



**UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA**

**TEMA:**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
EMPRESA DE BIENES RAICES, CANTÓN MOCACHE, AÑO  
2014.**

**AUTORA:**

**ANDREA ESTEFANÍA LEÓN TERÁN**

**DIRECTOR DE TESIS:**

**ING. FREDDY BUSTAMANTE M.Sc.**

**Quevedo – Ecuador**

**2014**



**UNIVERSIDAD TECNICA ESTATAL DE QUEVEDO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**INGENIERIA EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA**

Tesis previa a la obtención  
del Título de Ingeniero en  
Administración Financiera

**TÍTULO**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
EMPRESA DE BIENES RAÍCES, CANTON MOCACHE, AÑO  
2014.**

**AUTORA:**

**ANDREA ESTEFANÍA LEÓN TERÁN**

**DIRECTOR DE TESIS:**

**ING. FREDDY BUSTAMANTE M.Sc.**

**QUEVEDO - ECUADOR**

**2014**

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHO**

La presentación y disposición de la Tesis titulada, **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE BIENES RAÍCES, CANTON MOCACHE, AÑO 2014**, pertenece exclusivamente a la autora:

---

**ANDREA ESTEFANÍA LEÓN TERÁN**

## **CERTIFICACIÓN**

**CERTIFICO**, que la Egresada Srta. **ANDREA ESTEFANÍA LEÓN TERÁN** ; ha culminado, bajo mi dirección, el Trabajo de Investigación Titulado **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE BIENES RAÍCES, CANTON MOCACHE, AÑO 2014**, habiendo cumplido con los requisitos que para tal efecto señala el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo.

---

**ING. FREDDY BUSTAMANTE M.Sc.**

**DIRECTOR**



**UNIVERSIDAD TECNICA ESTATAL DE QUEVEDO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**INGENIERIA EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA**

**TÍTULO**

Tesis previa a la obtención  
del Título de Ingeniero en  
Administración Financiera

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
EMPRESA DE BIENES RAÍCES, CANTON MOCACHE, AÑO  
2014.**

**APROBADO:**

---

**ING. DENNIS AGUIRRE VALVERDE, M.Sc**  
**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**

---

**ECON. MANUEL WEISSON FIGUEROA, M.Sc**

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

---

**ECON. DANIEL PARRA GAVILÁNES, M.Sc**

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por ser mi guía, mi fortaleza y por permitirme alcanzar una meta más en mi vida.

Gracias a mi mami por su apoyo incondicional por estar siempre junto a mí en las buenas y en las malas por su sacrificio y esfuerzo constante.

Agradezco a mis tías por darme fuerzas para seguir adelante.

Gracias a mi ñaña Priscila por su gran calidad humana y por apoyarme siempre en todo momento.

De igual forma al Ing. Freddy Bustamante por su aporte y colaboración en la ejecución de esta tesis.

A la Universidad Técnica Estatal de Quevedo por ser instrumento importante en mi formación profesional.

Y finalmente a Paul, amigas y compañeros por su valioso aporte quienes me han ayudado a crecer como persona.

## **DEDICATORIA**

Esta tesis se la dedico con todo mi amor a Dios, por darme la oportunidad de vivir y la fortaleza para lograr todas las metas que me he propuesto.

Se la dedico a mi mami Melida que me brindo todo su apoyo, amor, comprensión y por formarme con principios y valores fundamentales para mi formación. Gracias por creer en mi te amo.

A mis tías a mi papa y toda mi familia por su apoyo y confianza.

A mis amigas en especial a Priscila porque son parte de mi vida, con quienes he compartido momentos alegres y tristes, pero esos momentos son los que nos hacen crecer, aceptar y valorar a las personas que nos rodean.

A mi novio Paul por ser parte de mi vida y su apoyo incondicional, espero ser un ejemplo para él y siempre recuerde que todo se puede en esta vida te quiero mucho.

## INDICE

	<b>Pág.</b>
PORTADA.....	i
COPIA DE PORTADA .....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHO .....	iii
CERTIFICACIÓN .....	iv
MIEMBRO DEL TRIBUNAL .....	v
AGRADECIMIENTO .....	vi
DEDICATORIA .....	vii
ÍNDICE.....	viii
INDICE DE CUADROS.....	xiii
INDICE DE GRAFICOS .....	xv
ESQUEMA DE CODIFICACIÓN.....	xvi
RESUMEN EJECUTIVO.....	xvii
SUMMARY.....	xviii

### **CAPÍTULO I**

<b>MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Introducción .....	2
1.1.1 Problematización .....	3
1.1.2 Diagnóstico (Causa – Efecto).....	4
1.1.3 Pronóstico.....	4
1.1.4 Control del pronóstico.....	5
1.1.5 Formulación del problema .....	5
1.1.6 Sistematización del problema.....	5
1.1.7 Justificación .....	6
1.2. Objetivos.....	7
1.2.1 General .....	7
1.2.2 Específicos.....	7
1.3 Hipótesis.....	8
1.3.1 General .....	8
1.3.2 Específicas .....	8

## **CAPÍTULO II**

<b>MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>10</b>	
2.1	Fundamentación teórica .....	11
2.1.1	Definición de Mercado.....	11
2.1.2	Estudio de Mercado.....	11
2.1.3	Producto y servicio .....	11
2.1.4	Análisis de la Competencia .....	12
2.1.5	Identificación de los competidores.....	12
2.1.6	Precio .....	12
2.1.7	Investigación de Mercado.....	13
2.1.7.1	Estudio de mercado.....	15
2.1.7.2	Desarrollo sostenible o sustentable.....	16
2.1.9	Análisis de la demanda .....	17
2.1.10.	Análisis de la oferta. ....	18
2.1.11.	Análisis de la Competencia .....	19
2.1.12	Balance oferta- demanda .....	19
2.1.13	Estudio técnico .....	20
2.1.14	Estudio administrativo y legal .....	21
2.1.14.1	Estudio administrativo .....	21
2.1.14.2	Estudio legal .....	22
2.1.14.3	Estudio económico / financiero.....	22
2.2.	Fundamentación conceptual .....	24
2.2.1	Consultoría .....	24
2.2.1.1	Proceso de la consultoría. ....	24
2.2.1.2	Tipos de consultoría .....	25
2.2.1.3	Consultoría Integral .....	26
2.2.2	Estudio de factibilidad.....	26
2.2.3	Estudio Financiero .....	27
2.2.4	VAN.....	28
2.2.5	TIR .....	29
2.2.6	Definiciones de fórmulas .....	30

2.2.6.1	Tamaño de la muestra .....	30
2.2.6.2	Presentación del muestreo .....	30
2.2.7	FODA .....	31
2.2.7.1	Las Fortalezas .....	31
2.2.7.2	Las Oportunidades .....	32
2.2.7.3	Las Debilidades .....	32
2.2.7.4	Las Amenazas .....	32
2.3.	Fundamentación legal .....	32

### **CAPÍTULO III**

<b>METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>37</b>	
3.1.	Materiales y métodos .....	38
3.1.1.	Localización y Duración de la Investigación .....	38
3.1.2	Métodos.....	38
3.1.3.	Tipo de Investigación .....	40
3.1. 4.	Fuentes .....	40
3.1.5	Técnicas e Instrumentos de Evaluación.....	41
3.1.6.	Población y Muestra.....	41

### **CAPÍTULO IV**

<b>RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....</b>	<b>43</b>	
4.1	Resultados del estudio de mercado .....	44
4.2.	Verificación del plan de factibilidad para la creación de la Empresa de Bienes Raíces "INNOVA" en el cantón Mocache a través del FODA.....	54
4.2.1.	Análisis FODA .....	54
4.2.2.	La Empresa .....	55
4.2.2.1	Misión .....	55
4.2.2.2.	Visión .....	55
4.2.2.3.	Valores Corporativos .....	55
4.3.	Estudio Técnico. ....	56
4.3.1.	Macro localización .....	56
4.3.2.	Micro Localización .....	57

4.3.3.	Ingeniería .....	58
4.3.4.	Objetivo Estratégicos.....	61
4.3.4.1.	General.....	61
4.3.4.2.	Específicos .....	61
4.3.5.	Identificación del Público Objetivo .....	61
4.3.5.1.	Segmentación.....	61
4.3.5.2.	Posicionamiento .....	61
4.3.6.	Imagen Corporativa .....	62
4.3.6.1.	Logotipo del“la Empresa de Bienes Raíces “INNOVA” .....	62
4.3.6.2.	Slogan para la Empresa de Bienes Raíces “INNOVA” .....	62
4.4.	Marco Legal y Estudio Organizacional .....	63
4.4.1.	Obligaciones de la empresa. ....	63
4.4.1.1.	Para con el Servicio de Rentas Internas .....	63
4.4.1.2.	Constitución de la Empresa .....	63
4.4.1.3.	Servicio de Rentas Internas .....	63
4.4.1.4.	Permiso Cuerpo de Bomberos .....	64
4.4.1.5.	Tasa de Servicio .....	64
4.4.1.6.	Patente Municipal .....	64
4.4.1.7.	Uso del suelo .....	64
4.4.1.8.	Permiso Ministerio de Salud .....	64
4.4.2.	Estructura organizacional .....	65
4.4.2.1.	El personal.....	65
4.4.2.1.1.	Requerimientos Del Personal.....	65
4.4.2.1.1.1.	Gerente (a).....	65
4.4.2.1.1.2.	Recepcionista- Secretaria.....	65
4.4.2.1.1.3.	Contador (a).....	66
4.4.2.1.1.4.	Abogado.....	66
4.4.2.1.1.5.	Asesor de venta .....	67
4.4.2.1.1.6.	Auxiliares de limpieza .....	67
4.4.3.	Organigrama .....	67
4.4.3.1.	Organigrama Estructural .....	68
4.5.	Estudio Económico y Financiero .....	68
4.5.1.	Inversión.....	68

4.5.2.	Valor Actual Neto (V.A.N.).....	79
4.5.3.	Tasa Interna de Retorno (T.I.R.) .....	80
4.5.4.	Relación Beneficio Costo .....	80
4.5	Resultado y discusión .....	84
4.5.1	Resultado .....	84
4.5.1.1	Resultado del Objetivo 1 .....	84
4.5.1.2	Resultado del Objetivo 2 .....	84
4.5.1.3	Resultado del Objetivo 3 .....	84
4.5.2.	Comprobación de Hipótesis .....	84
4.6	Discusión.....	86

## **CAPITULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES..... 87**

5.1	Conclusiones.....	88
-----	-------------------	----

5.2	Recomendaciones.....	89
-----	----------------------	----

## **CAPITULO VI**

### **BIBLIOGRAFIA ..... 90**

6.1.	Bibliografía .....	91
------	--------------------	----

## **CAPITULO VII**

### **ANEXOS ..... 93**

## INDICE DE CUADROS

<b>Cuadro</b>	<b>Pág.</b>
1. ¿Usted alquila o vive en vivienda propia? .....	44
2. ¿Ha necesitado usted alguna vez alquilar o vender algún Inmueble? .....	45
3. ¿Ha usado usted alguna vez una empresa para vender o comprar algún Inmueble? .....	46
4. ¿Cómo cree usted que sería mejor negociar un Inmueble, por cuenta propia o por medio de una empresa de bienes raíces? .....	47
5. ¿Considera usted que una empresa de bienes raíces es de gran necesidad para quienes desean vender o alquilar un inmueble? .....	48
6. ¿Conoce usted alguna empresa de bienes raíces aquí en el cantón Mocache?.....	49
7. ¿Cree usted que funcionaría con éxito una empresa de bienes raíces en el cantón Mocache?.....	50
8. ¿Tiene usted algún inmueble que desearía vender o alquilar? .....	51
9. ¿De crearse, utilizaría usted los servicios de una empresa de bienes raíces en el cantón Mocache?.....	52
10. ¿Le gustaría entonces vender o alquilar a través de la empresa de bienes raíces?.....	53
11. Activos fijos de la compañía.....	69
12. Depreciación de propiedad planta y equipo .....	70
13. Detalles de gastos.....	71
14. Costos de ventas de la empresa de bienes raíces “innova” .....	72
15. Presupuesto de ingresos de la empresa de bienes raíces “innova” .....	72
16. Inversión de la empresa de bienes raíces “innova” .....	73
17. Financiación de la empresa de bienes raíces “innova” .....	73

18.	Tasa anual interés préstamo de la empresa de bienes raíces “innova” .....	73
19.	Préstamo bancario para la empresa de bienes raíces “innova” .....	73
20.	Tabla de amortización anual de la empresa de bienes raíces “innova” .....	74
21.	Tabla de amortización mensual de la empresa de bienes raíces “innova” .....	74
22.	Estado de pérdidas y ganancias proyectado de la empresa de bienes raíces “innova” .....	75
23.	Balance general .....	76
24.	Flujo de caja proyectado .....	77
25.	Tasa de descuento.....	78
26.	Tasa de rendimiento promedio .....	78
27.	Tasa interna de retorno.....	78
28.	Ratios financieros.....	81
29.	Punto de equilibrio en dólares y porcentaje .....	81
30.	Punto de equilibrio de la empresa de bienes raíces “innova” .....	81
31.	Capital de trabajo .....	82
32.	Activos y utilidad .....	83
33.	Rendimiento de liquidez.....	83
34.	Rendimiento corriente .....	83
35.	Razones financieras.....	83

## INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico	Pág.
1. ¿Usted alquila o vive en vivienda propia? .....	44
2. ¿Ha necesitado usted alguna vez alquilar o vender algún Inmueble? .....	45
3. ¿Ha usado usted alguna vez una empresa para vender o comprar algún Inmueble? .....	46
4. ¿Cómo cree usted que sería mejor negociar un Inmueble, por cuenta propia o por medio de una empresa de bienes raíces? .....	47
5. ¿Considera usted que una empresa de bienes raíces es de gran necesidad para quienes desean vender o alquilar un inmueble? .....	48
6. ¿Conoce usted alguna empresa de bienes raíces aquí en el cantón Mocache?.....	49
7. ¿Cree usted que funcionaría con éxito una empresa de bienes raíces en el cantón Mocache?.....	50
8. ¿Tiene usted algún inmueble que desearía vender o alquilar? .....	51
9. ¿De crearse, utilizaría usted los servicios de una empresa de bienes raíces en el cantón Mocache?.....	52
10. ¿Le gustaría entonces vender o alquilar a través de la empresa de bienes raíces?.....	53

## ESQUEMA DE CODIFICACIÓN

<b>(DUBLIN CORE) ESQUEMAS DE CODIFICACIÓN</b>			
1.	<b>Título / Title</b>	<b>M</b>	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE BIENES RAICES, CANTON MOCACHE, AÑO 2014.
2.	<b>Creador / subject</b>	<b>M</b>	ANDREA ESTEFANÍA LEÓN TERÁN
3.	<b>Materia / Subject</b>	<b>M</b>	ADMINISTRACIÓN FINANCIERA
4.	<b>Descripción / Description</b>	<b>M</b>	La presente investigación se realizó en el cantón Mocache, provincia de Los Ríos, el objetivo principal de la investigación, consistió en elaborar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de bienes raíces.
5.	<b>Editor / Publisher</b>	<b>M</b>	ANDREA ESTEFANÍA LEÓN TERÁN
6.	<b>Colaborador / Contributor</b>	<b>O</b>	Encuestados
7.	<b>Fecha /Date</b>	<b>M</b>	02/10/2013
8.	<b>Tipo /Type</b>	<b>M</b>	Proyecto de Investigación
9.	<b>Formato /Format</b>	<b>R</b>	Programas: Word 2007; Pdf; Excel 2007; Power Point
10.	<b>Identificador / Identifier</b>	<b>M</b>	<a href="http://biblioteca.uteq.edu.ec">http://biblioteca.uteq.edu.ec</a>
11.	<b>Fuente / Source</b>	<b>O</b>	Textos, informes, encuestas y resultados de investigación e internet.
12.	<b>Lenguaje /Lenguaje</b>	<b>M</b>	Español
13.	<b>Relación / Relation</b>	<b>O</b>	Ninguno
14.	<b>Cobertura /Coverage</b>	<b>O</b>	Dirección. Cantón Mocache
15.	<b>Derechos / Rights</b>	<b>M</b>	Ninguno
16.	<b>Audiencia / Audience</b>	<b>O</b>	Proyecto de Investigación

## RESUMEN EJECUTIVO

A través del presente trabajo de investigación, se demuestra la importancia de la realización de la inversión para la creación de una empresa de bienes raíces en el cantón Mocache. Así mismo, en esta investigación se detallan los costos financieros para su implementación.

Para realizar el análisis económico del proyecto se realizó la proyección que se basó en la información primaria obtenida en la encuesta y en la ficha de observación, de donde se obtuvieron parámetros de oferta, demanda, comercialización y precios.

Los costos obtenidos de los resultados de la investigación de mercado e información secundaria se proyectaron utilizando la metodología del costo estándar.

De igual manera, para la evaluación financiera los flujos de fondos se clasificaron en flujo de inversión, operacional y neto. La Tasa interna de Retorno (TIR) se utilizó para determinar la rentabilidad en función de porcentaje y se determinó la rentabilidad de la empresa utilizando la relación beneficio/costo que es de 27,71%.

También en la investigación realizada se constató que es necesario dentro del plan de factibilidad, una campaña de publicidad dirigida a las personas y organizaciones que necesitan de una ayuda de consultoría para comprar, vender o arrendar bienes.

El proyecto generará una cultura de negocios mediante el fomento de una consultoría profesional, además, tendrá como resultado principal el progreso y buena rentabilidad para ambas partes.

## SUMMARY

Through this research, it demonstrates the importance of holding the investment for the creation of a real estate company in the canton Mocache. Also, in this research the financial costs for implementation are detailed.

To make the project economic analysis that the projection was based on primary data collected in the survey and observation sheet, where parameters of supply, demand, trade and prices were obtained was performed.

The results obtained costs of market research and secondary data were projected using the methodology of the standard cost.

Similarly, the financial evaluation for the cash flows were classified as investment flow, operational and net. Internal Rate of Return (IRR) was used to determine profitability based on percentage and profitability was determined using the benefit / cost ratio is 27,71%.

Also in the research on which it was found necessary in the feasibility plan, an advertising campaign aimed at people and organizations in need of assistance consultancy for buying, selling or leasing property

The project will create a business culture by fostering a professional consultancy will also have main result good progress and profitability for both parties.

## **CAPÍTULO I**

### **MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN**

## 1.1. Introducción

El Ecuador está inmerso en el reto de la globalización del comercio nacional como internacional y con ello la necesidad de lograr un nivel más alto de competitividad, para fortalecer su particularidad en el mercado interno como en el mercado externo.

Todos los cambios suscitados en los mercados a partir de la globalización han generado que estos presenten mayores competencias, con lo cual se ha logrado obtener productos y servicios más competitivos y acordes a las necesidades del cliente.

El mercado de bienes raíces no se queda fuera de esta corriente y más aún cuando existen factores circundantes como, mejoras económica, reactivación de la demanda efectiva, que impulsen el crecimiento de este mercado.

En el Ecuador, la oferta de bienes raíces ha gozado de un alto desarrollo en los últimos años, gracias a las facilidades otorgadas por las entidades financieras para la obtención de una vivienda propia, junto al alto ingreso de remesas de migrantes a nuestro país, que contribuyen a la adquisición de nuevas viviendas.

Es importante señalar que debido a este alto crecimiento de la demanda de bienes raíces el sector ofrece una gran variedad de productos acordes a la capacidad financiera de cada una de las familias interesadas.

Se requiere realizar un estudio de factibilidad para determinar la identificación clara de la oportunidad de negocio sobre el mercado de bienes raíces en el cantón Mocache, la planeación de actividades, los factores determinantes para el éxito, la proyección financiera, entre otros. Además de especificar objetivos, metas, procedimientos, etc.; se deben controlar las actividades como la

distribución del producto, la prestación del servicio, el precio, la promoción, el aspecto financiero y otras actividades relacionadas con la introducción de un nuevo producto.

### **1.1.1 Problematización**

El problema principal radica en la poca preparación y poco profesionalismo, es palpable encontrar muchos vendedores especializados en este sector donde el interés en ganar una buena comisión.

Muchos nuevos corredores laboran desde su casa o pequeñas oficinas manteniendo un modelo de gestión con poca preparación y carente de estrategias y políticas claras que defiendan sus intereses, tanto del cliente comprador como vendedor

En el Cantón Mocache no existe empresas que realicen o que se dediquen a prestar este servicio de bienes raíces.

El desconocimiento de las ventajas de este servicio no permite que las personas accedan de manera inmediata a cualquier tipo de bien inmueble.

La inexistencia de los servicios de este tipo de empresas hace que las personas realicen por cuenta propia la venta y alquiler de sus bienes lo cual corren el riesgo de que el precio de sus bienes varíe y por ende obtengan perdida.

Las limitaciones que tienen las personas al no conseguir clientes para alquilar o vender sus bienes provocan que no lo hagan de forma inmediata.

### **1.1.2 Diagnóstico (Causa – Efecto).**

#### **Causas**

- Desconocimiento de las ventajas de los servicios de una empresa de bienes raíces por parte del sector consumidor.
- Inexistencia de los servicios de una empresa de bienes raíces en el cantón Mocache.
- Limitación de las personas al no poder alquilar o vender sus bien de forma inmediata.

#### **Efectos**

- No permite que las personas puedan acceder a un bien de forma inmediata.
- Al haber inexistencia de la prestación de este servicio de bienes raíces las personas lo realizan por cuenta propia lo cual provoca que no puedan alquilar o vender sus bienes.
- Escasez de clientes

### **1.1.3 Pronóstico**

- Disminución de número de clientes.
- La falta de confianza de poner sus bienes en mano de una empresa de bienes raíces.
- Suspensión del negocio por falta de clientes.

#### **1.1.4 Control del pronóstico.**

- Encuestas: Cuestionarios
- Entrevistas
- Viabilidad: Instalación de una empresa de bienes raíces.

#### **1.1.5 Formulación del problema**

¿Cuál será el impacto del estudio de factibilidad sobre la creación de una empresa de bienes raíces en el cantón Mocache?

#### **1.1.6 Sistematización del problema**

- ¿De qué forma el estudio del mercado permitirá conocer las necesidades de la creación de una empresa de bienes raíces en el Cantón Mocache?
- ¿De qué manera el estudio técnico permitirá determinar la creación del proyecto de la empresa de bienes raíces?
- ¿Cómo el estudio económico-financiero reflejará la viabilidad de la empresa de bienes raíces?

### **1.1.7 Justificación**

El presente proyecto tiene como finalidad evaluar los posibles riesgos para la futura creación de una empresa de bienes raíces, el cual ayudara a las familias a optar por una mejor idea al momento de querer comprar, vender o alquilar una propiedad, para lo cual se realizará un estudio de mercado, estudio técnico y un estudio económico financiero.

Se busca obtener el costo de financiamiento más atractivo para poder maximizar el retorno de la inversión. Para esto debe investigar las alternativas que el mercado financiero ofrece para el desarrollo del proyecto.

La contribución del sistema financiero es de suma importancia para el desarrollo y mantenimiento de la empresa debido a que las facilidades de financiamiento de los costos bajos permiten generar la compra de viviendas y esta a su vez que exista demanda para este proyecto.

## **1.2. Objetivos**

### **1.2.1 General**

Realizar el estudio de factibilidad para la creación e instalación de una empresa de bienes raíces en el cantón Mocache, año 2014.

### **1.2.2 Específicos**

- Efectuar un Estudio de Mercado que permita identificar la demanda insatisfecha de una empresa de bienes raíces en el cantón Mocache.
- Elaborar un estudio técnico, que permita determinar la creación e instalación de la empresa de bienes raíces en el Cantón Mocache.
- Desarrollar el Estudio Económico- Financiero que indique la factibilidad y la rentabilidad de la inversión.

## **1.3 Hipótesis**

### **1.3.1 General**

La creación e instalación de una empresa de bienes raíces en la ciudad de Mocache, permitirá atender la demanda de bienes raíces por parte del sector consumidor.

#### **Variable Independiente**

Creación e instalación de una empresa de bienes raíces.

#### **Variable Dependiente**

Atención al sector consumidor de bienes raíces

### **1.3.2 Específicas**

#### **Específicas**

##### **E. 1**

El conocimiento del mercado permite determinar la factibilidad de la creación de una empresa de bienes raíces en el cantón Mocache.

#### **Variables:**

##### **Independiente**

Conocimiento del mercado

##### **Dependiente**

Creación de una empresa de bienes raíces.

## **Específicas**

### **E. 2**

El estudio de factibilidad permitirá determinar la creación de bienes raíces en el cantón Mocache.

#### **Variables:**

##### **Independiente**

Estudio de factibilidad

##### **Dependiente**

Creación de una empresa de bienes raíces.

## **Específicas**

### **E. 3**

El estudio económico financiero permitirá determinar la factibilidad de la creación de bienes raíces en el cantón Mocache.

#### **Variables:**

##### **Independiente**

Estudio económico - financiero.

##### **Dependiente**

Factibilidad de la creación de bienes raíces.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN**

## 2.1 Fundamentación teórica

### 2.1.1 Definición de Mercado

**(Kotler 2009)**, define al mercado como: "las personas u organizaciones con necesidades que satisfacer, dinero para gastar y voluntad de gastarlo".

**(P. -M. Bonta - Farber 2012)**, "donde confluyen la oferta y la demanda, el mercado es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto".

### 2.1.2 Estudio de Mercado

**(Sapag Nassip 2010)**. El estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto o servicio dentro del mercado

### 2.1.3 Producto y servicio

**(Kotler, Philip 2009)**. El producto es un elemento clave de la oferta del mercado, la planificación del marketing mix comienza con la formulación de una oferta que genera valor para los consumidores y que satisface sus necesidades. Esta oferta se convierte en el eje en torno al cual la empresa construye relaciones rentables con los clientes.

La oferta de marketing de una empresa suele incluir bienes y servicios tangibles cada elemento puede ser un componente más o menos importante de la oferta total. En un extremo, la oferta puede consistir en un bien totalmente tangible, como jabón, pasta de dientes, o sal (ningún servicio acompaña al

producto) En el extremo contrario, se puede tratar exclusivamente de servicios de modo que la oferta consiste esencialmente en un servicio puro. Por ejemplo un examen médico, o los servicios financieros. Entre estos dos extremos, sin embargo, numerosas combinaciones de productos y servicios resultan posibles.

#### **2.1.4 Análisis de la Competencia**

**(Kotler, Philip 2009).** El análisis competitivo es un proceso que consiste en relacionar a la empresa con su entorno, ayuda a identificar las fortalezas y debilidades de la empresa, así como las oportunidades y amenazas que le afectan dentro de su mercado objetivo. Este análisis es la base sobre la que se diseñará la estrategia, para ello se debe conocer y descubrir áreas de posibles ventajas o desventajas competitivas.

#### **2.1.5 Identificación de los competidores**

**(Rodríguez Alvarez 2011).** Conocer a los competidores es crucial para una planeación eficaz de la mercadotecnia. En forma constante la empresa debe comparar productos, precios, canales y promoción con los de los competidores cercanos, es posible identificar áreas de ventaja o desventaja competitiva. Se pueden lanzar ataques precisos contra los competidores, así como preparar defensas eficaces contra los de ellos.

#### **2.1.6 Precio**

**(Berkowitz - Hartley y Rudelius 2013)** Es la expresión de valor que tiene un producto o servicio, manifestado en términos monetarios u otros elementos de utilidad, que el comprador debe pagar al vendedor para lograr el conjunto de beneficios que resultan de tener o usar el producto o servicio.

Desde un punto de vista histórico, el precio ha sido el factor que más ha afectado a la elección de los consumidores. Esto aún es cierto hoy en día en

los países más pobres, entre grupos de un bajo nivel económico y para productos básicos o de primera necesidad. Sin embargo en las últimas décadas otros factores han llegado a ser tan importantes como el precio para el comportamiento del consumidor

### **2.1.7 Investigación de Mercado**

**(Cordova G. 2011).** “Es un proceso que refleja las necesidades, tendencias y perfil del mercado; así como la opinión, conducta y hábitos del consumidor. Esta metodología puede aplicarse mediante encuestas (por correo, telefónica o personal), estadísticas, entrevistas y grupos focales (focus groups). Existen varios tipos de investigación de mercado: cuantitativa, cualitativa, documental y de marketing. Cada una de ellas arrojará diferentes resultados, dependiendo de las características y variables que se deseen estudiar”.

**(Baca Gabriel 2011).** El mercado objetivo es un grupo de personas que responden a un determinado perfil demográfico y socioeconómico al cual nosotros queremos ofrecerles un producto o servicio. Una vez establecido el objetivo, utilizando variables cualitativas, se puede segmentar al mercado y orientar la oferta a un determinado segmento de consumidores en función de hábitos, costumbres y valores.

**(Stanton - Etzel - Walker 2012),** Normas que permiten determinar el mercado objetivo:

1. Debe ser compatible con los objetivos y la imagen de la organización.
2. Concordar la oportunidad de mercado representada por el mercado meta y los recursos de la empresa.
3. Los negocios deben generar una ganancia para sobrevivir.
4. Una empresa debe buscar un mercado en el que los competidores sean pocos o débiles.

## **Particularidades del Mercado Objetivo**

**(Martin, M. & Diaz, E. 2013).** Conocer con claridad a quien nosotros pretendemos venderle nuestro producto, tiene una importante serie de ventajas que enumeramos a continuación:

1- Optimizar recursos: El tiempo y el dinero son 2 de los recursos más escasos. Conocer nuestro mercado objetivo nos permitirá elegir los medios de comunicación, distribución y promoción adecuados para comercializar nuestro producto con eficiencia en dicho mercado.

2- Segmentar nuestro mercado objetivo: En una segunda instancia, nosotros podremos seleccionar un segmento particular de nuestro mercado objetivo, sumando a los criterios demográficos y socioeconómicos ciertas características culturales y de consumo puntuales.

3- Adaptar mejor nuestro producto: Segmentar nuestro mercado objetivo nos permitirá entender mejor la demanda y orientar nuestra oferta y esfuerzos de marketing a satisfacer las necesidades específicas de ese segmento.

4- Generar nuevas ideas de producto: No siempre el producto o servicio es lo primero que surge. Hay veces en que el mismo se desarrolla a partir del mercado al que buscamos atender. Tener en claro nuestro mercado objetivo nos ayudará a definir y refinar esa idea de producto que comenzó a brotar en nuestra mente y poder llevarla a cabo.

5- Determinar con claridad la demanda potencial de nuestro producto: ¿Realmente existe gente interesada en mi producto? Conocer las características demográficas y socioeconómicas de nuestro mercado objetivo nos dará una idea más concreta sobre la demanda potencial de nuestro producto.

Por ello el Mercado Meta en el mundo globalizado es altamente competitivo y hoy más que nunca, ya que los mercados se caracterizan por su creciente nivel de exigencia. En tales condiciones, articular con eficiencia la calidad, el valor agregado y la capacidad para realizar la negociación, tienen importancia decisiva para alcanzar éxito en la empresa, el difundir esos conceptos, así como la forma de llevarlos a la práctica, es una de las tareas que con mayor energía encara las organizaciones hoy en día.

**(Alvarez Caputti 2011)** “El mercado es demasiado amplio y está formado por clientes diferentes con diversas necesidades de compra. **La segmentación de mercado** divide el mercado en grupos con características y necesidades semejantes para poder ofrecer una oferta diferenciada y adaptada a cada uno de los grupos objetivo. Esto permite optimizar recursos y utilizar eficazmente nuestros esfuerzos de marketing.

**(Espinoza 2011)**, El marketing masivo es el punto de partida de la segmentación, se caracteriza por producir, comunicar y distribuir masivamente un único producto para todos los clientes. Este enfoque ha sido el más utilizado por las empresas durante décadas. Hoy en día es difícil llegar al público masivamente, además resulta muy poco rentable por la gran diversidad de medios de comunicación y de puntos de distribución.



Autor Espinoza Roberto

### 2.1.8.1 Estudio de mercado

**(Miranda J 2011)**. El estudio de mercado o determinación y análisis de mercados turísticos es el conjunto de variables que permiten precisar

cuantitativa y cualitativamente los mercados hacia los cuales deben dirigirse las políticas de comercialización.

**(Cuevas F. 2009)** El Estudio de Mercado forma parte integral de la Estrategia de Mercadeo de cualquier proyecto o servicio (Manejo Administrativo, Herramienta: Mercadeo para una explicación detallada del término). En forma más amplia, el Estudio de Mercado es la recopilación, clasificación, análisis e interpretación de las variables que se deben utilizar, para una adecuada solución de los problemas relacionados con la transferencia y venta del producto a negociar, del interesado al demandante o consumidor, en este caso denominado comprador o arrendatario, con el fin satisfacer las expectativas del cliente al tiempo que aumentar las utilidades netas de la empresa u organización.

**(Nicholson W. 2009)** Finalmente, cabe acotar que la determinación y análisis de mercados (estudio de mercado) es una de las tantas funciones de la investigación de mercados, actividad que se ocupa del estudio de las características, causas y efectos de diversos problemas mercadológicos, entre ellos, ¿a quién vender un producto o servicio?. Como resultado de una investigación de este tipo, se obtienen los mercados meta y los perfiles de los consumidores, que son una descripción detallada de las características generales de los grupos de consumidores que se han identificado.”

#### **2.1.8.2 Desarrollo sostenible o sustentable**

“El concepto de sustentabilidad está relacionado a tres factores importantes: calidad, continuidad y equilibrio. El negocio sustentable es definido como un modelo de desarrollo económico diseñado para:

Mejorar la calidad de vida de la población local, de los residentes que viven y trabajan en el destino de bienes raíces.

Proveer mayor calidad de experiencia para el visitante.

Mantener la calidad del medio ambiente –natural y cultural- del que depende la población local y los turistas.

Obtener mayores niveles de rentabilidad económica de la actividad turística para los residentes locales.

Procurar que el negocio turístico sustentable sea rentable, para que el sector privado mantenga el pacto de sustentabilidad y equilibrio.

**(Baca Gabriel 2011).** La consultoría de bienes raíces debe asentarse sobre la diversidad de oportunidades ofrecidas por las economías locales, así como integrar y contribuir positivamente al desarrollo de las economías regionales, promoviendo las formas alternativas de inmuebles coherentes con los principios del desarrollo sostenible: tierras, muebles, inmuebles, y todo material a negociar.

“Estas constituyen diferentes modalidades de la nueva tendencia del consultaría alternativa”.

### **2.1.9 Análisis de la demanda**

**(Baca Gabriel 2011).** Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.

El análisis de la demanda tiene como objetivo principal medir las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado, con respecto a un bien o servicio y como este puede participar para lograr la satisfacción de dicha demanda.

La demanda funciona a través de distintos factores:

- La necesidad real del bien
- Su precio
- Nivel de ingreso de la población

Para establecer un buen análisis de la demanda se tendrá que recurrir a la investigación de información proveniente de fuentes primarias y secundarias, como indicadores económicos y sociales.

En la demanda existen factores cualitativos los cuales se deben de analizar, pero antes se debe de desarrollar una investigación de campo la cual nos permita obtenerlos para llevar a cabo dicho análisis. Cuando no se encuentra o en el caso no existe información histórica y estadística del producto que es el caso de muchos productos hoy en día, es entonces donde entra esta investigación y es el único método en el cual se podrá obtener los datos y la cuantificación de la demanda.

#### **2.1.10. Análisis de la oferta.**

**(Castro y Lessa 2011)**, La persona que anuncia una oferta está informando sus intenciones de entregar un objeto o de concretar una acción, en general a cambio de algo o, al menos, con el propósito de que el otro lo acepte.

**(Fisher - Espejo 2012)**, refiere a "las cantidades de bienes, que los productores están dispuestos a elaborar a los posibles precios del mercado, son las cantidades de una mercancía que los productores están dispuestos a poner en el mercado, las cuales, tienden a variar en relación directa con el movimiento del precio, esto es, si el precio baja, la oferta baja, y ésta aumenta si el precio aumenta"

**(Kotler - Armstrong - Cámara y Cruz 2013)**, "Combinación de productos, servicios, información o experiencias que se ofrece en un mercado para satisfacer una necesidad o deseo, no se limitan a productos físicos, sino que se incluyen".

### **2.1.11. Análisis de la Competencia**

**(Stanton 2012)**, El análisis de la competencia es vital e importante para todo negocio; Conocer correctamente, como actúan los competidores de productos similares, permite definir mejor el posicionamiento de la oferta de bienes, servicios y propuesta de valor.

**(Muñiz Gonzalez 2011)**, La competencia está integrada por las empresas que actúan en el mismo mercado y realizan la misma función dentro de un mismo grupo de clientes con independencia de la tecnología empleada para ello. No es, por tanto, nuestro competidor aquel que fabrica un producto genérico como el nuestro, sino aquel que satisface las mismas necesidades que nosotros con respecto al mismo público objetivo o consumidor.

### **2.1.12 Balance oferta- demanda**

**(Fao 2013)**. El balance de demanda y oferta es el elemento final y más integrador del diagnóstico de combustibles. Representa las relaciones entre el consumo y la disponibilidad, indicando la posibilidad de ocurrencia de déficits o excedentes.

Pueden construirse dos tipos básicos de balances:

- a) los balances estáticos o puntuales, que relacionan el consumo anual con las existencias totales, las disponibilidades efectivas o la productividad en un momento determinado y para una cierta área;
- b) los balances dinámicos o seriados, que relacionan la demanda proyectada con la oferta potencial o real de las distintas fuentes de combustibles a lo largo de una serie temporal.

## **CRITERIO PERSONAL**

“El estudio de mercado es la parte primordial de un plan de factibilidad para la creación de cualquier empresa, esto permitirá conocer si su demanda u oferta es aceptada en beneficio por ambas partes, quien oferta y quien demanda.

Para que se pueda realizar un estudio de mercado, en este caso referente a la creación de una empresa consultora para bienes raíces en el cantón Mocache, es necesario contar con la demanda por parte de quienes desean comprar, vender o alquilar un bien inmueble.”

### **2.1.13 Estudio técnico**

**(Dumkayt 2012)**, El estudio técnico tiene que ver con el análisis de la factibilidad de llevar a cabo el proyecto desde el punto de vista tecnológico y operativo. Es un estudio con alto grado de ingeniería que pretende establecer la función de producción que optimice la utilización de los recursos requeridos en el proceso productivo.

**(Arboleda Gómez 2012)**, Proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y los costos de operación pertinentes a esta área. Normalmente se estima que deben aplicarse los procedimientos y las tecnologías más modernas, solución que puede ser óptima de manera técnica, pero no desde una perspectiva financiera. Uno de los resultados de este estudio será definir la función de producción del bien o necesidades del capital, mano de obra y recursos materiales, tanto en la puesta en marcha como para la posterior operación del proyecto.

**(Santos Santos 2013)**, El estudio es un proceso de aproximaciones sucesivas, donde se define el problema por resolver. Para ello se parte de supuestos, pronósticos y estimaciones, por lo que el grado de preparación de la información y su confiabilidad depende de la profundidad con que se realicen

tanto los estudios técnicos, como los económicos, financieros y de mercado, y otros que se requieran.

**(Sanchez 2012)**, El objetivo del estudio técnico consiste en analizar y proponer diferentes alternativas de proyecto para producir el bien que se desea, verificando la factibilidad técnica de cada una de las alternativas. A partir del mismo se determinarán los costos de inversión requeridos, y los costos de operación que intervienen en el flujo de caja que se realiza en el estudio económico-financiero.

#### **2.1.14 Estudio administrativo y legal**

##### **2.1.14.1 Estudio administrativo**

**(Koelpin 2012)**, Para hacer el estudio debe empezarse por elaborar un organigrama de la empresa, para asignar funciones y responsabilidades, el estudio debe incluir una descripción detallada de los costos administrativos acompañado de cifras, el aspecto legal de la empresa, nombrando razón y objeto social, los permisos que requiere y los trámites de constitución necesarias”

**(Ricardi Mancero 2011)**, La planificación estratégica, estructura organizacional, legalidad, fiscalidad, aspectos laborales, fuentes y métodos de reclutamiento, etc. Se trata de realizar un análisis para la obtención de la información pertinente para determinar los aspectos”.

Planear la instalación y ejecución del proyecto, organizar el trabajo, integrar el personal a cada función, dirigir la instalación y operación del proyecto.

#### **2.1.14.2 Estudio legal**

**(Gonzalez Aquino 2012)**, Lo legal es lo ajustado a Derecho, a sea al conjunto de preceptos jurídicos que un Estado establece a través de los órganos especialmente creados para ello, para reconocer derechos a sus habitantes, limitarlos, e imponerles obligaciones.

**(Coelo Fuentes 2011)**, Las conductas que no están permitidas expresamente por la ley, no son por ello ilegales, sino que para serlo, deberán estar expresamente prohibidas. Rige la norma general de la libertad de acción, salvo que con esas conductas se perjudique derechos de terceros, o el orden o la moral públicas.

“El análisis técnico permite conocer la situación administrativa y legal para la realización del proyecto, en este caso, en la creación de una empresa consultora para bienes raíces en el cantón Mocache, que permitirá conocer los procesos y complementos para la culminación de los mismos.”

#### **(CRITERIO PERSONAL)**

#### **2.1.14.3 Estudio económico / financiero**

**(Apaza Meza 2012)**, La situación financiera de una empresa se expresa en la información contenida en el balance general o balance de situación. Siendo que el balance general es el resultado de la conjugación de las diferentes partes de un sistema de datos que registra la contabilidad, es preciso extraer de él lo que nos interesa conocer, mediante la aplicación de técnicas especiales.

**(Kennedy 2011)** La situación económica de una empresa se refleja cuantitativamente en el denominado estado de ganancias y pérdidas o estado

de resultados. El estado de ganancias y pérdidas nos informa, en forma resumida, sobre las operaciones efectuadas en una empresa durante un período, por lo general doce meses y el producto o rendimiento neto de las mismas. Al igual que los elementos del balance general, los elementos conformantes del estado de ganancias y pérdidas provienen de la contabilidad.

**(Cordova G. 2011).** El estudio económico y financiero de un proyecto se refiere a diferentes conceptos, sin embargo, es un proceso que busca la obtención de la mejor alternativa utilizando criterios universales; es decir, la evaluación la cual implica asignar a un proyecto un determinado valor. Dicho de otra manera, se trata de comparar los flujos positivos (ingresos) con flujos negativos (costos) que genera el proyecto a través de su vida útil, con el propósito de asignar óptimamente los recursos financieros.

Todo lo anterior sirve para la toma de decisiones importantes:

- La decisión de inversión
- La decisión de financiamiento.

De esta forma el criterio de evaluación debe responder a la pregunta de cuál es la mejor alternativa y qué tan productiva es la utilización del recurso capital. Los instrumentos para establecer este valor, son llamados coeficientes de evaluación y existen dos criterios:

- Evaluación económica privada.
- Evaluación económica social.

El análisis económico financiero nos proyecta una evaluación económica de cualquier proyecto de inversión. A través de un estudio o evaluaciones realizadas podemos saber si es rentable o no dicha inversión.

## **CRITERIO PERSONAL**

“El estudio financiero permite conocer los gastos económicos para la realización del proyecto y también para conocer si es factible su realización.

Un estudio financiero demuestra si la oferta y la demanda será beneficiosa para los propietarios de la empres de bienes raíces en el cantón Mocache”.

## **2.2. Fundamentación conceptual**

### **2.2.1 Consultoría**

La consultoría tiene como fin analizar, estudiar y comprender el trabajo y procesos de una organización, lo cual permite diagnosticar sus fallas y aciertos sobre temas como la planeación, organización, dirección y control, a partir de los cuales, se diseña e implanta un plan de mejora para asegurar la competitividad, sustentabilidad y autogestión de las organizaciones.<sup>1</sup>

#### **2.2.1.1 Proceso de la consultoría.**

##### **Diagnosticar la situación actual de la organización**

- Obtener información actual e histórica de la organización
- Determinar la situación actual de la organización

##### **Determinar el sistema de ayuda a la organización**

- Diseñar sistemas de ayuda a la organización
- Acordar el sistema de ayuda a implantar con el consultante.

---

<sup>1</sup><http://iteso.mx/~juanjo/materiales/concbasconsul.htm>

### **Implantar el sistema de ayuda a la organización**

- Elaborar el plan de implantación del sistema de ayuda
- Diseñar y determinar los procedimientos a utilizar en la implantación del sistema de ayuda
- Ejecutar el plan de implantación del sistema de ayuda

### **Documentar el proceso de implantación del sistema de ayuda en la organización**

- Planeación de la implantación del sistema de ayuda

### **Documentación de los procedimientos, insumos y resultados de la implantación del sistema de ayuda**

Cerrar proyectos de consultoría

- Evaluar los resultados del sistema de ayuda implantado
- Cerrar el proyecto de consultoría desde el punto de vista administrativo

#### **2.2.1.2 Tipos de consultoría**

Consultoría Especializada: estas se caracterizan por brindar ayuda a las empresas en temas específicos, tales como: mercadeo, temas legales y/o jurídicos, tecnología, bienes raíces, comercio exterior, entre otros. Estas empresas de consultoría se han establecido en un nicho específico e identificable de mercado, contando con profesionales de alta experiencia y conocimientos en los temas de consultoría. Es importante que el enfoque de consultoría especializada se limite al problema particular identificado en la compañía cliente, perdiéndose la visión integral y holística.

### 2.2.1.3 Consultoría Integral

Este tipo de consultoría abarca varios departamentos, aspectos y problemas al interior de una organización, contando para esto con un equipo multidisciplinario de consultores, los cuales en todo momento tienen claro que la organización es un sistema, el cual debe ser estabilizado y mejorado

### 2.2.2 Estudio de factibilidad

**(Alln L. Reid 2009).** “El estudio de factibilidad es un instrumento utilizado para determinar la viabilidad de una propuesta empresarial. Aunque la estructura de los estudios de factibilidad puede variar, el análisis debe evaluar exhaustivamente la propuesta de empresa y concentrarse especialmente en el mercadeo y la viabilidad financiera.

Para elaborar un estudio de factibilidad útil no se requiere de un título en administración de empresas. Sólo se necesita disciplina para proceder conforme a los pasos descritos en este capítulo y voluntad para solicitar ayuda cuando hace falta un mayor conocimiento sobre algún tópico.”

“El estudio de factibilidad es el análisis de una empresa para determinar:

- Si el negocio que se propone será bueno o malo, y en qué condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso.
- Si el negocio propuesto contribuye con la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y el ambiente.
- Factibilidad es el grado de lograr algo posible.
- Iniciar un proyecto de producción o fortalecerlo significa invertir recursos como tiempo, dinero, materia prima y equipos.

**(López-Pinto, B. 2010).** Como los recursos siempre son limitados, es necesario tomar una decisión; las buenas decisiones sólo pueden ser tomadas

sobre la base de evidencias y cálculos correctos, de manera que se tenga mucha seguridad de que el negocio se desempeñará correctamente y que producirá ganancias.”

### **2.2.3 Estudio Financiero**

Según **(Sarmiento, R. 2009)** El estudio financiero (además de elaborar los diferentes presupuestos y estados financieros) tiene como finalidad aportar una estrategia que permita al proyecto allegarse los recursos necesarios para su implantación y contar con la suficiente liquidez y solvencia, para desarrollar ininterrumpidamente operaciones productivas y comerciales. El estudio financiero aporta la información necesaria para estimar la rentabilidad de los recursos que se utilizaran susceptibles de compararse con las de otras alternativas de inversión.

- **Inversión**

Según **(Kotler, Philip 2009)** Es el acto mediante el cual se invierten ciertos bienes con el ánimo de obtener unos ingresos o rentas a lo largo del tiempo. La inversión se refiere al empleo de un capital en algún tipo de actividad o negocio, con el objetivo de incrementarlo. Dicho de otra manera, consiste en renunciar a un consumo actual y cierto, a cambio de obtener unos beneficios futuros y distribuidos en el tiempo.

- **Ingresos**

Según **(Kotler 2009)** Flujo de Recursos que recibe un agente económico correspondiente a las remuneraciones por la Venta o arrendamiento de los Factores Productivos que posee. El ingreso puede ser pagado en Bienes y servicios o en Dinero. También se puede considerar ingreso todas Transferencias que reciben los agentes económicos tales como Subsidios, donaciones y otras.

- **Financiamiento**

Según **(Kotler 2009)** Se designa con el término de Financiamiento al conjunto de recursos monetarios financieros que se destinarán a para llevar a cabo una determinada actividad o proyecto económico

- **Presupuesto**

Según **(Kotler 2009)** Presupuestos Se le llama presupuesto al cálculo anticipado de los ingresos y gastos de una actividad económica (personal, familiar, un negocio, una empresa, una oficina, un gobierno) durante un período, por lo general en forma anual.

- **Evaluación Financiera**

Según **(Sarmiento, R. 2009)** La evaluación financiera es un análisis microeconómico que toma como objeto de investigación a la unidad productiva, considerando únicamente los efectos directos en los costos, gastos e ingresos valorados a precios de mercado. Los resultados de la evaluación se expresan en un conjunto de indicadores que miden los beneficios esperados y las ventajas de realizar la inversión, los cuales sirven para decidir si los recursos se arriesgan o se destinan a otra actividad o bien se dejan dónde están.

#### **2.2.4 VAN**

**(Crece Negocios 2013).** El VAN es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable.

(Crece Negocios 2013). Basta con hallar VAN de un proyecto de inversión para saber si dicho proyecto es viable o no. El VAN también nos permite determinar

cuál proyecto es el más rentable entre varias opciones de inversión. Incluso, si alguien nos ofrece comprar nuestro negocio, con este indicador podemos determinar si el precio ofrecido está por encima o por debajo de lo que ganaríamos de no venderlo.

La fórmula del VAN es:

$$VPN = \underbrace{\sum_{j=1}^n \frac{F_j}{(1+K)^j}}_{\text{Valor Actual Neto}} - F_0 > 0$$

$F_0$  = Inversión Inicial  
 $F_j$  = Flujos netos por período

### 2.2.5 TIR

(Iturroz del Campo 2014), La Tasa Interna de Retorno o de Rentabilidad (TIR), es un método de valoración de inversiones que mide la rentabilidad de los cobros y los pagos actualizados, generados por una inversión, en términos relativos, es decir en porcentaje. También es conocida como Tasa crítica de rentabilidad cuando se compara con la tasa mínima de rendimiento requerida (tasa de descuento) para un proyecto de inversión específico.

La evaluación de los proyectos de inversión cuando se hace con base en la Tasa Interna de Retorno, toman como referencia la tasa de descuento. Si la Tasa Interna de Retorno es mayor que la tasa de descuento, el proyecto se debe aceptar pues estima un rendimiento mayor al mínimo requerido, siempre y cuando se reinviertan los flujos netos de efectivo. Por el contrario, si la Tasa Interna de Retorno es menor que la tasa de descuento, el proyecto se debe rechazar pues estima un rendimiento menor al mínimo requerido.

Entonces para encontrar la TIR se necesita:

- Tamaño de inversión.

- Flujo de caja neto proyectado.

$$VPF_i = \sum_{j=1}^n \frac{F_j}{(1+k)^j} - F_0 = 0$$

$F_0$  = Inversión Inicial

$F_j$  = Flujos netos por período

### EJEMPLO:

Un proyecto de una inversión de 12000 (similar al ejemplo del VAN):

	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Flujo de caja neto	4000	4000	4000	4000	5000

## 2.2.6 Definiciones de fórmulas

### 2.2.6.1 Tamaño de la muestra

En Estadística el tamaño de la muestra es el número de sujetos que componen la muestra extraída de una población, necesarios para que los datos obtenidos sean representativos de la población.

### 2.2.6.2 Presentación del muestreo

**(Fernandez E. 2010).** Al realizar un muestreo probabilística nos debemos preguntar ¿Cuál es el número mínimo de unidades de análisis (personas, organizaciones, capítulo de telenovelas, etc.), que se necesitan para conformar una muestra ( $n$ ) que me asegure un error estándar menor que 0.01 (fijado por el muestrita o investigador), dado que la población  $N$  es aproximadamente de tantos elementos.

En el tamaño de una muestra de una población tenemos que tener presente además si es conocida o no la varianza poblacional.

Para determinar el tamaño de muestra necesario para estimar con un error máximo permisible (e) prefijado y conocido la cantidad poblacional (n) podemos utilizar la fórmula:

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

n= Dimensión del ejemplo

N= Universo

p= Que ocurra el evento (50%)=0.50

q= Que no ocurra el evento (50%)= 0.50

e<sup>2</sup>= Probabilidad errática (5%)<sup>2</sup>= (0.05)<sup>2</sup>

Z<sup>2</sup>= Cota de fiabilidad (1.96)<sup>2</sup>

### 2.2.7 FODA

**(Valdiviezo L. 2010).** El FODA es una herramienta de análisis estratégico, que permite analizar elementos internos o externos de programas y proyectos.

El **FODA** se representa a través de una matriz de doble entrada, llamado **matriz FODA**, en la que el nivel horizontal se analiza los factores positivos y los negativos.

En la lectura vertical se analizan los factores internos y por tanto controlables del programa o proyecto y los factores externos, considerados no controlables.

#### 2.2.7.1 Las Fortalezas

**(Valdiviezo L. 2010).** Son todos aquellos elementos internos y positivos que diferencian al programa o proyecto de otros de igual clase.

### **2.2.7.2 Las Oportunidades**

**(Valdiviezo L. 2010).** Son aquellas situaciones externas, positivas, que se generan en el entorno y que una vez identificadas pueden ser aprovechadas.

### **2.2.7.3 Las Debilidades**

**(Valdiviezo L. 2010).** Son problemas internos, que una vez identificados y desarrollando una adecuada estrategia, pueden y deben eliminarse.

### **2.2.7.4 Las Amenazas**

**(Valdiviezo L. 2010).** Son situaciones negativas, externas al programa o proyecto, que pueden atentar contra éste, por lo que llegado al caso, puede ser necesario diseñar una estrategia adecuada para poder sortearla.

## **2.3. Fundamentación legal**

### **Naturaleza Jurídica**

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

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

Compra-venta de predios (urbanos y Rústicos)

Alquileres

Administración de inmuebles

Publicidad y promociones

Avalúos comerciales de inmuebles

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

Las comisiones están establecidas de acuerdo al país y a la zona en la cual opera la inmobiliaria, pero normalmente no son aplicadas ya que cada empresa establece las suyas.<sup>2</sup>

**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. Tener experiencia en la participación de venta de negocios en los ámbitos de patrimonios privados, no menor a un ejercicio económico (Año), y obtener el certificado correspondiente del Ministerio de Educación, según el caso.
- d. Cumplir lo dispuesto en el artículo 77 del Código de Comercio (prestar juramento de desempeñar fiel y legalmente el cargo y rendirán fianza o hipoteca, el presidente designará el monto de ésta según la importancia de los espacios donde actúan quienes realizan actividades de corredores de bienes raíces).
- e. Todo aquello que se encuentre enmarcado en las Normativas Legales.

**Compromisos y convenios del comisionista de bienes raíces:**

- a. La firma del contrato permite rubricar el compromiso entre las partes del convenio de servicios.
- b. Asesorar de manera integral a la persona que firma un documento respecto al negocio que implica el compromiso de las partes.
- c. Anotar de manera cronológica en el cuaderno de contabilidad, las actividades del corredor, a fin de solventar las exigencias legales.

---

<sup>2</sup>Fuente: <http://www.elpurre.com/dic/inmobiliaria/>

- d. Actuar de acuerdo a su profesionalidad, observando las normativas legales, los códigos y todo lo inherente al ejercicio de su actividad.
- e. Disponer de un espacio que permita visibilidad de atención de quienes desean realizar actividades de compra-venta de bienes.
- f. Todo documento del Corredor de bienes raíces debe contener: identificación de autoridad competente, papeles impresos, para toda actividad profesional de responsabilidad. .
- g. Enmarcarse en las normativas que determina la Ley.

**Negativas de los comisionistas de patrimonios:**

- a. No deben actuar en actividades que prohíbe el Código de Comercio y en todo aquello que no sea de su competencia.
- b. Ejercer el corretaje de patrimonios, cuando actué como funcionario público.
- c. Enajenar o comprometerse a realizar ventas de patrimonios o ejecutar compromisos económicos sin disponer garantías.
- d. No certificar documentos, no registrados en sus archivos; no actuar en declaraciones públicas, sin disponer de respaldos y solo cuando autoridad competente (Juez), lo solicite.
- e. Enmarcarse en las normativas que determina la Ley.

La conformación de una empresa, implica tener un comisionista profesional de patrimonio y que cumpla con las normativas legales.

El Ministerio regula la carrera de un comisionista profesional en Patrimonios privados y deben cumplir las siguientes normativas:

- a. Deben realizar cursos de capacitación, cuando la autoridad competente lo considere oportuno y por lo menos una vez al año.
- b. Posterior al curso de capacitación se otorgará el correspondiente certificado avalando dicha actividad.

- c. Otorgamiento del certificado y calificación obtenida por el comisionista profesional.
- b) En caso de calificación negativa, el candidato podrá apelar de la decisión ante la Federación Nacional.
- c) De así hacerse, la asociación provincial respectiva enviará a la Federación la documentación aportada por el candidato, las pruebas rendidas, las evaluaciones efectuadas y copia de la resolución negativa pertinente a fin de que la Federación Nacional proceda a revisar la decisión y resuelva por los méritos de lo actuado.
- d) Las asociaciones comunicarán al Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización y Pesca los nombres de los corredores que hubieren sido calificados, para su registro.
- e) Cumplidos estos requisitos, el corredor rendirá ante un Juzgado de lo Civil la caución prevista en el artículo 77 del Código de Comercio y estipulada en el Decreto Ejecutivo No. 709, publicado en el R.O. 177 de 2 de mayo de 1975.
- f) Una vez rendida la caución, la asociación provincial le conferirá la licencia de corredor profesional de bienes raíces y con ella se presentará el corredor ante el mismo juzgado en que rindió la caución para prestar el juramento de desempeñar fiel y legalmente sus actividades.
- g) Finalmente, el corredor procederá a su inscripción en el Registro Mercantil, de conformidad con las disposiciones de los artículos 23 y 26 del Código de Comercio.

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

Art. 26.- Deberá inscribirse en la matrícula de comercio dentro de los próximos 15 días a contarse desde la fecha de la posesión o nombramiento, si no lo hicieran la multa será de 100 dólares en relación con la importancia y cuantía del negocio.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup>Fuente: Ley de los corredores de bienes raíces y código de comercio ecuatoriano.

## **Requisitos para ser asociado**

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

Art. 66. Incapacidad legal:

- 1. Hallarse privado o suspenso del ejercicio de los derechos políticos o civiles.
  - 2. Haber sido declarado en quiebra y no haber obtenido rehabilitación
  - 3. Hallarse privado o suspenso en el oficio de corredor
  - 4. Haber sido declarado intruso en el mismo oficio
  - 5. Haber dejado de cumplir alguna operación concertada en bolsa
  - 6. Menor de edad que no estuviere legalmente autorizado para administrar sus bienes
- c) Gozar de buena reputación y haber cumplido estrictamente las obligaciones civiles, comerciales y tributarias
  - d) Haber aprobado el Curso Básico para Corredores de Bienes Raíces, establecido por la Asociación.
  - e) Estar afiliado a la Cámara de Comercio.
  - f) Probar que tiene en vigencia todos los requisitos, cada dos años para renovar la credencial
  - g) Carta de presentación de tres asociados, certificando que está en dicha actividad de Bienes Raíces;

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

## **Socio ACBIR capitulo alquileres**

- a) Solicitarlo de manera expresa por escrito al Directorio.
- b) Haber realizado un mínimo de 20 alquileres probados el último año<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup>Fuente: Reglamento de los corredores de bienes raíces

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

## **3.1. Materiales y métodos**

### **3.1.1. Localización y Duración de la Investigación**

La investigación se desarrolló en el Cantón Mocache.

Su tiempo de duración en la investigación, tubo 120 días contados a partir de su aprobación y para su inicio, se dispondrá de los siguientes materiales:

#### **Materiales**

- Computador de última tecnología
- Impresora multifuncional
- Regulador de voltaje
- UPS
- Servicio de Banda Ancha de Internet
- 5 Resma de papel
- Libro y textos de consulta
- Revistas
- Folletos
- Periódicos
- Cámara fotográfica
- Memory Flash
- Resaltadores
- Esferos, carpetas
- Lápices
- Borradores

### **3.1.2 Métodos**

#### **Analítico**

Permitió realizar en el presente proyecto el análisis del plan de factibilidad aplicando como instrumento encuestas con preguntas reestructuradas a los

habitantes del Cantón Mocache, además se analizaran la inversión, costos fijos y costos variables que intervienen directamente en el proceso para cumplir con los objetivos de la presente investigación.

### **Deductivo**

Con este método se utilizó el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones, cuya aplicación sea de carácter general.

### **Inductivo**

A través de este método se realizó un estudio en general del proceso de la información obtenida por medio de la observación y las encuestas servirán para la elaboración del proyecto y establecer conclusiones al final del proceso investigativo.

### **Histórico**

Al momento de obtener la información mediante técnicas, métodos, procedimientos, respecto a instituciones que ofertan y brindan similares servicios se pudo analizar que la ciudad de Mocache no cuenta con este tipo de empresa.

### **Sintético**

Este método permitió agrupar a todos y cada una de las partes de la información y se pudo realizar un análisis generalizado.

### **Estadístico**

Este método consiste en una serie de procedimientos para el manejo de los datos cualitativos y cuantitativos de la investigación que se respalda en una

muestra, respecto de un número mayor del universo y sus resultados son altamente confiables.

### **3.1.3. Tipo de Investigación**

- **Investigación de campo**

Esta investigación permitió que se extraiga los datos de la realidad mediante técnicas de recolección de datos (encuestas) a fin de alcanzar los objetivos planteados en la investigación.

- **Investigación bibliográfica**

Sirvió como punto de partida para la realización de todo el proceso investigativo ya que permitió analizar, evaluar y buscar fuentes de consulta primarias y secundarias de libros, informes, internet, entre otros; para obtener información importante a través de la lectura científica para el marco teórico en el área de la Auditoría Interna.

- **Investigación descriptiva**

Facilitó conocer las características del objeto de estudio, lo que así mismo, nos llevará a la conclusión, mediante la observación de la factibilidad del plan trazado.

### **3.1. 4. Fuentes**

#### **Primarias**

Permitió conocer de manera directa los datos relacionados al problema de investigación, identifiqué quienes proporcionan la investigación y determino así el comportamiento del mercado a través de encuestas y entrevistas.

## **Secundarias**

En ésta parte de la investigación, se revisan textos, folletos, revistas, internet, publicaciones editadas a nivel nacional e internacional, documentos y documentales y todo aquello que permita determinar y definir lo relacionado al tema y proyecto de la investigación.

### **3.1.5 Técnicas e Instrumentos de Evaluación**

- **La encuesta**

Con la encuesta se tuvo como resultado una observación de la necesidad establecida, esto es, como crear e implementar la Empresa de Bienes Raíces “INNOVA” en el cantón Mocache, lo cual, proporcionó los datos estadísticos necesarios para establecer la realización del proyecto.

- **La observación**

Esta técnica permitió observar de cerca a los clientes y a obtener información relevante de los mismos para el análisis del problema en estudio.

### **3.1.6. Población y Muestra.**

- **Población**

El Cantón Mocache tiene una población de 34.481 habitantes (censo población y vivienda 2010), y se considera el 100% que corresponde a la población urbana y su entorno.

- **Muestra**

Para obtener el tamaño de la muestra, se considera el universo de la población donde se incluye al sector urbano y rural, se utilizará la siguiente fórmula:

$$N.Z^2.P.Q$$

$$n = (N-1) e^2 + Z^2.P.Q$$

**Dónde:**

n= Dimensión del ejemplo

N= Universo 38.392

p= % que ocurra el evento (50%)=0.50

q= % que no ocurra el evento (50%)= 0.50

e<sup>2</sup>= Probabilidad errática (5%)<sup>2</sup>= (0.05)<sup>2</sup>

Z<sup>2</sup>= Cota de fiabilidad (1.96)<sup>2</sup>

$$n = \frac{Z^2 . P Q . N}{e^2 (N - 1) + Z^2 . P Q}$$

$$n = \frac{38.392(1,96)^2 (0,5)(0,5)}{(38.392-1)(0,05)^2 + (1,96)^2 (0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{38.392 \times 3.8416 \times 0,25}{38.392 \times 0.0025 + 3.8416 \times 0,25}$$

$$n = \frac{36,871.68}{9.69404}$$

**n = 380** Es el tamaño de la muestra.

**CAPÍTULO IV**  
**RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

## 4.1 Resultados del estudio de mercado

Resultados de la encuesta dirigida a 380 habitantes del cantón Mocache.

### 1. ¿Usted alquila o vive en vivienda propia?

Cuadro N° 1

CATEGORÍAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PROPIA	258	68
ALQUILADA	122	32
TOTAL	380	100 %

Fuente: Encuesta  
Elaborado: Autor

Gráfico 1

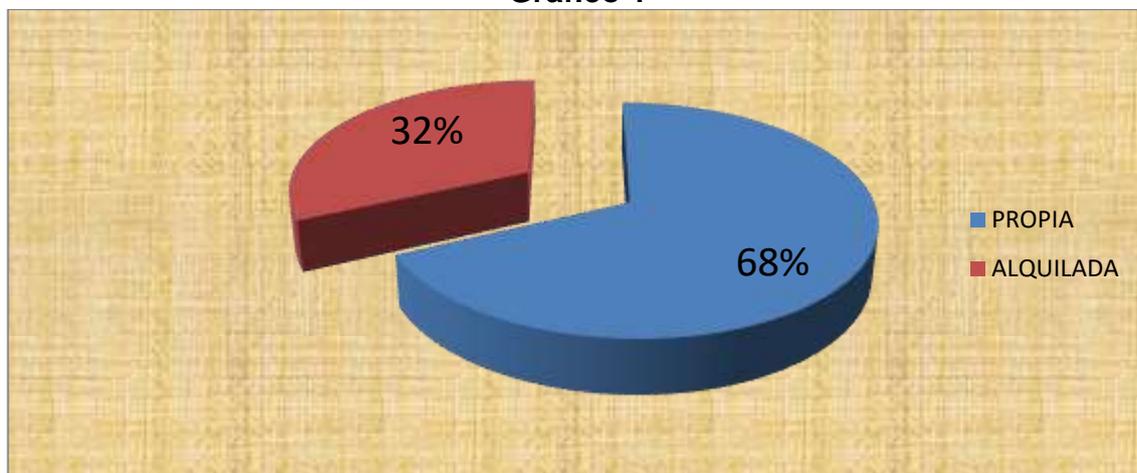


Gráfico 1. ¿Usted alquila o tiene vivienda propia?

### Análisis

En el gráfico 1, se observa que el 68% de los encuestados respondieron que alquilan, mientras que el 32% restante contestó que tienen vivienda propia.

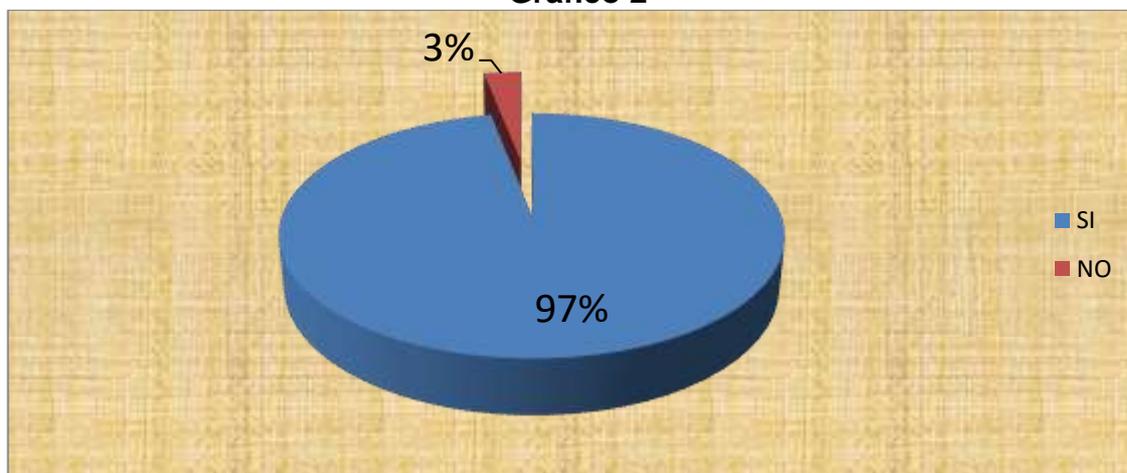
## 2. ¿Ha necesitado usted alguna vez alquilar o vender algún Inmueble?

Cuadro N° 2

CATEGORÍAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	369	97
NO	11	3
TOTAL	380	100 %

Fuente: Encuesta  
Elaborado: Autor

Gráfico 2



### Análisis

En el gráfico 2, se observa que el 97% de los encuestados respondieron que si han necesitado alquilar o vender un Inmueble, mientras que el 3% restante contestó que no. Esta respuesta es positiva para concretar la factibilidad de la propuesta del presente trabajo, esto es, la creación de una empresa de bienes raíces para el cantón Mocache.

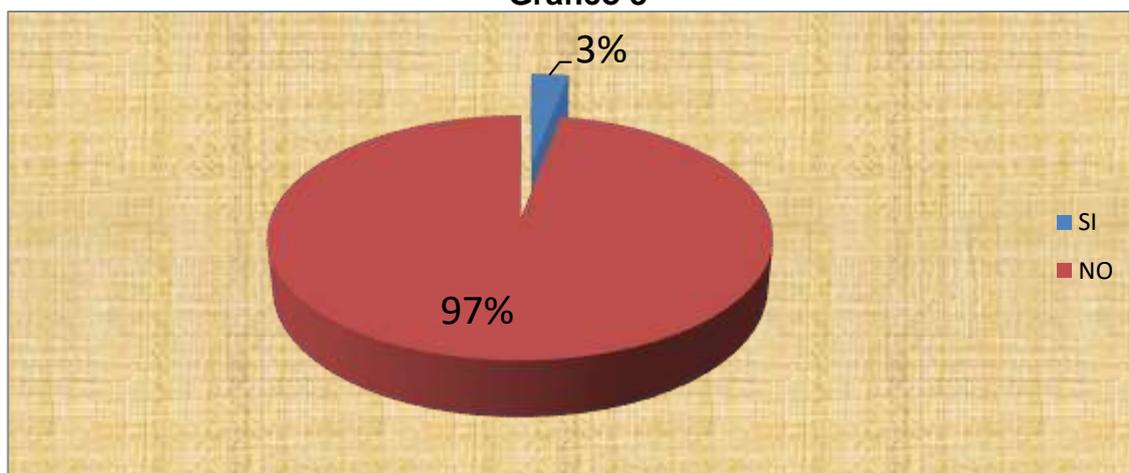
**3. ¿Ha usado usted alguna vez una empresa para vender o comprar algún Inmueble?**

**Cuadro N° 3**

CATEGORÍAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	11	3
NO	369	97
TOTAL	380	100 %

Fuente: Encuesta  
Elaborado: Autor

**Gráfico 3**



**Análisis**

En el gráfico 3, se observa que el 97% de los encuestados respondieron que no han utilizado ninguna empresa para comprar o vender algún Inmueble, mientras que el 3% restante contestó que sí lo han hecho. Esta respuesta se debe a que la inmensa mayoría no conocen de ninguna empresa que se dedique a este tipo de negocio pero que si conocieran la empresa de nuestra propuesta, con gusto nos buscarían.

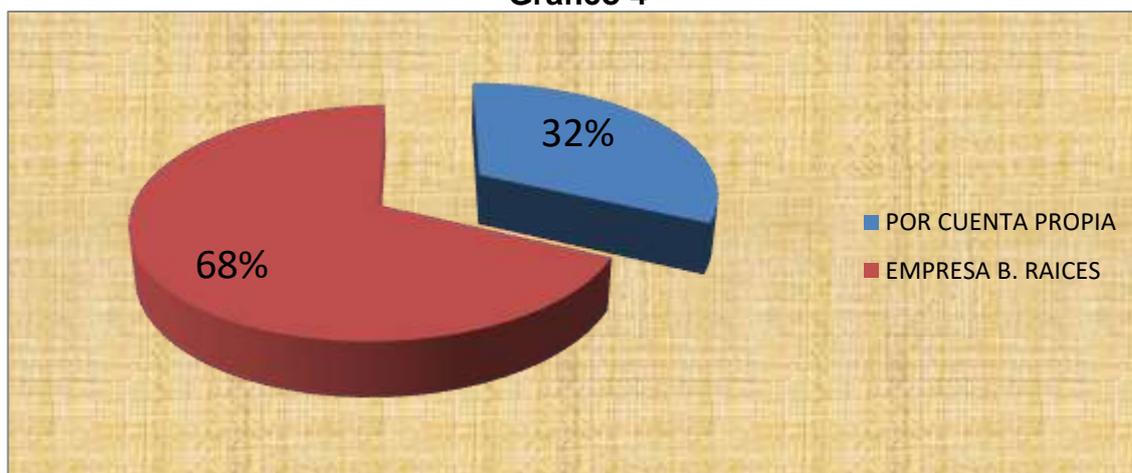
**4. ¿Cómo cree usted que sería mejor negociar un Inmueble, por cuenta propia o por medio de una empresa de bienes raíces?**

**Cuadro N° 4**

CATEGORÍAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
POR CUENTA PROPIA	122	32
EMPRESA B. RAICES	258	68
TOTAL	380	100 %

Fuente: Encuesta  
Elaborado: Autor

**Gráfico 4**



**Análisis**

En el gráfico 4, se observa que el 68% de los encuestados respondieron que sería mejor negociar un Inmueble, por medio de una empresa de bienes raíces, mientras que el 32% restante contestó que por cuenta propia. Es necesario informar a la ciudadanía de la importancia de una empresa de bienes raíces, ya que por medio de ella, la venta o alquiler resultará favorecedor para el cliente.

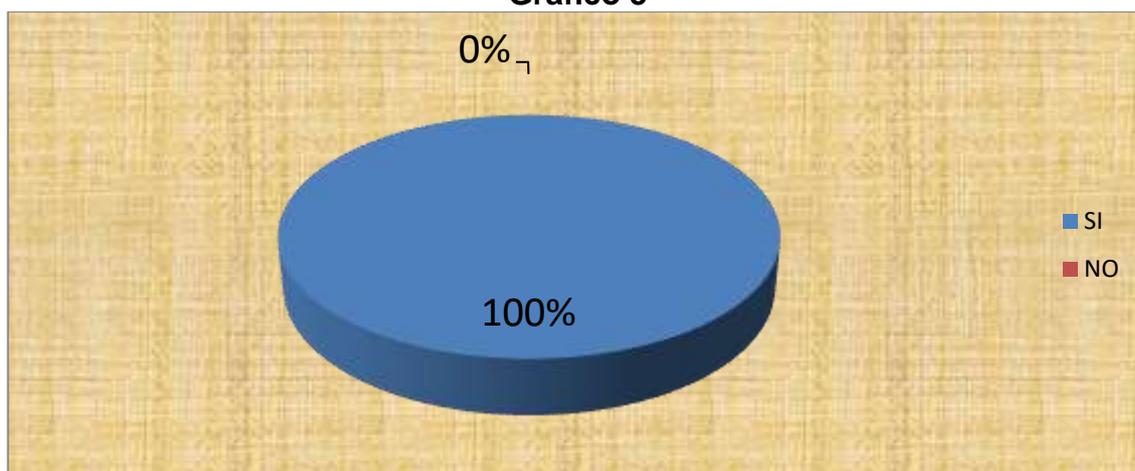
5. ¿Considera usted que una empresa de bienes raíces es de gran necesidad para quienes desean vender o alquilar un inmueble?

Cuadro N° 5

CATEGORÍAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	380	100
NO	0	0
TOTAL	380	100 %

Fuente: Encuesta  
Elaborado: Autor

Gráfico 5



### Análisis

En el gráfico 5, se observa que el 100% de los encuestados respondieron que una empresa de bienes raíces si es de gran necesidad para quienes desean vender o alquilar un inmueble. Esta respuesta confirma la hipótesis de esta investigación, por lo tanto se aprueba la propuesta de la creación de una empresa dedicada a bienes raíces en el cantón Mocache.

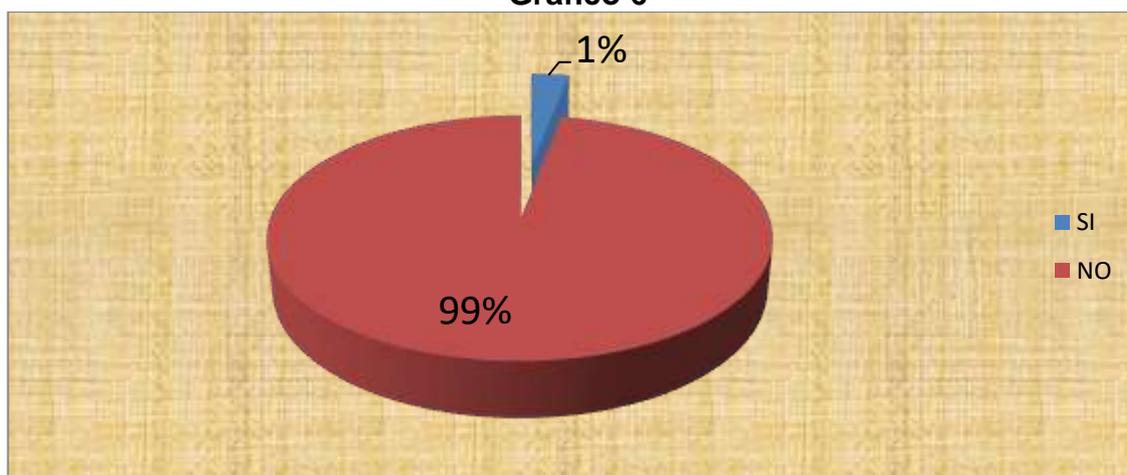
## 6. ¿Conoce usted alguna empresa de bienes raíces aquí en el cantón Mocache?

Cuadro N° 6

CATEGORÍAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	1
NO	376	99
TOTAL	380	100 %

Fuente: Encuesta  
Elaborado: Autor

Gráfico 6



### Análisis

En el gráfico 6, se observa que el 1% de los encuestados respondieron que si conocen de una empresa de bienes raíces aquí en el cantón Mocache, mientras que el 99% manifestaron que no. Casi la totalidad dijeron no conocer de ninguna empresa de bienes raíces que funcione en Mocache, por lo que se presenta una excelente oportunidad para la creación para la creación de una empresa de bienes raíces que funcione en el cantón Mocache.

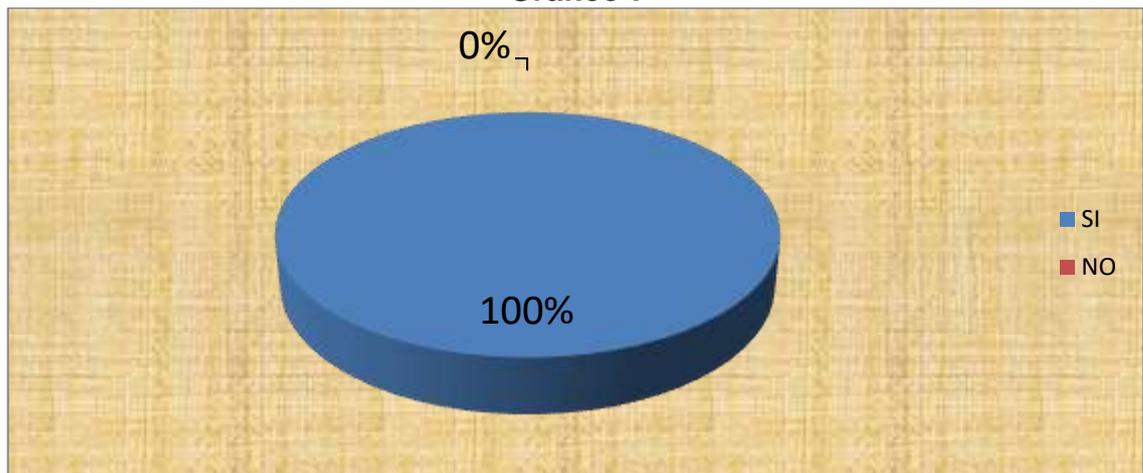
**7. ¿Cree usted que funcionaría con éxito una empresa de bienes raíces en el cantón Mocache?**

**Cuadro N° 7**

CATEGORÍAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	380	100
NO	0	0
TOTAL	380	100 %

Fuente: Encuesta  
Elaborado: Autor

**Gráfico 7**



**Análisis**

En el gráfico 7, se observa que el 100% de los encuestados respondieron que si funcionaría con éxito una empresa de bienes raíces en el cantón Mocache. Una empresa de bienes raíces para el cantón Mocache, significaría de gran ayuda para miles de personas que buscan de alguna manera alquilar o vender algún mueble o inmueble.

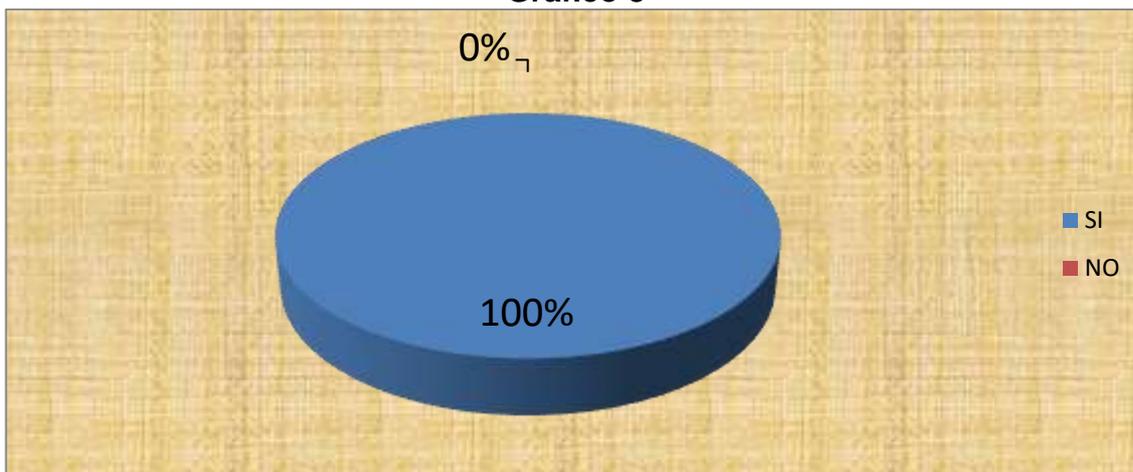
## 8. ¿Tiene usted algún inmueble que desearía vender o alquilar?

Cuadro N° 8

CATEGORÍAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	380	100
NO	0	0
TOTAL	380	100 %

Fuente: Encuesta  
Elaborado: Autor

Gráfico 8



### Análisis

En el gráfico 8, se observa que el 100% de los encuestados respondieron que si les gustaría vender o alquilar sus inmuebles en el cantón Mocache. Una empresa de bienes raíces para el cantón Mocache, significaría de gran ayuda para las personas que buscan de alguna manera alquilar o vender inmueble.

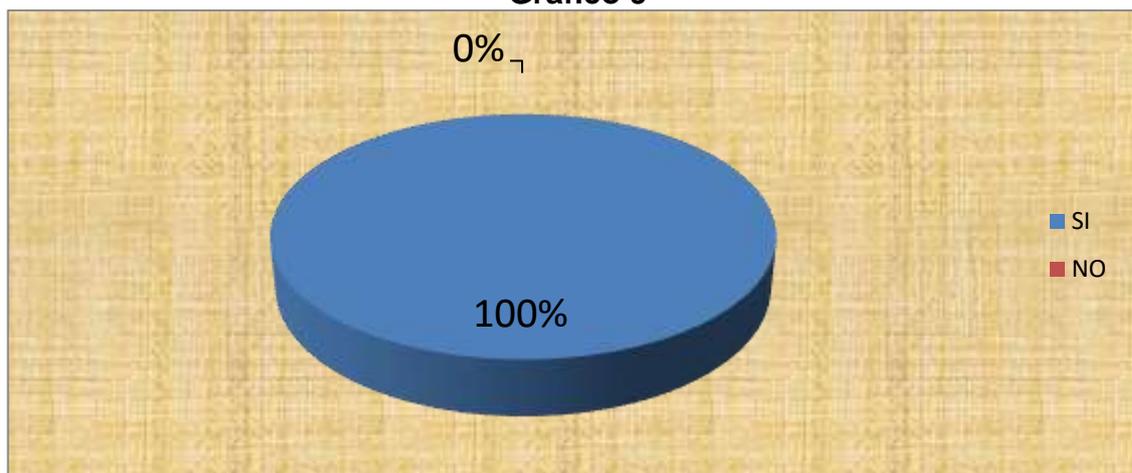
**9. ¿De crearse, utilizaría usted los servicios de una empresa de bienes raíces en el cantón Mocache?**

**Cuadro N° 9**

CATEGORÍAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	380	100
NO		
TOTAL	380	100 %

Fuente: Encuesta  
Elaborado: Autor

**Gráfico 9**



**Análisis**

En el gráfico 9, se observa que el 100% de los encuestados respondieron que de crearse la empresa de bienes raíces en el cantón Mocache. Una empresa de bienes raíces para el cantón Mocache, significaría de gran ayuda ya que las personas estarían dispuestas a utilizar este tipo de servicio.

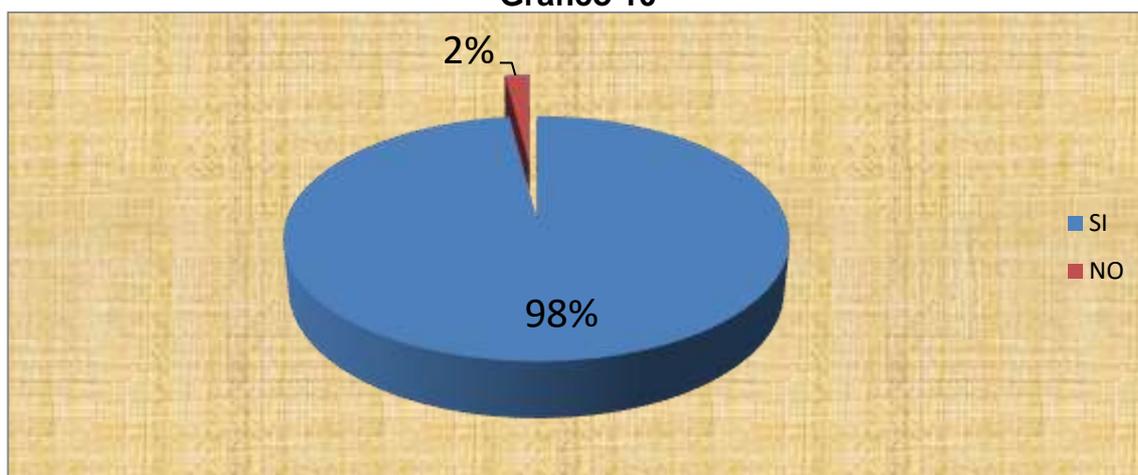
**10. ¿Le gustaría entonces vender o alquilar a través de la empresa de bienes raíces?**

**Cuadro N° 10**

CATEGORÍAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	372	98
NO	8	2
TOTAL	380	100 %

Fuente: Encuesta  
Elaborado: Autor

**Gráfico 10**



**Análisis**

En el gráfico 10, se observa que el 98% de los encuestados respondieron que si le gustaría entonces vender o alquilar a través de la empresa de bienes raíces y el 2% que no les gustaría. Una empresa de bienes raíces para el cantón Mocache, representaría una buena opción para quien desee vender o alquilar un inmueble.

## **4.2. Verificación del plan de factibilidad para la creación de la Empresa de Bienes Raíces “INNOVA” en el cantón Mocache a través del FODA**

Este proyecto de creación de la Empresa de Bienes Raíces “INNOVA” se desarrolla en un sitio del que, en cuestión de negocios, la competencia es fuertemente competitiva, no tiene antecedentes dentro de la ciudad de Mocache porque los centros existentes solo brindan un determinado número de servicios y están dirigidos solamente para el segmento de mercado en otros servicios, aunque relacionados al tema. Sin embargo, este nicho de mercado, en bienes raíces, se ha venido desarrollando como una opción fuerte durante estos últimos años.

### **4.2.1. Análisis FODA**

El análisis FODA es una herramienta de análisis estratégico, que permitió analizar elementos internos o externos de este proyecto.

El análisis interno y externo, no sólo señala las oportunidades para luego proponer cómo aprovecharlas; sino también, resaltar los problemas detectados para proponer alternativas de solución, que permitan cumplir con los objetivos propuestos.

#### **FORTALEZAS**

Brindamos un servicio personalizado y con altos estándares de calidad.

Excelencia en el servicio y compromiso con los futuros clientes.

#### **DEBILIDADES**

Nuevos en el mercado

Alto costo de inversión, lo que proporciona un alto riesgo.

#### **OPORTUNIDADES**

No existe en la ciudad de Mocache un lugar que brinde el servicio de venta y alquiler de inmuebles.

Diversidad de proveedores en el mercado.

#### **AMENAZAS**

Agresividad de competidores independientes.

Ingreso de competidores con estructura de costos menores.

## **4.2.2. La Empresa**

### **4.2.2.1 Misión**

Brindamos un servicio de calidad, profesional y personalizado en servicios de compra y alquiler de inmuebles, con el fin de que nuestros clientes obtengan un beneficio, ayudándolos a realizar el mejor negocio de su vida.

### **4.2.2.2. Visión**

Ser líderes en el campo de Bienes Raíces en el cantón Mocache, para posicionarnos en la mente de nuestros clientes y ser reconocidos por el excelente servicio ofrecido.

### **4.2.2.3. Valores Corporativos**

**Lealtad:** Sentido de fidelidad y congruencia con la misión, visión y valores de la empresa en el desempeño cotidiano e invertir todo el talento y esfuerzo en el logro de los objetivos estratégicos.

**Compromiso:** Dando un servicio con altos estándares de calidad que garantice la realización de su compra, venta o alquiler a través de nuestra empresa.

**Trabajo en Equipo:** Somos más eficientes y eficaces

**Respeto:** En el ambiente de trabajo es importante el respeto hacia nuestros clientes para lograr su confianza

**Honestidad:** Honradez e integridad en nuestras actividades diarias, para ser ejemplo para los demás. Conducta recta y honorable en nuestras actividades cotidianas.

## 4.3. Estudio Técnico.

### 4.3.1. Macro localización



Los Ríos, oficialmente Provincia de Los Ríos, es una de las 24 provincias de la República del Ecuador, localizada en la Región Costa del país. Su capital es la ciudad de Babahoyo y su localidad más poblada es la ciudad de Quevedo. Es uno de los más importantes centros agrícolas del Ecuador. Con sus 778 115 habitantes, Los Ríos es la cuarta provincia más poblada del país, debido principalmente al reciente desarrollo de la industria. Sus ciudades más importantes y pobladas son: Quevedo, Babahoyo, Buena Fe, Ventanas, Vinces y Valencia. Su territorio está ubicado en la parte central del litoral del país y limita con las provincias de Guayas, Santo Domingo de los Tsáchilas, Manabí, Cotopaxi y Bolívar.

Según el último ordenamiento territorial, la provincia de Los Ríos pertenece a la región comprendida también por las provincias de Bolívar, Guayas y Santa Elena.

### **Hidrografía**

La red fluvial de esta provincia es extensa; los ríos nacen en la cordillera occidental de los Andes, el principal es el Babahoyo con sus afluentes el San

Pablo y el Caracol; también recibe las aguas de los ríos Pueblo Viejo, Vinces, Zapotal y Yaguachi, con los que se une al Daule y forman el Guayas

### Limite

- **Norte:** Santo Domingo de los Tsáchilas
- **Este:** Cotopaxi y Bolívar
- **Sur:** Guayas
- **Oeste:** Guayas

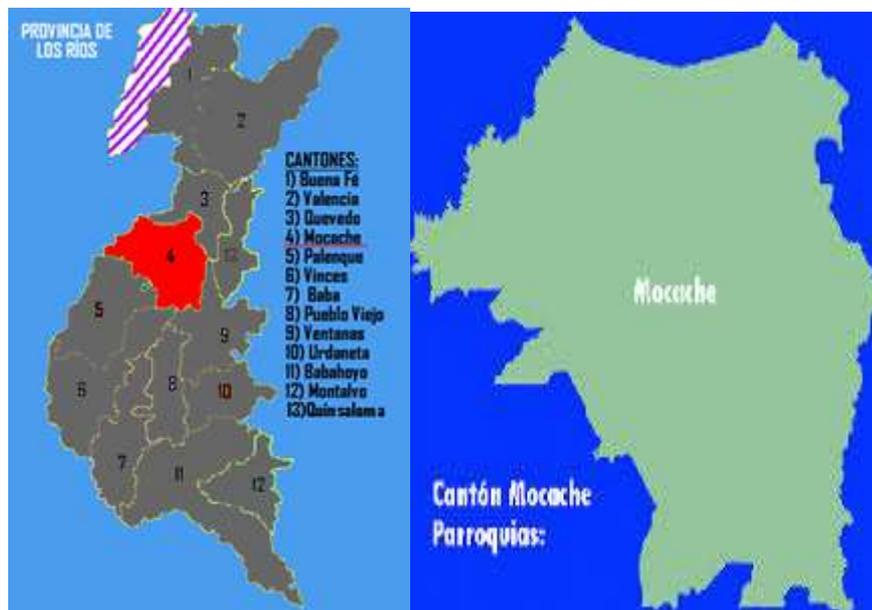
### Clima

Se caracteriza por un clima tropical caluroso, con una etapa seca entre Junio y Noviembre. La temperatura promedio oscila entre 22 C y 33 C.

#### 4.3.2. Micro Localización

Provincia Los Ríos

Cantón Mocache



Cantón de la provincia de Los Ríos, dispone de una superficie de 572.3 km<sup>2</sup>. Su población se descompone de la siguiente manera: Urbana 8.028 y rural de 30.364, = total 38.392 habitantes.

### **Límites del Cantón Mocache**

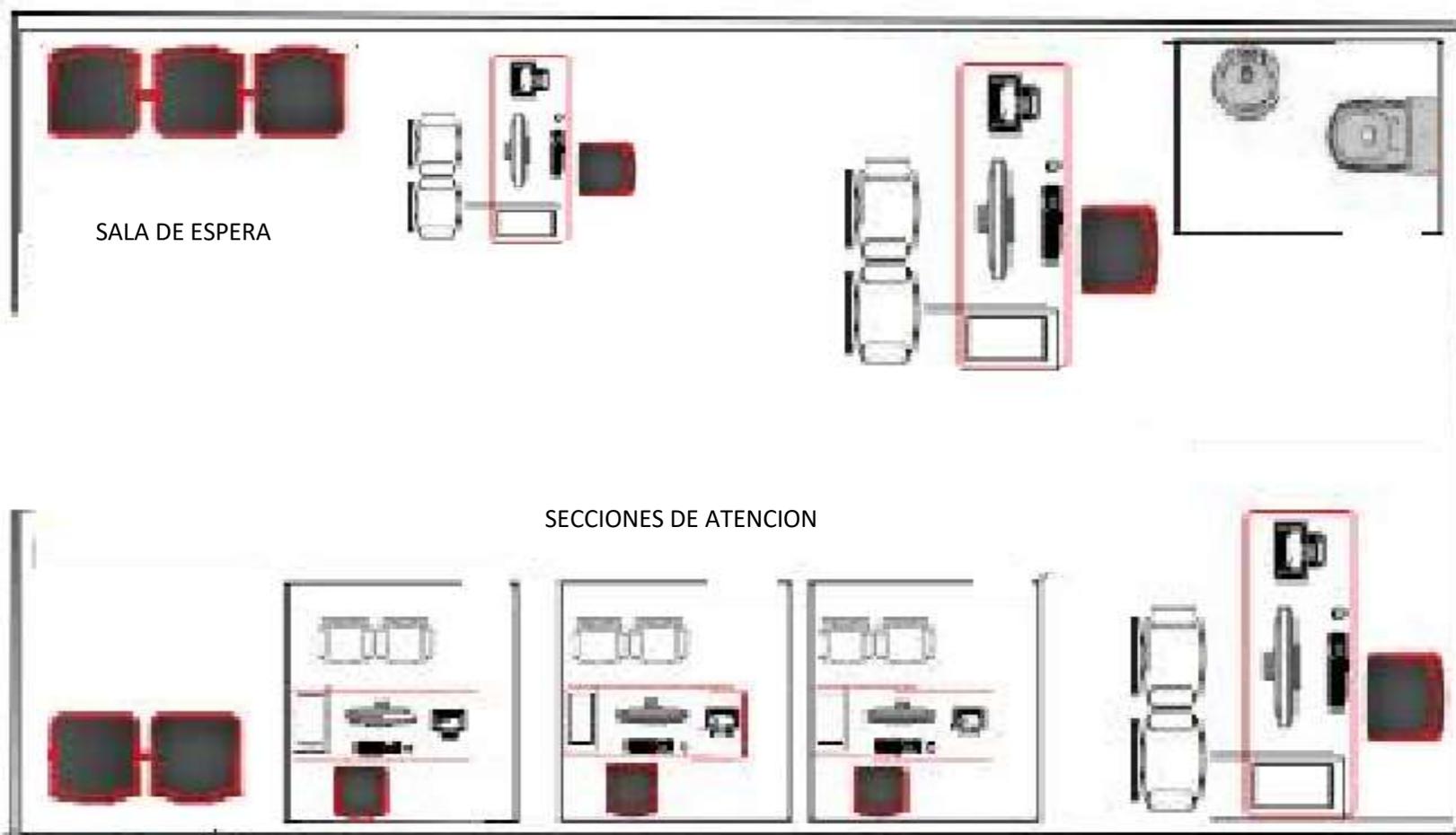
Uno de los más noveles cantones de la Provincia de Los Ríos, alcanzó su nominación como tal el 28 de mayo 1996, en la Presidencia del Arq. Sixto Duran Ballén. La categoría de Cantón, fue emitida considerando los siguientes límites políticos:

- Al norte y con el Quevedo y la provincia de Guayas
- Al sur con Palenque, Vinces y Ventanas
- Al este con Quevedo y Ventanas
- Al oeste provincia de Guayas y Palenque

### **4.3.3. Ingeniería**

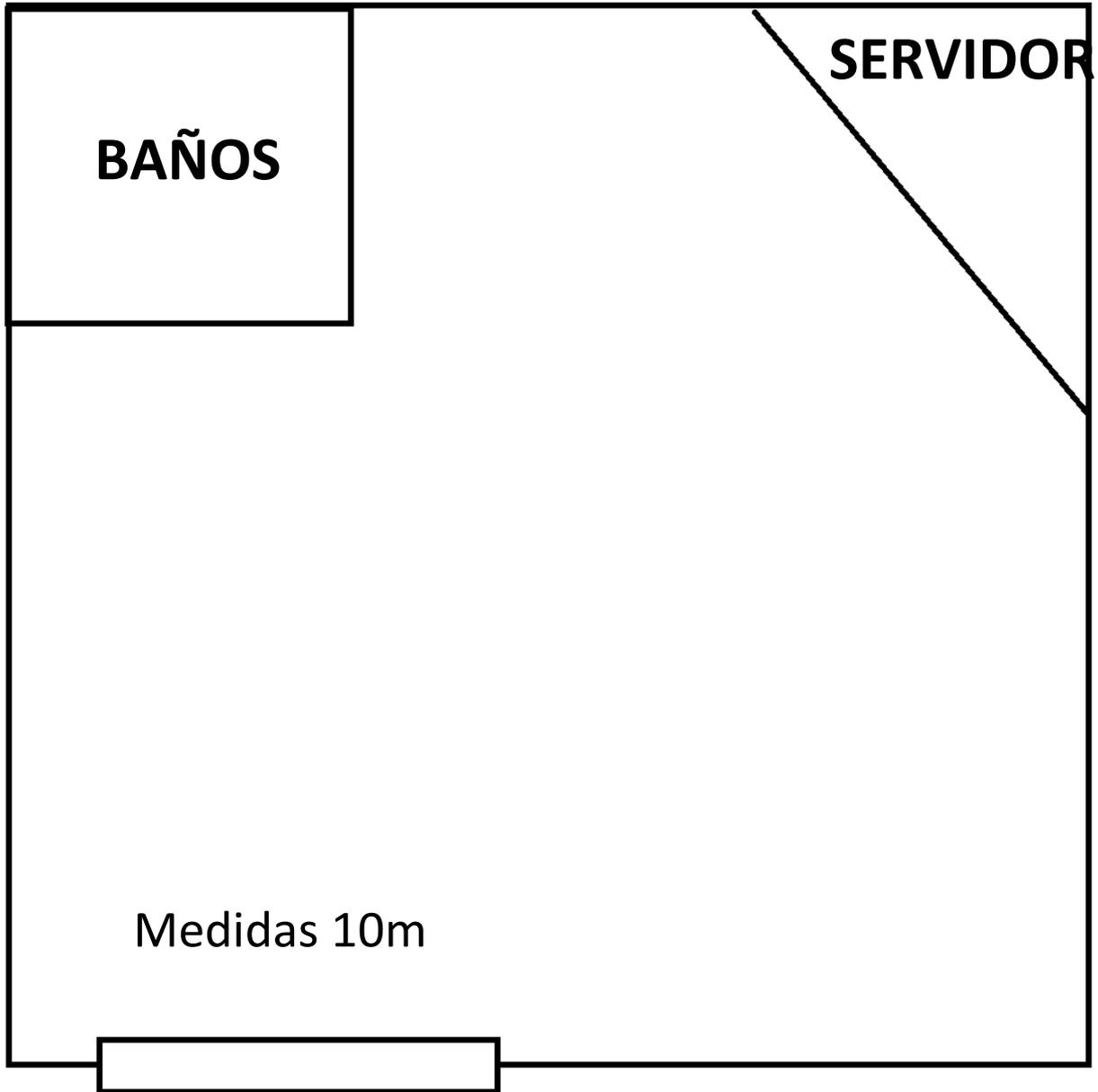
La empresa de bienes raíces "INNOVA" se encontrara ubicada en el cantón Mocache, en las calles Av. Jaime Roldós y Coop. 24 de Mayo.

## EMPRESA DE BIENES RAICES “INNOVA”



# PLANO

EMPRESA DE BIENES RAICES "INNOVA"



**Av. Jaime Roldos Aguilera**

**AREA TOTAL 120M2**

#### **4.3.4. Objetivo Estratégicos**

##### **4.3.4.1. General**

Posicionar el nombre de la Empresa de Bienes Raíces “INNOVA”, en el cantón Mocache, como un negocio que ofrece servicios de calidad y a costos competitivos.

##### **4.3.4.2. Específicos**

- Incrementar el volumen de los contratos en relación de año a año.
- Lograr un mayor reconocimiento de la Empresa de Bienes Raíces “INNOVA”, por los habitantes del sector a través de la campaña publicitaria.
- Promocionar los servicios de compra, venta y alquiler de inmuebles.

#### **4.3.5. Identificación del Público Objetivo**

##### **4.3.5.1. Segmentación**

Segmentación según la clase de clientes y tipo de inmuebles.

##### **4.3.5.2. Posicionamiento**

En cuanto al posicionamiento se desea crear una imagen determinada de la Empresa de Bienes Raíces “INNOVA”. Se desea plasmar en la mente de nuestros potenciales clientes la imagen de la Empresa de Bienes Raíces “INNOVA”,

#### 4.3.6. Imagen Corporativa

##### 4.3.6.1. Logotipo del “la Empresa de Bienes Raíces “INNOVA”

Se creó un logotipo y slogan publicitario ya que la Empresa de Bienes Raíces “INNOVA”, cuenta con uno, para que pueda tener su propio distintivo y pueda ser reconocido con mayor facilidad por los futuros clientes del sector.



Figura del Logotipo sugerido para la Empresa de Bienes Raíces “INNOVA”

##### 4.3.6.2. Slogan para la Empresa de Bienes Raíces “INNOVA”



Figura del Slogan sugerido para la Empresa de Bienes Raíces “INNOVA”

## **4.4. Marco Legal y Estudio Organizacional**

Entre los requisitos obligatorios impuesto por la Ilustre Municipalidad de Mocache para la apertura de la Empresa de Bienes Raíces "INNOVA", en la ciudad, Constitución de la empresa, Ruc, Permiso del Ministerio de Salud, Permiso del Cuerpo de Bomberos, Permiso Municipal y además los requisitos para la ubicación en el cantón Mocache.

### **4.4.1. Obligaciones de la empresa.**

Para con la Superintendencia de Compañías

- Debe entregar el balance general anual.
- Memoria anual presentada por el Gerente General
- Informe de auditoría externa
- Nómina de administradores y representantes legales
- Nómina de accionistas

#### **4.4.1.1. Para con el Servicio de Rentas Internas**

- Presentar todas las Declaraciones Tributarias
- Impuesto al Valor Agregado

#### **4.4.1.2. Constitución de la Empresa**

Inscripción en la Superintendencia de Compañía

Inscripción en el Registro Mercantil

#### **4.4.1.3. Servicio de Rentas Internas**

Copia de Cédula de Ciudadanía y votación del Gerente General

Planilla de luz, agua o teléfono del establecimiento.

#### **4.4.1.4. Permiso Cuerpo de Bomberos**

Nombre del Local

Dirección

Ruc

Copia de Cédula del Representante Legal

#### **4.4.1.5. Tasa de Servicio**

RUC del Representante Legal

Copia de Cédula del Representante Legal

Copia de Certificado de Votación del Representante Legal

#### **4.4.1.6. Patente Municipal**

Copia de cédula y certificado de votación del Representante Legal

Copia RUC del Representante Legal

Copia Permiso del Cuerpo de Bomberos

Copia Patente Municipal

Certificado de Salud

Contrato de Arriendo

Uso de Suelo

#### **4.4.1.7. Uso del suelo**

Certificado de no adeudar al municipio

Tasa administrativa

Copia de cédula del Representante Legal

#### **4.4.1.8. Permiso Ministerio de Salud**

Solicitud para permiso de funcionamiento

Inspección física sanitaria del establecimiento

Certificado de salud ocupacional del personal

## **4.4.2. Estructura organizacional**

### **4.4.2.1. El personal**

#### **4.4.2.1.1. Requerimientos Del Personal**

Los requerimientos del personal deberán ser cumplidos en su totalidad para así poder acceder a cada uno de los puestos.

##### **4.4.2.1.1.1. Gerente (a)**

- Título de Cuarto Nivel de preferencia en Administración de Negocios o afines.
- Mínimo 5 años de experiencia en puesto similar.
- Disponibilidad y flexibilidad horaria
- Edad comprendida entre 26 a 40 años.
- Excelente manejo estratégico de planificación, organización y ventas.
- Género: Indistinto

##### **Competencias:**

Liderazgo, trabajo en equipo, comunicación asertiva, trabajo a presión, toma de decisiones, planificación y organización, negociación de problemas, creatividad, visión estratégica, tolerancia al estrés.

##### **4.4.2.1.1.2. Recepcionista- Secretaria**

- Estudios Universitarios en carreras administrativas
- Experiencia no menor a dos años en áreas de servicio al cliente
- Disponibilidad de tiempo completo
- Género: Femenino
- Edad: 22- 26 años

**Competencias:**

Proactiva, facilidad de palabra, buena presentación, detallista, analítica, trabajo en equipo y por objetivos.

**4.4.2.1.1.3. Contador (a)**

- Graduado en la carrera de Contador Público
- Experiencia mínima 3 años realizando tareas contables
- Deberá contar con conocimientos de normas contables locales
- Se dará prioridad a quienes acrediten promedios académicos destacados.
- Género: Indistinto
- Edad: 25 a 40 años,

**Competencias:**

Análisis y resolución de problemas, gestionar la ejecución, predisposición e iniciativa, comunicar, promover el trabajo en equipo y adaptarse y aprender.

**4.4.2.1.1.4. Abogado**

- Graduado en la carrera de Jurisprudencia
- Experiencia mínima 2 años
- Deberá contar con conocimientos de todas las normas establecida por la ley
- Género: Indistinto
- Edad: 25 a 40 años

**Competencias:**

Excelente actitud, amplio conocimientos, responsabilidad, compromiso, buena presentación, trato agradable y desenvuelto, Analista y promover el trabajo en equipo y adaptarse.

#### **4.4.2.1.1.5. Asesor de venta**

- Título en ventas y negocios
- Experiencia mínima de 2 años
- Disponibilidad tiempo completo
- Género: femenino masculino
- Excelente presencia.
- Edad: 20 a 40 años

#### **Competencias:**

Excelente actitud, amplio criterio, responsabilidad, compromiso, buena presentación, trato agradable y desenvuelto.

#### **4.4.2.1.1.6. Auxiliares de limpieza**

- Secundaria Concluida
- Experiencia en empresas de limpieza
- Cartas de recomendación
- Género: Masculino
- Edad: 24 a 35 años

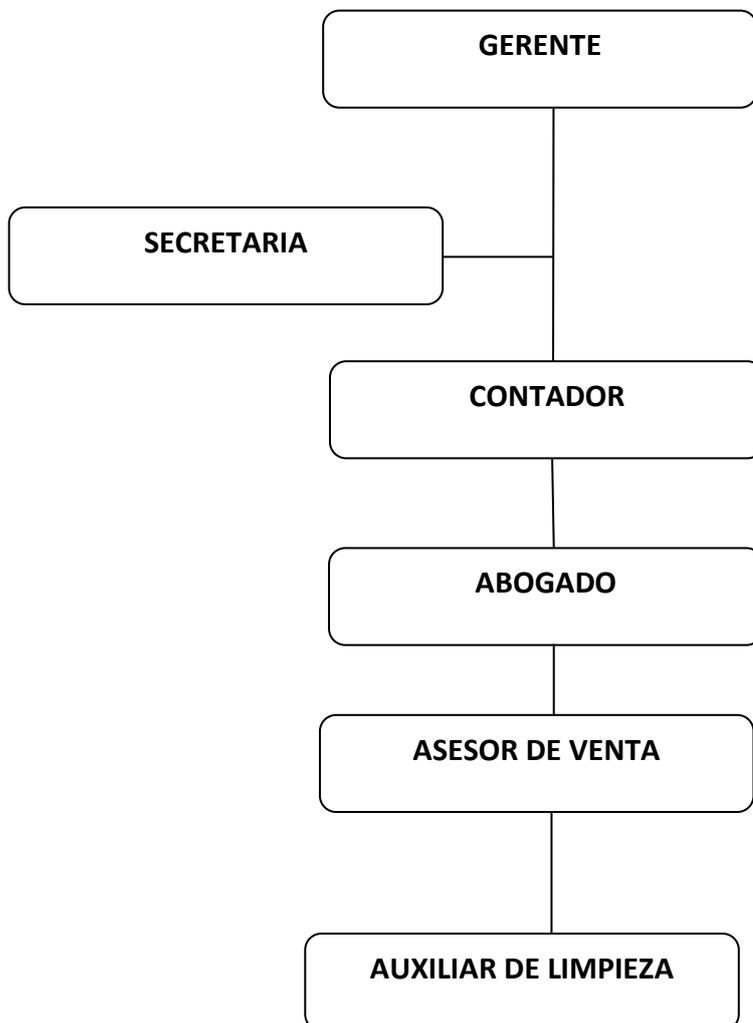
#### **Competencias:**

Honrado, honesto y trabajador.

### **4.4.3. Organigrama**

Con el siguiente organigrama se presentará un sistema de roles que han de desarrollar los miembros de la entidad para trabajar juntos de forma óptima, dividiendo el trabajo en tareas distintas con coordinación de las mismas fijando las metas en la planificación.

#### 4.4.3.1. Organigrama Estructural



### 4.5. Estudio Económico y Financiero

#### 4.5.1. Inversión

La inversión inicial que necesita la consultoría es de **\$ 22.891,00** cuya inversión será cubierta en partes por la inversionista y el saldo restante mediante financiación otorgada por una entidad financiera, para ello se ha realizado el respectivo estudio financiero tomando como base los 5 primeros años que funcionará la compañía, para de esta manera poder medir su rentabilidad, estudio que se presenta a continuación.

Cuadro N° 11. ACTIVOS FIJOS DE LA COMPAÑÍA

<b>EMPRESA DE BIENES RAICES "INNOVA"</b>			
<b>PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO</b>			
<b>CANTIDAD</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>C. UNITARIO</b>	<b>C. TOTAL</b>
	<b><u>MUEBLES Y ENSERES</u></b>		
4	Escritorios	\$ 135,00	\$ 540,00
4	Silla Ejecutiva	\$ 50,00	\$ 200,00
8	Sillas Normales	\$ 25,00	\$ 200,00
8	Sillas de Espera	\$ 27,00	\$ 216,00
4	Archivador	\$ 75,00	\$ 300,00
	<b><u>TOTAL DE MUEBLES Y ENSERES</u></b>		<b>\$ 1.456,00</b>
	<b><u>EQUIPOS DE OFICINA</u></b>		
4	Calculadora/Sumadora	\$ 45,00	\$ 180,00
4	Teléfonos	\$ 40,00	\$ 160,00
1	Suministros de Oficina	\$ 80,00	\$ 80,00
	<b><u>TOTAL DE EQUIPOS DE OFICINA</u></b>		<b>\$ 420,00</b>
	<b><u>EQUIPOS DE COMPUTO</u></b>		
4	Computadoras	\$ 375,00	\$ 1.500,00
1	Impresora Multifuncional	\$ 300,00	\$ 300,00
	<b><u>TOTAL DE EQUIPOS DE COMPUTO</u></b>		<b>\$ 1.800,00</b>
	<b><u>MAQUINAS Y EQUIPOS</u></b>		
1	Aire Acondicionado (24BTU)	\$ 600,00	\$ 600,00
1	Televisor Plasma 43"	\$ 1.270,00	\$ 1.270,00
	<b><u>TOTAL DE MAQUINAS Y EQUIPOS</u></b>		<b>\$ 1.870,00</b>
	<b><u>Vehículo</u></b>		
1	Automóvil Chevrolet Aveo Family	\$ 14.990,00	\$ 14.990,00
	<b><u>Total de Vehículo</u></b>		<b>\$ 14.990,00</b>
	<b><u>IMPUESTOS</u></b>		
1	Cuerpo de Bomberos	\$ 25,00	\$ 25,00
1	Ruc Factureros	\$ 10,00	\$ 10,00
1	Ministerio de Salud Publica	\$ 25,00	\$ 25,00
1	Patente Municipal	\$ 50,00	\$ 50,00
	<b><u>TOTAL DE IMPUESTO</u></b>		<b>\$ 110,00</b>
	<b><u>Alquiler</u></b>		
3	Tres meses de Garantía	365,00	1.095,00
	<b><u>TOTAL DE EDIFICIO</u></b>		<b>1.095,00</b>
	<b><u>GASTOS DE ADECUACION</u></b>		
1	Pintura de paredes	\$ 400,00	\$ 400,00
1	Mano de obra	\$ 350,00	\$ 350,00
1	Conexiones de electricidad	\$ 400,00	\$ 400,00
	<b><u>TOTAL GASTOS DE ADECUACION</u></b>		<b>\$ 1.150,00</b>
	<b><u>TOTAL DE ACTIVOS</u></b>		<b>\$ 22.891,00</b>

**Cuadro N° 12. DEPRECIACIÓN DE PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO**

<b>DEPRECIACION</b>				
<b>DESCRIPCION</b>	<b>VALOR DE ACTIVO</b>	<b>PORCENTAJE DE DEPRECIACION</b>	<b>DEPRECIACION MENSUAL</b>	<b>DEPRECIACION ANUAL</b>
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>	<b>1.456,00</b>	10%	12,13	145,60
<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>	<b>420,00</b>	10%	3,50	42,00
<b>VEHICULOS</b>	<b>14.990,00</b>	20%	249,83	2998,00
<b>EQUIPOS DE COMPUTO</b>	<b>1.800,00</b>	33,33%	50,00	599,94
<b>MAQUINAS Y EQUIPOS</b>	<b>1.870,00</b>	10%	15,58	187,00
<b>TOTAL DE DEPRESIACION</b>			<b>331,05</b>	<b>3972,54</b>

### Cuadro N° 13. DETALLES DE GASTOS

DETALLES DE GASTOS																	
GASTOS ADMINISTRATIVOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1 GERENTE GENERAL	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	9.600,00	10.080,00	10.584,00	11.113,20	11.668,86
1 SECRETARIA	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	5.400,00	5.670,00	5.953,50	6.251,18	6.563,73
1 JEFEDPTO.ADM.YFIN.	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	7.200,00	7.560,00	7.938,00	8.334,90	8.751,65
1 Abogado	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	7.200,00	7.560,00	7.938,00	8.334,90	8.751,65
1 JEFEDEL ÁREA DE LIMPIEZA	380,00	380,00	380,00	380,00	380,00	380,00	380,00	380,00	380,00	380,00	380,00	380,00	4.560,00	4.788,00	5.027,40	5.278,77	5.542,71
APORTE PATRONAL	315,55	315,55	315,55	315,55	315,55	315,55	315,55	315,55	315,55	315,55	315,55	315,55	3.786,54	3.975,87	4.174,66	4.383,39	4.602,56
DECIMO CUARTO			3.400,00										3.400,00	3.570,00	3.748,50	3.935,93	4.132,72
DECIMO TERCERO												2.830,00	2.830,00	2.971,50	3.120,08	3.276,08	3.439,88
<b>TOTAL DE GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>3.145,55</b>	<b>3.145,55</b>	<b>6.545,55</b>	<b>3.145,55</b>	<b>5.975,55</b>	<b>43.976,54</b>	<b>46.175,37</b>	<b>48.484,14</b>	<b>50.908,34</b>	<b>53.453,76</b>							
GASTOS GENERALES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
AGUA	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	720,00	756,00	793,80	833,49	875,16
ENERGIA ELECTRICA	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	1.800,00	1.890,00	1.984,50	2.083,73	2.187,91
TELÉFONO	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61
SERVICIOS DE INTERNET	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	6.000,00	6.300,00	6.615,00	6.945,75	7.293,04
ALQUILER	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	720,00	756,00	793,80	833,49	875,16
ÚTILES DE OFICINA (PAPELERIA)	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	300,00	315,00	330,75	347,29	364,65
MATERIALES DE LIMPIEZA	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	360,00	378,00	396,90	416,75	437,58
DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES	12,13	12,13	12,13	12,13	12,13	12,13	12,13	12,13	12,13	12,13	12,13	12,13	145,60	145,60	145,60	145,60	145,60
DEPRECIACION DE EQUIPO DE COMPUTACION	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	599,94	599,94	599,94	-	-
DEPRECIACION DE VEHICULOS	249,83	249,83	249,83	249,83	249,83	249,83	249,83	249,83	249,83	249,83	249,83	249,83	2.998,00	2.998,00	2.998,00	-	-
DEPRECIACION DE EQUIPO DE OFICINA	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50	42,00	42,00	42,00	42,00	42,00
DEPRECIACION DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS	15,58	15,58	15,58	15,58	15,58	15,58	15,58	15,58	15,58	15,58	15,58	15,58	187,00	187,00	187,00	187,00	187,00
<b>TOTAL DE GASTOS GENERALES</b>	<b>1.256,05</b>	<b>15.072,54</b>	<b>15.627,54</b>	<b>16.210,29</b>	<b>13.224,24</b>	<b>13.866,72</b>											
GASTOS DE VENTAS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PUBLICIDAD	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	3.000,00	3.150,00	3.307,50	3.472,88	3.646,52
<b>TOTAL GASTOS DE VENTAS</b>	<b>250,00</b>	<b>3.000,00</b>	<b>3.150,00</b>	<b>3.307,50</b>	<b>3.472,88</b>	<b>3.646,52</b>											
<b>TOTAL GASTOS INDIRECTOS</b>	<b>4.651,59</b>	<b>4.651,59</b>	<b>8.051,59</b>	<b>4.651,59</b>	<b>7.481,59</b>	<b>62.049,08</b>	<b>64.952,91</b>	<b>68.001,93</b>	<b>67.605,45</b>	<b>70.967,00</b>							
<b>GASTOS DE FLUJO DE CAJA</b>	<b>4.570,38</b>	<b>4.570,38</b>	<b>7.970,38</b>	<b>4.570,38</b>	<b>7.400,38</b>	<b>61.074,54</b>	<b>63.978,37</b>	<b>67.027,39</b>	<b>67.230,85</b>	<b>70.592,40</b>							
<b>GASTOS GENERALES</b>	<b>925,00</b>	<b>11.100,00</b>	<b>11.655,00</b>	<b>12.237,75</b>	<b>12.849,64</b>	<b>13.492,12</b>											
DEPRECIACIONES	331,05	331,05	331,05	331,05	331,05	331,05	331,05	331,05	331,05	331,05	331,05	331,05	3.972,54	3.972,54	3.972,54	374,60	374,60
DEPRECIACION ACUMULADA	331,05	662,09	993,14	1.324,18	1.655,23	1.986,27	2.317,32	2.648,36	2.979,41	3.310,45	3.641,50	3.972,54	3.972,54	7.945,08	11.917,62	12.292,22	12.666,82

**Cuadro N° 14. COSTOS DE VENTAS DE LA EMPRESA DE BIENES RAICES “INNOVA”**

DESCRIPCIÓN	CANT.	UNID. MED.	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL	MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ASESORÍA INMOBILIARIA	60	Atención al Cliente	5,00	300,00	300,00	3.600,00	3.780,00	3.969,00	4.167,45	4.375,82
ASESORÍA HIPOTECARIA	35	Atención al Cliente	20,00	700,00	700,00	8.400,00	8.820,00	9.261,00	9.724,05	10.210,25
Imprevisto 10%					100,00	1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61
<b>TOTAL</b>					<b>1.100,00</b>	<b>13.200,00</b>	<b>13.860,00</b>	<b>14.553,00</b>	<b>15.280,65</b>	<b>16.044,68</b>

**Cuadro N° 15. PRESUPUESTO DE INGRESOS DE LA EMPRESA DE BIENES RAÍCES “INNOVA”**

DESCRIPCIÓN	CANT.	P.U.	MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ASESORÍA INMOBILIARIA	60	30,00	1.800,00	21.600,00	22.680,00	23.814,00	25.004,70	26.254,94
ASESORÍA HIPOTECARIA	35	150,00	5.250,00	63.000,00	66.150,00	69.457,50	72.930,38	76.576,89
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>			7.050,00	84.600,00	88.830,00	93.271,50	97.935,08	102.831,83

**Cuadro N° 16. INVERSIÓN DE LA EMPRESA DE BIENES RAÍCES  
“INNOVA”**

<b>INVERSION DEL PROYECTO</b>	
EQUIPOS DE COMPUTO	1.800,00
MUEBLES Y ENSERES	1.456,00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	1.870,00
VEHICULOS	14.990,00
IMPUESTOS	110,00
ALQUILER	1.095,00
GASTOS DE ADECUACION	1.150,00
EQUIPOS DE OFICINA	420,00
CAPITAL DE TRABAJO	4.764,71
<b>TOTAL DE LA INVERSION</b>	<b>27.655,71</b>

**Cuadro N° 17. FINANCIACIÓN DE LA EMPRESA DE BIENES RAÍCES  
“INNOVA”**

<b>FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO</b>		
INVERSION TOTAL	100%	27.655,71
FINANCIADO	70%	19.359,00
APORTES PROPIOS	30%	8.296,71

**Cuadro N° 18. TASA ANUAL INTERES PRÉSTAMO DE LA EMPRESA DE  
BIENES RAÍCES “INNOVA”**

<b>TASA</b>		
TASA ANUAL INTERES PRÉSTAMO	14,00%	0,14

**Cuadro N° 19. PRÉSTAMO BANCARIO PARA LA EMPRESA DE BIENES  
RAÍCES “INNOVA”**

<b>PRÉSTAMO BANCARIO</b>		
Prestamo Bancario	19.359,00	2.461,82

**Cuadro N° 20. TABLA DE AMORTIZACIÓN ANUAL DE LA EMPRESA DE BIENES RAÍCES “INNOVA”**

<b>TABLA DE AMORTIZACIÓN</b>				
<b>PERIODO</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>INTERES</b>	<b>PAGO</b>	<b>SALDO</b>
0				19.359,00
1	3.871,80	2.461,82	6.333,62	15.487,20
2	3.871,80	1.919,77	5.791,57	11.615,40
3	3.871,80	1.377,72	5.249,52	7.743,60
4	3.871,80	835,66	4707,46	3.871,80
5	3.871,80	293,61	4165,41	<b>0,00</b>

**Cuadro N° 21. TABLA DE AMORTIZACIÓN MENSUAL DE LA EMPRESA DE BIENES RAÍCES “INNOVA”**

<b>TABLA DE AMORTIZACIÓN</b>				
<b>PERIODO</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>INTERES</b>	<b>PAGO</b>	<b>SALDO</b>
				<b>19.359,00</b>
1	322,65	225,85	548,50	19.036,35
2	322,65	222,09	544,74	18.713,70
3	322,65	218,33	540,98	18.391,05
4	322,65	214,56	537,21	18.068,40
5	322,65	210,80	533,45	17.745,75
6	322,65	207,03	529,68	17.423,10
7	322,65	203,27	525,92	17.100,45
8	322,65	199,51	522,16	16.777,80
9	322,65	195,74	518,39	16.455,15
10	322,65	191,98	514,63	16.132,50
11	322,65	188,21	510,86	15.809,85
12	322,65	184,45	507,10	15.487,20
1	3.871,80	2.461,82	6.333,62	

**Cuadro N° 22. ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO DE LA EMPRESA DE BIENES RAÍCES  
“INNOVA**

	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>VENTAS</b>	\$84.600,00	\$88.830,0 0	\$93.271,50	\$97.935,08	\$102.831,83
(-)COSTO DE VENTA	\$ 13.200,00	\$ 13.860,00	\$ 14.553,00	\$ 15.280,65	\$ 16.044,68
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ 71.400,00</b>	<b>\$ 74.970,00</b>	<b>\$ 78.718,50</b>	<b>\$ 82.654,43</b>	<b>\$ 86.787,15</b>
(-)GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 43.976,54	\$ 46.175,37	\$ 48.484,14	\$ 50.908,34	\$ 53.453,76
(-)GASTOS GENERALES	\$ 15.072,54	\$ 15.627,54	\$ 16.210,29	\$ 13.224,24	\$ 13.866,72
(-)GASTOS DE VENTAS	\$ 3.000,00	\$ 3.150,00	\$ 3.307,50	\$ 3.472,88	\$ 3.646,52
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$ 9.350,92</b>	<b>\$ 10.017,09</b>	<b>\$ 10.716,57</b>	<b>\$ 15.048,97</b>	<b>\$ 15.820,15</b>
(-)GASTOS FINANCIEROS	\$ 2.461,82	\$ 1.919,77	\$ 1.377,72	\$ 835,66	\$ 293,61
<b>UTILIDAD ANTES DE PART. DE TRAB.</b>	<b>\$ 6.889,10</b>	<b>\$ 8.097,33</b>	<b>\$ 9.338,86</b>	<b>\$ 14.213,31</b>	<b>\$ 15.526,54</b>
PARTICIPACION DE EMPLEADOS	\$ 1.033,37	\$ 1.214,60	\$ 1.400,83	\$ 2.132,00	\$ 2.328,98
<b>UTILIDAD ANTES DE IMP.</b>	<b>\$ 5.855,74</b>	<b>\$ 6.882,73</b>	<b>\$ 7.938,03</b>	<b>\$ 12.081,31</b>	<b>\$ 13.197,56</b>
IMPUESTO	\$ 1.463,93	\$ 1.720,68	\$ 1.984,51	\$ 3.020,33	\$ 3.299,39
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 4.391,80</b>	<b>\$ 5.162,05</b>	<b>\$ 5.953,52</b>	<b>\$ 9.060,98</b>	<b>\$ 9.898,17</b>

**Cuadro N° 23. BALANCE GENERAL**

**EMPRESA DE BIENES RAÍCES “INNOVA”**

**EMPRESA DE BIENES RAÍCES “INNOVA”  
BALANCE GENERAL**

BALANCE GENERAL	AÑO 0	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>CUENTAS</b>																		
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>																		
CAJA -BANCOS	4.764,71	5.456,86	6.151,41	4.680,86	5.380,21	6.081,95	6.786,10	7.492,65	8.201,59	8.912,94	9.626,69	10.342,83	9.257,25	9.257,25	14.520,04	20.574,30	26.138,09	32.539,05
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	4.764,71	5.456,86	6.151,41	4.680,86	5.380,21	6.081,95	6.786,10	7.492,65	8.201,59	8.912,94	9.626,69	10.342,83	9.257,25	9.257,25	14.520,04	20.574,30	26.138,09	32.539,05
ACTIVOS FIJOS	22.891,00	22.891,00	22.891,00	22.891,00	22.891,00	22.891,00	22.891,00	22.891,00	22.891,00	22.891,00	22.891,00	22.891,00	22.891,00	22.891,00	22.891,00	22.891,00	22.891,00	22.891,00
DEPRECIAC. ACUMULADA		331,05	662,09	993,14	1.324,18	1.655,23	1.986,27	2.317,32	2.648,36	2.979,41	3.310,45	3.641,50	3.972,54	3.972,54	7.945,08	11.917,62	12.292,22	12.666,82
<b>TOTAL DE ACTIVO FIJO</b>	22.891,00	22.559,96	22.228,91	21.897,87	21.566,82	21.235,78	20.904,73	20.573,69	20.242,64	19.911,60	19.580,55	19.249,51	18.918,46	18.918,46	14.945,92	10.973,38	10.598,78	10.224,18
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<u>27.655,71</u>	<u>28.016,82</u>	<u>28.380,32</u>	<u>26.578,72</u>	<u>26.947,03</u>	<u>27.317,73</u>	<u>27.690,83</u>	<u>28.066,33</u>	<u>28.444,23</u>	<u>28.824,54</u>	<u>29.207,24</u>	<u>29.592,34</u>	<u>28.175,71</u>	<u>28.175,71</u>	<u>29.465,96</u>	<u>31.547,68</u>	<u>36.736,87</u>	<u>42.763,23</u>
<b>PASIVO</b>																		
<b>PASIVO CORRIENTE</b>																		
PRESTAMO	19.359,00	19.036,35	18.713,70	18.391,05	18.068,40	17.745,75	17.423,10	17.100,45	16.777,80	16.455,15	16.132,50	15.809,85	15.487,20	15.487,20	11.615,40	7.743,60	3.871,80	0,00
PARTICIPACION EMPL. POR PAGAR																		0,00
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR																		0,00
<b>TOTAL PASIVO</b>	19.359,00	19.036,35	18.713,70	18.391,05	18.068,40	17.745,75	17.423,10	17.100,45	16.777,80	16.455,15	16.132,50	15.809,85	15.487,20	15.487,20	11.615,40	7.743,60	3.871,80	0,00
<b>PATRIMONIO</b>																		
APORTE CAPITAL	8.296,71	8.296,71	8.296,71	8.296,71	8.296,71	8.296,71	8.296,71	8.296,71	8.296,71	8.296,71	8.296,71	8.296,71	8.296,71	8.296,71	8.296,71	8.296,71	8.296,71	8.296,71
UTILIDAD DEL EJERCICIO		683,75	686,15	-1.478,95	690,95	693,35	695,75	698,15	700,55	702,95	705,35	707,75	-1.093,97	4.391,80	5.162,05	5.953,52	9.060,98	9.898,17
UTILIDAD AÑOS ANTERIORES		0,00	683,75	1.369,91	-109,04	581,91	1.275,27	1.971,02	2.669,17	3.369,72	4.072,67	4.778,03	5.485,78		4.391,80	9.553,85	15.507,37	24.568,35
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	8.296,71	8.980,47	9.666,62	8.187,67	8.878,63	9.571,98	10.267,73	10.965,88	11.666,44	12.369,39	13.074,74	13.782,49	12.688,52	12.688,52	17.850,56	23.804,08	32.865,07	42.763,23
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<u>27.655,71</u>	<u>28.016,82</u>	<u>28.380,32</u>	<u>26.578,72</u>	<u>26.947,03</u>	<u>27.317,73</u>	<u>27.690,83</u>	<u>28.066,33</u>	<u>28.444,23</u>	<u>28.824,54</u>	<u>29.207,24</u>	<u>29.592,34</u>	<u>28.175,71</u>	<u>28.175,71</u>	<u>29.465,96</u>	<u>31.547,68</u>	<u>36.736,87</u>	<u>42.763,23</u>

**Cuadro N° 24. FLUJO DE CAJA PROYECTADO**

	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>INGRESOS OPERATIVOS</b>						
VENTAS		84.600,00	88.830,00	93.271,50	97.935,08	102.831,83
<b>TOTAL INGRESOS OPERATIVOS</b>		<b>84.600,00</b>	<b>88.830,00</b>	<b>93.271,50</b>	<b>97.935,08</b>	<b>102.831,83</b>
<b>EGRESOS OPERATIVOS</b>						
INVERSION INICIAL	<b>27.655,71</b>					
GASTO DE ADMINISTRATIVOS		43.976,54	46.175,37	48.484,14	50.908,34	53.453,76
GASTO DE VENTAS		3.000,00	3.150,00	3.307,50	3.472,88	3.646,52
GASTOS GENERALES		11.100,00	11.655,00	12.237,75	12.849,64	13.492,12
COSTOS DE VENTAS		13.200,00	13.860,00	14.553,00	15.280,65	16.044,68
PAGO PARTICIP. EMPLEADOS		1.033,37	1.214,60	1.400,83	2.132,00	2.328,98
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA		1.463,93	1.720,68	1.984,51	3.020,33	3.299,39
<b>TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS</b>	<b>27.655,71</b>	<b>73.773,84</b>	<b>77.775,65</b>	<b>81.967,72</b>	<b>87.663,83</b>	<b>92.265,45</b>
<b>FLUJO OPERATIVO</b>	<b>-27.655,71</b>	<b>10.826,16</b>	<b>11.054,35</b>	<b>11.303,78</b>	<b>10.271,25</b>	<b>10.566,38</b>
<b>INGRESOS NO OPERATIVOS</b>						
PRESTAMO BANCARIO	19.359,00					
<b>TOTAL ING. NO OPERATIVOS</b>	<b>19.359,00</b>					
<b>EGRESOS NO OPERATIVOS</b>						
<b>INVERSIONES</b>						
PAGO DE CAPITAL		3.871,80	3.871,80	3.871,80	3.871,80	3.871,80
PAGO DE INTERESES		2.461,82	1.919,77	1.377,72	835,66	293,61
<b>TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS</b>	<b>-</b>	<b>6.333,62</b>	<b>5.791,57</b>	<b>5.249,52</b>	<b>4.707,46</b>	<b>4.165,41</b>
<b>FLUJO NETO NO OPERATIVO</b>	<b>19.359,00</b>	<b>-6.333,62</b>	<b>-5.791,57</b>	<b>-5.249,52</b>	<b>-4.707,46</b>	<b>-4.165,41</b>
<b>FLUJO NETO</b>	<b>-8.296,71</b>	<b>4.492,54</b>	<b>5.262,79</b>	<b>6.054,26</b>	<b>5.563,78</b>	<b>6.400,97</b>
<b>SALDO INICIAL</b>	<b>4.764,71</b>	<b>4.764,71</b>	<b>9.257,25</b>	<b>14.520,04</b>	<b>20.574,30</b>	<b>26.138,09</b>
<b>FLUJO ACUMULADO</b>	<b>4.764,71</b>	<b>9.257,25</b>	<b>14.520,04</b>	<b>20.574,30</b>	<b>26.138,09</b>	<b>32.539,05</b>

### Cuadro N° 25. TASA DE DESCUENTO

TASA DE DESCUENTO	18,63%
-------------------	--------

### Cuadro N° 26. TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO

TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO	MAYOR AL 12%
SUMATORIA DE FLUJOS	54.021,92
AÑOS	5
SUMATORIA DE FLUJOS DESCONTADOS	33.435,22
INVERSION INICIAL	27.655,71
TASA DE RENTIMIENTO PROMEDIO	39,07%
RELACION BENEFICIO COSTO	1,21
RENDIMIENTO REAL	20,90
TASA INTERNA DE RETORNO	27,71%

Año por año se recuperará en promedio el 39,07% de la inversión Inicial o cada año retornará lo correspondiente al 39,07%

Del total de inversión se obtiene 1,21 veces más por flujos futuros traídos a valor presente/ Por cada dólar de inversión inicial se obtiene \$ 1,21 dólares de recuperación futura.

De todo lo que se invirtió inicialmente, se obtendrá el 20,90% de rentabilidad

### Cuadro N° 27. TASA INTERNA DE RETORNO

SUMA DE FLUJOS DESCONTADOS		33.435,22
VAN	<b>POSITIVO</b>	5.779,51
INDICE DE RENTABILIDAD I.R.	MAYOR A 1	5,79
RENDIMIENTO REAL	MAYOR A 12	478,51
<b>TASA INTERNA DE RETORNO</b>		<b>27,71%</b>

#### 4.5.5. Valor Actual Neto (V.A.N.)

El Valor Actual Neto del proyecto encontrado al realizar la evaluación financiera es de \$ 27.655,71, el mismo que resulta de la suma de los fondos de flujos del estado de resultado, con el cálculo de una tasa del 18.63%, menos la inversión inicial, con lo que se comprueba que es mayor a cero, demostrándose que la ejecución del proyecto será rentable.

Para el cálculo del Van se utiliza la siguiente fórmula

$$VAN = I + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5 + VR}{(1+i)^5}$$

$$VAN = -27.655,71 + \frac{10.826,16}{(1 + 0.1863)^1} + \frac{11.054,35}{(1 + 0.1863)^2} + \frac{11.303,78}{(1 + 0.1863)^3} \\ + \frac{10.271,25}{(1 + 0.1863)^4} + \frac{10.566,38}{(1 + 0.1863)^5}$$

$$VAN = 5.779,51$$

#### Relación: V.P.N (y) / V.P.N (e)

La relación o división del VPN de ingreso y de egresos, permite deducir y encontrar el valor de la utilidad en % de la inversión unitaria

#### VPN (y)

$$VAN = \frac{84.600,00}{(1 + 0.1863)^1} + \frac{88.830,00}{(1 + 0.1863)^2} + \frac{93.271,50}{(1 + 0.1863)^3} + \frac{97.935,08}{(1 + 0.1863)^4} \\ + \frac{102.831,83}{(1 + 0.1863)^5}$$

$$VAN (y) = \$ 4.553,28$$

### VPN (e)

$$\text{VAN}(e) = 27.655,71 \frac{73.773,84}{(1 + 0.1863)^1} + \frac{77.775,65}{(1 + 0.1863)^2} + \frac{81.967,72}{(1 + 0.1863)^3} \\ + \frac{87.663,83}{(1 + 0.1863)^4} + \frac{92.265,45}{(1 + 0.1863)^5}$$

$$\text{VAN}(e) = \$ 1.611,17$$

### 4.5.6. Tasa Interna de Retorno (T.I.R.)

La Tasa interna de retorno encontrada en el proyecto es de 27,71% demostrándose que es mayor que a la tasa de interés de oportunidad utilizada, con lo que se asegura la rentabilidad del proyecto.

Para el cálculo del Van se utiliza la siguiente fórmula

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^n} = 0$$

$$TIR = \frac{27.774,34}{(1 + 0.1863)^5}$$

$$TIR = 27,71\%$$

### 4.5.7. Relación Beneficio Costo

$$RB/C = \frac{VPN(y)}{VPN(e)} + \frac{4.553,28}{1.611,17}$$

$$RB/C = 2,826 - 1 = 1,826$$

Con el indicador Beneficio Costo alcanzado \$ 2,826; al mismo que se le resta la unidad , se demuestra que por cada dólar recibido retornará \$ 1.826 centavos de dólar, indicador financiero que también asegura una alta rentabilidad en la ejecución del proyecto.

**Cuadro N° 28. RATIOS FINANCIEROS**

<b>RATIOS FINANCIEROS</b>	
VENTAS	84600,00
COSTO DIRECTO	13.200,00
COSTO INDIRECTO	62049,08
FLUJO NETO	4492,54
PAGO DE DIVIDENDOS POR PRÉSTAMOS	3871,80
GASTOS FINANCIEROS	2461,82
GASTOS PERSONAL	43.976,54
ACTIVOS FIJOS NETOS	28.175,71

**Cuadro N° 29. PUNTO DE EQUILIBRIO EN DÓLARES Y PORCENTAJE**

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	
EN DOLARES	73.520,34
EN PORCENTAJE	86,90%

**Cuadro N° 30. PUNTO DE EQUILIBRIO DE LA EMPRESA DE BIENES**

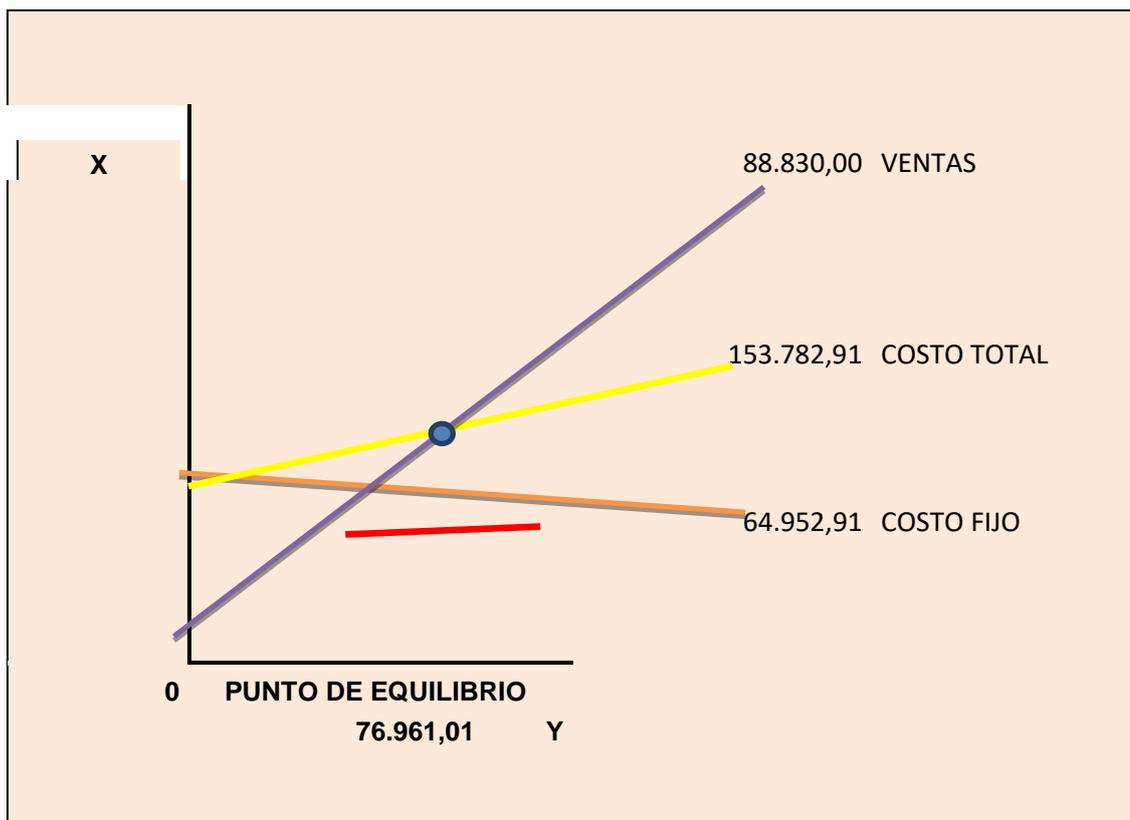
**RAÍCES "INNOVA"**

<b>DATOS</b>		X	Y
VENTAS	84600,00		84600,00
COSTOS FIJOS	62049,08		146649,08
COSTOS VARIABLES	13200,00		62049,08

$$PE = \frac{CF}{1 - CV} = \frac{64952,91}{0,84397}$$

$$PE = 76.961,01$$

$$PE = 76.961,01$$



### Cuadro N° 31. CAPITAL DE TRABAJO

CAPITAL DE TRABAJO		
FLUJO NETO DE CAJA	<b>POSITIVO</b>	4492,54
INDICE DE LIQUIDEZ	MAYOR A 1	2,16
VALOR AGREGADO SOBRE VENTAS	MENOR A 50%	54,89%
INDICE DE EMPLEO		1,56

Tenemos 2,16 veces el flujo de efectivo correspondiente al pago que se tiene que realizar al banco en el primer año.

Los gastos de personal y de intereses absorberán el 54,89% de los ingresos por ventas.

Por cada dólar empleado en activo fijo menos depreciación, se invertirá 1,56 dólares en mano de obra.

### Cuadro N° 32. ACTIVOS Y UTILIDAD

DATOS	
ACTIVO CORRIENTE	9.257,25
ACTIVOS TOTALES	28.175,71
UTILIDAD NETA	4.391,80

### Cuadro N° 33. RENDIMIENTO DE LIQUIDEZ

RENDIMIENTO DE LIQUIDEZ			
RIESGO DE LIQUIDEZ	MENOR AL 50%	0,6714	67%

La porción no corriente de los activos y que son más complicados para que se vuelvan líquidos en caso de quiebra, corresponden a los 67% del total activos.

### Cuadro N° 34. RENDIMIENTO CORRIENTE

RENDIMIENTO CORRIENTE			
RENDIMIENTO CORRIENTE	MAYOR A 12%	0,1559	15,59%

Del total activos que se invierte para trabajar en la empresa, se obtiene 15,59% de rendimiento corriente

### Cuadro N° 35. RAZONES FINANCIERAS

RAZONES	
UTILIDAD OPERATIVA	9.350,92
GASTOS FINANCIEROS	2.461,82
INVERSION INICIAL	27.655,71
UTILIDAD NETA	4.391,80
VALOR DEL CREDITO	19.359,00
VENTAS	84.600,00
COSTO DE VENTA	13.200,00
TOTAL DEL ACTIVO FIJO	18.918,46

## **4.5 Resultado y discusión**

### **4.5.1 Resultado**

#### **4.5.1.1 Resultado del Objetivo 1**

Mediante el estudio del mercado se determinó una demanda potencial del 100% que existe en el Cantón Mocache, variables que son importantes para la creación de una empresa que brinde el servicio de Bienes Raíces de acuerdo a las necesidades de la población.

#### **4.5.1.2 Resultado del Objetivo 2**

El estudio técnico permitió determinar el lugar óptimo para ubicar la empresa de Bienes Raíces en el Cantón Mocache, con una inversión de \$ 27.655,71.

#### **4.5.1.3 Resultado del Objetivo 3**

Mediante el estudio económico financiero se determinó la factibilidad, y viabilidad a través de indicadores financieros que durante los primeros 5 años tendrán un VAN positivo de \$ 5779.22 y la TIR 27,71% lo que indica que el proyecto es viable.

### **4.5.2. Comprobación de Hipótesis**

A través de los resultados obtenidos se concluye lo siguiente:

**La creación e instalación de una empresa de bienes raíces en la ciudad de Mocache, permitirá atender la demanda de bienes raíces por parte del sector consumidor.**

Se acepta la hipótesis planteada en el estudio de factibilidad para la creación de una empresa de Bienes Raíces en el Cantón Mocache, donde se evidencia mediante los indicadores financieros su viabilidad a través de un VAN \$ 5779.22 positivo y una TIR 27.71%.

**El conocimiento del mercado permite determinar la factibilidad de la creación de una empresa de bienes raíces en el cantón Mocache.**

Primera hipótesis; el análisis de la demanda y la oferta de los servicios de la empresa Bienes y Raíces permitirá cumplir con la expectativas del mercado objetivo.

**El estudio de factibilidad permitirá determinar la creación de bienes raíces en el cantón Mocache.**

Segunda hipótesis determinara los beneficios que se ofrecerán en la empresa Bienes Raíces, y que permitirá la satisfacción de los clientes.

**El estudio económico financiero permitirá determinar la factibilidad de la creación de bienes raíces en el cantón Mocache.**

Tercera hipótesis se demostró en base al estudio económico financiero la factibilidad para la creación de la empresa de Bienes Raíces en el Cantón Mocache.

La evaluación financiera refleja datos optimistas con un VAN \$ 5779.51 positivo para los años de vida del proyecto

## 4.6 Discusión

De acuerdo a los datos obtenidos en el estudio de mercado el 100 % de la población encuestada está de acuerdo con la implementación de una empresa de Bienes Raíces en el cantón Mocache Provincia de Los Ríos, por los beneficios que aporta al mercado objetivo; en esto concuerda con Miranda J. quien manifiesta que el mercado es el conjunto de variables que permite precisar cuantitativamente y cualitativamente los mercados hacia los cuales deben dirigirse las políticas de comercialización.

Del análisis realizado en el estudio técnico, se demuestra que existen las condiciones para las actividades de la empresa de bienes raíces por lo tanto determina que el proyecto es viable y cumple con las expectativas esperadas; en esto también concuerda Arboleda G. quien manifiesta que el estudio técnico permite proveer información para cuantificar el monto de la inversión \$ 27.655,71 y los costos de operación pertinentes.

Los indicadores financieros realizados a través del valor actual neto \$ 5.779,51 y la tasa interna de retorno 27,71 %, demuestra la viabilidad de la inversión, sobre la empresa de Bienes Raíces, señalando que estos resultados también coinciden con el autor antes señalado en su libro proyecto de inversión.

**CAPITULO V**  
**CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

## 5.1 Conclusiones

- De acuerdo al estudio del mercado el 100% considera que es necesario crear una empresa de bienes raíces en el cantón Mocache, ya que sería de gran ayuda para miles de personas que buscan de alguna manera alquilar o vender algún inmueble.
- Mediante los resultados obtenidos el estudio Técnico permitió conocer que es viable la creación de la empresa de bienes raíces en el cantón Mocache lo cual indica que el lugar es óptimo para su funcionamiento con una inversión de \$ 27.655,71 y de esta manera adoptar los mejores mecanismos de organización y atención al consumidor.
- Según el Estudio Económico – Financiero dio a conocer que la empresa es rentable ya que sus indicadores financieros muestran un VAN \$ 5779.51 y un TIR \$ 27.71% lo que justifica el desarrollo y viabilidad del proyecto que permitirá satisfacer las necesidades de los consumidores, ya que aportara al progreso socio-económico del mismo, dado que por cada dólar invertido se recibe \$ 1,83.

## 5.2 Recomendaciones

- Buscar estrategias que permitan dar a conocer que sería mejor negociar un Inmueble, por medio de una empresa de bienes raíces, ya que por medio de ella, la venta o alquiler resultará favorecedor para el cliente.
- De acuerdo a la aceptación que ha tenido la empresa de bienes raíces recomendaría promocionar la empresa “INNOVA” para que labore en el cantón Mocache ya que su índice de desarrollo económico supero las expectativas planteadas.
- Cumplir con las proyecciones establecidas ya que sus índices de rentabilidad muestran que permitirán servir a la ciudadanía, y aportara positivamente al progreso socio-económico del mismo, para que se convierta en una empresa dedicada a comprar o alquiler Inmueble en el cantón Mocache.

**CAPITULO VI**  
**BIBLIOGRAFIA**

## 6.1. Bibliografía

- Alln L. Reid. Las Técnicas Modernas de Ventas y sus Aplicaciones. México DF: Diana, 2009.
- Alvarez Caputti, Roberto Antonio. Segmentación de Mercado. Mx: Fondo de Desarrollo Cultural, 2011.
- Baca Gabriel. Evaluacion de proyectos. Quinta Edición. McGraw Hill, 2011.
- Baca, G. Evaluacion de proyectos. quinta edicion . Mc.Graw Hill, 2009.
- Berkowitz - Hartley y Rudelius, Kerin - Eric y Steven. Marketing . Mexico: McgrawHill, 2013.
- Bonta - Farber 2012, Patrico - Mario. s.f.
- Bonta - Farber, Patricio - Mario. Funamentos de Mercado. España, 2012.
- Bonta - Farber, Patricio y Mario. Fundamentos de Mercado. s.f.
- Castro y Lessa, Mario - Angel. Introducción a la Economia . Chile: El Conejo, 2011.
- Cordova G. Formulación y Evaluación de proyectos. Segunda Edición . ECOE Ediciones, 2011.
- Crece Negocios. Como hacer una investigación de mercados. 2013.
- Cuevas F. Control de Costos y Gastos. Primera Edición. México DF: Limusa SA, 2009.
- Espinoza, Roberto. Marketing. MX: Limusa, 2011.
- Fao. Organizacion de las naciones unidas para la alimentacion. 2013.
- Fernandez E. Los proyectos de inversión. Segunda Edición. Managua: Tecnológica de CR, 2010.
- Fisher - Espejo , Laura - Jorge. Mercadotecnia. Mexico: Fondo de Desarrollo Cultural, 2012.
- Fisher Laura & Eepejo Jorge. Mercadotecnia. McGraw Hill Interamericana, 2009.
- Garza, G. Macroeconomía del sector servicios. Primera Edición. México DF: México, 2009.

Kotler - Amstrong - Cámara y Cruz. Marketing. Mexico : McgrawHill, 2013.

Kotler. Dirección de Marketing. Pearson Educación, 2009.

—. Dirección de Marketing. Pearson Educación, 2009.

Kotler, Philip. Dirección de Marketing. Pearson Educación, 2009.

López-Pinto, B. Los pilares del marketing. Cataluña: POLYTEX, 2010.

Mankiw Gregory. Principios de Economía. Vol. Tercera Edición. Barcelona: McGraw Hill, 2009.

—. Principios de Economía. Vol. Tercera Edición. McGraw Hill, 2010.

Martin, M. & Diaz, E. Fundamentos de dirección de operaciones en empresas de servicios. Primera Edición. Madrid: Esic Editorial, 2013.

Meyer E. El Marketing de Servicios Profesionales. Vol. Tercera Edición. Zaragoza: Ibérica, 2012.

Miranda J. Gestión de proyectos. Cuarta Edición. Bogotá: MM Editores, 2011.

Nicholson W. Teoría Microeconómica. Novena Edición. México DF: Cengage Learning, 2009.

Rodríguez Alvarez, Miguel Antonio. Análisis de Mercado. Madrid: Grijalvo, 2011.

Rodríguez, Francisco. Administración de pequeñas y medianas empresas. sexta edición . Cengage Learning, 2010.

Sapag Nassip. Preparación y evaluación de proyectos. quinta edición. Pearson education, 2010.

Sarmiento, R. Formulación y evaluación de proyectos. Bogotá: Ecoe Ediciones, 2009.

Stanton - Etzel - Walker, William - Michael - Bruce J. Estudio de Mercado. Mx: McgrawHill, 2012.

Valdiviezo L. Texto Básico de Administración de Empresas. 2010.

<http://www.cuautitlan.unam.mx/descargas/edudis/recursosacademicos/taxonomiadebloom.pdf>

## **CAPITULO VII**

### **ANEXOS**

## ANEXO 1

### ENCUESTAS DIRIGIDAS A LA CIUDADANIA DE MOCACHE

1. ¿Usted alquila o vive en vivienda propia?

ALQUILA

PROPIA

2. ¿Ha necesitado usted alguna vez alquilar o vender algún Inmueble?

Si  NO

3. ¿Ha usado usted alguna vez una empresa para vender o comprar algún Inmueble?

Si  NO

4. ¿Cómo cree usted que sería mejor negociar un Inmueble, por cuenta propia o por medio de una empresa de bienes raíces?

POR CUENTA PROPIA  EMPRESA B. RAICES

5. ¿Considera usted que una empresa de bienes raíces es de gran necesidad para quienes desean vender o alquilar un inmueble?

Si  NO

**6. ¿Conoce usted alguna empresa de bienes raíces aquí en el cantón Mocache?**

Si  NO

**7. ¿Cree usted que funcionaría con éxito una empresa de bienes raíces en el cantón Mocache?**

Si  NO

**8. ¿Tiene usted algún inmueble que desearía vender o alquilar?**

Si  NO

**9. ¿De crearse, utilizaría usted los servicios de una empresa de bienes raíces en el cantón Mocache?**

Si  NO

**10. ¿Le gustaría entonces vender o alquilar a través de la empresa de bienes raíces?**

Si  NO

## ANEXOS 2



INMUEBLE EN VENTA EN LA LOCALIDAD DE MOCACHE



TERRENO EN VENTA EN LAS AFUERAS DE MOCACHE

### ANEXOS 3



INTERIOR DE LA EMPRESA



LOCAL DE LA EMPRESA DE BIENES RAICES INNOVA