venta de los bienes inmuebles será documentada y evaluada.

- **Lealtad:** La actuación de los asesores demostrará lealtad en cada una de las tareas encomendadas con un compromiso serio y responsable.
- **Responsabilidad social:** El compromiso de parte de directivos y de empleados, en otorgar productos que beneficien a la sociedad con precios accesibles, considerando las necesidades económicas, sociales y ambientales del contexto.
- **Calidad:** La inmobiliaria trabaja en el mercado, mediante ofertas de productos que logren satisfacer los requerimientos sociales, con precios cómodos.
- **Igualdad:** Todos serán tratados de manera igualitaria sin ninguna distinción o discriminación alguna.

6.9. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS

El proceso de asesoría y venta destinadas a los bienes de interés se realizará en la empresa y con el asesor de manera directa; es decir, el cliente llega por su propia cuenta, o por contacto con otros clientes que ya agendaron previamente una cita. Cuando el cliente llega a las instalaciones, el personal de ventas o asesores será el encargado de recibirlo y brindar toda la información posible sobre los bienes y servicios que oferta la empresa al cliente dándole todas las alternativas posibles en las diferentes lotizaciones y urbanizaciones que dispone la empresa y demás compañías aliadas.

Una vez que el cliente tenga la información y si se pronuncia que desea adquirir un bien, el vendedor se encarga de coordinar para que se traslade a los clientes hacia las instalaciones del bien a adquirir que desea conocer. Se ha establecido como política de la empresa que no se puede vender un terreno o lote mientras el cliente no lo haya conocido previamente. Una vez que el cliente haya conocido el terreno, ambos se regresan a la

oficina y si está en las condiciones de adquirir el lote, empieza a hacer la negociación con el vendedor, el cual le da a conocer el precio, plazos y condiciones de ventas.

Los valores de los bienes pueden ser al contado a crédito o con condiciones especiales, pero pueden variar dependiendo de la ubicación y el metraje de cada bien, para garantizar la venta: se efectuará el respectivo contrato de compra – venta para registrar la transacción y se emitirán letras de cambio para hacer firmar a cada cliente dependiendo del período de vigencia del contrato, El cliente puede incluso pagarlo antes del tiempo de vigencia y se le realizará el descuento respectivo establecido por la gerencia ya que los valores ya están establecidos con las empresas aliadas.

6.9.1. Infraestructuras necesarias

Para fortalecer el proceso de ventas y tener mayor impacto en la publicidad de los productos que va a ofertar el proyecto, se propone la utilización de una plataforma virtual con dominio web, con información relevante de la empresa y sus productos y/o servicios, una sección de compra en línea que dé facilidad a los clientes potenciales y realizar una preventa para luego confirmarla mediante correo o en modo presencial y un aplicativo móvil que ofrezca las mismas opciones que la plataforma mencionada.

Además, se requerirá de movilización para llevar a los futuros clientes potenciales hacia la ubicación de los proyectos para realizar visitas o se puede llevar catálogos de las propiedades en ventas hacia el domicilio del cliente. Adicionalmente, se requerirá de menaje de oficina para adecuar el espacio dentro de las instalaciones de un local comercial para atender a los clientes interesados; y, de adquisición de suministros de oficina entre otros suministros indispensables para el correcto funcionamiento administrativo operativo y comercial.

6.10. PLAN ECONÓMICO-FINANCIERO

6.10.1. Inversión inicial

La inversión inicial refleja los gastos de la puesta en marcha del negocio para iniciar con la urbanización, es el primer paso conocer lo necesario para iniciar con el plan de negocios.

Tabla 2.- Inversión Inicial

INVERSIÓN GLOBAL				
INVERSIÓN	#	DESCRIPCIÓN	PARCIALES	TOTALES
TANGIBLES	1	LAPTOP	\$ 500,00	\$ 500,00
	2	COMPUTADOR DE ESCRITORIO	\$ 250,00	\$ 500,00
	1	IMPRESORA	\$ 300,00	\$ 300,00
	1	EQUIPO DE OFICINA	\$ 500,00	\$ 500,00
	1	ÚTILES DE OFICINA	\$ 100,00	\$ 100,00
	1	AIRE ACONDICIONADO	\$ 300,00	\$ 300,00
		TOTAL, TANGIBLES	\$ 1.950,00	\$ 2.200,00
		GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$ 300,00	
		PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO	\$ 200,00	
INTANGIBLES		INTERNET	\$ 600,00	
		GASTOS VARIOS Y IMPREVISTOS	\$ 200,00	
		TOTAL, INTANGIBLES	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00
		SUELDOS Y SALARIOS	\$ 8.850,00	
		GASTOS DE OPERACIÓN	\$ 900,00	
		TOTAL, CAPITAL DE TRABAJO	\$ 9.750,00	\$ 9.750,00
		TOTAL, INVERSIONES		\$ 13.250,00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 3.- Costo del servicio

COSTO DE SERVICIO	
Clientes mensuales	160
DESCRIPCIÓN	\$ 1.104,17
Inversión Inicial	\$ 1.104,17
COSTO DE OPERACIÓN	\$ 3.050,00
Sueldos y salarios	\$ 2.950,00
Gastos de publicidad	\$ 50,00
Gastos varios	\$ 50,00
COSTO TOTAL	\$ 4.154,17
Costo Unitario del Servicio	\$ 25,96
INGRESO POR ASESORÍA	\$ 26,00

Fuente: Elaboración propia.

6.10.2. Ingresos Proyectados

Las ventas proyectadas nos muestran un enfoque a través del tiempo de las ventas de los bienes, año por año mostrando los ingresos anuales con un incremento en las ventas del 10% anual para los vendedores y poder llegar a los ingresos establecidos en la siguiente tabla.

Tabla 4.- Ventas Proyectadas

INGRESOS PROYECTADOS			
Año	Precio	Servicios anuales	Total, ingresos anuales
1	\$ 25,96	1920	\$ 49.850,00
2	\$ 27,26	2112	\$ 57.576,75
3	\$27,94	2323	\$ 64.917,79
4	\$ 28,64	2556	\$73.194,80
5	\$ 29,36	2811	\$ 82.527,14

Fuente: Elaboración propia.

6.10.3. Financiamiento del proyecto

La inversión inicial es de \$13.350,00 y se dispone de \$3.250,00 entre los socios y la diferencia se optará por solicitar un crédito a entidades financieras para cubrir los valores estimados, como se muestra en la Tabla 5.

Tabla 5.- Financiamiento

FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO		
Financiamiento	Monto	Porcentaje
Propio	\$ 3.250,00	24,53%
Préstamos Bancario	\$ 10.000,00	75,47%
TOTAL	\$ 13.250,00	100%

Fuente: Elaboración propia.

El cronograma del préstamo se lo detalla en la Tabla 6, con una amortización constante se define el valor a pagar cada año con el interés respectivo, se elaboró para 5 años.

Tabla 6.- Cronograma de Préstamo

CRONOGRAMA DE PAGO DE PRÉSTAMO					
Años	Saldo inicial	Intereses	Amortización	Cuota anual	Saldo final
1	\$ 10.000,00	\$ 300,00	\$ 2.000,00	\$ 2.300,00	\$ 8.000,00
2	\$ 8.000,00	\$ 240,00	\$ 2.000,00	\$ 2.240,00	\$6.000,00
3	\$ 6.000,00	\$180,00	\$ 2.000,00	\$ 2.180,00	\$ 4.000,00
4	\$ 4.000,00	\$ 120,00	\$ 2.000,00	\$ 2.120,00	\$ 2.000,00
5	\$ 2.000,00	\$ 60,00	\$ 2.000,00	\$ 2.060,00	\$ -
TOTAL, INTERESES					
15% ANUAL		\$900,00	\$ 10.000,00		

Fuente: Elaboración propia.

6.10.4. Estados Financieros

Los estados financieros reflejan los valores del año fiscal según los ingresos, costos y gastos y se elaboró para 5 años.

Tabla 7.- Estado de Pérdidas y Ganancias

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS					
RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	\$ 49.850,00	\$ 57.576,75	\$ 64.917,79	\$ 73.194,80	\$ 82.527,14
COSTO DE INVERSIÓN	\$ 13.250,00	\$ 13.250,00	\$ 13.250,00	\$ 13.250,00	\$ 13.250,00
UTILIDAD BRUTA	\$ 36.600,00	\$ 44.326,75	\$ 51.667,79	\$ 59.944,80	\$ 69.277,14
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 8.850,00	\$ 9.735,00	\$ 10.708,50	\$ 11.779,35	\$ 12.957,29
GASTOS DE PUBLICIDAD	\$ 600,00	\$ 660,00	\$ 726,00	\$ 798,60	\$ 878,46
GASTOS VARIOS	\$ 600,00	\$ 660,00	\$ 726,00	\$ 798,60	\$ 878,46
UTILIDAD DE LA OPERACIÓN	\$26.550,00	\$ 33.271,75	\$ 39.507,29	\$ 46.568,25	\$ 54.562,94
DEPRECIACIÓN	\$ 4.300,00	\$ 4.300,00	\$ 4.300,00	\$ 4.300,00	\$ 4.300,00
AMORTIZACIÓN DE INTANGIBLE	\$ 260,00	\$ 420,00	\$ 420,00	\$ 420,00	\$ 420,00
GASTOS FINANCIEROS	\$ 2.300,00	\$ 2.300,00	\$ 2.300,00	\$ 2.300,00	\$ 2.300,00
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	\$ 19.690,00	\$ 26.251,75	\$ 32.487,29	\$ 39.548,25	\$ 47.542,94
IMPUESTO 25%	\$ 4.922,50	\$ 6.562,94	\$ 8.121,82	\$ 9.887,06	\$ 11.885,73
UTILIDAD NETA	\$ 14.767,50	\$ 19.688,81	\$ 24.365,46	\$ 29.661,19	\$ 35.657,20

Fuente: Elaboración propia.

El flujo de caja económico muestra los ingresos menos los costos de la parte económica sin contar las finanzas con terceros realizadas de la empresa, para esto se observa que desde el año 1 se obtiene un flujo positivo y va en aumento hasta el año 5.

Tabla 8.- Flujo de caja económico

FLUJO DE CAJA ECONÓMICO						
RUBRO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESO POR VENTAS		\$ 49.850,00	\$ 57.576,75	\$ 64.917,79	\$ 73.194,80	\$ 82.527,14
VALOR RESIDUAL ACTIVOS			\$ 530,00			
VALOR RESIDUAL CAPITAL DE TRABAJO						
TOTAL INGRESOS		\$ 49.850,00	\$ 57.576,75	\$ 64.917,79	\$ 73.194,80	\$ 82.527,14
COSTO DE INVERSIÓN		\$ 13.250,00	\$ 13.250,00	\$ 13.250,00	\$ 13.250,00	\$ 13.250,00
GASTOS OPERATIVOS		\$ 10.050,00	\$ 1.055,00	\$ 12.160,50	\$ 13.376,55	\$ 14.714,21
IMPUESTOS		\$ 4.922,50	\$ 6.562,94	\$ 8.121,82	\$ 9.887,06	\$ 11.885,73
INVERSIÓN TOTAL	\$ 13.250,00					
TOTAL EGRESOS	\$ 13.250,00	\$ 28.222,50	\$ 30.867,94	\$ 33.532,32	\$ 36.513,61	\$ 39.849,94
FLUJO NETO ECONÓMICO	\$ -10.000,00	\$ 21.627,50	\$ 26.708,81	\$ 31.385,46	\$ 36.681,19	\$ 42.677,20

Fuente: Elaboración propia.

6.10.5. Indicadores Financieros

Los indicadores financieros demuestran el valor de la empresa en la actualidad. Después del estudio financiero, podemos observar que tanto el VAN económico como financiero son valores positivos y la TIR esta aceptable, el periodo de recuperación de la inversión es de 0,78 es decir en menos de un año se recupera el dinero invertido.

Tabla 9.- Indicadores financieros

INDICADORES ECONÓMICOS	
INDICADORES	VALORES
VAN ECONÓMICO	\$ 91.829,37
VAN FINANCIERO	\$ 47.833,38
TIR FINANCIERO	129%
PERIODO DE RECUPERACIÓN DE INVERSIÓN	0,78

Fuente: Elaboración propia.

Para este plan de negocios se utilizó la tasa de descuento del 15% y por lo consiguiente el VAN económico y financiero son positivos con un valor de \$ 91.829,37 y \$47.833,38 respectivamente, además se calculó la TIR y nos arroja el valor de 129%, este proyecto de asesoría de bienes inmobiliarios es realizable teniendo un periodo de recuperación de 0,78 es decir un año aproximadamente para recuperación de la inversión.

BIBLIOGRAFÍA

- Ley de Corredores de de Bienes Raices del Ecuador. (1 de febrero de 2011). *Blog Cenein*. Obtenido de <https://cenein.jimdo.com/legislacion-inmobiliaria/ley-de-corredores-de-bienes-ra%C3%ADces/>
- Aliste, E., Contreras, A. M., & Sandoval, V. (12 de agosto de 2012). *Revista Invi*. Obtenido de <http://revistainvi.uchile.cl/index.php/INVI/article/view/635/1031>
- B, Geraldo. (2016). *Burbuja inmobiliaria*. España.
- B, K., & H, K. B. (2003). *Estudio de mercado*. España Editores.
- Buendía, L., Colás, P., & Hernández, F. (2001). *Métodos de investigación en Psicopedagogía*. Madrid: McGraw-Hill.
- Cabeza, L., Muñoz Alberto, & Vivero Sandra. (2014). *Aproximación al proceso de toma de decisiones en la empresa*. Colombia.
- Cabrera, J. (Guayaquil de 2016). *Manejo de Residuos Sólidos, Método Operativo en Educación Ambiental*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/15099/1/Manejo%20de%20residuos%20s%C3%B3lidos%20TM.pdf>
- Calduch Cervera, D. R. (25 de Enero de 2003). *Universidad Complutense de Madrid*. Obtenido de <https://www.ucm.es/data/cont/media/www/pag-55163/2Metodos.pdf>
- Castro, C. M. (s.f.). *La Matriz de Vester Scribd*. Obtenido de <http://es.scribd.com/doc/35150680/La-Matriz-de-Vester>
- Centro de investigación clave. (2019). *Oferta, demanda y absorción de bienes raíces*. Quito.
- Civil, R. (2015). *Ley de inquilinato*.
- Compañías, S. I. (2018). *Ley de Compañías*. Quito.
- Consejo Nacional Electoral del Ecuador. (24 de marzo de 2019). *CNE*. Obtenido de <https://resultados2019.cne.gob.ec/>

- Cordoba, & Padilla. (2013). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Correduría Pública. (2008). *Correduría Pública*.
- Daher, A. (2013). El sector inmobiliario y las crisis económicas. *EURE (Santiago) Scielo Pontificia Universidad Católica de Chile, Santiago*, Vol. 39. NO. 118. Santiago set.https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0250-71612013000300003&script=sci_arttext&tlng=n.
- Danae, P. (26 de mayo de 2008). *Departamento de Matemáticas de la Universidad de Sonora*. Obtenido de <http://www.estadistica.mat.uson.mx/Material/elmuestreo.pdf>
- Deconectos.com. (2019). *Inmobiliaria*.
- Fleitman, J. (2000). *Negocios exitosos*. España: Mc. Gran Will 2000.
- Fonnegra, G. P. (2018). *Planificación de operaciones de manufactura y servicios*. Intituto Tecnológico Metropolitano, 2018.
- Gestión de Operaciones. (03 de Marzo de 2017). *Qué es el Diagrama de Ishikawa o Diagrama de Causa Efecto*. Obtenido de <https://www.gestiondeoperaciones.net/gestion-de-calidad/que-es-el-diagrama-de-ishikawa-o-diagrama-de-causa-efecto/>
- Giancarlo Vanoni Rueda, A. (2016). *Plan de Negocios del Proyecto Inmobiliario: "Torre MV"*. Quito: UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO.
- Graterol, R. (2011). *Metodología de la Investigación Universidad de Los Andes*. Obtenido de <https://jofilop.files.wordpress.com/2011/03/metodos-de-investigacion.pdf>
- Grupo Financiero BASE . (7 de julio de 2017). *Finanzas Negocios Perspectivas*. Obtenido de <https://blog.bancobase.com/objetivo-planeacion-financiera-para-empresa>
- Grupo Radar . (s.f.). *Calculadora de Muestra*. Obtenido de

<http://www.gruporadar.com.uy/01/calculer-usted-mismo-el-tamano-de-su-muestra-o-su-margen-de-error/>

Hoyer, W. D. (2018). *El consumidor*. Mexico: Learning.

Instituto de Altos Estudios Nacionales. (23 de julio de 2011). *Legalización de pequeños predios en el sector rural del Cantón Mira, Provincia del Carchi*. Obtenido de <http://repositorio.iaen.edu.ec/bitstream/24000/3898/1/PROYECTO%20-%20GERMAN%20VILLOTA.pdf>

Jácome, G. (2014). "MODELO DE GESTIÓN DE CRÉDITO PARA LA COMPRA DE BIENES INMUEBLES CON INTERMEDIACIÓN DE CORREDORES DE BIENES RAÍCES O EMPRESAS INMOBILIARIAS, DE LA CIUDAD DE ESMERALDAS". ESMERALDAS: UNIVERSIDAD PONTIFICA CATOLICA DEL ECUADOR.

Jany, J. N. (2017). *Investigación integral de mercado*.

Jiménez, & Tejada. (2009). *Que es Población*. Jiménez-Tejada & Jiménez-Tejada.

Koehn, P., & Fierro, I. (2015). El modelo de Responsabilidad Social Empresarial como estrategia en el sector inmobiliario en el Ecuador. *Saber.Ciencia y Libertda*, Vo. 10, No. 1. <https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/saber/article/view/875>.

Kotler, P. (2015). "Dirección de marketing. Análisis, planificación, gestión y control".

Lecaros, C. (2018). *¿Cómo y por qué confiar en una empresa de corretaje?* Santiago: <https://blog.inversionfacil.com/c%C3%B3mo-y-por-qu%C3%A9-convfiar-en-una-empresa-de-corretaje>.

Martínez, R., & Fernández, A. (2008). *Metodologías e insrumentos para la formulación, evaluación y monitore de programas sociales*. Obtenido de

http://recursos.salonesvirtuales.com/assets/bloques/martinez_rodrigo.pdf

Ministerio de Finanzas Código del Comercio. (12 de septiembre de 2014). *Lexis Finder Plataforma Profesional de Investigación Jurídica*. Obtenido de

<http://www.lexis.com.ec/wp-content/uploads/2017/09/CODIGO-DE-COMERCIO.pdf>

- Mintzberg, H. y. (2017). *El Proceso Estratégico*. Mexico.
- Moon, B. J. (2014). *Decisiones de compras*. Mexico.
- Orosco, M. (2010). *Evaluación Financiera de Proyectos*. Bogotá: Ecoe Edicioes.
- Osterwalder, & Pigneur. (2014). *Generación de modelos de negocio*. España: Deuto.
- Paillocho. (2018). *El Corredor Inmobiliario como Agente de Venta en la Ley de Corredores de Bienes Raíces en el Ecuador*. Quito.
- Pedrosa, S. J. (2017). *Bienes y Raices*. Economipedia.com.
- Peña, N. &. (2009). *Contrato de corretaje y comisión*. España.
- Pérez, V., Baute , M., & Maldonado, M. (2017). *LA ASESORÍA*. Cuba: Universidad y Sociedad.
- PETERS, R., HISRICH, & Michael. (2009). *Emprendimiento*. Nueva York: Bookman.
- Pickers, S. (04 de noviembre de 2015). *Psyma*. Obtenido de <https://www.psyma.com/company/news/message/como-determinar-el-tamano-de-una-muestra>
- Pophal, A. R. (2003). *Plan de Negocio*. Bogotá: Editorial Norma.
- ProInversión. (2017). *Guía para el desarrollo de la micro y pequeña empresa*.
- Puentes, N. G. (2014). *PLAN DE NEGOCIOS EMPRESA DE CONSULTORÍA Y CORRETAJE INMOBILIARIO*. Colombia.
- Pujol, B. (2003). *Diccionario de marketing*. Madrid: Cultura S.A.
- Quito, U. S. (2018). Mercado Inmobiliario en Ecuador y América Latina. *Polemika*, 31. Obtenido de http://www.usfq.edu.ec/publicaciones/polemika/Documents/polemika013/polemika_013.pdf
- R, M., & Rodríguez, M. (2008). *Ingreso*. Cuenca: Prentice Hall.
- Rodríguez, R. E. (2005). *Tesis de Grado Auditoria en Control de Gestión*. Guayaquil.

Santillán, J. L. (21 de septiembre de 2011). *Universidad San Francisco de Quito*.
Obtenido de <http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/230/1/91234.pdf>

Secretaría Nacional de Información del Ecuador. (25 de febrero de 2014). *Ficha de cifras general de Quevedo*. Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/1205_QUEVEDO_LOS%20RIOS.pdf

Spencer, M. H. (2003). *Economía contemporánea*. Editorial Reverte.

SRI. (2019). *Servicios de Rentas Internas*. Quito.

Toffler. (2017). *LOS CONTRATOS COMERCIALES EN LA ACTUALIDAD*.

Universidad Técnica de Ambato. (2011). *Estrategias de Marketing*. Obtenido de <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/1051/1/455%20Ing.pdf>

Universidad de Sonora. (24 de septiembre de 2008). *Departamento de Matemáticas*.
Obtenido de <http://www.estadistica.mat.uson.mx/Material/queesunaencuesta.pdf>

Villarán, K. W. (2009). *Plan de Negocios*.

Zamary, C. C. (2020). *Diseño de un plan de negocio para la creación de una empresa de corredores de bienes raíces en la ciudad de Guayaquil*. Guayaquil: UCSG.

Zhu, M. (2015). *El mercado inmobiliario, la estabilidad financiera y la economía*. USA.

ANEXOS

Anexo 1. Resultado de Urkund

Quevedo, 14 de abril del 2021

Ingeniero M.Sc.
Roque Vivas Moreira
DECANO UNIDAD DE POSGRADO UTEQ.
En su despacho.

De mi consideración:

Informo a usted que el proyecto de investigación de la Ing. **PAOLA NAYCE BRIONES MACÍAS**, Post gradita de la Maestría en Administración de Empresas, MBA cuyo tema es: **“ASESORÍA DE BIENES Y RAÍCES Y SU REPERCUSIÓN EN LA TOMA DE DECISIONES INMOBILIARIOS DE LOS HABITANTES DE LA CIUDAD DE QUEVEDO, AÑO 2020- PLAN DE NEGOCIOS INMOBILIARIO”**, elaborado por la Ing. Paola Nayce Briones Macías, previo a la obtención del Grado Académico de Magister en Admiración de Empresas, MBA, anti plagió URKUND por lo que a continuación se presenta captura de imagen de resultados.



The screenshot shows the URKUND interface with the following details:

- Documento:** PROYECTO DE INVESTIGACION PAOLA BRIONES PARA URKUND.pdf (D101645262)
- Presentado:** 2021-04-14 20:08 (-05:00)
- Presentado por:** Franco Flor Janet (ffranco@uteq.edu.ec)
- Recibido:** ffranco.2.uteq@analysis.urkund.com
- Mensaje:** Revisión Proyecto de Investigación Paola Briones [Mostrar el mensaje completo](#)

A yellow highlight indicates: 5% de estas 34 páginas, se componen de texto presente en 9 fuentes.

Cordialmente;



Ing., Janet Franco Cedeño, M.Sc.
DIRECTORA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

PD. Mensaje URKUND

Que el índice de similitud presentado arriba, no indica en ningún momento la presencia demostrada de plagio o de falta de rigor en el documento.

Puede haber buenas y legítimas razones para que partes del documento analizado se encuentren en las fuentes identificadas.

Es al corrector mismo de determinar la presencia cierta de plagio o falta de rigor averiguando e interpretando el análisis, las fuentes y el documento original.

report@analysis.urkund.com

Documento(s) entregado(s) por: ffranco@uteq.edu.ec

Documento(s) recibido(s) el: 15/04/2021 3:08:00

Informe generado el 15/04/2021 3:12:21 por el servicio de análisis documental de Original.



Firmado electrónicamente por:

**FLOR JANET
FRANCO**

Ing. Janet Franco Cedeño, M.Sc.
DIRECTORA

Anexo 2. Encuesta

UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO



UNIDAD DE POSGRADO MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PREGUNTAS

- 1. ¿Conoce usted la existencia de una empresa inmobiliaria en la ciudad de Quevedo?**
 - Si
 - No
 - Talvez

- 2. Al momento de realizar la adquisición de un bien inmueble, sus necesidades se basan en:**
 - El ambiente de localización
 - Atención personalizada
 - Experiencia previa con el producto
 - La opinión de otras personas

- 3. La vivienda en que usted habita, es:**
 - Propia
 - Alquilada
 - Hipotecada
 - Prestada
 - Otros

4. Cuando usted adquirió su bien inmueble, lo hizo por medio de:

- Recursos propios
- Préstamos bancarios
- IESS
- ISSFA
- Otros

5. ¿Señale los motivos por los que le gustaría residir en lugar señalado anteriormente?

- Seguridad
- Tranquilidad
- Zonas libres de contaminación
- Instalaciones confortables
- Moderna infraestructura

6. ¿Qué factores financieros influyen en el proceso de toma de decisiones?

- Escasa oferta inmobiliaria
- Altos costos de adquisición de viviendas
- Falta de opciones de financiamiento

7. Según su criterio, señale los beneficios que aportaría el plan de negocio inmobiliario:

- Toma de decisiones acertadas
- Mejora la calidad de vida
- Garantiza la seguridad ciudadana

8. ¿Cuál es su género?

- Masculino
- Femenino

9. ¿Cuál es el rango de edad?

18-35 años

36-45 años

46-55 años

10. ¿Rango de ingresos?

\$400-600

\$601-900

\$901-1200

\$1201-1500

11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de asesoría de bienes raíces?

\$25-30

\$31-45

\$36-40

Anexo 3. Ficha Técnica de Investigación

Objetivos de Investigación	Metodología de la Investigación
Realizar un estudio de mercado para determinar de qué manera repercute en la toma de decisiones al adquirir un bien inmobiliario en la ciudad de Quevedo.	Para realizar el estudio de mercado se establecieron los siguientes pasos: Se estableció el universo objetivo y se determinó la muestra de la población a encuestar Se elaboró el formulario de encuestas de acuerdo a los objetivos planteados dirigidas a la Población Económicamente Activa del Cantón Quevedo. Se aplicó el formulario de encuestas y fue necesario revisar las inconsistencias de la investigación.
Efectuar un estudio técnico y económico determinar la viabilidad de la empresa.	Se establecieron las variables indispensables para poner en marcha el proyecto como macro y micro localización y los canales de comercialización.
Diseñar un plan negocios que permita poner en marcha las estrategias de la empresa.	Se plantearon los siguientes temas; organigrama estructural, misión, visión, principios Corporativos, Infraestructura, competencia y consumidor.