



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

TEMA:

“PLAN DE NEGOCIOS PARA CREACIÓN DE UNA EMPRESA CONSTRUCTORA DE UN CONJUNTO RESIDENCIAL DE DEPARTAMENTOS DENOMINADO “EL PORTAL DEL SUEÑO”, EN LA CIUDAD DE AMBATO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA”

PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE
INGENIERO COMERCIAL

AUTOR

PABLO ARTURO BURNEO IÑIGUEZ

DIRECTOR

ING. GALO EDUARDO SALCEDO LÓPEZ

LOJA -ECUADOR

2013

CERTIFICACIÓN:

Ing. Com. Galo Eduardo Salcedo López
DIRECTOR DE TESIS

CERTIFICA:

Que el presente tema de tesis denominado "**PLAN DE NEGOCIOS PARA CREACIÓN DE UNA EMPRESA CONSTRUCTORA DE UN CONJUNTO RESIDENCIAL DE DEPARTAMENTOS DENOMINADO “EL PORTAL DEL SUEÑO”, EN LA CIUDAD DE AMBATO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA**” Presentado por el postulante Pablo Arturo Burneo Iñiguez; ha sido prolijamente revisado tanto en su contenido como en su elaboración, el mismo que contempla cada una de sus etapas de la investigación. Por lo mismo queda autorizada su presentación y defensa.

Loja, Enero del 2013

Atentamente

Ing. Com. Galo Eduardo Salcedo López
DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Al presentar esta tesis como uno de los requisitos previos para la obtención del grado de Ingeniero Comercial de la Universidad Nacional de Loja, autorizo al centro de información o a la biblioteca virtual de la universidad para que haga de esta tesis un documento disponible para su lectura según las normas de la universidad.

Los conceptos, ideas y criterios expuestos en el presente trabajo de investigación, son de exclusiva responsabilidad del autor.

Atentamente,

Pablo Arturo Burneo Iñiguez

2013

AGRADECIMIENTO

El autor agradece al personal Docente y Administrativo de la carrera de Administración de Empresas, Modalidad de Estudios a Distancia de la Universidad Nacional de Loja, por su profesionalismo y calidad humana al compartir sus conocimientos durante el proceso de formación académica, a las personas que de una u otra manera hacen realidad mi formación profesional, al Ing. Com. Galo Eduardo Salcedo López por la paciencia confianza y empeño que demostró dirigiendo el presente proyecto investigativo, mi especial reconocimiento a mi suegro Dr. Saúl Lozada Mera por su incansable esfuerzo de guiar el presente proyecto para obtener el éxito anhelado.

Pablo Burneo.

DEDICATORIA

A mi amada esposa, Cristina Lozada por su inquebrantable amor y paciencia para ver este trabajo concluido.

A mi hijo, Juan Pablo Burneo por ser la fuerza, fortaleza y motivación para conquistar mis sueños.

A mis padres, Luis Aníbal Burneo y Gloria Iñiguez por su anhelo de verme triunfar como profesional.

A mis abuelitos, por sus sabios consejos, cariño y perdurable apoyo.

A mis hermanas, Luisa Burneo y Daniela Burneo por su amor incondicional.

Pablo Burneo.

a. TEMA

**"PLAN DE NEGOCIOS PARA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
CONSTRUCTORA DE UN CONJUNTO RESIDENCIAL DE
DEPARTAMENTOS DENOMINADO “EL PORTAL DEL SUEÑO”, EN LA
CIUDAD DE AMBATO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA”**

b. RESUMEN

RESUMEN EN CASTELLANO

El objetivo general de la presente investigación, es elaborar un Plan de Negocios para la creación de una empresa constructora de departamentos multifamiliares en la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua, como un medio de solución para reducir el déficit habitacional existente en nuestra sociedad. En el desarrollo del proceso investigativo se considerará de manera preferente el método deductivo, analítico y estadístico; a más de ello se utilizó las diferentes técnicas existentes que fueron necesarias determinar y conocer cada parte de los componentes del estudio y el logro de los objetivos propuestos.

Por tal razón se creará una empresa Constructora denominada BURNEO & ASOCIADOS, el cual facilitará la toma de decisiones, e innovará usos eficientes de los recursos para la construcción de un Conjunto Residencial de Departamentos en la ciudad de Ambato, destinado a la venta a la clase media-alta de nuestra sociedad; el cual consta de dos bloques 1 y 2 en los cuales se levantarán tres departamentos en cada bloque, ubicados en el sector de Ficoa “El Sueño”.

El Conjunto Residencial tendrá 870,11m² de construcción rentable y se construirá en un área de 617,43 m² ubicado en la Av. Rodrigo Pachano y Av. Guaytambos sector Ficoa “El Sueño”, los departamentos constarán de 3 dormitorios, 2 y ½ Baños, sala, cocina, comedor, hall, sala de estar, sala de estudio, lavandería, balcón, terraza accesible con zona BBQ para

eventos sociales, estacionamiento, caminerías peatonales, y áreas verdes.

Como estrategia publicitaria se utilizara los diarios de la localidad como son; el diario “El Heraldó”, diario “La Hora”, publicaciones en internet, redes sociales, rótulos publicitarios, y trípticos; optándose para la venta el sistema al contado. El costo total unitario alcanza los \$. 628,83 por m² y el precio unitario de venta promedio asignándole un margen de utilidad del 26,30% será de \$ 794,09 m² el mismo que es competitivo en el mercado. Los costos totales del proyecto ascienden a \$. 514.094,96; y los ingresos por venta alcanzarían los \$. 649.298,44; asignando un margen de utilidad de \$. 88.490,68; en los dos años y medio de tiempo considerado para la construcción y venta de los departamentos.

Dentro de los análisis del Estudio Financiero se evalúa si el proyecto es ejecutable o no con la aplicación de distintos índices financieros como son; el Valor Actual Neto con un valor de \$. 104.907,26; valor positivo, cuya representación es la factibilidad de vida útil del proyecto y su Tasa Interna de Retorno financiera alcanza el 37,08% que es mayor a la tasa de oportunidad del capital en el sector financiero que es del 10,50%, por tanto es factible el proyecto y debe implementárselo. Por otra parte se realiza un análisis de Sensibilidad del proyecto utilizando los factores de actualización con una tasa menor del 30% y una tasa mayor del 31%, para el primer casos el valor es de 0,99 y en el segundo caso de 0,80 denominados punto de quiebre.

En cuanto a la Organización Administrativa, se ha diseñado una empresa constituida legalmente y que cuente con un organigrama

estructural y funcional, así como con un manual de funciones y responsabilidades para nuestro personal.

Finalmente se concluye el presente proyecto, estableciendo las conclusiones y recomendaciones correspondientes.

ENGLISH SUMMARY

The overall objective of this research is to develop a business plan for the creation of a multifamily apartment construction company in the city of Ambato, Tungurahua province, as a means of solution to reduce the housing deficit in our society. In the development of the research process will be considered preferentially the deductive, analytical and statistical; over We used the different techniques that were necessary to determine and meet each of the components of the study and the achievement of the objectives.

For this reason it will create a construction company called BURNEO & Associates, which will facilitate decision-making, and innovate efficient use of resources for the construction of a residential complex of apartments in the city of Ambato, intended for sale to the class upper middle of our society which consists of two blocks 1 and 2 in which three departments will rise in each block, located in the area of Ficoa "The Dream".

The Residential 870.11 m² building will cost and will be built on an area of 617.43 m² located at Av Rodrigo Pachano and Av Guaytambos Ficoa industry "The Dream", the departments consist of 3 bedrooms, 2 ½ bathrooms , living room, kitchen, dining room, hall, living room, study room, laundry, balcony, terrace with BBQ area available for social events, parking, pedestrian walkways, and landscaping.

As advertising strategy is used for local newspapers as they are, the newspaper "El Heraldo" newspaper "La Hora", published in Internet, social networks, advertising signs, and brochures; opting for cash sale

system. The total unit cost reaches \$. 628.83 per m² and the average selling price per unit giving it a profit margin of 26.30% to \$ 794.09 m² be the same that is competitive in the market. The total project costs are \$. 514,094.96, and sales revenues would be \$. 649,298.44; assigning a profit margin of \$. 88490.68, within two years and a half of time considered for the construction and sale of apartments.

Within the analysis of the Financial Study evaluates whether the project is executable or not the application of various financial indices such as: the net present value with a value of \$. 104,907.26; positive value whose representation is the feasibility of the project life and financial internal rate of return reached 37.08% which is higher than the rate of capital opportunity in the financial sector that is of 10.50 %, therefore the project is feasible and should implement. Moreover, an analysis of sensitivity of the project using the update factors with a lower rate of 30% and a higher rate of 31%, in the first case the value is 0.99 and in the second case of 0, 80 called breakpoint.

As for the administrative organization, has designed a company incorporated and that has a structural and functional organization, as well as a manual of functions and responsibilities to our staff.

Finally we conclude this project, establishing the conclusions and recommendations.

c. INTRODUCCIÓN

En esta investigación se presenta un Plan de Negocios para la creación de una Empresa Constructora de un Conjunto Residencial de Departamentos denominado “El Portal del Sueño” en la ciudad de Ambato Provincia de Tungurahua, como un medio de solución para reducir el déficit habitacional existente en nuestra sociedad, siendo este el inicio de la empresa Constructora denominada BURNEO & ASOCIADOS CIA. LTDA. Fortaleciéndose para de tal manera poder incursionar en nuevos proyectos de construcción de vivienda, innovando procedimientos, aportando al desarrollo social y aportando soluciones para la problemática de déficit habitacional en nuestro país.

La primera instancia del proyecto es presentar lineamientos generales para elaborar un plan de negocios, tomando en cuenta que lo que se ha logrado es; observar, analizar y sintetizar en forma sistemática un conjunto de antecedentes económicos que permitieron juzgar cualitativa y cuantitativamente las ventajas y desventajas de asignar los escasos recursos a esta iniciativa, sin embargo no debe ser tomado el estudio en cuestión como decisional, sino como una posibilidad de proporcionar mayor información a los socios, quienes decidirán emprender el presente proyecto.

De esta manera en términos generales se han efectuado al proyecto cinco estudios específicos para evaluarlo:

Estudios de Viabilidad Comercial; engloba el estudio de mercado y su plan de marketing.

Estudio de Viabilidad Técnica; se analizan temas como la localización macro y micro del proyecto, diseño arquitectónico, proceso de construcción y necesidades de materiales, analizados y optimizados por la contratación llave en mano a realizar.

Estudio de Viabilidad de Gestión; analiza que existan las condiciones mínimas necesarias para garantizar la viabilidad de la implementación tanto en lo estructural como en lo funcional, definiendo la estructura organizativa que más se adapte a los requerimientos para su operación optando por conformar una Compañía en nombre colectivo que es mas personalista y más fácil de constituirla y liquidarla conjuntamente con su visión, misión, accionistas, manual de funciones, organigrama y requisito de los puestos.

Estudio de Viabilidad Legal; que engloba el conocimiento que debe tenerse sobre la existencia de los procedimientos y restricciones de carácter legal, ya sea para adquirir los terrenos, los permisos y registros para construir así como la propiedad horizontal del los departamentos, y estructura legal de la Compañía.

Estudio de Viabilidad Financiera; que nos ha permitido ordenar y sistematizar la información de carácter monetario, elaborando cuadros analíticos y antecedentes para la evaluación del proyecto que incluyen las inversiones, costos totales, ingresos, análisis del punto de equilibrio, evaluaciones como el VAN y el TIR que aplicados desde el punto de vista financiero y económico proyectaron criterios favorables de viabilidad del proyecto.

El Estudio del Plan de Negocios; que presenta las conclusiones más relevantes desde un punto de vista técnico e imparcial conseguirá que el proyecto y la Empresa así diseñada o concebida sea técnica, financiera y legalmente viable su incursión, así como las recomendaciones destinadas a fortalecer el proyecto.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

MARCO REFERENCIAL

1. ANTECEDENTES

1.1 DERECHO A LA VIVIENDA

La Declaración Universal de los Derechos Humanos establece en su artículo 25, “Toda persona tiene derecho a un nivel de vida adecuado que le asegure, así como a su familia, la salud, el bienestar, y en especial la alimentación, el vestido, la vivienda, la asistencia médica...”¹ Aunque no es un documento obligatorio o vinculante para los Estados, sirvió como base para la creación de las dos convenciones internacionales de la ONU, el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos y el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales, pactos que fueron adoptados por la Asamblea General de Naciones Unidas en su resolución 2200 A (XXI), de 16 de diciembre de 1966.

De conformidad con el párrafo 1 del artículo 11 los Estados Partes "reconocen el derecho de toda persona a un nivel de vida adecuado para sí y su familia, incluso alimentación, vestido y vivienda adecuados, y a una mejora continua de las condiciones de existencia". Reconocido de este modo, el derecho humano a una vivienda adecuada tiene una importancia fundamental para el disfrute de todos los derechos económicos, sociales y culturales.

En algunos Estados, el derecho a la vivienda adecuada está consagrado en la Constitución Nacional en otros en cambio se ha ido a más y se han realizado leyes específicas. En cualquiera de los casos es importante verificar la posibilidad de que los ciudadanos puedan exigir

¹ ONU (1948) “Declaración Universal de Derechos Humanos” . Artº 25

jurídicamente y ante los tribunales pertinentes, el cumplimiento de estos derechos por parte de las administraciones. Evitando vacíos legales que supongan una merma en el cumplimiento de estas obligaciones.

1.2 CONSTITUCIÓN DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR –TITULO II ELEMENTOS CONSTITUTIVOS DEL ESTADO DERECHO DEL BUEN VIVIR

Sección Sexta - Hábitat y Vivienda

Art. 30.- Las personas tienen derecho a un hábitat seguro y saludable, y a una vivienda adecuada y digna, con independencia de su situación social y económica.

Art. 31.- Las personas tienen derecho al disfrute pleno de la ciudad y de sus espacios públicos, bajo los principios de sustentabilidad, justicia social, respeto a las diferentes culturas urbanas y equilibrio entre lo urbano y lo rural. El ejercicio del derecho a la ciudad se basa en la gestión democrática de ésta, en la función social y ambiental de la propiedad y de la ciudad, y en el ejercicio pleno de la ciudadanía.²

1.3 DÉFICIT DE VIVIENDA

Es el conjunto de las necesidades insatisfechas de la población en materia habitacional, existentes en un momento y un territorio determinados, se expresa numéricamente mediante el cálculo aproximativo de:

Déficit absoluto o carencia de vivienda, es decir, la diferencia entre el total de familias y el total de unidades de vivienda; déficit relativo

² Biblioteca Virtual <http://www.derechosdelanaturaleza.org/website/files/2011/01/CODIFICACION-DE-LA-DOCTRINA-CONSTITUCIONAL-DE-LOS-DERECHOS-DE-LA-NATURALEZA-DPE.pdf>

condiciones inadecuadas de habitabilidad, es decir, requerimientos para eliminar el hacinamiento en viviendas con espacio insuficiente, y requerimientos de sustitución de viviendas total mente deterioradas de acuerdo con el estado físico de los materiales que las constituyen. La suma de los requerimientos o carencias mencionadas, constituyen el déficit de vivienda existente y se calcula usualmente en base a la información censal correspondiente.

Este déficit puede ser estimado a futuro, en relación con los momentos censales concretos, considerando las necesidades generadas por el crecimiento demográfico tendencial y el proceso normal de deterioro de las viviendas existentes.

El déficit de vivienda puede ser medido en forma particularizada a partir de diversos parámetros como son: número de familias por vivienda, promedio de habitantes por cuarto, deterioro de los materiales, deficiencias constructivas y carencias de servicios, entre otros.

Es necesario enfatizar que el déficit de vivienda no es un simple desajuste en el mercado habitacional, o consecuencia de diferencias técnicas, organizativas o de diseño en la producción de viviendas; su explicación debe referirse estructuralmente a otras carencias como las referidas al empleo y al ingreso, inciden en su determinación causal, impidiendo que gran parte de la población, pueda pagar lo altos costos de la vivienda y de sus elementos componentes: tierra, materiales de construcción, fuerza de trabajo, financiamiento y tecnología³

³Dirección General de Equipamiento Urbano y Vivienda, *Elemento para una política nacional de vivienda*, México, SAHOP, 1977.


1.4 DÉFICIT DE VIVIENDA EN ECUADOR

Uno de los inconvenientes que experimentan los estratos sociales pobres y de clase media es el déficit habitacional de viviendas propias, así tenemos que según datos estadísticos, el Ecuador evidenciaba un déficit habitacional de viviendas propias que alcanzaba a 816.664 que representa el 21.46% en el 2010, y en el 2001 alcanzaba a 672.690 que representaba el 23,35%.

Conviene anotar que la población del País fue 12'156.608 en el 2001 y 14'483.499 en el 2010, tal como consta en la información del último censo efectuado por el INEC, ante lo cual si consideramos que el índice del número de habitantes por vivienda es el 3.8%, se entiende que en el año 2001 la cantidad de viviendas propias necesarias para todos los habitantes del Ecuador fue de 3'199.107, y en el 2010 de 3'811.447.

A manera de ilustración, en el siguiente cuadro-gráficos se aprecia como las personas cubren su necesidad de vivienda en Ecuador, a cuyo efecto se tomó la información facilitada por la Unidad de Procesamiento de la Dirección de Estudios y Analíticos Estadísticos (DESAE) del último censo poblacional del año 2010 del INEC-Ecuador:

CUADRO No. 1

					
NÚMERO DE VIVIENDA DE ECUADOR POR TENENCIA DE VIVIENDA EN VALORES ABSOLUTOS Y RELATIVOS POR COLUMNA, SEGÚN AREA CENSO INEC-2010					
Área Urbana o Rural	Tenencia o propiedad de la vivienda				
	Propia y totalmente pagada	Propia y la está pagando	Propia (regalada, donada, heredada o por posesión)	Déficit	Total
Área Urbana	1.022.386	192.710	223.039	703.562	2.439.362
Área Rural	763.619	56.450	179.852	113.102	1.371.186
Total	1.786.005	249.160	402.891	816.664	3.810.548
Área Urbana o Rural	Tenencia o propiedad de la vivienda				
	Propia y totalmente pagada	Propia y la está pagando	Propia (regalada, donada, heredada o por posesión)	Déficit	Total
Área Urbana	57, %	77, %	55, %	86, %	64, %
Área Rural	43, %	23, %	45, %	14, %	36, %
Total	100, %	100, %	100, %	100, %	100, %

FUENTE: CENSO DE POBLACIÓN Y VIVIENDA CPV - 2010-INEC.

ELABORADO POR: UNIDAD DE PROCESAMIENTO (UP) DE LA DIRECCIÓN DE ESTUDIOS Y ANALÍTICOS ESTADÍSTICOS (DESAE) - WILSON ROJAS - INEC

1.5 DÉFICIT DE VIVIENDA EN AMBATO

En nuestro país, la vivienda es un derecho consagrado en la Constitución política, en Ambato el déficit habitacional también es alarmante, como se verifica en el CUADRO No.2 facilitado por el INEC las estimaciones bordean aproximadamente 29.282 en el área urbana de la ciudad, viviendas que corresponden a carácter mísero como son covachas y chozas , cuartos en casa de inquilinato, ranchos, mediagua entre otros factores que inciden en el análisis del déficit de vivienda.

CUADRO No. 2

NÚMERO DE VIVIENDA DE CANTÓN AMBATO POR TENENCIA DE VIVIENDA EN VALORES ABSOLUTOS Y RELATIVOS POR COLUMNA, Y DÉFICIT SEGÚN ÁREA					
Área Urbana o Rural	Tenencia o propiedad de la vivienda				
	Propia y totalmente pagada	Propia y la está pagando	Propia (regalada, donada, heredada o por posesión)	Déficit de vivienda	Total
Área Urbana	16.094	3.167	3.876	29.282	23.137
Área Rural	26.186	2.729	4.996	4.255	33.911
Total	42.280	5.896	8.872	33.537	57.048

FUENTE: CENSO DE POBLACIÓN Y VIVIENDA CPV - 2010.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS (INEC).

ELABORADO POR: UNIDAD DE PROCESAMIENTO (UP) DE LA DIRECCIÓN DE ESTUDIOS Y ANALÍTICOS ESTADÍSTICOS (DESAE) - WILSON ROJAS - INEC

1.6 VIVIENDA Y CONSTRUCCIÓN EN NUESTRO PAÍS

En los últimos años se ha experimentado un repunte en la construcción de vivienda privada sean estas viviendas individuales o conjuntos habitacionales en el país para su posterior venta, no obstante se puede evidenciar en nuestra ciudad la presente actividad al caminar por sus ciudadelas o barrios para corroborarlo.

Esto se debe a múltiples factores entre los principales la estabilidad económica alcanzada con la dolarización, las remesas de los emigrantes que ha pesar de la crisis económica mundial suscitada siguen siendo muy importantes, los cambios y reactivación económica del IESS con el gobierno de turno para volver a emitir créditos hipotecarios que alcanzan hasta montos por sobre los \$ 70.000,00 con plazos de hasta 25 años, sumándose a ello todo el sistema financiero nacional que

promueve créditos hipotecarios para la compra de vivienda, de esta manera los productores y promotores de la construcción privada y consumidores de la misma, han logrado satisfacer las necesidades de trabajo y habitación respectivamente, contribuyendo al bienestar social y desarrollo de nuestro país.

Certificando esta oportunidad la Constructora Burneo & Asociados se ha sumado a los demás emprendedores de la construcción dedicando su inicios a la construcción de un Conjunto Residencial de Departamentos denominado “El Portal del Sueño” enfocada a la construcción con materiales de primera calidad para el segmento social medio-alto de nuestra ciudad.

MARCO CONCEPTUAL

1.7 EL PLAN DE NEGOCIOS

Documento que especifica, en lengua escrita, un negocio que se pretende iniciar o que ya se ha iniciado. Este documento generalmente se apoya en documentos adicionales como el estudio de mercado, técnico, financiero y de organización. De estos documentos se extraen temas como los canales de comercialización, el precio, la distribución, el modelo de negocio, la ingeniería, la localización, el organigrama de la organización, la estructura de capital, la evaluación financiera, las fuentes de financiamiento, el personal necesario junto con su método de selección, la filosofía de la empresa, los aspectos legales, y su plan de salida.

Generalmente es formulado por empresarios, directivos, o por un emprendedor cuando tiene la intención de iniciar un negocio. En ese caso, se emplea internamente para la administración y planificación de la empresa. Además, lo utilizan para convencer a terceros, tales como bancos o posibles inversores, para que aporten financiación al negocio.

Este plan puede ser una representación comercial del modelo que se seguirá. Reúne la información verbal y gráfica de lo que el negocio es o tendrá que ser⁴.

1.8 PROPÓSITO DE LOS PLANES DE NEGOCIOS

Los planes de negocio tienen tres finalidades. La primera es planificar las acciones ante una oportunidad y evaluar su viabilidad. La segunda es justificar y comunicar el proyecto a personas u organizaciones que puedan aportar fondos. Y la tercera es establecer sus objetivos e hitos de

⁴Artículo sobre los planes de negocio como herramientas de planificación para las nuevas empresas
Biblioteca Virtual http://es.wikipedia.org/wiki/Plan_de_negocio

desarrollo.

Elaborar un plan de negocio es un ejercicio valioso que da a su promotor la oportunidad de realizar una reflexión estratégica sobre el proyecto. Esto permite considerar aspectos relevantes para su éxito futuro como:

- Analizar la industria y el mercado.
 - Definir las acciones, recursos y organización necesarios.
 - Anticipar y prevenir los obstáculos y riesgos.
 - Establecer objetivos para evaluar el progreso del proyecto
- Simular el impacto financiero de las acciones y recursos utilizados para valorar la viabilidad de la empresa.

Asimismo, el plan de negocio es un elemento esencial para comunicar y conseguir fondos para dicho proyecto, ya se trate de capital que proceda de inversores, de créditos de entidades financieras o de subvenciones, créditos blandos o inversiones por parte de entidades públicas de promoción económica.

Cuando el plan de negocio sirve para captar recursos, se convierte en un compromiso respecto al cual los inversores y acreedores del proyecto comprometerán los fondos y evaluarán al propio proyecto. Además, se convierte en un punto de referencia para las valoraciones de la empresa y las negociaciones para la entrada en el capital. El plan de negocio no sólo comunica con detalle cómo el promotor piensa actuar para aprovechar la oportunidad. También refleja su nivel de comprensión del mercado, las operaciones, las necesidades de recursos y los retos,

además de la calidad de su pensamiento y su creatividad.

1.9 PLANES DE NEGOCIO Y ÉXITO

Diversos estudios han puesto de relieve la importancia de los planes de negocio para el éxito de los proyectos empresariales. Delmar y Shane⁵ han encontrado una correlación positiva entre disponer de planes formales y recibir capital externo. También hallaron que haber elaborado planes de negocio aumenta las probabilidades de supervivencia y facilita el desarrollo de productos y la organización de la compañía.

Sin embargo, tal y como esos autores advierten, no sólo cuenta tener un plan formal sino también la calidad de su contenido y de su implementación. En este sentido, Reid y Smith⁶ no encontraron que tener un plan de negocio tuviera efectos sobre el rendimiento de los nuevos proyectos empresariales. Pero que sí hallaron que la planificación mejoraba dicho rendimiento, entendiendo a esta como el número de meses que los directivos proyectaban los efectos de sus decisiones para evaluar su impacto.

1.10 RESUMEN EJECUTIVO

Este es un breve análisis de los aspectos más importantes del proyecto, va antes de la presentación y es lo primero o a veces lo único que lee el receptor del proyecto, por lo tanto en pocas palabras se debe describir el producto o servicio, el mercado, la empresa, los factores de éxito del

⁵Delmar, F. y Shane, S.: "La planificación de negocios Facilitar el desarrollo de nuevos proyectos?". *Diario de Gestión Estratégica*, (2003) 24 (12).

⁶Reid, G. C. y Smith, J. A. (2000): "¿Qué hace que un nuevo negocio de puesta en marcha sea Exitoso?". *Economía de Pequeños Negocios*, (2000), 14 (3).

proyecto, los resultados esperados, las necesidades de financiamiento y las conclusiones generales.

Con este resumen, lo que se busca es que capte por sí mismo la atención del lector y motivarlo a aprender más acerca del proyecto asegurándole con ello una junta. Por lo tanto debe estar bien redactado y presentado para que facilite la comprensión de la información que el plan contiene.

1.11 ESTRUCTURA Y CONTENIDO DEL RESUMEN EJECUTIVO

En la estructura y contenido del Resumen Ejecutivo se debe contemplar lo siguiente:

- De preferencia el resumen debe presentarse en una página , pero si son más no debe ser todo texto.
- Es esencial que en el proyecto se presente lo que se pretende lograr y los individuos involucrados.
- La propuesta presentada en el Resumen ejecutivo debe ser clara y simple, es muy importante especificar la necesidad comercial del producto o servicio, es decir que lo hará diferente a los demás. Y por ningún motivo asuma que quien reciba el resumen notara beneficios que a usted le parezcan obvios.
- Es el resumen además de definir específicamente la ventaja competitiva que se tendrá el producto o servicio contra el mercado actual directo, también se debe definir claramente de que manera beneficiara esto a los consumidores finales, por lo que será necesaria información relevante que confirme que el consumidor estará dispuesto a pagar por estos beneficios.
- Describir el estado actual en el que se encuentra el proyecto, es

decir si el producto final está preparado para salir al mercado, incluyéndose cualquier propiedad intelectual con la que cuenta el proyecto como patentes y registros de marca que apoyarán al producto y su comercialización.

- Es esencial que en el Resumen Ejecutivo se proyecten las características principales del mercado, incluyendo su tamaño y crecimiento, especificando además la oportunidad de mercado que se está atacando.
- En el resumen también se debe resaltar cualquier noticia exitosa que tenga el proyecto / producto, ya sea por medio de notas publicadas por la industria, comentarios de analistas, ventas o alianzas comerciales establecidas, prototipos funcionando, etc. Esto hará que el proyecto por si mismo sea más tangible y de confianza.
- Proporcionar un resumen de los principales objetivos de la empresa a corto o mediano plazo y las estrategias clave que se utilizaran para lograrlos.
- Definir cuáles son los requerimientos financieros y que proporción de la empresa se brindará a cambio, es decir como sus propietarios o los inversionistas obtendrán su retorno de inversión, y además su ganancia.

1.12 RESUMEN CLARO Y EFECTIVO

Una vez terminado el Resumen Ejecutivo, se puede saber si es claro y efectivo mediante la siguientes acciones:

- Pruebe con personas independientes a él y sin experiencia; una persona que no está familiarizada con lo que se está haciendo, puede ser un amigo o familiar.

- Pídale que después de haber leído detenidamente el resumen ejecutivo, le hablen sobre el proyecto y si les causó una muy buena impresión. Con eso sabrá si los ha motivado como para que le hagan preguntas acerca del detalle y no sobre generalidades básicas.
- Solicítele que le digan clara y concisamente ¿Que les gustó del documento y que no les gustó? ¿Está clara la propuesta? ¿Le parece interesante? ¿Cómo creen que podría mejorar el documento? ¿Existen y en cuales áreas hay dudas o escepticismo? etcétera.
- No subestime la importancia del resumen ejecutivo, trabájale duro hasta que lo tenga impecable.

1.13 ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado consiste en una iniciativa empresarial con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica.

1.13.1 ANÁLISIS O DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DEL ESTUDIO DE MERCADO

Se trata de centrarse en aquellos puntos que sean determinantes para estudiar el problema clave. Para ello recurriremos a estudiar internamente los factores controlables de la empresa, y externamente aquellos que no lo son, pero sí que afectan o pueden afectar a la buena o mala marcha del negocio. El estudio de mercado consta de 3 grandes análisis:

Análisis del consumidor: Estudia el comportamiento de los consumidores para detectar sus necesidades de consumo y la forma de

satisfacerlas, averiguar sus hábitos de compra (lugares, momentos, preferencias...), etc. Su objetivo final es aportar datos que permitan mejorar las técnicas de mercado para la venta de un producto o de una serie de productos que cubran la demanda no satisfecha de los consumidores⁷.

Análisis de la competencia: Estudia el conjunto de empresas con las que se comparte el mercado del mismo producto. Para realizar un estudio de la competencia es necesario establecer quiénes son los competidores, cuántos son y sus respectivas ventajas competitivas. El plan de negocios podría incluir una plantilla con los competidores más importantes y el análisis de algunos puntos como: marca, descripción del producto o servicio, precios, estructura, procesos, recursos humanos, costes, tecnología, imagen, proveedores, entre otros.

El benchmarking⁸ o plantilla permite establecer los estándares de la industria así como las ventajas competitivas de cada empresa. A partir de esta evaluación, se determinará si es factible convivir con la competencia y si es necesario neutralizarla o si un competidor puede transformarse en socio a través de fusión, jointventures⁹ o alianzas estratégicas.

Estrategia: Concepto breve pero imprescindible que marcará el rumbo de la empresa. Basándose en los objetivos, recursos y estudios del

⁷Biblioteca Virtual Wikipedia: http://es.wikipedia.org/wiki/Estudio_de_mercado

⁸**benchmarking** es un anglicismo que, en las ciencias de la administración de empresas, puede definirse como un proceso sistemático y continuo para evaluar comparativamente los productos, servicios y procesos de trabajo en organizaciones.

⁹**jointventure** es un tipo de acuerdo comercial de inversión conjunta a largo plazo entre dos o más personas (normalmente personas jurídicas o comerciantes).

mercado y de la competencia debe definirse una estrategia que sea la más adecuada para la nueva empresa. Toda empresa deberá optar por dos estrategias posibles:

Liderazgo en costo.- Consiste en mantenerse competitivo a través de aventajar a la competencia en materia de costos.

Diferenciación.- Consiste en crear un valor agregado sobre el producto ofrecido para que éste sea percibido en el mercado como único: diseño, imagen, atención a clientes, entrega a domicilio, entre otros.

1.14 VISIÓN, MISIÓN Y OBJETIVOS

1.14.1 VISIÓN

Es un conjunto de ideas generales, algunas de ellas abstractas, que proveen el marco de referencia de lo que una empresa quiere y espera ver en el futuro¹⁰.

Elementos de una visión

- Dimensión del tiempo
- Integradora
- Amplia y detallada
- Positiva y alentadora
- Realista y posible
- Consistente
- Difundida interna y externamente

¹⁰Biblioteca Virtual:
<http://economia.unmsm.edu.pe/Docentes/JNavarroL/Planeamiento/CLASE%202%20GE.PDF>

1.14.2 MISIÓN

La misión indica la manera como una organización pretende lograr y consolidar las razones de su existencia. Señala las prioridades y la dirección de las actividades de una organización, identifica los mercados a los que se dirige, los clientes a los que quiere servir y los productos que quiere ofrecer. Determina la contribución de los diferentes agentes en el logro de los propósitos básicos de la organización.

Elementos de la misión

- Definición del negocio
- Visión y metas principales
- Filosofía corporativa

1.14.3 OBJETIVOS

Son los resultados globales que una organización espera alcanza en el desarrollo de su visión y misión. Involucran a toda la organización. Definidos al más alto nivel y sirven de marco para los objetivos Funcionales.

Características de un buen objetivo

- Es medible
- Establece un plazo para alcanzarlo
- Define al responsable del mismo

1.15 PLAN DE MARKETING

Un Plan de promociones, mercadeo o marketing (Plan de Marketing¹¹) es un documento escrito que detalla las acciones necesarias para alcanzar

¹¹Biblioteca Virtual http://es.wikipedia.org/wiki/Plan_de_marketing

un objetivo específico de mercado. Puede ser para un bien o servicio, una marca o una gama de producto. También puede hacerse para toda la actividad de una empresa. Su periodicidad puede depender del tipo de plan a utilizar, pudiendo ser desde un mes, hasta 5 años (por lo general son a largo plazo).

1.16 PLANEACIÓN

- Personal cualificado
- Tiempo
- Competencias
- Objetivos: satisfacer al cliente.
- Declaración de la misión y la visión
- Objetivos corporativos
- Objetivos financieros
- Objetivos de mercadeo
- Objetivos a largo plazo
- Cultura corporativa

1.17 RESUMEN DE ANÁLISI DE SITUACIÓN FODA, DOFA, DAFO.

- Debilidades (internas)
- Amenazas (externas)
- Fortalezas (internas)
- Oportunidades (externas)
- Conclusión
- Factores clave de éxito en la industria
- Nuestra ventaja competitiva

1.18 ESTUDIO DE MERCADOTECNIA

- Requisitos de información
- Metodología de la investigación
- Resultados de la investigación

1.19 ESTRATEGIA DE MARKETING

Se refiere básicamente a las cuatro "P" del marketing: Producto, Precio, Distribución (place) y Promoción o Publicidad.

1.20 ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico contempla los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado, y en el cual se analizan la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización, instalaciones y organización requeridas.

La importancia de este estudio se deriva de la posibilidad de llevar a cabo una valorización económica de las variables técnicas del proyecto, que permitan una apreciación exacta o aproximada de los recursos necesarios para el proyecto, a más de proporcionar información de utilidad al estudio económico-financiero.

Todo estudio técnico tiene como principal objetivo el demostrar la viabilidad técnica del proyecto que justifique la alternativa técnica que mejor se adapte a los criterios de optimización.

1.21 LOCALIZACIÓN Y TAMAÑO DEL PROYECTO

Toda empresa formalmente constituida tiene un domicilio fiscal de conocimiento público o fácil de identificar, lo cual le permitiría a la empresa que sus clientes puedan llegar a ella fácilmente a adquirir el producto que está ofreciendo. Por lo que de acuerdo a lo descrito anteriormente, es necesario que nuestro proyecto a realizar contemple un domicilio fiscal para nuestra empresa, si es necesario indicarlo gráficamente (croquis).

1.22 OBJETIVO DE LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO CONSTRUCTIVO

La localización del proyecto tiene por objetivo determinar suelo urbanizado dentro de la ciudad de Ambato, que reúne características viables y óptimas para la ejecución del conjunto residencial, y con ello asegurar las expectativas de venta rápida de los Departamentos.

1.23 ESTUDIO ORGANIZACIONAL

Es el "sistema de relaciones formales que se establecen en el interior de una organización/empresa para que ésta alcance sus objetivos de conservación, productivos y económicos".

Una organización es un grupo humano deliberadamente constituido en torno a tareas comunes y en función de la obtención de metas específicas. Para poder alcanzar los propósitos propuestos, partiendo, en la casi totalidad de los casos, de recursos limitados, resulta necesaria la construcción de un esquema o modelo, que permita la interrelación e interacción de sus elementos. La estructura será entonces, la herramienta que le permita a la organización alcanzar sus objetivos.

Permite lograr una determinada disposición de sus recursos, facilita la realización de las actividades y coordinación de su funcionamiento.

"La estructura organizacional puede definirse como el conjunto de medios que maneja la organización con el objeto de dividir el trabajo en diferentes tareas y lograr la coordinación efectiva de las mismas".

En la estructura, las partes están integradas, es decir que se relacionan de tal forma que un cambio en uno de los elementos componentes afecta y genera cambios en los demás, en las relaciones entre los mismos y en la conducta de toda la organización.

1.24 EFICACIA Y EFICIENCIA EN LA ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

A través del diseño de la estructura de la organización se busca el logro de un adecuado grado de eficacia y eficiencia. La estructura formal es un elemento fundamental para proporcionar un ambiente interno adecuado, en el que las actividades que desarrollan sus miembros contribuyen al logro de los objetivos. Una estructura es eficiente si permite esa consecución con el mínimo de costo o evitando consecuencias imprevistas para la organización.

1.25 SISTEMA ADMINISTRATIVO-OPERATIVO

El Área administrativa y operativa abarca una serie de actividades a realizar como:

- Definir las funciones de la Empresa y el personal que lleva a cabo las mismas.
- Diseñar la estructura organizacional de la Empresa.
- Establecer los perfiles de cada puesto.

- Elaborar los manuales operativos de cada área funcional.
- Diseñar el proceso de reclutamiento, selección, contratación e inducción del personal.
- Definir el sistema de capacitación a seguir en la Empresa.
- Elaborar los tabuladores y políticas de administración de sueldos y salarios.
- Establecer el procedimiento de evaluación del desempeño de la persona.
- Diseñar y establecer los procedimientos de relaciones laborales en la empresa.

1.26 ASPECTOS LEGALES

En el área de aspectos legales se incluyen varias actividades a realizar como son:

- Definición del régimen de constitución de la empresa.
- Trámites fiscales.
- Trámites de Implementación del Proyecto.
- Tramites laborales.

1.27 PLAN JURÍDICO MERCANTIL

El Plan Jurídico–Mercantil contempla los aspectos legales referentes a la constitución de la empresa, y selecciona de entre las diferentes formas jurídicas existentes aquella que mejor se ajusta a los objetivos de la empresa. Se elaborará una vez realizados los planes de marketing y de recursos humanos y conociendo la dimensión del proyecto empresarial y la estructura organizativa. Nos permitirá decidir sobre la forma jurídica de la empresa. La decisión sobre la forma jurídica de la empresa se tomará teniendo en cuenta el modelo, la actividad y los objetivos de empresa.

Por ello será necesario conocer las diferentes formas jurídicas alternativas que la legislación nos presenta y analizar sus ventajas e inconvenientes para nuestra empresa.

Una vez elegida la forma jurídica tendremos que conocer cuáles son los trámites necesarios para la constitución de la empresa, así como los necesarios para su puesta en marcha y realizar una aproximación de los costes que representan dichos trámites para la empresa¹².

1.28 TRAMITES PARA LA COSNTITUCIÓN DE LA EMPRESA

Dependiendo de su forma jurídica, los trámites a seguir para la constitución de la empresa son los siguientes:

Autónomo/a:

- Inscripción en la Seguridad Social si va a tener personal contratado, que a su vez afiliará cotizando por ellos/as.
- Afiliación a los colegios profesionales, Sectores Artesanales o Cámaras, según actividad.
- Obtención del Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- Declaración del Impuesto a la Renta (IR) anualmente.
- Declaración del IVA mensual o semestralmente.
- Llevar contabilidad según monto de capital o facturación.
- Licencia de obras, si es preciso.
- Permiso de apertura del local, si es preciso.
- Trámites específicos, según la actividad.

¹²Programa de Cooperación Integral Productiva “Manual para la Elaboración de un Plan Jurídico-Mercantil”
http://www.esPOCH.edu.ec/Descargas/vicinvestigacionpub/7642a7_Manual_Plan_Juridico_211005.pdf

Sociedad o Compañía:

- Solicitar aprobación del nombre elegido (no habrá otra sociedad con el mismo nombre).
- Escritura pública ante notario.
- Inscripción en el Registro Mercantil.
- Apertura del sistema de contabilidad.
- Inscripción en la Seguridad Social si va a contratar personal.
- Afiliación de los/as trabajadores/as en el Régimen de la Seguridad Social.
- Contratación de trabajadores/as.
- Pago a la Seguridad Social.
- Obtención del Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- Declaración del Impuesto a la Renta (IR) (25%)
- Declaración de IVA
- Afiliación a las Cámaras y/o Gremios correspondientes según actividad.
- Licencia de obras, si es preciso.
- Permiso de apertura del local, si es preciso.
- Obtención de permisos municipales.
- Trámites específicos, según la actividad.

1.29 ESTUDIO FINANCIERO**1.29.1 INVERSIÓN**

La implementación del proyecto implica el uso de una serie de recursos, los cuales deben ser identificados en forma minuciosa, porque de ello depende que al momento de implementar el proyecto no surjan problemas, que al final podrían atentar contra la implementación del proyecto. Por tal motivo es importante que aquellos que promuevan una

inversión conozcan profundamente lo que pretenden realizar, o en todo caso profundicen sobre el tema si es que no hay un conocimiento total.

1.29.2 FINANCIAMIENTO

Una vez que se haya determinado la inversión para llevar a cabo un determinado proyecto, la pregunta que nos planteamos es ¿Dónde consigo esos recursos financieros?, es decir tenemos que pensar en el financiamiento. El financiamiento en un proyecto consiste en las fuentes que se van a utilizar para conseguir los recursos que permitan financiar el proyecto; a través del financiamiento podremos establecer la estructura de financiamiento del proyecto, lo cual implica determinar el grado de participación de cada fuente de financiamiento.

1.29.3 FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Entre las fuentes de financiamiento que se pueden utilizar para financiar un proyecto, están:

- *Fuentes Internas:* Es el uso de recursos propios o autogenerados, así tenemos: el aporte de socios, utilidades no distribuidas, incorporar a nuevos socios, entre otros.

- *Fuentes Externas:* Es el uso de recursos de terceros, es decir endeudamiento, así tenemos: préstamo bancario, crédito con proveedores, leasing, prestamistas, entre otros¹³.

1.29.4 ESTADOS FINANCIEROS

Los estados financieros, también denominados estados contables,

¹³Biblioteca Virtual Mailxmail; <http://www.mailxmail.com/curso-proyectos-inversion/inversion-financiamiento>.

informes financieros o cuentas anuales, son informes que utilizan las instituciones para reportar la situación económica y financiera y los cambios que experimenta la misma a una fecha o periodo determinado. Esta información resulta útil para: la Administración, gestores, reguladores, y otros tipos de interesados como los accionistas, acreedores o propietarios¹⁴.

1.29.5 OBJETIVOS DE LOS ESTADOS FINANCIEROS

El objetivo de los estados financieros es proveer información sobre el patrimonio del ente emisor a una fecha y su evolución económica y financiera en el período que abarcan, para facilitar la toma de decisiones económicas. Se considera que la información a ser brindada en los estados financieros debe referirse a los siguientes aspectos del ente emisor:

- Su situación patrimonial a la fecha de dichos estados
- Un resumen de las causas del resultado asignable a ese lapso;
- La evolución de su patrimonio durante el período;
- La evolución de su situación financiera por el mismo período,
- Otros hechos que ayuden a evaluar los montos, momentos e incertidumbres de los futuros flujos de fondos que los inversores y acreedores recibirán del ente por distintos conceptos.

1.29.6 PUNTO DE EQUILIBRIO

Es el punto en donde los ingresos totales recibidos se igualan a los costos asociados con la venta de un producto ($IT = CT$). Un punto de

¹⁴Biblioteca Virtual Wikipedia; http://es.wikipedia.org/wiki/Estados_financieros

equilibrio es usado comúnmente en las empresas u organizaciones para determinar la posible rentabilidad de vender determinado producto. Para calcular el punto de equilibrio es necesario tener bien identificado el comportamiento de los costos, de otra manera es sumamente difícil determinar la ubicación de este punto.

Sean IT los ingresos totales, CT los costos totales, P el precio por unidad, Q la cantidad de unidades producidas y vendidas, CF los costos fijos, y CV los costos variables; entonces:

Si el producto puede ser vendido en mayores cantidades de las que arroja el punto de equilibrio, tendremos entonces que la empresa percibirá beneficios. Si por el contrario, se encuentra por debajo del punto de equilibrio, tendrá pérdidas.

1.29.7 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El Valor actual neto también conocido valor actualizado neto (en inglés Net presentvalue), cuyo acrónimo es VAN¹⁵ (en inglés NPV), es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual (es decir, actualizar mediante una tasa) todos los flujos de caja futuros del proyecto. A este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto.

El método de valor presente es uno de los criterios económicos más ampliamente utilizados en la evaluación de proyectos de inversión. Consiste en determinar la equivalencia en el tiempo 0 de los flujos de efectivo futuros que genera un proyecto y comparar esta equivalencia

¹⁵Biblioteca Virtual Wikipedia; <http://es.wikipedia.org/wiki/VAN>

con el desembolso inicial. Cuando dicha equivalencia es mayor que el desembolso inicial, entonces, es recomendable que el proyecto sea aceptado.

La fórmula que nos permite calcular el Valor Actual Neto es:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

V_t representa los flujos de caja en cada periodo t .

I_0 es el valor del desembolso inicial de la inversión.

n es el número de períodos considerado.

El tipo de interés es k . Si el proyecto no tiene riesgo, se tomará como referencia el tipo de la renta fija, de tal manera que con el VAN se estimará si la inversión es mejor que invertir en algo seguro, sin riesgo específico. En otros casos, se utilizará el coste de oportunidad.

Cuando el VAN toma un valor igual a 0, k pasa a llamarse TIR (tasa interna de retorno). La TIR es la rentabilidad que nos está proporcionando el proyecto.

1.29.8 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión, está definida como el promedio geométrico de los rendimientos futuros esperados de dicha inversión, y que implica por cierto el supuesto de una oportunidad para "reinvertir".

En términos simples, en tanto diversos autores la conceptualizan como la tasa de interés (o la tasa de descuento) con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero. El VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las

cantidades futuras al presente. Es un indicador de la rentabilidad de un proyecto: a mayor TIR, mayor rentabilidad.

Se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión. Para ello, la TIR se compara con una tasa mínima o tasa de corte, el coste de oportunidad de la inversión (si la inversión no tiene riesgo, el coste de oportunidad utilizado para comparar la TIR será la tasa de rentabilidad libre de riesgo). Si la tasa de rendimiento del proyecto - expresada por la TIR- supera la tasa de corte, se acepta la inversión; en caso contrario, se rechaza.

Cálculo de la Tasa Interna de Retorno:

La Tasa Interna de Retorno TIR¹⁶ es el tipo de descuento que hace igual a cero el VAN:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

Donde:

F_t es el Flujo de Caja en el periodo t.

n es el número de periodos.

I es el valor de la inversión inicial.

La aproximación de Schneider usa el teorema del binomio para obtener una fórmula de primer orden, donde:

$$TIR = \frac{-I + \sum_{i=1}^n F_i}{\sum_{i=1}^n i * F_i}$$

¹⁶Biblioteca Virtual Wikipedia; http://es.wikipedia.org/wiki/Tasa_interna_de_retorno

e. MATERIALES Y METODOS

MATERIALES

Para realizar el presente proyecto fue necesario utilizar, equipos de computación, acceso a internet, impresora, hojas A4, carpetas, vehículos, materiales de oficina, sistemas informáticos, telefonía, entre otros, para perfeccionar y finiquitar el trabajo investigativo.

MÉTODOS

En el desarrollo del proceso investigativo, para elaborar el proyecto se considera de manera preferente el método deductivo y el analítico, los cuales permitieron determinar y conocer cada parte de los componentes del estudio y lograr los objetivos propuestos.

A más de aquello, se utilizó otros métodos de la investigación de acuerdo con las necesidades investigativas, como es el método estadístico y analítico, y a su vez las diferentes técnicas existentes que fueron necesarias detallándolas a continuación:

Método Deductivo: Permite generalizar conceptos universales para luego llegar a particularizar categorías referentes a los diferentes estudios administrativos dentro del Proyecto, para lo cual se consideraron aspectos teóricos para elaborar la fundamentación literaria pertinente para su desarrollo. Se aplicó este método en el muestreo estadístico, en el cual se aplicaron encuestas a una muestra representativa del universo seleccionado, determinando hechos importantes en el fenómeno a investigado.

Método Inductivo: Es un proceso analítico - sintético, mediante el cual se parte de un hecho o fenómeno específico para llegar al descubrimiento de un principio general, que permitió llegar a conclusiones y recomendaciones en base a la evaluación de documentos y otras evidencias. El método se aplicó en la observación de hechos y fenómenos relacionados con la investigación, a fin de obtener información objetiva que en el presente caso permitió alcanzar conclusiones generales del Estudio de Mercado y Estudio Técnico.

Método Analítico: Permitted desagregar las partes para estudiar cada componente, Por tanto, éste se utilizó al estudiar los diferentes indicadores del Mercado que incidieron en el desarrollo del proyecto.

Método Estadístico: Este método de apoyo permitió realizar el análisis de los datos que fueron obtenidos en la investigación, a base de codificar, tabular e interpretar, y sus resultados presentarlos en forma gráfica, aplicándolo en la tabulación e interpretación de las encuestas realizadas en el Estudio de Mercado.

TÉCNICAS

Las técnicas que se utilizaron en la investigación son las siguientes:

Observación: Con la aplicación de esta técnica se realizó la observación de la oferta de Conjuntos Residenciales de Departamentos para la venta en la ciudad de Ambato, sean éstos de mediana o primera calidad, con la finalidad de presentar y orientar los departamentos multifamiliares del proyecto y cumplir con las características deseadas por los clientes, y a su vez identificar la cantidad de departamentos multifamiliares existentes, su ubicación, precios, área de construcción, tipo de

acabados, número de dormitorios, número de baños, disponibilidad de sala, entre otros servicios y demás características.

Entrevista: Se realizaron entrevistas a los constructores y propietarios de las viviendas en construcción o recientemente construidas del sector en el que se construirá el proyecto, para obtener datos preliminares sobre el costo de construcción en metros cuadrados; y a su vez; se realizaron encuestas a un grupo de potenciales clientes de clase media y media alta, para recabar información de primera mano sobre la aceptación del producto.

Encuesta: Es la formulación de preguntas con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos de los encuestados. Con esta técnica se obtuvo información de fuentes primarias como lo son las personas económicamente activas de la zona urbana de la ciudad de Ambato, quienes respondieron la encuesta para luego, procesar, tabular y analizar sus respuestas, de acuerdo a los objetivos planteados en el proyecto.

Revisión Bibliográfica: Esta técnica nos permitió seleccionar y recopilar todo el material bibliográfico relacionado con el tema de investigación tales como: libros, revistas, documentos, folletos, internet, bibliotecas virtuales, entre otros.

Determinación del tamaño de la muestra: Con el objetivo de conocer el tamaño de la muestra de potenciales clientes del conjunto residencial, se utilizó información del último censo de población y vivienda realizado por el INEC en el año 2010, utilizando los valores obtenidos en la zona

urbana de la ciudad de Ambato y sus proyecciones disponibles, en base a la siguiente cuantificación:

Población económicamente activa en la ciudad de Ambato: 104.981.

Una fórmula muy extendida que orienta sobre el cálculo del tamaño de la muestra para datos globales es la siguiente:

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

Donde:

n= Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la población o universo 104.981

P= Probabilidad de éxito 50%

Q= Probabilidad de fracaso 50%

Z= coeficiente de confianza o riesgo deseado 1,96 para un nivel de confianza del 96%

E= Error de la muestra 5%

Sustituyendo:

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

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times 0,5 \times 104.981}{(104.981 - 1)0,05^2 + 1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = \frac{100823,752}{263,4104}$$

$$n = 383$$

Resultado:

Se identifica una muestra de **383** encuestas a realizar a **personas de clase media y media alta en la ciudad de Ambato**, considerada como tales para nuestro caso a los empleados que tienen un ingreso superior

a \$. 1.201,00 mensuales, pequeños y medianos empresarios o comerciantes y emigrantes. La aplicación de la encuesta se la realizo a criterio, concentrándome como lugar estratégico el mall de la ciudad y centros de negocios.

Parte de las encuestas se enfocaron al estudio de la oferta, a los veintidós constructores de Conjuntos Residenciales en la ciudad de Ambato, entre los cuales se mencionan los siguientes:

- CONSTRUFÁCIL
- BAYAS FREIRE CONSTRUCCIONES CÍA. LTDA.
- PRO-HABITAT S. A.
- MUTUALISTA PICHINCHA S. A.
- ORCA CONSTRUCTORES
- A. TECNILEC JFG
- INMOCLIC CIA. LTDA.
- INMOHERO
- CONSTRUCTORA EL SOL
- INMOBILIARIA GAVILANEZ
- CONSTRUCTORA HARB & HARB
- INOGAR
- NUEVA AMBATO CONSTRUCTORES
- INVERCAPITAL
- INMO ANDINA
- ING. NICOLAS AZANZA T. & ASOCIADOS
CONSTRUCTORES CIA. LTDA.
- RUI
- FRIAS & REAL BIENES RAICES

f. RESULTADOS

ENCUESTA REALIZADA PARA DETERMINAR LA DEMANDA

1. ¿Dispone usted de vivienda propia?

CUADRO No. 3
DISPOSICIÓN DE VIVIENDA

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
SI	170	44
NO	213	56
TOTAL	383	100

FUENTE: ENCUESTAS

ELABORADO: EL AUTOR

GRÁFICA 3



INTERPRETACIÓN

En la encuesta realizada a los habitantes del área urbana de la ciudad de Ambato se obtuvo que el 44 % de los encuestados disponen de vivienda propia, en tanto que el 56 % que es la mayoría no cubre dicha necesidad.

2.- ¿Identifique cuál es el ingreso económico mensual que percibe?

CUADRO No. 4
INGRESOS ECONÓMICOS

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
Menos de \$ 400,00	16	4
De \$ 401,00 a \$ 800,00	94	25
De \$ 801,00 a \$ 1.200,00	136	36
De \$ 1.201,00 a \$ 1.600,00	86	22
De \$ 1.601,00 a \$ 2.000,00	51	13
TOTAL	383	100

FUENTE: ENCUESTAS

ELABORADO: EL AUTOR

GRÁFICA 4



INTERPRETACIÓN

Según la ilustración que antecede, el 4% son personas que tienen un menor ingreso por familia; el 25% son quienes tienen un sueldo promedio de \$. 401,00 a \$. 800,00; en tanto que en los siguientes rangos se evidencia que los ingresos son superiores a \$ 801,00 a \$. 1.200 por lo que se interpreta que un total del 35 % tiene ingresos

económicos superiores a \$ 1.201,00 y podrían convertirse en los potenciales clientes al ser sujetos de crédito y poder adquirir un departamento.

3.- ¿Le gustaría adquirir un departamento en un conjunto residencial?

CUADRO No. 5
ADQUISICIÓN DE DEPARTAMENTOS

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
SI	235	61
NO	148	39
TOTAL	383	100

FUENTE: ENCUESTAS
ELABORADO: EL AUTOR

GRÁFICA 5



INTERPRETACIÓN

De acuerdo a la respuesta, el 61% que representa la mayoría de los encuestados, muestra interés en adquirir un departamento de vivienda en un conjunto residencial, contrario a lo expuesto por el 39%.

4.- ¿Al adquirir un departamento cuánto dinero estaría dispuesto a cancelar por un crédito mensualmente (en caso de requerirlo) dependiendo de los años de endeudamiento que usted disponga?

CUADRO No. 6
MENSUALIDADES POR CRÉDITO

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
De \$ 250,00 a \$ 500,00	67	29
De \$ 501,00 a \$ 750,00	78	33
De \$ 751,00 a \$ 1.000,00	50	21
De \$ 1.001,00 o \$ 1.250,00	23	10
No desea crédito	17	7
TOTAL	235	100

FUENTE: ENCUESTAS

ELABORADO: EL AUTOR

GRÁFICA 6



INTERPRETACIÓN

Las personas encuestadas que sí muestran interés en adquirir departamentos, indican que pueden cancelar mensualmente desde \$.

250,00 a \$. 500,00 el 29%, el 33% de \$. 501,00 a \$. 750,00, de \$ 751,00 a \$. 1000,00 el 21%, el 10% de \$. 1.001,00 a \$. 1.250,00 en adelante. El 7% manifiesta que no desea crédito porque cancelará de contado.

NOTA: *Se considera a la pregunta 3 de la presente encuesta como limitante, ya que el 39% que corresponde a 148 encuestados no desean adquirir departamentos, y no se los mencionará en las preguntas siguientes.*

5.- ¿Al comprar un Departamento con qué tipo de acabados le gustaría adquirirlo?

CUADRO No. 7
MATERIALES TIPOS DE ACABADOS

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
Acabados de Lujo	46	20
Acabados de Primera Calidad	112	48
Acabados Económicos	77	33
TOTAL	235	100

FUENTE: ENCUESTAS

ELABORADO: EL AUTOR

GRÁFICA 7



INTERPRETACIÓN

De acuerdo a la respuesta, el 19% de los encuestados desea adquirir un departamento con acabados de lujo, mientras que el 48% que representa la mayoría de los encuestados, muestra interés en adquirir un departamento con acabados de primera calidad; por otra parte, un 33% desea adquirir un departamento con acabados económicos.

6.- ¿Cuánto pagaría usted por un departamento en una zona residencial de alta plusvalía de alrededor de 150 m², con acabados de primera calidad?

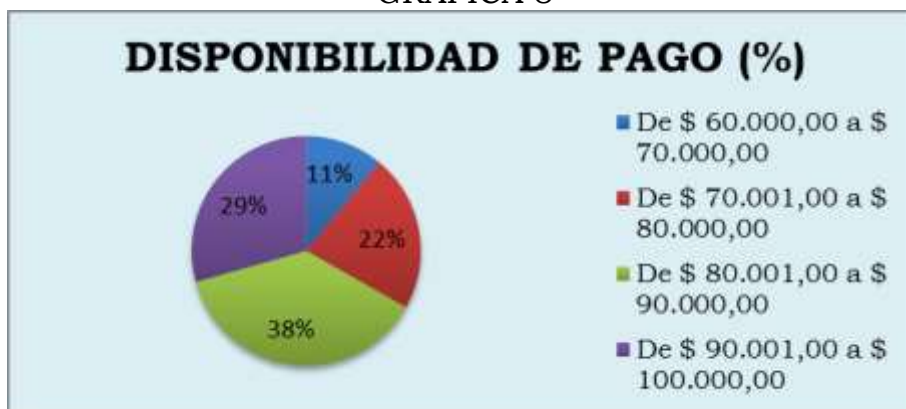
CUADRO No. 8
DISPONIBILIDAD DE PAGO

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
De \$ 60.000,00 a \$ 70.000,00	26	11
De \$ 70.001,00 a \$ 80.000,00	52	22
De \$ 80.001,00 a \$ 90.000,00	88	37
De \$ 90.001,00 a \$ 100.000,00	69	29
TOTAL	235	100

FUENTE: ENCUESTAS

ELABORADO: EL AUTOR

GRÁFICA 8



INTERPRETACIÓN

El resultado tabulado nos indica que el 11% pagaría por comprar un departamento de \$. 60.000,00 a \$. 70.000,00; seguidamente; un 22% que estaría dispuesto a cancelar de \$. 70.000,00 a \$ 80.000,00; sin embargo, un 38% que representa la mayoría pagaría de \$ 80.001,00 a \$. 90.000,00, y finalmente un 29% cancelarían de \$. 90.000,00 a \$. 100.000,00 por un departamento en una zona residencial de alta plusvalía.

7.- ¿Si usted adquiere un departamento, como le convendría cancelar su costo?

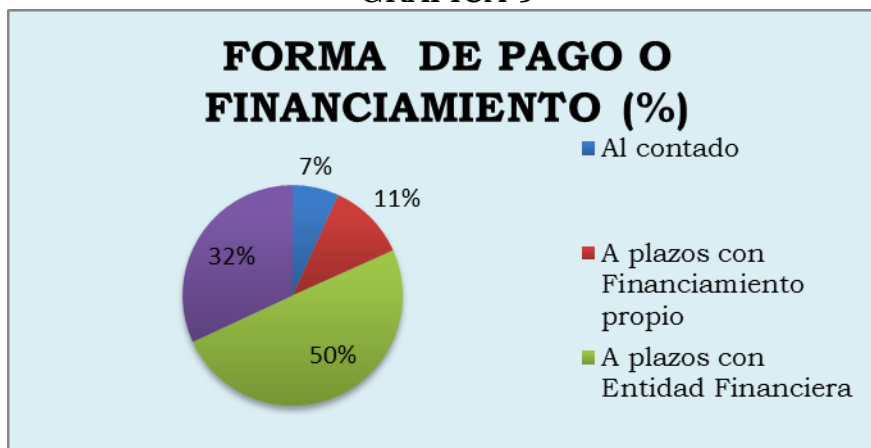
CUADRO No. 9
FORMA DE PAGO O FINANCIAMIENTO

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
Al contado	16	7
A plazos con Financiamiento propio	27	11
A plazos con Entidad Financiera	117	50
BIESS	75	32
TOTAL	235	100

FUENTE: ENCUESTAS

ELABORADO: EL AUTOR

GRÁFICA 9



INTERPRETACIÓN

Como resultado se evidencia que el 7% cancelaría de contado el valor del departamento, por otra parte un 11% cancelaría a plazos con financiamiento propio, mientras que un 50% que representa a la mayoría cancelaría a plazos con crédito en entidades financieras, además, un 32% se financiaría a través del BIESS.

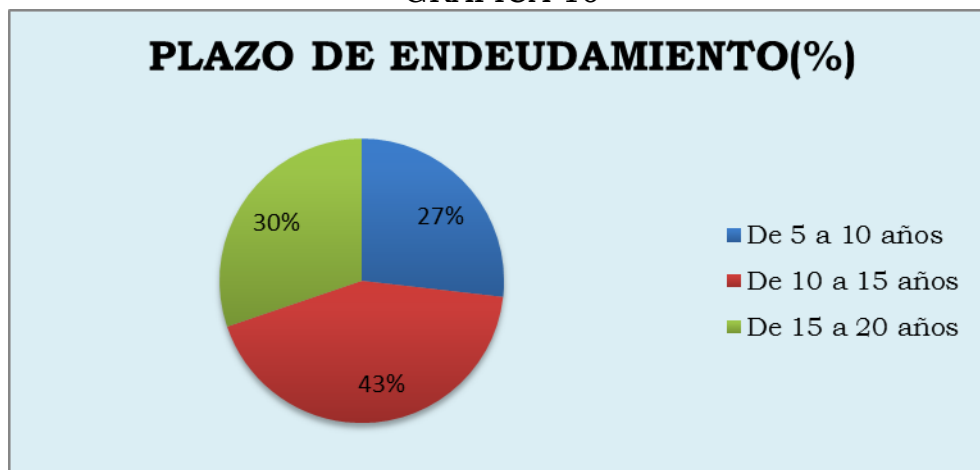
8.- ¿Si la compra es a crédito, cuál sería el plazo tope que usted requiere para cancelar la deuda?

CUADRO No. 10
PLAZO DE ENDEUDAMIENTO

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
De 5 a 10 años	63	27
De 10 a 15 años	101	43
De 15 a 20 años	71	30
TOTAL	235	100

FUENTE: ENCUESTAS
ELABORADO: EL AUTOR

GRÁFICA 10



INTERPRETACIÓN

Se observa que el 27% de los encuestados respondieron que el plazo tope sería de 5 a 10 años, mientras que el 43% prefiere un plazo de 10 a 15 años, y finalmente un 30% desearía cancelar su crédito de 15 a 20 años.

9.- ¿En qué barrio o lugar de la ciudad de Ambato le gustaría adquirir su vivienda?

CUADRO No. 11
UBICACIÓN DEL PROYECTO

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
Ficoa	101	43
Miraflores	46	20
Ciudadela España	42	18
Izamba	19	8
Otro	27	8
TOTAL	235	97

FUENTE: ENCUESTAS
ELABORADO: EL AUTOR

GRÁFICA 11



INTERPRETACIÓN

En este apartado se evidencia la preferencia en su mayoría, al barrio Ficoa con un 45% de aceptación, mientras que el 20% manifestó el barrio Miraflores, por otra parte un 19% reveló gustos por la ciudadela España y el 8 % se manifestó por el barrio Izamba, y de igual forma con un 8% se evidencio que los encuestados mantienen favoritismos por otros sectores o barrios de la ciudad de Ambato.

10.- ¿En caso de crearse el conjunto residencial de departamentos denominado “El Portal del Sueño” en la ciudad de Ambato, usted compraría un departamento?

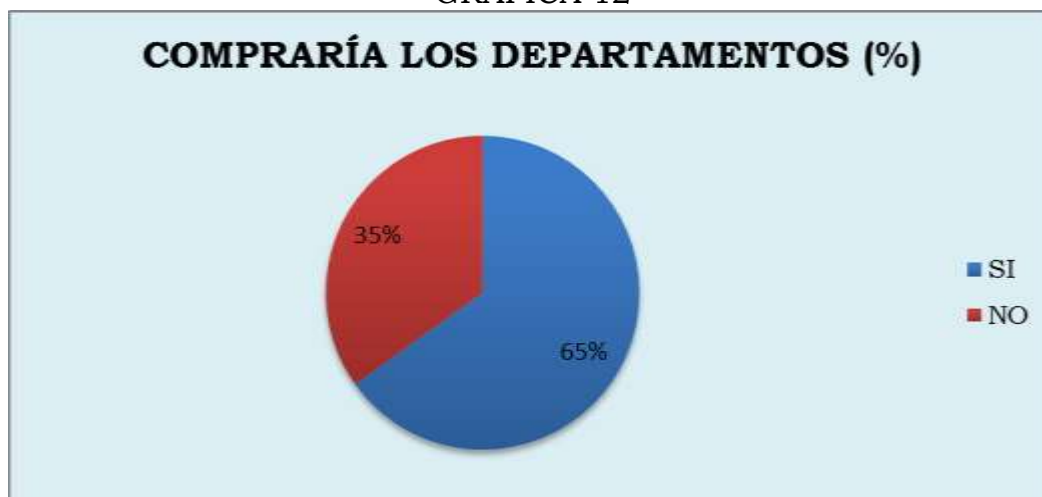
CUADRO No. 12
COMPRARÍA LOS DEPARTAMENTOS

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
SI	153	65
NO	82	35
TOTAL	235	100

FUENTE: ENCUESTAS

ELABORADO: EL AUTOR

GRÁFICA 12



INTERPRETACIÓN

De acuerdo a las respuestas se evidencia un total del 65% que corresponde a las personas que apoyaría al comprar un departamento en el conjunto residencial “El portal del Sueño” en la ciudad de Ambato, mientras que 35% No estaría interesado.

11.- ¿Estaría dispuesto a adquirir un Departamento cuando el proyecto esté en planos, con cuotas periódicas y con la garantía de una promesa de Compra-Venta, o cuando la obra esté concluida mediante escritura debidamente notariada y registrada?

CUADRO No. 13

PROYECTO EN PLANOS - OBRA CONCLUIDA

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
En Planos	75	32
Obra Concluida	160	68
TOTAL	235	100

FUENTE: ENCUESTAS

ELABORADO: EL AUTOR

GRÁFICA 13

**INTERPRETACIÓN**

Como resultado se evidencia que el 32% estaría dispuesto a comprar un departamento en planos, mientras que un 68% que representa a la mayoría compraría un departamento cuando la obra sea concluida en su totalidad.

12.- ¿Por qué medio de comunicación le gustaría que se difundiera la venta de nuestros departamentos?

CUADRO No. 14
MEDIOS DE COMUNICACIÓN

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
Televisión	41	17
Radio	38	16
Diarios, Revistas, Impresiones	52	22
Vallas Publicitarias	24	10
Internet	65	28
Otro	15	6
TOTAL	235	100

FUENTE: ENCUESTAS

ELABORADO: EL AUTOR

GRÁFICA 14



INTERPRETACIÓN

El resultado tabulado nos indica la preferencia de los medios de comunicación sugeridos por los encuestados, que representa en un 18% a televisión, con un 16% radio, mientras que un 22% propone realizarlo a través de Diarios, Revistas, e Impresiones (trípticos u hojas volantes), con un porcentaje del 28% que representa a la mayoría sugiere realizarlo a través de Internet, y finalmente un 10 % y 6% a través de vallas publicitarias, u otro medio de comunicación.

ENCUESTA REALIZADA PARA DETERMINAR LA OFERTA

Parte de las encuestas se enfocaron al estudio de la oferta, a los distintos constructores de Conjuntos Residenciales en la ciudad de Ambato, obteniendo los siguientes resultados:

1.- ¿Usted es constructor de Departamentos en la ciudad de Ambato?

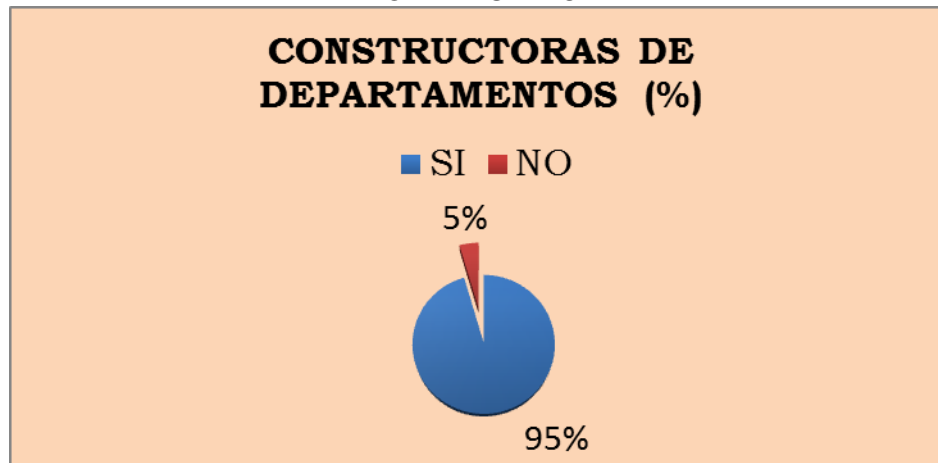
CUADRO No. 15
CONSTRUCTORAS DE DEPARTAMENTOS

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
SI	21	95
NO	1	5
TOTAL	22	100

FUENTE: ENCUESTAS

ELABORADO: EL AUTOR

GRÁFICA 15



INTERPRETACIÓN

El resultado obtenido realizado a representantes de las constructoras en Ambato evidencia que un 95% se dedica a la construcción de departamentos o viviendas; mientras que el 5% exclusivamente se dedica a la construcción de casas.

2.- ¿Cuáles son los tipos de materiales o acabados que utiliza en los departamentos con mayor frecuencia para la venta?

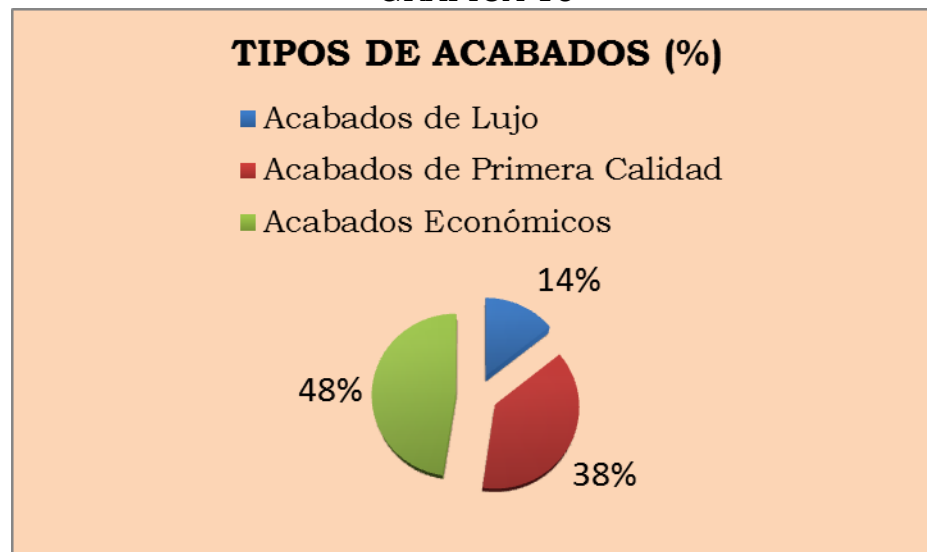
CUADRO No. 16
TIPOS DE ACABADOS

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
Acabados de Lujo	3	14
Acabados de Primera Calidad	8	38
Acabados Económicos	10	48
TOTAL	21	100

FUENTE: ENCUESTAS

ELABORADO: EL AUTOR

GRÁFICA 16



INTERPRETACIÓN

Se evidencia que un 48 % que representa a la mayoría utiliza acabados o materiales económicos para la construcción; mientras que un 38 % utiliza materiales o acabados de primera calidad, por otro lado, el 14% de constructores utilizan acabados de lujo.

3.- ¿Cuál es el precio aproximado de venta para departamentos de más de 140m² en zonas residenciales de alta plusvalía?

CUADRO No. 17

PRECIOS APROXIMADOS DE VENTA MÁS DE 140 m²

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
De \$ 40.000 \$ 60.000	4	19
De \$ 60.001 a \$ 80.000	8	38
De \$ 80.001 a \$ 100.000	7	33
De \$ 100.001 a \$ 120.000	2	10
TOTAL	21	100

FUENTE: ENCUESTAS

ELABORADO: EL AUTOR

GRÁFICA 17



INTERPRETACIÓN

Se indica en los resultados que el 19% estima un precio aproximado de \$. 40.000 a \$. 60.000 para departamentos de más de 140 m², mientras que un 38% que representa la mayoría estima precios entre \$. 60.001 a \$. 80.000 por otra parte el 33% manifiesta un precio de \$. 80.001 a \$. 100.000, y finalmente con un 10% valores de \$. 100.001 a \$. 120.000 interpretándolos como departamentos de lujo.

4.- ¿Cómo maneja usted la cancelación del costo de los departamentos con sus clientes?

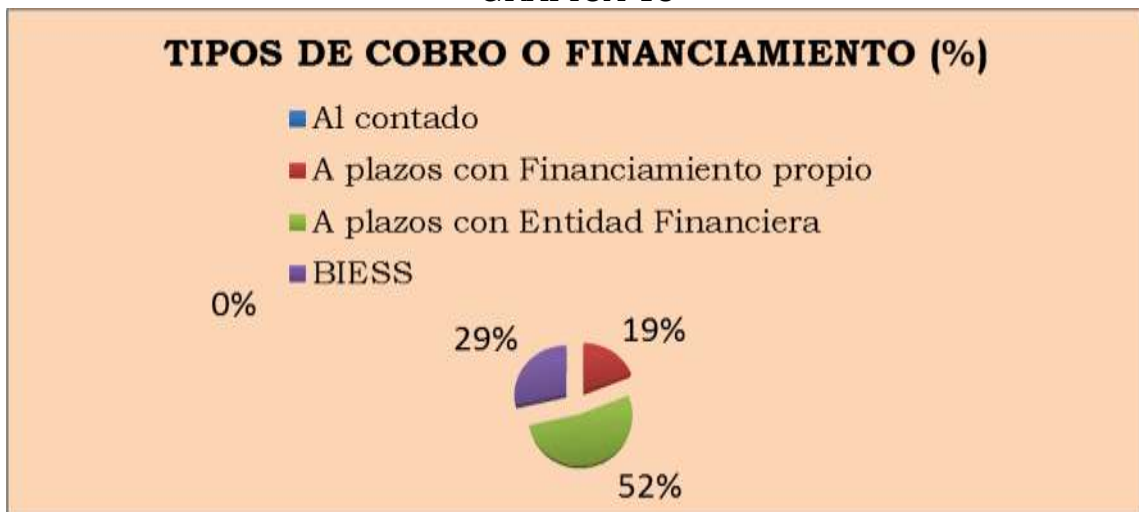
CUADRO No. 18
TIPOS DE COBRO O FINANCIAMIENTO

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
Al contado	0	0
A plazos con Financiamiento propio	4	19
A plazos con Entidad Financiera	11	52
BIESS	6	29
TOTAL	21	100

FUENTE: ENCUESTAS

ELABORADO: EL AUTOR

GRÁFICA 18



INTERPRETACIÓN

En esta pregunta es importante resaltar que por motivos obvios todos los constructores trabajan al contado, pero generalmente el 19% de los constructores manifiestan trabajar a plazos con financiamiento propio, mientras que el 52% que representa a la mayoría trabajan a plazos con entidades financieras, y finalmente un 29% manifiesta trabajar con el Banco del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social BIESS.

5.- ¿Cuántos departamentos tiene usted disponibles para la venta para el segundo semestre del 2012?

CUADRO No. 19
DEPARTAMENTOS DISPONIBLES PARA LA VENTA

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)	DISPONIBLES TOTAL
De 1 a 10 departamentos	10	48	78
De 11 a 20 departamentos	2	10	34
De 21 a 30 departamentos	1	5	28
De 31 a 40 departamentos	1	5	37
De 41 a más departamentos	0	0	0
No dispone departamentos	7	33	0
TOTAL	21	100	177

FUENTE: ENCUESTAS

ELABORADO: EL AUTOR

GRÁFICA 19



INTERPRETACIÓN

Los representantes de las constructoras encuestadas, manifiestan mantener un total de 177 departamentos para el segundo semestre del 2012, con un 48% que representa a la mayoría manifiestan poseer menos de 10 departamentos, por otra parte un 33% manifiesta no tener departamentos disponibles por incursionar construcción de casas multifamiliares, a su vez, con un 9% manifiestan poseer de 11 a 20 departamentos, y finalmente un 10% ostenta tener de 21 o más departamentos en conjuntos habitacionales de gran extensión.

6.- ¿De acuerdo a su experiencia cuál es el lugar más atractivo para los clientes, al momento de comprar una vivienda en Ambato?

CUADRO No. 20
LUGAR O SECTOR

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
Ficoa	9	43
Miraflores	3	14
Ciudadela España	3	14
Izamba	4	19
Otro	2	10
TOTAL	21	100

FUENTE: ENCUESTAS

ELABORADO: EL AUTOR

GRÁFICA 20



INTERPRETACIÓN

Al interpretar los resultados conviene plantear la construcción al momento de realizar los análisis de localización del proyecto en el barrio Ficoa ya que el 43% de los constructores manifiesta que éste es el lugar más atractivo por los clientes considerándolo como una zona residencial, por otra parte con el 19% manifiestan que los clientes están optando por el barrio Izamba por la comodidad de precios en terrenos, y a su vez con un 14%, 14%, manifiestan que el lugar idóneo para sus clientes son los barrios Miraflores y Ciudadela España y finalmente con

un 10% manifiesta que existen nuevas urbanizaciones que han sido aceptadas por sus clientes.

7.- ¿Cuál es el porcentaje de utilidad que usualmente proyecta al vender un departamento?

CUADRO No. 21

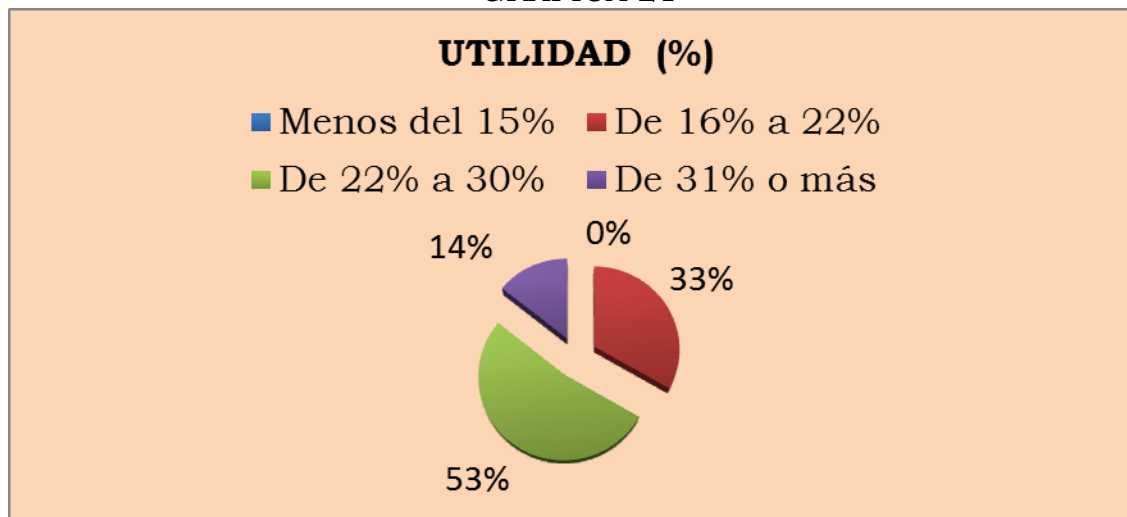
UTILIDAD

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
Menos del 15%	0	0
De 16% a 22%	7	33
De 22% a 30%	11	52
De 31% o más	3	14
TOTAL	21	100

FUENTE: ENCUESTAS

ELABORADO: EL AUTOR

GRÁFICA 21



INTERPRETACIÓN

Los resultados obtenidos muestran que el 53% que representa a la mayoría, proyectan generar una utilidad del 22% a 30%, por otra parte

el 33% proyecta generar una utilidad de 16% a 22%, y un 14% de los encuestados indica proyectar ganancias de 31% o más.

8.- ¿Según su experiencia, cuánto tiempo consideraría necesario para concluir un proyecto de seis Departamentos?

CUADRO No. 22
TIEMPO DE CONSTRUCCIÓN

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
Menos de 1 año	4	19
De 1 a 2 años	17	81
De 2 a 4 años	0	0
TOTAL	21	100

FUENTE: ENCUESTAS

ELABORADO: EL AUTOR

GRÁFICO No.22



INTERPRETACIÓN

Los resultados obtenidos evidencian que para realizar un proyecto de construcción de 6 departamentos estiman con un 81% de 1 a 2 años de construcción, mientras que un 19% lo ejecutaría en menos de un año.

9.- ¿En cuántos meses ha vendido usted aproximadamente seis departamentos?

CUADRO No. 23
TIEMPO ESTIMADO DE VENTA

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
Menos de 6 meses	3	14
De 6 a 12 meses	8	38
De 12 a 24 meses	8	38
De 24 a 36 meses	2	10
TOTAL	21	100

FUENTE: ENCUESTAS

ELABORADO: EL AUTOR

GRÁFICO No.23



INTERPRETACIÓN

Se observa en la gráfica que con un 38% manifiesta un tiempo determinado de 6 a 12 meses para vender 6 departamentos; por otra parte de igual forma con un 38% revela un tiempo estimado de 12 a 24

meses, con un 14% se encuentran las constructoras con amplia experiencia que necesitan menos de 6 meses para vender los seis departamentos, y finalmente un 10% declara vender seis departamentos de 24 a 36 meses.

g. DISCUSIÓN

2. ESTUDIO DE MERCADO

Dentro de los objetivos principales que persigue un plan o estudio de mercado, es considerar las posibilidades reales que tiene el mercado, primordialmente, la definición de los demandantes que estarían dispuesto adquirir departamentos en un conjunto residencial, de reciente introducción en el área urbana de la ciudad de Ambato.

De igual forma, cuando en el mercado existe un bien o servicio, que se encuentre debidamente identificado por los consumidores o los usuarios, estos se valen de la competencia que producen los oferentes de igual o similar producto, para conseguir mejores precios o calidad, es imprescindible, y con mayor énfasis, determinar las verdaderas características que presenta estos oferentes en el mercado.

Por otra parte, conviene suponer una relativa seguridad, en razón de que, la participación de los informantes claves, que en forma muestral son encuestados, mantienen ciertas condiciones que tienen relación con la forma de percibir el proceso, la cultura, los gustos, posibilidades económicas, entre otros factores que sin lugar a duda pueden en cierto modo distorsionar la realidad.

El procedimiento que se evidenciará en el presente proyecto, sintetiza un grupo de decisiones que serán los parámetros a observar durante la

consolidación del estudio, proporcionando elementos válidos para la estructuración de las herramientas necesarias para levantar la información clave, la misma que tabulada adecuadamente y con pertinencia, determinarán los resultados más cercanos posibles a la realidad existente en el mercado, con relación al bien o producto que se pretende edificar.

En resumen el estudio de mercado realizado permite; determinar si hay suficiente demanda del producto o servicio propuesto; conocer el perfil de los consumidores potenciales; identificar cuáles son nuestros competidores, que hacen, y a quien atienden; todos estos parámetros nos servirán para crear ventajas competitivas y definir el Marketing Mix (producto, precio, plaza, promoción).

Una vez conseguido el propósito de segmentación, las demás decisiones están directamente relacionadas con los elementos de la demanda, oferta, competencia, precios, calidad, preferencias, entre otros.

2.1 DEFINICIÓN DE LA DEMANDA PARA DEPARTAMENTOS EN CONJUNTOS RESIDENCIALES.

Luego de realizar la tabulación de la información y su análisis correspondiente, se determino a los demandantes potenciales y efectivos para los departamentos del conjunto residencial denominado “El Portal del Sueño” en la ciudad de Ambato provincia de Tungurahua:

2.2 DETERMINACIÓN DE LOS DEMANDANTES POTENCIALES Y EFECTIVOS DE LOS DEPARTAMENTOS DEL CONJUNTO RESIDENCIAL.

2.2.1 DEMANDANTES POTENCIALES

Para determinar la demanda potencial se determino considerando el déficit habitacional en Ambato, del área urbana, las estimaciones bordean aproximadamente 29.282 viviendas corresponden a viviendas de carácter mísero como son covachas y chozas , cuartos en casa de inquilinato, ranchos, mediagua, valores tomados del CUADRO No. 2 pag.15, los mismos que pueden ser considerados como potenciales clientes dentro del proyecto al no contar con vivienda propia.

CUADRO No. 24

DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL
DÉFICIT HABITACIONAL EN AMBATO DEMANDA POTENCIAL
29.282

FUENTE: CUADRO No. 02 pag.15; ANEXO 03.
ELABORADO POR: EL AUTOR

De esta manera se obtienen así el total de la población que no dispone de vivienda propia; determinando de esta forma la **demanda potencial**, revelando un total de 29.282 hogares que no disponen de vivienda.

2.2.2 DEMANDANTES REALES

Por otra parte para determinar la demanda efectiva, se considera el total obtenido de los demandantes potenciales, a este valor se lo simplifica al considerar los porcentajes de la tabulación de encuestas considerando para esté análisis las preguntas 2 y 3 (**¿ Identifique cuál es el ingreso económico mensual que percibe?; ¿ Le gustaría adquirir un departamento en un conjunto residencial?**) considerando las

mencionadas preguntas como las más trascendentes para obtener el resultado que se presenta en el CUADRO No. 2 DEM, determinando los demandantes efectivos que apoyarían a la empresa al adquirir un departamento en el conjunto residencial; presentando a continuación los resultados en el siguiente cuadro:

CUADRO No. 25

DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA REAL				
DEMANDA POTENCIAL (DP)	PORCENTAJE ENCUESTAS (PE)	PROMEDIO= DP x PE%	PORCENTAJE ENCUESTAS	DEMANDA REAL
	2¿ Le gustaría adquirir un departamento en un conjunto residencial? RESPUESTA SI		3¿ Identifique cuál es el ingreso económico mensual que percibe su familia? De \$ 1.201,00 a \$ 2.000,00 o \$ 2.001,00 o más	
29.282	61	17.862	35	6.252
FUENTE: CUADRO No 24; Pregunta 2 y 3 TABULACIÓN ENCUESTAS DEMANDA ELABORADO POR: EL AUTOR				

Para obtener los resultados de la demanda real, se considera el total de demandantes potenciales, relacionándolo con los resultados de la encuesta para ello se utilizó la pregunta número dos (**¿ Le gustaría adquirir un departamento en un conjunto residencial?**), en la cual respondieron SÍ el 61% de los encuestados por lo que se promedia y se toma en cuenta el 61% del valor de la demanda potencia obteniendo un total de 17.862, éste resultado a su vez se lo simplifica al relacionarlo con la pregunta tres de la encuesta (**¿ Identifique cuál es el ingreso económico mensual que percibe?**) en este apartado se utilizó el

porcentaje correspondiente al 35% de las personas que respondieron mantener ingresos económicos familiares superiores a \$.1.201,00 que corresponde a las personas que estarían en condiciones económicas para adquirir un crédito en entidades financieras y comprar un departamento en la zona residencial mencionada en el presente proyecto; de esta forma se obtuvo un total de **demandantes reales** de 6.252 Habitantes que estarían dispuestos adquirir un departamento a la nueva empresa constructora en la ciudad de Ambato.

2.2.3 DEMANDANTES EFECTIVOS

Para determinar la demanda efectiva, se considera el total obtenido de los demandantes reales, a este valor se lo simplifica al considerar los porcentajes de la tabulación de encuestas considerando para este análisis las pregunta 10 (**¿En caso de crearse el conjunto residencial de departamentos denominado “El portal del Sueño” en la ciudad de Ambato, usted compraría un departamento?**) considerando las mencionadas preguntas como las más trascendentes para obtener el resultado que se presenta en el CUADRO No. 26 , determinando los demandantes efectivos que apoyarían a la empresa al adquirir un departamento en el conjunto residencial; presentando a continuación los resultados:

CUADRO No. 26

DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA REAL		
DEMANDA REAL	PORCENTAJE ENCUESTA	DEMANDA EFECTIVA
	10¿ En caso de crearse el conjunto residencial de departamentos denominado "El portal del Sueño en la ciudad de Ambato, usted compraría un departamento? RESPUESTA SI	
6252	65	4064
FUENTE: CUADRO No 25; Pregunta 10 TABULACIÓN ENCUESTAS DEMANDA ELABORADO POR: EL AUTOR		

Con los datos establecidos, luego de elaborar un proceso de tabulación de los mismos, e identificar al total de habitantes que no disponen de vivienda propia y se encuentran arrendando, se consigue determinar la cantidad de habitantes que serían demandantes efectivos en la ciudad de Ambato, es importante a su vez, mencionar la posibilidad; de que personas que dispongan de vivienda propia se puedan convertir en demandantes o clientes potenciales por razones o motivos puntuales, como pueden ser, contar con otra vivienda, cambiar de residencia, realizar inversiones en bienes raíces, entre otros. Todo el proceso entonces determina en resumen los siguientes datos:

Demanda Potencial determinada para el proyecto: 29.282

Demanda Real determinada para el proyecto: 6.252

Demanda Efectiva determinada para el proyecto: 4.064

(Estos valores representados en cantidad de Habitantes)

Una vez que se establece la demanda efectiva para los departamentos en la zona residencial, es conveniente decidir cuál será el tipo de materiales de construcción a utilizar en cada departamento. Para ello se procede de acuerdo a las mayores preferencias de los encuestados tomando en cuenta la pregunta cinco de la encuesta (**¿Al comprar un Departamento con qué tipo de acabados le gustaría adquirirlo?**) los resultados obtenidos corresponden al 56% de los encuestados que les gustaría adquirir los departamentos con **Materiales o Acabados de Primera Calidad** por lo que se analizará más adelante este resultado al realizar el estudio técnico y financiero.

2.3 DEFINICIÓN DE LA OFERTA DE DEPARTAMENTOS EN ZONAS RESIDENCIALES

Para obtener información sobre la oferta, se extraen datos de las encuestas realizadas a los representantes de empresas constructoras de viviendas en la ciudad de Ambato, específicamente aquellos que se dedican a construir proyectos de conjuntos habitacionales en la zona urbana de la ciudad de Ambato.

De los datos obtenidos se desprende que existe una oferta promedio de **177** departamentos para el segundo semestre del 2012 datos obtenidos de la encuesta realizada a la oferta según la pregunta cinco (**¿Cuántos departamentos tiene usted disponibles para la venta para el segundo semestre del 2012?**), según se demuestra en los análisis de resultados tabulados.

2.4 DEMANDA INSATISFECHA

Generalmente la demanda insatisfecha se traduce, como la diferencia entre la oferta y la demanda, tomando como referencia la situacionalidad del proyecto; por tanto, en este caso, la demanda está orientada a un segmento caracterizado de la población, conformado por las familias de clase media y media alta de la ciudad de Ambato, que a la final han definido su preferencia por viviendas en conjuntos residenciales.

Al existir oferta en el sector, existe la posibilidad de hacer un balance entre la oferta y demanda, por lo mismo, los demandantes demuestran su insatisfacción al no encontrar departamentos con acabados de primera calidad y en zonas residenciales, puesto que los principales oferentes han optado por realizar construcciones de viviendas y departamentos con acabados económicos en lugares no residenciales para disminuir el costo de venta de metros cuadrados de construcción.

A parte de los problemas propiamente de escasos de terrenos disponibles en zonas residenciales, existe también una demanda que puede ser aprovechada por la nueva empresa; por tanto, si comparamos la demanda vs la oferta, se determina que existe una demanda insatisfecha de 3.887 habitantes representados en el siguiente cuadro:

CUADRO No. 27

DEMANDA	4.064
OFERTA	177
DIFERENCIA	3.887

La conclusión es que, existen suficientes posibilidades de mercado para la nueva empresa al momento de la construcción del proyecto en una zona residencial.

3. PLAN DE MARKETING

3.1. OBJETIVOS DEL PLAN DE MARKETING

Los objetivos principales del plan de marketing es establecer las estrategias de venta, publicidad, fijación de precios, y promociones que consoliden la comercialización de acuerdo a lo establecido por la empresa, para lo cual se programan las siguientes estrategias:

- ✓ Que la construcción del proyecto termine en 18 meses.
- ✓ Enfocar el marketing a la clase media, y media alta de la ciudad de Ambato.
- ✓ Que a los 30 meses se recupere el 100% de los ingresos esperados.
- ✓ Analizar los precios del m² de la competencia para establecer márgenes de utilidad rentables y precios de venta competitivos.

3.2 ESTRATEGIA DE VENTAS

Al realizar el análisis e interpretación de las encuestas realizadas a los habitantes de Ambato de clase media y media alta, se determinó que los habitantes que superen los \$. 1.201,00 de ingresos mensuales, se encuentran en la capacidad financiera para obtener un préstamo a largo plazo, y adquirir un departamento con acabados de primera calidad.

Las entidades financieras como el BIESS, Banco Pichincha, Mutualista Pichincha, Produbanco, Banco Bolivariano, Banco del Pacifico,

Cooperativas, entre otras entidades financieras, al momento de otorgar un crédito se caracterizan por analizar la capacidad de solvencia del cliente, su estabilidad laboral, capacidad de pago entre otros factores, para finalmente facilitar el préstamo, siempre y cuando se hipoteque el bien adquirir, por esta razón es de suma importancia realizar los trámites necesarios, para obtener la legalización de propiedad horizontal de cada uno de los departamentos y concluir las ventas.

3.3 ESTRATEGIA PUBLICITARIA

Como estrategia publicitaria se utilizarán los medios de difusión identificados por la ciudadanía en las encuestas como son:

- **Periódicos de la localidad;** los anuncios se realizarán en un formato tres por cuatro centímetros, en los principales diarios de la localidad como los son “La Hora” y “El Heraldó” por su gran acogida en la localidad.
- **Internet;** Para promocionar el conjunto residencial se utilizara portales en internet que tengan credibilidad, siendo un método masivo, muy efectivo y económico que puede ser visualizado a través de su búsqueda en el mundo entero.
- Se utilizaran **Redes Sociales** como Facebook, y Twitter, para facilitar información sobre los departamentos a potenciales clientes, familiares y amigos.
- Crear una **página web** con ayuda profesional, utilizando buenas fotografías, croquis de ubicación, videos, precios, entre otras estrategias, ya que ofertar por la web representa una manera fácil y económica de promocionar los departamentos.
- Finalmente se utilizaran **letreros o rótulos publicitarios** a colores en la fachada de los departamentos.

A todo el proceso de estrategia publicitaria se utilizara el slogan **Tus sueños hechos realidad, conjunto residencial “El portal del Sueño”**, fotografías en tres dimensiones del proyecto, y fotografías concluido el proyecto, croquis de ubicación, distribución arquitectónica de los departamentos, planta baja, primera planta alta, segunda planta alta, áreas verdes, estacionamientos y terraza, así como su precio y forma de pago.

3.4 ESTRETEGIA DE FIJACIÓN Y POLÍTICA DE PRECIOS

Al realizar el estudio de mercado y al conocer la demanda de departamentos en zonas residenciales de Ambato, se interpreto que los precios de los departamentos varían en función del área útil, tipo de acabados, ubicación, servicios disponibles, entre otros, a un valor de \$. 800,00 a \$. 950,00 el metro cuadrado de construcción.

Es por esto que para lograr estar a la medida de la competencia en lo referente a precios, luego de determinar los costos unitarios, se procede a incrementar un 26,30 % de utilidad, determinando el presente incremento a cada metro cuadrado, dado esto al conocer el valor del metro cuadrado de venta en el mercado en el barrio residencial “Ficoa el Sueño”.

Bajo las consideraciones mencionadas, se ha establecido el precio de venta unitario a \$. 794,09. el metro cuadrado de construcción.

3.5 PLAN DE ACTIVIDADES DE MARKETING

Para poder estructurar correctamente el plan de marketing es indispensable contar con un plan de actividades que ordene los

procedimientos y a su vez evalúe los avances de cada una de las estrategias que han sido establecidas mediante un proceso técnico basado en factores como son: características del producto, precio del mercado, plaza en la que incurrirá, forma de promocionarse y demás.

Con el objetivo de dejar constancia del presente plan de marketing pongo a su disposición el cuadro No. 28 en el que se detalla de manera ordenada los pasos que se deben seguir, el presupuesto que se necesita y las personas responsables del éxito en su futura aplicación.

CUADRO No. 28

PLAN DE ACTIVIDADES PARA EL MARKETING DEL PRODUCTO

MARKETING	DETALLE	PLAN DE ACTIVIDADES		
		PRESUPUESTO TOTAL	TIEMPO	RESPONSABLES
PRODUCTO	La empresa entregara al mercado un conjunto residencial de seis departamentos	El presupuesto considerado para construcción de 817 m2 de construcción se distribuyes con los valores costos primos, gastos generales, gastos de administración y ventas.	Dos años con 6 meses destinados 18 meses para la construcción y 12 meses para la venta.	La gestión administrativa y financiera del gerente y personal técnico, contratación llave en mano en el tiempo planteado en el proyecto.
PRECIO	De acuerdo a la investigación realizada y al presupuesto elaborado para la construcción del proyecto tendrá un costo total de \$514.094,96	Los ingresos que se obtendrá en la venta de los seis departamentos será \$649.298,44, con un precio de venta \$ 794,09 m2 de construcción.	Dos años con 6 meses	Gerencia, Secretaria Contadora, y Vendedor.
PLAZA	La implementación y puesta en marcha de la empresa será ubicada en la ciudad de Ambato en el barrio Ficoa EL Sueño.	El presupuesto con el que se ejecutará esta estrategia en el mercado consta en los costos de remuneración que serán de \$57.000,00 y administrativos que será de \$7.500,00	Dos años con 6 meses	Gerencia, Vendedor.
PROMOCIÓN	En base a las respuestas de los encuestados se escogió internet, vallas publicitarias y publicidad en diarios locales por ser el medio favorito de difusión publicitaria.	Los medios de comunicación seleccionados serán los encargados de publicitar durante un año por el valor de \$ 3000,00	Un año	Gerencia y vetas.

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1 LOCALIZACIÓN Y TAMAÑO DEL PROYECTO

La empresa y levantamiento del proyecto formalmente constituido tendrá un domicilio fiscal de conocimiento público o fácil de identificar en la ciudad Ambato provincia de Tungurahua, lo cual le permitiría a la empresa que sus clientes puedan llegar a ella fácilmente a identificar la edificación que se estará ofreciendo.

4.2 OBJETIVO DE LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO CONSTRUCTIVO

La localización del proyecto tiene por objetivo determinar suelo urbanizado dentro de la ciudad de Ambato, que reúne características viables y óptimas para la ejecución del conjunto residencial, y con ello asegurar las expectativas de venta rápida de los Departamentos denominados “ El Portal del Sueño”.

4.3 FACTORES DE LOCALIZACIÓN MACRO DEL PROYECTO

Debido a los resultados obtenidos a través de las encuestas realizadas y por motivos de combinación al contar un terreno propio por parte del principales accionistas de la futura compañía, la ubicación técnica aceptable, es en el barrio “Ficoa El Sueño” ubicado en el área urbana de la ciudad de Ambato provincia de Tungurahua; fortaleciendo las características o factores localizacionales de importancia considerados a continuación:

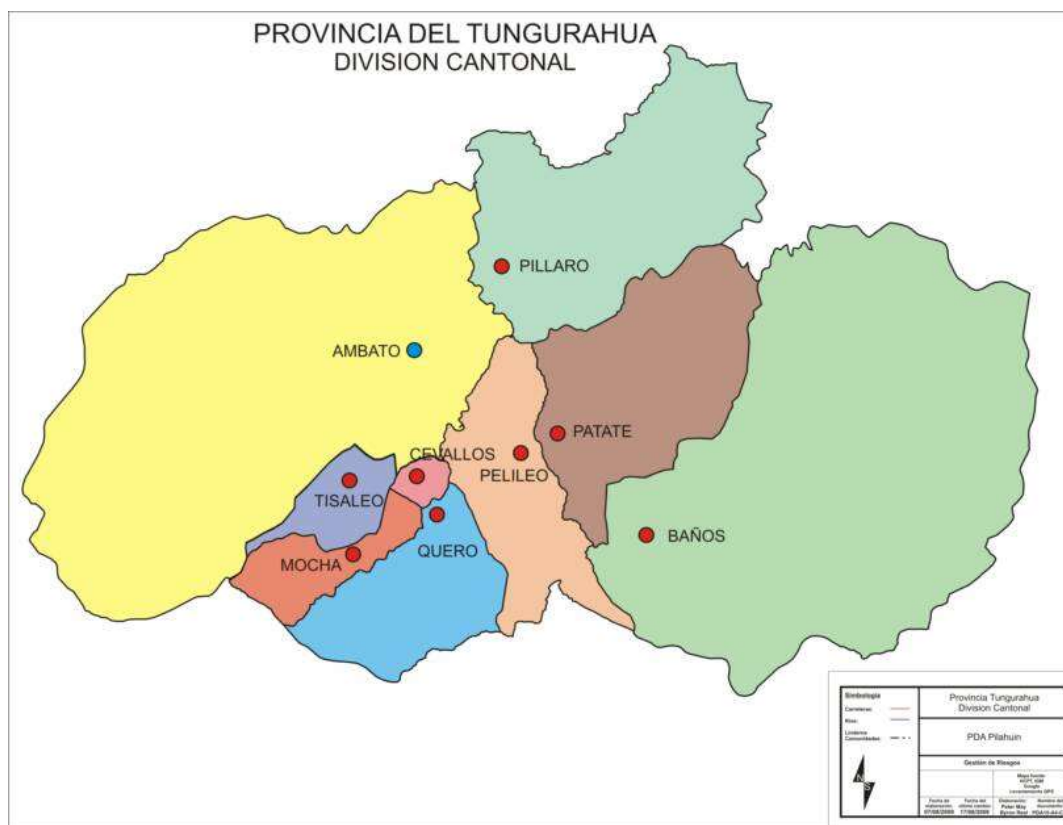
- ✓ Facilidad de movilización vehicular y vías circundantes de primer orden.
- ✓ Capacidad del terreno para un máximo constructivo de dos bloques de tres departamentos cada uno, esto se debe a

ordenanza municipal, ya que en el sector es prohibido edificar construcciones de más de tres pisos en terrenos de menos 1000 m².

- ✓ Características del Sector como zona residencial de alta plusvalía dentro de la ciudad.
- ✓ Planimetría de forma plana, con un máximo de altimetría de 5%.
- ✓ Infraestructura de necesidades básicas disponible; agua potable, energía eléctrica, alcantarillado sanitario y pluvial, telefonía convencional y celular, veredas y bordillos.
- ✓ Tramites del lote libre de gravámenes.
- ✓ Microclima del sector con temperaturas cálidas.

CUADRO No. 29

MAPA DE LA DIVISIÓN CANTONAL DE TUNGURAHUA



4.4 FACTORES DE MICRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Uno de los métodos que permite tomar una decisión para la micro localización óptima del proyecto es el método cualitativo por puntos; en base al cual se determina la ubicación de la construcción del proyecto.

FACTORES A CONSIDERAR:

- ✓ Energía Eléctrica, Agua Potable, Alcantarillado.
- ✓ Telefonía, Internet.
- ✓ Zona residencial.
- ✓ Vialidad.
- ✓ Medios (Supermercados, Escuelas, Áreas Verdes, entre otros).

Los cuales tienen un peso de 0.30 – 0.10 – 0.30 – 0.20 – 0.10, los sitios a elegir son los barrios considerados residenciales Ficoa El Sueño, Miraflores, Izamba.

CUADRO No 30

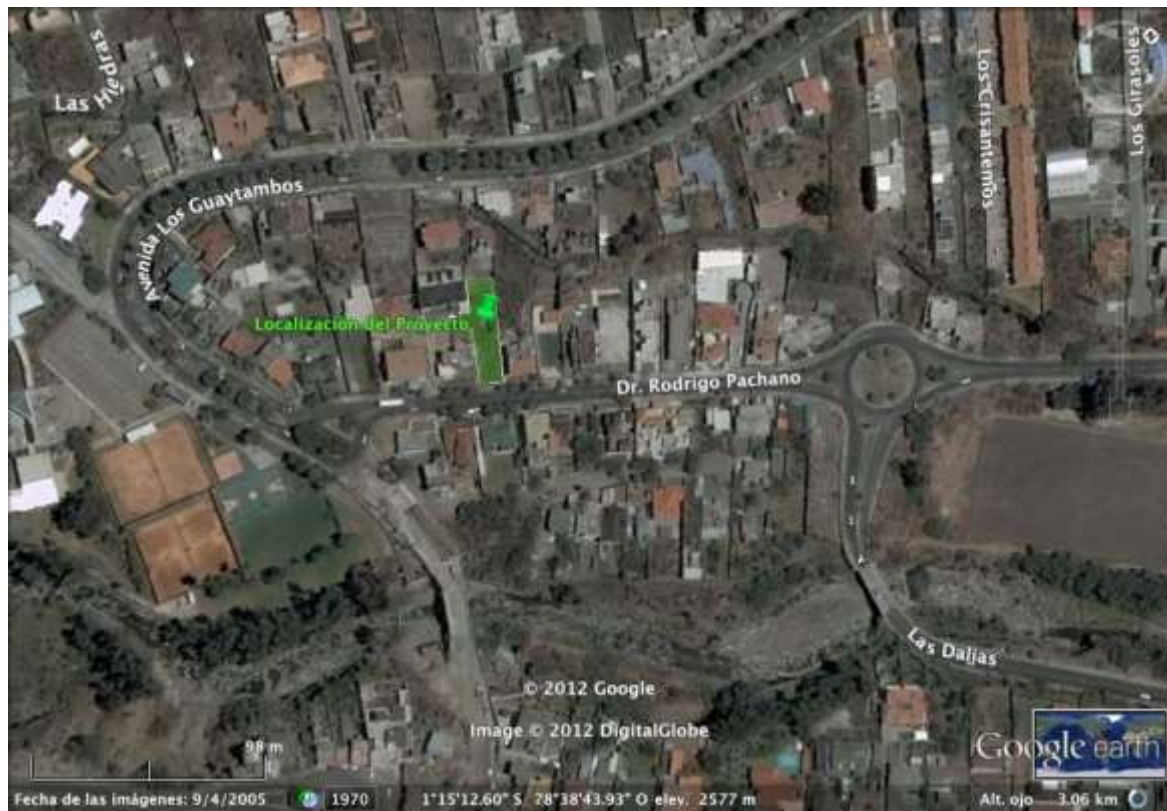
DEFINICIÓN DE LOS FACTORES DE LOCALIZACIÓN Y SU INFLUENCIA EN EL NUEVO PROYECTO

FACTORES	PESO	FICOA "El Sueño"		MIRAFLORES		IZAMBA	
		Califi.	Pond.	Califi.	Pond.	Califi.	Pond.
Energía Eléctrica, Agua Potable, Alcantarillado.	0.3	10	3	9	2.7	7	2.1
Telefonía, Internet.	0.1	10	1	8	0.8	6	0.6
Zona residencial.	0.3	10	3	10	3	7	2.1
Vialidad.	0.2	9	1.8	8	1.6	8	1.6
Medios	0.1	9	0.9	8	0.8	9	0.9
TOTAL	1	48	9.7	43	8.9	37	7.3

En base al análisis del cuadro propuesto la localización óptima del proyecto está ubicado en la ciudad de Ambato, con una calificación de 48 y un ponderado de 9.7 sector Ficoa El Sueño, entre Av. Rodrigo

Pachano y Av. Guaytambos en el cual queda identificado en el siguiente CROQUIS No. 1:

CROQUIS No. 1



4.5 TAMAÑO DEL PROYECTO

4.5.1 OBJETIVOS DEL TAMAÑO DEL PROYECTO

El principal objetivo del tamaño del proyecto es definir el tamaño óptimo a edificar, en relación a la capacidad financiera, dimensiones de terreno y ordenanza municipal permitida. Por otra parte el diseño arquitectónico en función al entorno del sector y su receptibilidad del mercado de bienes raíces.

4.5.2 DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA Y UTILIZADA EN LOS DEPARTAMENTOS DEL PROYECTO.

El terreno escogido para el desarrollo del proyecto es el que se presenta en los croquis antes indicados. Según la planimetría del terreno facilitada por el municipio el área del lote o terreno es de 617,43 m² y cuenta con las siguientes dimensiones:

CUADRO No. 31

DETALLE DE ÁREA Y EXTENSIONES DE LOTES COLINDANTES

DETALLE	NORTE	SUR	ESTE	OESTE	ÁREA m ²
LOTE	Rosario Parra	En parte propiedad de Cumandá Lozada y Salomón Lozada	Av. Rodrigo Pachano	En parte propiedad de Salomón Lozada y Héctor Bustos	
TOTAL	44.90 m	26,40 m 5,70 m	13 m	4,40 m 12,70 m	616,14 m ²

Por lo establecido por el I. Municipio de Ambato el terreno se ubica en una zona urbana por lo que se acoge a las ordenanzas y reglamentos de la misma; los cuales dictaminan que las edificaciones no pueden tener más de tres pisos en terrenos menores a 1000 m², por lo que en el área con la que se cuenta es de 616,14 m² se edificarían dos edificios identificados como Bloque 1 y Bloque 2, en el cual se detalla sus dimensiones en el CUADRO DE ÁREAS DE CONSTRUCCIÓN No. 01; a su vez el proyecto contará con un área verde de 30 m² y siete estacionamientos que corresponde a un estacionamiento para visitas y un estacionamiento para cada departamento; cabe recalcar que el proyecto arquitectónico que se presenta al municipio cuenta con muchos más detalles que deben ser aprobados para poder continuar con el proyecto.

CUADRO No. 32

CUADRO DE ÁREAS DE CONSTRUCCIÓN						
ÁREA DEL TERRENO	616,14	PORCENTAJE:		100%		
DENOMINACIÓN	ÁREA (m ²)	PORCENTAJE	ÁREA (m ²)	PORCENTAJE	ÁREA (m ²)	PORCENTAJE
	BLOQUE 1		BLOQUE 2		TOTALES	
PLANTA BAJA	129.01	20.94%	108.98	17.69%	237.99	38.63%
PRIMERA PLANTA ALTA	141.41	22.95%	148.54	24.11%	289.95	47.06%
SEGUNDA PLANTA ALTA	141.41	22.95%	148.19	24.05%	289.6	47%
ÁREA TOTAL	411.83	66.84%	405.71	65.85%	817.54	132.69%

4.6 PERIODO DE CONSTRUCCIÓN DEL PROYECTO

El tiempo que se estima para la construcción de los dos edificios es de 18 meses, los primeros doce meses se los dedicará a la realización de la obra gris de los dos Bloques, mampostería e instalación de agua y energía eléctrica, los 6 meses siguientes se los dedicará en general a concluir con los acabados de los seis departamentos.

4.7 DISEÑO CONSTRUCTIVO

Por la ubicación en la que se construirá el conjunto residencial se decidió plantear un estilo contemporáneo, con utilización de materiales y acabados de primera calidad; en cuanto a su estructura será de hormigón armado, contará con tres lozas y mampostería de ladrillo; no está por demás mencionar que contará con todas las comodidades necesarias.

4.8 CARACTERÍSTICAS DEL TERRENO

El terreno es regular, con una forma rectangular orientada de Oeste a Este, el frente principal del terreno está ubicado hacia el Este, en el cual se ubica la entrada en la Avenida Rodrigo Pachano con un ancho de 13 m², pero al fondo en el lado Oeste se reduce tornándose más angosto con un ancho de 12,70m². Lo importante del terreno para el presente proyecto es favorecernos de su profundidad proyectando la construcción de dos bloques denominados Bloque 1 y Bloque 2 cada uno con edificación de 3 departamentos.

4.9 DESCRIPCIÓN DE LOS DEPARTAMENTOS

BLOQUE 1

Planta baja.- Tendrá un dormitorio con baño propio y dos dormitorios con baño compartido, cocina cerrada, comedor, sala, medio baño y patio de servicio en total 129.01 m².

Primera Planta Alta.- Tendrá un dormitorio con baño propio o máster y dos dormitorios con baño compartido, cuarto de estudio, cocina cerrada, comedor, sala, medio baño y cuarto de servicio en total 141.41m².

Segunda Planta Alta.- Tendrá un dormitorio con baño propio o máster y dos dormitorios con baño compartido, cuarto de estudio, cocina cerrada, comedor, sala social, sala de estar que cuenta con medio baño y cuarto de servicio en total 141.41m².

BLOQUE 2

Planta baja.- Tendrá un dormitorio con baño propio y dos dormitorios con baño compartido, cocina cerrada, comedor, sala, medio baño y patio de servicio en total 108.98m².

Primera Planta Alta.- Tendrá un dormitorio con baño propio o máster y dos dormitorios con baño compartido, cuarto de estudio, cocina cerrada, comedor, sala de estar, sala social con medio baño y cuarto de servicio en total 148.54m².

Segunda Planta Alta.- Tendrá un dormitorio con baño propio o máster y dos dormitorios con baño compartido, cuarto de estudio, cocina cerrada, comedor, sala de estar, sala social que cuenta con medio baño y cuarto de servicio en total 148.19m².

Cada departamento tendrá closets en los dormitorios, muebles de cocina bajos y altos con mesones de granito y baños con accesorios, inodoros y lavabos, los pisos serán de madera y los baños de porcelanato; tendrá puertas en baños y dormitorios y en las entradas principales. A parte de esto se contará con 30 m² de áreas verdes, cada edificio contará con una terraza de 141.41m² en el Bloque 1 y 148.19m² en el Bloque 2 para realizar eventos sociales con parrilla BBQ y un garaje de visita por los seis departamentos apartadamente del que les corresponde, se dejará listo las instalaciones de luz, agua y teléfono, la puerta vehicular será a

motor automatizada y la peatonal tendrá portero eléctrico y para mayor seguridad los calefones estarán centralizado fuera de los departamentos y todo el conjunto residencial estará protegido por cercas eléctricas. En el siguiente cuadro se muestra de manera detallada las áreas de cada departamento.

CUADRO No. 33

Áreas de construcción por departamentos

CUADRO DE ÁREAS-DEPARTAMENTOS			
ÁREA DEL TERRENO		616,14	
DENOMINACIÓN	ÁREA (m ²)	ÁREA (m ²)	ÁREA (m ²)
	BLOQUE 1	BLOQUE 2	TOTALES
PLANTA BAJA	129.01	108.98	237.99
PRIMERA PLANTA ALTA	141.41	148.54	289.95
SEGUNDA PLANTA ALTA	141.41	148.19	289.6
ÁREA TOTAL	411.83	405.71	817.54


4.10 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DE LA OBRA CIVIL EN LOS EDIFICIOS DENOMINADOS BLOQUE 1 Y BLOQUE 2 PARA LA CONSTRUCCIÓN.

Para la ubicación del proyecto en el terreno, en base a las indicaciones de los planos respectivos, como paso previo a la construcción. Los trabajos de replanteo y nivelación serán realizados con personal técnico, capacitado y experimentado, utilizando aparatos de precisión, tales como teodolitos, niveles, cintas métricas, etc. Se colocará estacas de madera mínimo cada 10 m a la salida (L=80 m) de la conducción y en el resto de ésta a cada 50 m. y estarán perfectamente identificadas con la cota y abscisa correspondientes.

Los ramales que conforman la red de distribución será igualmente nivelada y abscisada siguiendo las vías principales, caminos y rutas según lo indicado en los planos, dejando estacas con identificación de cota y abscisa mínimo cada 100 m.

El replanteo y nivelación de estructuras se realizarán se acuerdo a las dimensiones que se indique en los planos según sea la estructura a implantar, se utilizará instrumentos de precisión y personal idóneo con experiencia y capacidad para esta actividad, se ubicarán mojones de control en cada estructura a construir en detalle; se describe a continuación en el CUADRO No 01 ESP-TEC las características del proyecto utilizando materiales y acabados de primera calidad y en resumen su proceso:

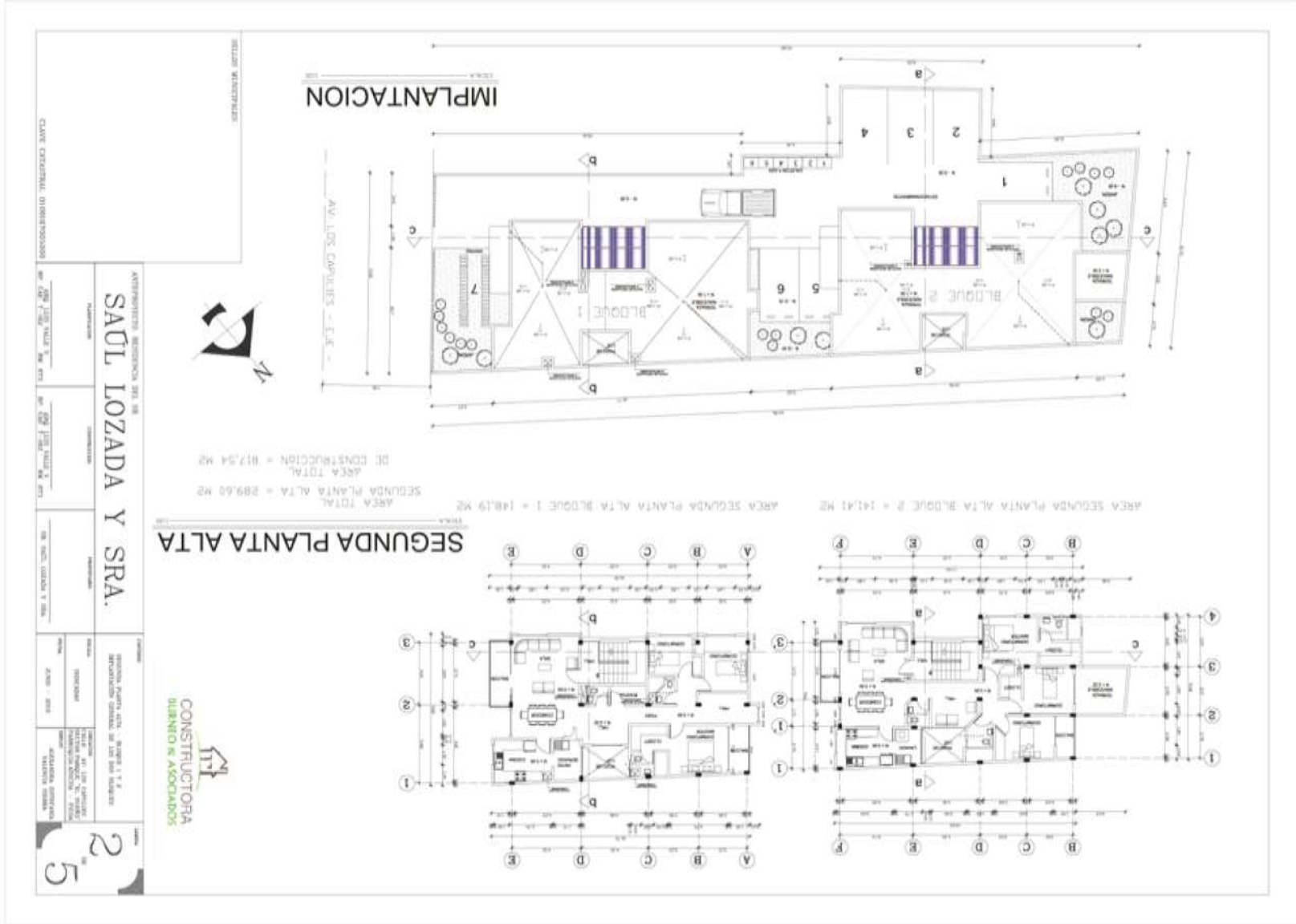
CUADRO No. 34

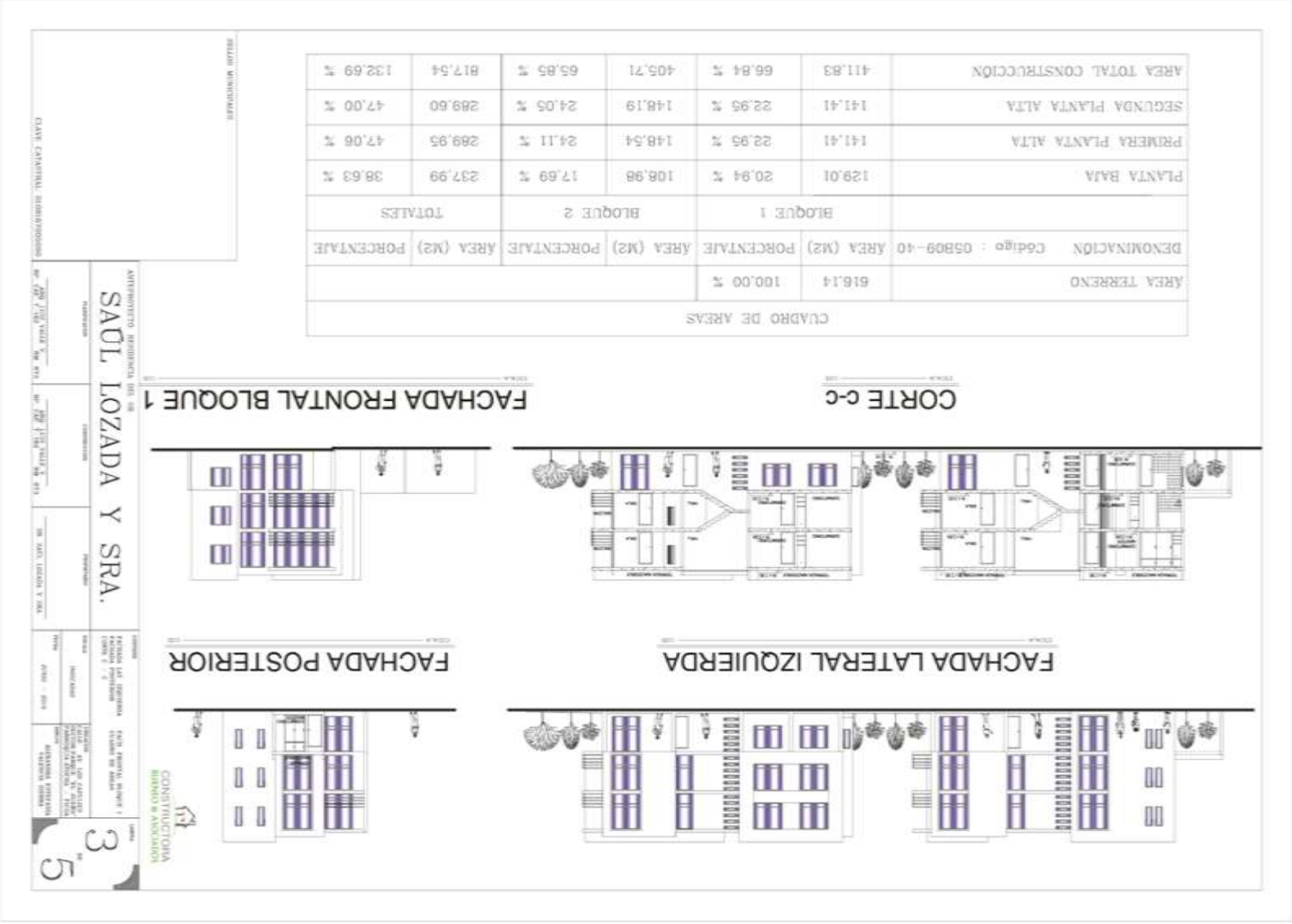
 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DE CONSTRUCCIÓN		
Cimentación	Base Cadenas	Mampostería de piedra
	Base Paredes	
Estructura	Plintos	Hormigón armado
	Cadenas	
	Columnas	
Losa	Entrepiso y Terraza	Hormigón armado
		Mortero champeado fino-empastado
		Masilla de cemento Hormigón armado impermeable
		Mortero champeado fino
		Masilla de cemento impermeable
Mampostería	Losa y Paredes	Ladrillo sólido

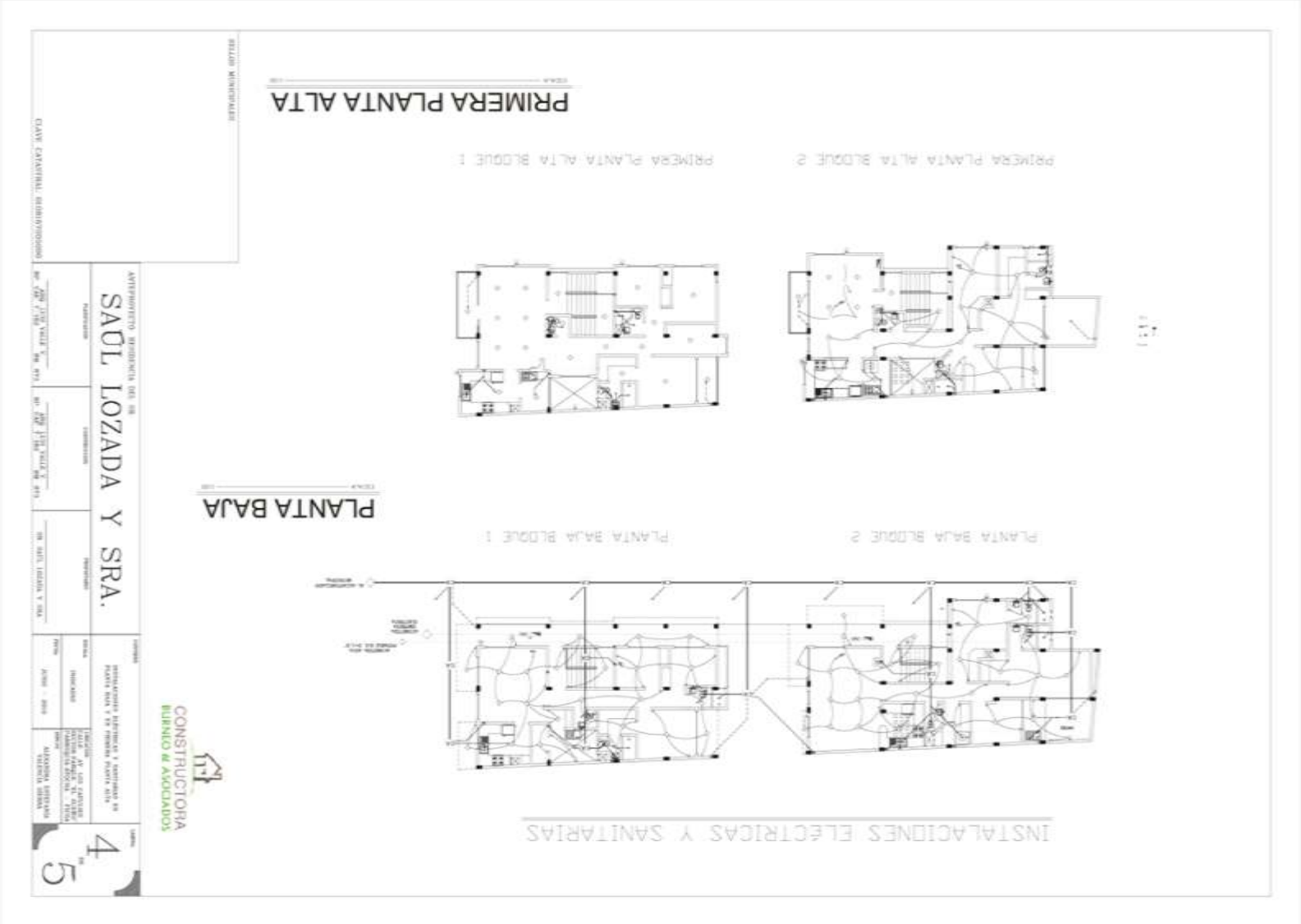
		Mortero de cemento
		Masilla de cemento-granillo-gres
		Empastado interno-externo
		Cerámica
Inst. Agua	Agua caliente	PVC. Plastigama
	Agua fría	
Inst. Eléctricas	Acometidas	Cables, Cajetines.
Pintura	Interna	Preparadas, Satinadas
	Externa	
Recubrimiento	Baños	Porcelanato de pared
	Patio de servicios	
Pisos	Cuartos, área social	Parquet de bálsamo Cerámica antideslizante
	Baños	
	Cocina	
	Patio de servicios	
Techos	Pozo de luz	Hierro forjado
		Policarbonato
Gradas	Fachada	Porcelanato antideslizante
		Hierro forjado
Ventanas	Externas	Corredizas de aluminio-vidrio normal
	Baños	Corredizas de aluminio-vidrio arenado
Puertas	Internas	Made-fibra lacada
	Externas	Hierro
Cerraduras	Verja	Portero y motor eléctrico
	Ingreso	Seguridad 3 pistilos decorativos
	Interiores	Pomo puertas y baños
Muebles	Cocina	Made-fibra lacada
Mesones	Cocina	Granito
Sanitarios	Baños	Porcelana blanca FV

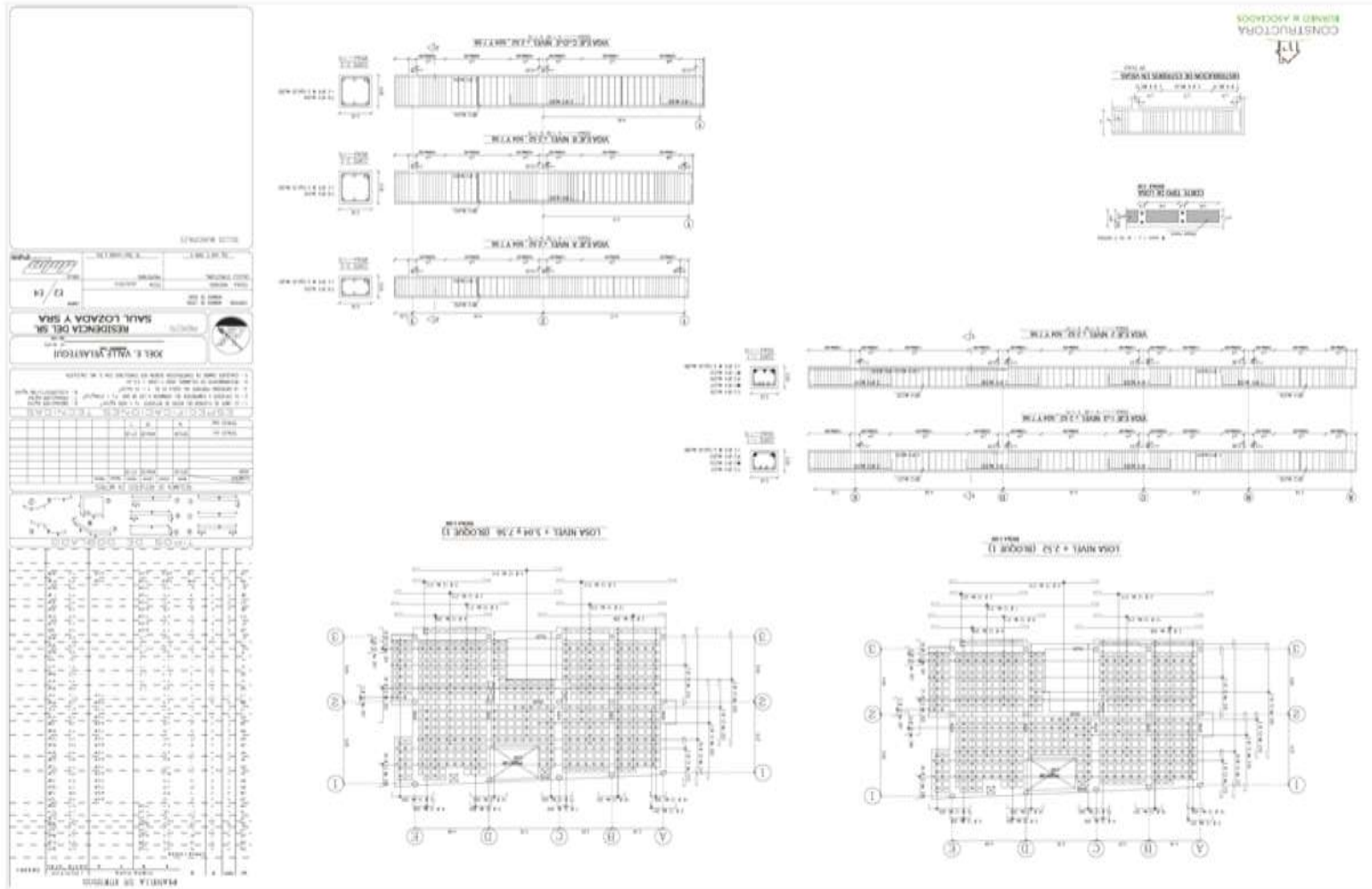
4.11 DISEÑO ARQUITECTÓNICO

A continuación se adjuntan los planos en el que se asocian los trazos, dibujos, delineados, esquemas o bocetos del presente proyecto mediante el cual se podrá estimar la inversión y costo del proyecto, además encontrará imágenes que muestra como se espera que quede el conjunto residencial ya terminado; imágenes que a su vez podrán ser utilizarán para elaborar el plan de marketing, expongo a continuación los planos arquitectónicos:









4.12 DETALLE DE COSTOS - LLAVE EN MANO

Para la ejecución del conjunto residencial se establece un costo total de construcción llave en mano de \$ 330.000,02; presupuesto facilitado por un arquitecto reconocido de la ciudad de Ambato detallando sus costos en el siguiente cuadro:

CUADRO No 33

PRESUPUESTO DE CONSTRUCCION CONJUNTO RESIDENCIAL "EL PORTAL DEL SUEÑO"
OFERENTE: ARQ. JOEL VALLE VELASTEGUI

ÍTEM	DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	P. UNITARIO	P. TOTAL
1	MOVIMIENTO DE TIERRAS				
1,1	LIMPIEZA MANUAL DEL TERRENO	m2	617,00	0,47	289,99
1,2	REPLANTEO Y NIVELACION	m2	617,00	1,35	832,95
1,3	EXCAVACION DE PLINTOS	m3	342	4,81	1.645,02
1,4	EXCAVACION DE CIMENTOS	m3	42	3,44	144,48
1,5	RELLENO Y COMPACTACIÓN CON MAT DE MEJORAMIENTO	m3	165	2,4	396,00
1,6	RELLENO SUELO NATURAL	m3	165	4,25	701,25
1,7	DESALOJO DE MATERIAL SOBRANTE CARG. A MAQUINA	m3	83,8	4,82	403,92
Sub Total Item 1					4.413,61
2	ESTRUCTURA				
2,1	REPLANTILLO DE H. SIMPLE 180 Kg/cm2	m3	20,00	140,00	2.800,00
2,2	PLINTOS DE Hº Sº DE 210 Kg/cm2	m3	26,00	135,01	3.510,26
2,3	HORMIGON EN CADENAS f'c=210 Kg/cm2	m3	166,00	160,73	26.681,18
2,4	HORMIGON EN COLUMNAS f'c=210 Kg/cm2	m3	166,00	200,00	33.200,00
2,5	HORMIGON EN VIGAS f'c=210 Kg/cm2	m3	166,00	181,08	30.059,28
2,6	LOSA ALIVIANADA E=20 cm f'c=210 Kg/cm2	m2	426,00	32,99	14.053,74
2,7	LOSA CON PLACA COLABORANTE planta alta	m2	152,00	32,99	5.014,48
2,8	HORMIGÓN CICLOPEO EN CIMENTOS	m3	345,00	70,36	24.274,20
2,9	HORMIGÓN EN RIOSTRAS .15*.10, f'c=180 Kg/cm2 puertas	m3	152,00	120,00	18.240,00
2,9	HORMIGÓN EN PLATAFORMAS DE ACCESO	m3	52,00	120,00	6.240,00
2,1	ACERO DE REFUERZO	Kg	8395,41	3,00	25.186,23
2,11					-
Sub Total Item 2					189.259,37
3	MAMPOSTERIAS				
3,1	BORDILLO Hº Sº 180 KG/cm2 Espejo de Agua	ml	31,10	17,35	539,59
3,2	MESON DE COCINA	ml	32,00	24,20	774,40
3,3	MAMPOSTERIA LADRILLO MAMBRON	m2	1254,00	17,40	21.819,60
3,3	CERRAMIENTO MAMPOSTERIA	m2	124,00	17,40	2.157,60
3,3	CERRAMIENTO TUBO	ml	20,15	17,40	350,61
3,4	LAVANDERIA	U	6,00	185,50	1.113,00
Sub Total Item 3					26.754,80
4	ENLUCIDOS				
4,1	ENLUCIDO DE FAJAS	ml	432	2,25	972,00
4,2	ENLUCIDO VERTICAL	m2	1332	5,45	7.259,40
4,3	MASILLADO DE LOSA + IMP. MORT. 1:3 + SIKA 1	m2	456	5,25	2.394,00
4,4	MASILLADO DE PISOS	m2	698	5,25	3.664,50
4,5	CERAMICA PAREDES	m2	267	19,50	5.206,50
4,6	EMPASTADO INTERIOR	m2	848	2,30	1.950,40
4,7	EMPASTADO EXTERIOR	m2	876	1,70	1.489,20
4,8	MEDIAS CAÑAS GOTEROS	ml	267	1,25	333,75
Sub Total Item 4					23.269,75
5	PISOS				
5,1	CONTRAPISO E=8cm H.S. 180 Kg/cm2	m3	266,00	15,66	4.165,56

5,2	MALLA ELECTROSOLDADA DE 15X15X6	m2	421,00	15,66	6.592,86
5,3	ALISADO DE PISOS	m2	421,00	3,25	1.368,25
5,4					
5,5		m2		18,25	-
5,6		m2		14,49	-
5,7		m2		19,50	-
Sub Total Item 5					7.961,11

6	CARPINTERIA METAL / MADERA				
6,1	VIDRIO CLARO FLOTADO 8 mm PROYECTABLE	m2	320,00	15,66	5.011,20
6,2	MUEBLES ALTOS DE COCINA	ml	62,00	110,65	6.860,30
6,3	MUEBLES BAJOS DE COCINA	ml	68,00	100,25	6.817,00
6,4	CLOSETS	ml	17,85	140,00	2.499,00
6,5	CERRADURA LLAVE-LLAVE INSTALADA	U	6,00	12,06	72,36
6,6	CERRADURA LLAVE-SEGURO INSTALADA	U	6,00	8,44	50,64
6,7	CERRADURA DE BAÑO INSTALADA	U	36,00	9,30	334,80
6,8	PASAMANO DE ACERO INOXIDABLE	ml	65,00	21,74	1.413,10
6,9	PUERTA PRINCIPAL	U	2,00	125,50	251,00
6,1	PUERTAS AMBIENTES (0.90X2.10)	U	36,00	126,50	4.554,00
6,11	PUERTAS AMBIENTES (0.70X2.10)	U	36,00	126,50	4.554,00
6,11	PUERTA PEATONAL	U	2,00	126,50	253,00
6,11	PUERTAS ACCESO VEHICULAR	U	1,00	126,50	126,50
6,12	VENTANAS DE ALUMINIO CON REJILLA INSTALADA	m2	65,00	48,52	3.153,80
6,13	PUERTAS CORREDIZAS	U	1,00	126,48	126,48
6,13	PERGOLAS DE MADERA EN CUBIERTA(0.10x0.10)	ml	43,00	126,50	5.439,50
6,14	MANGÓN DE MADERA EN PASAMANO EXTERIOR	ml	6,37	126,50	805,81
6,15	CUBIERTA DE VIDRIO EN DUCTOS(incluye estructura)	m2	13,90	126,50	1.758,35
6,16	PERFILES DE ALUMINIO COLOR MADERA (fachada)	ml	186,00	48,52	9.024,72
Sub Total Item 6					53.105,56
7	RECUBRIMIENTOS				
7,1	PINTURA DE CAUCHO INTERIOR (2 MANOS)	m2	759,00	2,10	1.593,90
7,2	PINTURA DE CAUCHO EXTERIOR (2 MANOS)	m2	764,00	2,35	1.795,40
Sub Total Item 7					3.389,30
8	CUBIERTAS				
8,1	CIELO RASO DE GIPSIM	m2	534	14,00	7.476,00
8,2	CORNIZAS GIPSUM	ml	524	9,00	4.716,00
Sub Total Item 8					12.192,00
9	AGUA POTABLE				
9,1	SALIDAS DE AGUA FRIA PVC	pto.	22,00	32,50	715,00
9,2	SALIDAS DE AGUA CALIENTE PVC	pto.	12,00	43,19	518,28
9,3	SALIDAS PARA MEDIDORES	pto.	1,00	45,00	45,00
9,4	LLAVE DE LAVANDERIA	U	6,00	15,90	95,40
Sub Total Item 8					1.373,68
10	APARATOS SANITARIOS				
10,1	MEZCLADORA PARA LAVABO	U	7,00	16,23	113,61
10,2	LAVAMANOS COMPLETO	U	6,00	33,37	200,22
10,3	INIDORO TANQUE BAJO	U	18,00	74,22	1.335,96
10,4	LAVAPLATOS CONACAL COMPLETO	U	6,00	85,25	511,50
10,5	DUCHA SENCILLA CROMADA	U	12,00	7,52	90,24

10,6	ACCESORIOS BAÑOS (NACIONAL)	JUEGO	18,00	35,23	634,14
Sub Total Item 8				2.885,67	
11	AGUAS SERVIDAS				
11,1	PUNTO DE DESAGÜE PVC 2"	pto.	22,00	12,14	267,08
11,2	PUNTO DE DESAGÜE PVC 3"	pto:	20,00	7,80	156,00
11,2	PUNTO DE DESAGÜE PVC 4"	pto:	12,00	7,80	93,60
11,3	BAJANTES DE AGUAS SERVIDAS PVC 110 mm	ml	16,00	5,79	92,64
11,4	BAJANTES DE AGUAS LLUVIAS PVC 110 mm	ml	22,00	5,79	127,38
11,4	Cajas de Revisión 60x60	ml	23,00	5,79	133,17
11,5	Tubería para canalización exteriores 4"	ml	265,00	5,28	1.399,20
11,6	CONEXIÓN DOMICILIARIA DE ALCANTARILLADO	U	6,00	82,50	495,00
Sub Total Item 9				2.764,07	
12	INSTALACIONES ELECTRICAS				
12,1	ILUMINACION (OJO DE BUEY 20W)	pto.	154,00	14,11	2.172,94
13,1	SPOT DIRIGIBLE ACERO INOXIDABLE	pto.	46,00	15,11	695,06
14,1	LUMINARIA DE PISO TIPO BIPIN	pto.	49,00	16,11	789,39
	bloque de hormigón exterior (contiene iluminación)	U	11,00		
15,1	BIPINES	pto.	23,00	17,11	393,53
12,1	DICROICO 50W	pto.	119,00	14,11	1.679,09
13,1	PUNTO DE LUZ EXTERIOR	pto.	25,00	15,11	377,75
12,2	SALIDAS PARA TELEFONO	pto.	10,00	52,68	526,80
12,3	SALIDA TV CABLE	pto.	18,00	53,68	966,24
12,4	PORTERO ELÉCTRICO	pto.	6,00	53,68	322,08
1,25	SALIDAS ESPECIALES	pto.	6,00	21,30	127,80
12,6	TOMACORRIENTES 110 v	U	114,00	13,38	1.525,32
Sub Total Item 10				5.525,08	
13	OBRAS EXTERIORES				
13,1	CISTERNA	U	1,00	385,29	385,29
13,2	CALEFON	U	6,00	253,50	1.521,00
13,3					
13,4	LIMPIEZA FINAL DE LA OBRA	m2	808,00	0,70	565,60
Sub Total Item 11				9.522,29	
14	VARIOS				
14,1	CUBIERTA DE POLICARBONATO	U	1,00	385,29	385,29
14,2					
14,3					
14,4					
Sub Total Item 10				2.471,89	
SUBTOTAL GENERAL				335.365,88	
DIRECCION TECNICA 8%				26.829,27	
I.V.A.12%				40.243,91	
SUBTOTAL GENERAL				402.439,05	
PORCENTAJE DE INVERSION REALIZADO 18 %				72.439,03	
TOTAL GENERAL				330.000,02	

SON: TRESCIENTOS TREINTA MIL CON 02/100 DOLARES AMERICANOS

4.13 IMÁGENES DE DISEÑO ARQUITECTÓNICO EN 3D

La importancia de planos y diseños arquitectónicos en 3D, nos permite obtener una visualización real del proyecto, ayudándonos a mejorar las decisiones anticipándonos la visión exterior e interior del edificio, y sirve como estrategia para presentar la propuesta a los socios y hacer conocer el producto final en el mercado a nuestros potenciales clientes, a continuación algunas imágenes en 3D del futuro proyecto:

IMAGEN 3D – No.1 VISTA FRONTAL DE ESTE A OESTE



IMAGEN 3D – No.2 VISTA AÉREA DE ESTE A OESTE



IMAGEN 3D – No.3 VISTA AÉREA DE OESTE A ESTE



IMAGEN 3D – No.4 VISTA LATERAL DE SUR A NORTE



IMAGEN 3D – No.5 VISTA LATERAL BLOQUE 2



IMAGEN 3D – No.6 VISTA INTERIOR ESTACIONAMIENTOS

**4.14 PROVEEDORES DE MATERIALES Y ACCESORIOS**

Para la ejecución del conjunto residencial se trabajará con los siguientes proveedores locales, por ser nuestra mejor opción en cuanto a, facilidad de movilización de materiales a la construcción, calidad, variedad, precio y formalidad se revelan:

- ✓ Frevi.-Materiales de Construcción
- ✓ Grupo Ferretero Ching.- Materiales de Construcción y Acabados
- ✓ Graiman Cía. Ltda.- Porcelanato y cerámica
- ✓ Arte Baño.- Grifería y Sanitarios
- ✓ Maderas Guerrero.- Madera
- ✓ Grani-Muebles.- Granito
- ✓ Grupo Eléctrico Quintana.- Electricidad
- ✓ Aceroplom.- Agua-Gas
- ✓ Fairis.- Vidrios

4.16 REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA

4.16.1 MANO DE OBRA DIRECTA

Para la construcción de los departamentos previa contratación llave en mano, en su primera fase y bajo la supervisión de una mano de obra altamente calificada y eficiente como la de *un* arquitecto, obreros y residentes de obra (ayudantes), serán necesario 1 maestro técnico, 4 de personal técnico (Albañiles) y 6 obreros , los cuales deberán trabajarán 40 horas semanales, a su vez y dependiendo de los tiempos en que se manejará la obra serán necesarios; *un* Electricista más *dos* operarios; *un* Plomero más *tres* operarios; *un* técnico en instalación de ventanas y puertas de aluminio más *dos* operarios; además será necesario *un* Pintor más *dos* asistentes; *un* Técnico en instalación y colocación del Porcelanato o cerámica más *dos* asistentes, *un* maestro carpintero más *tres* asistentes para instalación de puertas, duelas o parquet en los pisos, y muebles, *un* Técnico en instalación de granito más *un* operario, *un* Técnico soldador de rejas y portones más *un* operario; los cuales tendrán la tarea de edificar los dos bloques en el periodo mencionado de 12 meses y concluyendo el plazo final de 18 meses generando alrededor de 36 puestos de trabajo en lo correspondiente a obra civil y acabados.

4.16.2 MANO DE OBRA INDIRECTA

La mano de obra indirecta está representada por un arquitecto y personal que de una u otra forma participara en proceso de construcción, venta, y cumplimiento del proyecto.

5. PLAN ORGANIZACIONAL

5.1 ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA

La estructura administrativa de la empresa es una parte importante del plan de negocios, la misma es determinada según los requerimientos de los procesos de construcción y de comercialización; en cuanto a las remuneraciones es necesario analizar y conocer bien los recursos con los que se cuenta.

El personal que se indica en el siguiente cuadro es el que se requiere para cumplir con todas las exigencias que demanda el presente plan de negocios.

CUADRO No 35

REQUERIMIENTOS DEL PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS

CARGO
GERENTE
SECRETARIA-CONTADORA
VENDEDOR

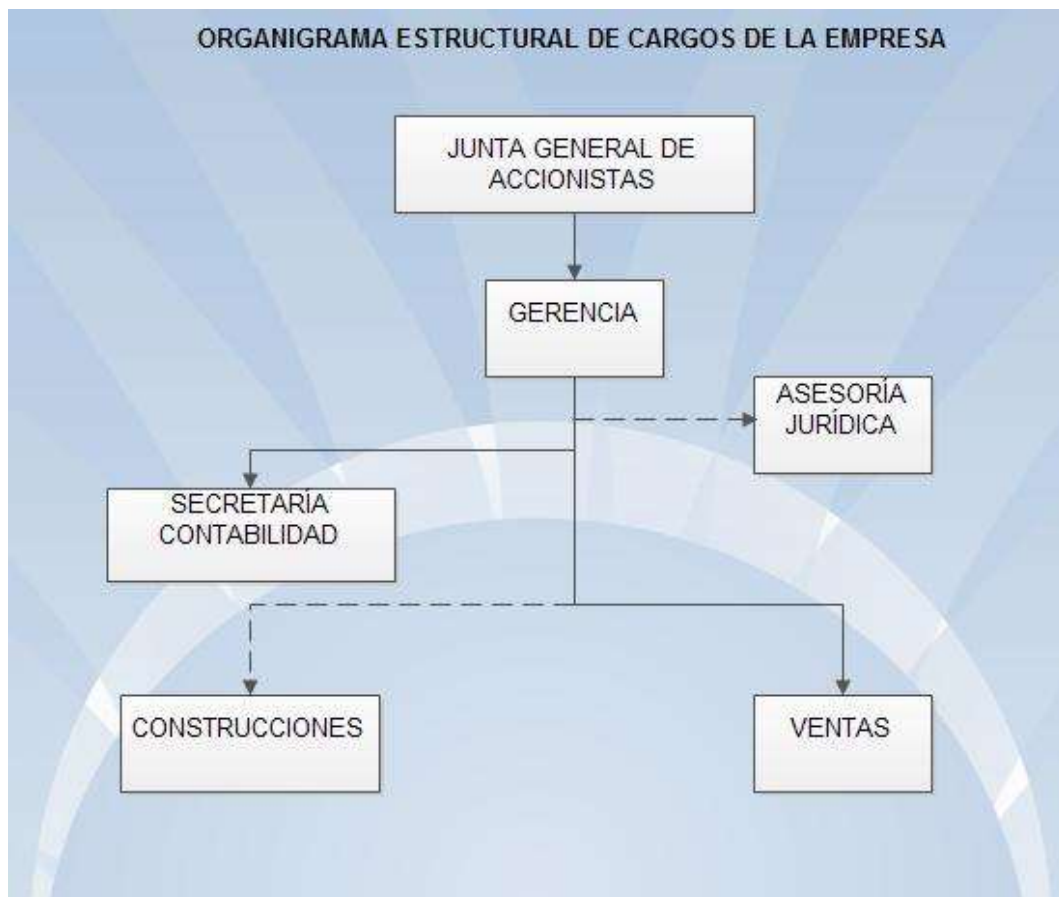
Los cargos de gerente, secretaria contadora y vendedor podrán ser ocupados por los mismos accionistas lo que influye en sus remuneraciones y en las comisiones de ventas.

A continuación del organigrama estructural se adjuntará el manual de funciones de los cargos más importantes requeridos por la constructora en el que se conocerá el perfil que debe tener la persona que ocupará el cargo y las funciones que desempeñará entre otras cosas.

5.1.2 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL Y POSICIONAL DE LA EMPRESA

La estructura organizativa se representa a través del presente organigrama estructural con el objetivo de facilitar su comprensión referente a las unidades administrativas que lo integran, su ubicación jerárquica y relaciones de dependencia para visualizar lo mencionado la empresa contará con el siguiente organigrama estructural:

CUADRO No. 36



CUADRO No. 37



El organigrama está estructurado con jerarquía lineal pero con gestión horizontal; es decir, si bien la jerarquía está delimitada entre los trabajadores no significa que no deban trabajar juntos ya que todos tienen el mismo fin.

5.1.3 MANUAL DE FUNCIONES

Con la finalidad de determinar el perfil y obligaciones del personal, se propone los siguientes manuales de funciones:

MANUAL DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS LABORALES DE GERENCIA	
1. IDENTIFICACIÓN:	
ÁREA:	ADMINISTRATIVA
CARGO:	GERENTE
JEFE INMEDIATO:	JUNTA GENERAL DE SOCIOS
CODIGO:	TH-001
2. PROPÓSITO GENERAL:	
Responsable de la administración y marcha general de la empresa CONSTRUCTORA BURNEO Y ASOCIADOS, especialmente en la gestión operativa diaria y en la coordinación interna entre las diferentes unidades funcionales de la entidad. Dirigir las gestiones financieras con sujeción a pautas generales. Establecer políticas de venta, precios, remuneraciones, y otros. Es responsable por el mantenimiento de un adecuado sistema de control de información y registro.	
3. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES:	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Promover el desarrollo técnico y Talento Humano. ✓ Coordinar el trabajo en cada una de la Áreas. ✓ Responde ante la Junta General de Socios por la gestión operativa y administrativa de la CONSTRUCTORA BURNEO Y ASOCIADOS a través de la presentación de informes sobre sus gestiones y resultados. ✓ Responsable de cumplir los objetivos establecidos por la Junta General de Socios, en los tiempos y plazos determinados. ✓ Informa a la Junta General de Socios sobre la situación y marcha de la Empresa, las acciones tomadas y las que sean necesarias a adoptarse según directrices determinadas. ✓ Presenta el presupuesto del nuevo año hasta la segunda semana de noviembre para aprobación de la Junta General de Socios y su cumplimiento a partir del 1 de enero. Controla su ejecución. ✓ Presenta plan anual de actividades de la CONSTRUCTORA BURNEO Y ASOCIADOS para aprobación de la Junta General de Socios y controla su ejecución. ✓ Realiza evaluaciones periódicas del desempeño del personal a su cargo, con la finalidad de adoptar los mecanismos adecuados para su desarrollo individual y profesional. ✓ Realiza periódicamente reuniones de trabajo con los responsables de cada área, para analizar la marcha de la Empresa, en base de informes de venta, cobranzas y otros, determinando las políticas a seguirse e impartiendo las instrucciones necesarias. ✓ Analiza con el Contador los informes de resultados, balances, estados e índices financieros de la Constructora Burneo y Asociados, para tomar decisiones. ✓ Mantiene permanente contacto con proveedores, clientes y terceras personas, que estén relacionadas a las actividades de la empresa. 	
4. PERFIL:	
CONOCIMIENTOS BÁSICOS:	Administración Empresarial. Contabilidad y finanzas. Talento Humano.
EDUCACIÓN:	Superior Universitario. Título de nivel superior en Administración de Empresas, Economía o ramas afines.
EXPERIENCIA:	3 años como profesional.

**MANUAL DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS LABORALES DE
SECRETARIA CONTADORA**

1. IDENTIFICACIÓN:

ÁREA:	FINANCIERA – CONTABILIDAD
CARGO:	SECRETARIA - CONTADORA
JEFE INMEDIATO:	GERENTE
CODIGO:	TH-002

2. PROPÓSITO GENERAL:

Es responsable de organizar, dirigir y supervisar todas las actividades, operaciones y procesos relacionados con la contabilidad general y de costos de la compañía, de acuerdo con los principios de Contabilidad General, aceptados procedimientos establecidos, normas y leyes aplicables, uniformando los criterios de imputación de cuentas y definiendo el tipo de análisis que debe realizarse, preparar análisis e índices financieros atendiendo obligaciones sociales y tributarias de la Compañía.

3. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES:

- ✓ Elaborar y presentar los Balances de Comprobación y Estados Financieros, en la forma y plazos previstos por la Ley, con el objeto de establecer con veracidad los movimientos de las cuentas y sus resultados.
- ✓ Efectuar el control previo al compromiso, al gasto y al desembolso de todas las transacciones y operaciones de la Empresa, de acuerdo a la legalización vigente.
- ✓ Organizar, custodiar y mantener actualizado el archivo de la documentación sustentatoria de los registros contables.
- ✓ Suministrar la información requerida por las diferentes Áreas de la Empresa.
- ✓ Anualmente realiza la conciliación tributaria, ajustes correspondientes para cierre de balance.
- ✓ Realiza el pago de impuestos municipales y contribuciones que por ley está la compañía obligada a satisfacer.
- ✓ Promueve las buenas relaciones humanas dentro de la empresa.
- ✓ Mantienen actualizado las obligaciones bancarias y de terceros.
- ✓ Presenta semanalmente informe de obligaciones bancarias.
- ✓ Presenta semanalmente flujo de Caja
- ✓ Realiza cálculo de impuestos y emite el comprobante respectivo y contabiliza en la cuenta asignada.
- ✓ Es responsable de la elaboración de Roles de Pagos, emisión de Planillas al IESS, cálculos de los XIII-XIV sueldo y Utilidades de toda la empresa.
- ✓ Realiza otras actividades conexas con su función y que son ordenadas por su jefe inmediato.

4. PERFIL:

CONOCIMIENTOS BÁSICOS:	Tributación. Sistemas Informáticos. Conocimientos Contables y Auditoría.
EDUCACIÓN:	Superior Universitario. Título a Nivel Universitario en Contabilidad y Auditoría, CPA.
EXPERIENCIA:	3 años como profesional.

**MANUAL DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS LABORALES DEL
VENDEDOR**

1. IDENTIFICACIÓN:

ÁREA:	VENTAS
CARGO:	VENDEDOR
JEFE INMEDIATO:	GERENTE
CODIGO:	TH-003

2. PROPÓSITO GENERAL:

Responsable de la promoción para la concreción de venta de los departamentos, desde el proceso de venta hasta la entrega oportuna al cliente del bien adquirido. Es responsable de conocer y dominar las bondades, características físicas y técnicas de los departamentos del conjunto residencial.

Dirige las gestiones de financiamiento con sujeción a pautas generales. Establece políticas de venta, mantiene relación de precios en el mercado, condiciones de crédito, y otros. Es responsable por el mantenimiento de un adecuado sistema de información y registro.

3. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES:

- ✓ Realiza permanentemente visitas a posibles clientes, a quienes da a conocer las condiciones y bondades de los departamentos que ofrece la compañía precios, condiciones de venta y financiamiento.
- ✓ Programa con Gerencia las ventas, de acuerdo a la programación planificada.
- ✓ Presenta informes a Gerencia sobre los avances de negociaciones con los diferentes clientes.
- ✓ Solicita información necesaria a los clientes, para llenar la documentación requerida por la CONSTRUCTORA BURNEO Y ASOCIADOS (firma de contratos de venta, etc.), o entidades financieras.
- ✓ Manejo de toda información referente a características técnicas, publicidad y precios de los departamentos.
- ✓ Adopta las acciones que estime necesarias para mantener buena imagen de la empresa frente a los clientes.
- ✓ Mantiene estadísticas y registros actualizados de los clientes.
- ✓ Efectúa las entregas de los departamentos a los clientes que lo hayan adquirido, proporcionando la documentación legal correspondiente.
- ✓ Coordina eventos de promoción para ofertar los departamentos de la constructora.
- ✓ Realiza otras funciones y asume otras responsabilidades que le sean asignadas por su Jefe inmediato, de acuerdo a las funciones y responsabilidades de su puesto.

4. PERFIL:

CONOCIMIENTOS BÁSICOS:	Conocimientos de Mercadeo y Ventas. Desarrollo y Relaciones Humanas. Sistemas Informáticos. Gestión de Calidad. Marketing.
EDUCACIÓN:	Superior Universitario.
EXPERIENCIA:	3 años como profesional.

MANUAL DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS LABORALES DEL ASESOR JURÍDICO	
1. IDENTIFICACIÓN:	
ÁREA:	ASESORÍA LEGAL
CARGO:	ASESOR JURÍDICO
JEFE INMEDIATO:	GERENTE
CODIGO: TH-004	
2. PROPÓSITO GENERAL:	
<p>Planifica, organiza, ejecuta y controla todas las actividades legales de la empresa. Se encarga de resolver judicialmente los problemas de la Constructora y asesora al Gerente para los trámites de carácter legal para ejecutar, concluir la obra, y comercializar los departamentos.</p>	
3. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES:	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Asesorar a la Gerencia y a la Junta General de Socios sobre los asuntos legales. ✓ Defender los procesos judiciales en los que esté inmersa la empresa. ✓ Orientar legalmente sobre los documentos que organizan la empresa como reglamentos, estatutos y demás. ✓ Notificar a la Gerencia sobre los problemas legales de la empresa y el estado en el que se encuentran. ✓ Realizar lo que estipule su inmediato superior. 	
4. PERFIL:	
CONOCIMIENTOS BÁSICOS:	Normas laborales, tributarias, Código de comercio Aspectos societarios.
EDUCACIÓN:	Superior Universitario. Título Universitario de Abogado
EXPERIENCIA:	3 años como profesional.

MANUAL DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS LABORALES DEL ARQUITECTO

1. IDENTIFICACIÓN:

ÁREA:	CONSTRUCCIÓN
CARGO:	ARQUITECTO
JEFE INMEDIATO:	GERENTE
CODIGO:	TH-005

2. PROPÓSITO GENERAL:

Diseñar, planificar, dirigir, coordinar, organizar, controlar y ejecutar todo lo concerniente a la construcción de los departamentos.

3. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES:

- ✓ Realizar los estudios técnicos y el diseño de los departamentos para que sean aprobados por los socios.
- ✓ Dirigir y controlar que la construcción avance según lo planificado.
- ✓ Solicitar y fiscalizar la adquisición de materiales de construcción.
- ✓ Orientar a los socios, y personal técnico contratado en lo concerniente a la construcción de la obra civil.
- ✓ Diseñar y facilitar lo necesario para resaltar la imagen del proyecto a la hora de emprender la venta.
- ✓ Ejecutar el cronograma de trabajo planteado para la construcción.
- ✓ Contratar los maestros y operarios que estarán a su cargo.

4. PERFIL:

CONOCIMIENTOS BÁSICOS:	Arquitectura y Diseño.
EDUCACIÓN:	Superior Universitario. Título Universitario de Arquitecto
EXPERIENCIA:	5 años como profesional.

5.2 ORGANIZACIÓN JURÍDICA

5.2.1 CONSTITUCIÓN LEGAL DE LA COMPAÑÍA

5.2.1.1 ORGANIZACIÓN JURÍDICA

Después de analizar las ventajas y desventajas de las diferentes sociedades mercantiles se decidió conformar a la empresa como Compañía Limitada por ser la forma jurídica que más nos acercará a los objetivos planteados.

A continuación tenemos algunas de las características más importantes de la Compañía Limitada.

- La responsabilidad está limitada al capital aportado; es decir que los socios no se responsabilizan de las deudas contraídas por la empresa.
- El órgano directivo está formado por la Junta General de Socios y por los administradores.
- Los socios participan en el reparto de beneficios y en el patrimonio de la sociedad en caso de liquidación.
- La posibilidad de adquisición por parte de los socios de las participaciones de los socios salientes.
- Los socios podrán participar en las decisiones sociales y además ser elegidos como administradores.
- Deberán los socios ser informados en los períodos establecidos en las escrituras.
- Los socios podrán obtener información sobre los datos contables de la Sociedad.

5.2.2 NOMBRE O RAZÓN SOCIAL

A la empresa en todas sus actividades comerciales y de servicio se la conocerá con el nombre de *CONSTRUCTORA BURNEO Y ASOCIADOS CÍA LTDA.*

5.2.3 OBJETO SOCIAL

La compañía tiene por objeto la construcción de obras civiles, edificaciones completas, viviendas familiares y multifamiliares, edificios, remodelación, refraccionamiento, ampliación, modificación y mantenimiento de inmuebles, diseño, acabados y decoraciones de interiores y exteriores, corretaje inmobiliario, asesoría y consultoría en construcción civil, ingeniería civil, planos y dibujos arquitectónicos.

5.2.4 NÚMERO DE SOCIOS

Los socios que integrarán la compañía son cuatro y son los siguientes:

- Pablo Burneo
- Dr. Saúl Lozada
- Abg. Santiago Lozada
- Dr. Rolando Lozada

5.2.5 CAPITAL SOCIAL

El capital social aportado a la compañía por los socios es de \$ 230.000,00; el mismo que será aportado de la siguiente manera:

El capital aportado estará dividido entre los 4 socios, tres de ellos con \$ 50.000,00 cada uno; y un cuarto con \$ 80.000,00; que para efecto de derecho en las decisiones serán en los porcentajes 21.74% para cada uno de los tres accionistas minoritarios y para el cuarto socio que representa una mayoría de capital es de 34,78%.

5.2.6 DOMICILIO

La empresa tendrá su domicilio principal en la ciudad de Ambato con posibilidades de expansión mediante sucursales en las principales ciudades del país.

5.2.7 REPRESENTANTE LEGAL

El Gerente de la constructora es quien tendrá la representación legal de la misma.

6. ESTUDIO FINANCIERO

6.1 INVERSIONES

La implementación del proyecto implica el uso de una serie de recursos, los cuales nos permiten desarrollar todo un proceso analítico de costos y gastos para la implementación del proyecto constructivo, de ello se desprende que la inversión necesaria para el presente proyecto asciende a la suma de \$514.094,96; los que se desglosan de la siguiente manera:

6.2 ACTIVOS FIJOS Y COSTOS OPERATIVOS

6.2.1 ACTIVOS FIJOS

Para el presente proyecto se determinan los requerimientos de activos e inversiones fijas, que corresponde a los bienes como base para el desarrollo de la actividad productiva, entre los que se cuentan, la inversión en terreno y en construcciones, así como en activos fijos que son: herramientas, enceres y mobiliario para la empresa, según se detalla en cantidades y sus respectivos precios en los siguientes cuadros:

CUADRO No. 38

MUEBLES Y ENSERES				
DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorios de Oficina	U	3	\$. 150,00	\$. 450,00
Mesa de Reuniones	U	1	\$. 160,00	\$. 160,00
Sillas Giratoria	U	3	\$. 58,00	\$. 174,00
Sillas de Madera tapizadas	U	4	\$. 30,00	\$. 120,00
Anaquele de Oficina tipo librero	U	1	\$. 180,00	\$. 180,00
TOTAL				\$. 1.084,00

FUENTE: Almacenes de la localidad

ELABORACIÓN: El Autor

CUADRO No. 39

EQUIPOS DE OFICINA				
DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadora Portátil Laptop HP Pavilion	U	2	\$. 580,00	\$. 1.160,00
Computadora de Escritorio Core I7	U	1	\$. 695,00	\$. 695,00
Impresora Multifunción Epson L200 Tinta Continua	U	1	\$. 280,00	\$. 280,00
Celular Base Claro y Movistar	U	2	\$. 80,00	\$. 160,00
TOTAL				\$. 2.295,00

6.2.2 COSTOS OPERATIVOS

CUADRO No. 40

INVERSION EN TERRENO				
DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Terreno ubicado en el Barrio "Ficoa el Sueño" Av. Rodrigo Pachano y Av. Guaytambos en la ciudad de Ambato	m2	616,14	\$. 130,00	\$. 80.098,20
TOTAL				\$. 80.098,20

FUENTE: Precios obtenidos de Avalúos y catastros del Municipio de Ambato.

ELABORACIÓN: El Autor

CUADRO No. 41

INVERSION EN LA CONSTRUCCIÓN LLAVE EN MANO				
DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Edificio Bloque 1	m2	411,83	\$. 403,65	\$. 166.235,18
Edificio Bloque 2	m2	405,71	\$. 403,65	\$. 163.764,84
TOTAL				\$. 330.000,02

FUENTE: Cuadro No. 33 Propuesta Arq. Joel Valle

ELABORACIÓN: El Autor

6.2.3 TOTAL DE ACTIVOS FIJOS Y COSTOS OPERATIVOS

CUADRO No.45

DETALLE	VALOR TOTAL
MUEBLES Y ENSERES	\$. 1.084,00
EQUIPO DE OFICINA	\$. 2.295,00
TERRENO	\$. 80.098,20
CONSTRUCCION (LLAVE EN MANO)	\$. 330.000,02
TOTAL:	\$. 413.477,22

ELABORACIÓN: El Autor

6.4 ACTIVOS DIFERIDOS

Dentro de este rubro se encuentran todos los intangibles necesarios para el estudio del proyecto, se refiere a los costos que tiene la empresa para el estudio de factibilidad y de legalización que deben realizarse; es decir, los estudios, su constitución legal, y algunos imprevistos que pudieran surgir en último momento. Los rubros mencionados se representan y detallan en el siguiente cuadro:

CUADRO No. 46

ACTIVOS DIFERIDOS	
DETALLE	VALOR TOTAL
Gastos de estudio arquitectónico preliminares, definitivos y obtención de permisos legales.	\$. 3.200,00
Constitución de la Compañía	\$. 900,00
Imprevistos	\$. 480,00
TOTAL	\$. 4.580,00

FUENTE: Consultores Independientes

ELABORACIÓN: El Autor

CUADRO No. 47

GASTOS PERSONAL ADMINISTRATIVO					
DETALLE	No. De Trabajadores	Salario Mensual	No. De Meses	VALOR	VALOR TOTAL
Gerente	1	900	30	900	27000
Secretaria	1	500	30	500	15000
Contadora	1	500	30	500	15000
Vendedor	1	500	30	500	15000
TOTAL					57000

ELABORACIÓN: El Autor

CUADRO No. 48

GASTOS ADMINISTRATIVOS

DETALLE	VALOR	30 MESES
Energía eléctrica	\$. 100	\$. 3.000
Agua potable	\$. 50	\$. 1.500
TOTAL		\$. 7.500

CUADRO No. 49

GASTOS PUBLICITARIOS

DETALLE	VALOR	30 MESES
Publicidad	\$. 3.000	\$. 3.000
Fuente: Anexo No. 6		
Elaboración: El Autor		

CUADRO No. 50
**CUADRO RESUMEN DE GASTOS
 E INVERSION TOTAL**

TOTAL ACTIVOS FIJOS Y COSTOS OPERATIVOS	\$. 413.477,22
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$. 4.580,00
REMUNERACIONES	\$. 57.000,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS Y PUBLICITARIOS	\$. 10.500,00
TOTAL:	\$. 485.557,22

6.5 FINANCIAMIENTO

Como lo demostrado en el Cuadro No. 50, los requerimientos de inversión suman \$. 485.557,22 al implementar el proyecto, por tanto es necesario buscar financiamientos ya sean estos propios o por medio de créditos en entidades bancarias del medio.

Para el presente proyecto, considerando que el terreno o lote representa un bien patrimonial, se los asume en su totalidad como fondos propios de los cuatro accionistas participantes, el inversionista principal participa con un valor de \$. 80.000,00, a su vez los tres inversionistas representan un capital de \$ 150.000,00; con aportaciones de cincuenta mil dólares cada uno, reconociendo un total de \$. 230.000,00 como capital propio de la compañía. En consecuencia, se requiere un crédito de: 255.557,22.

6.5.1 CUADRO DE AMORTIZACION DEL CREDITO

CUADRO No-51

TABLA DE AMORTIZACION						DIVIDENDOS: 9.722,50
BENEFICIARIO						
INSTIT. FINANCIERA CFN						
MONTO EN USD 255.557,22						
TASA DE INTERES 10,50% T. EFECTIVA 11,0203%						
PLAZO 2,5 años						
GRACIA 0 años						
FECHA DE INICIO 12/11/12						
MONEDA DOLARES						
AMORTIZACION CADA 30 días						
Número de periodos 30 para amortizar capital						
No.	VENCIMIENTO	SALDO	INTERES	PRINCIPAL	DIVIDENDO	
0		255.557,22				
1	12-dic-2012	248.070,85	2.236,13	7.486,37	9.722,50	
2	11-ene-2013	240.518,97	2.170,62	7.551,88	9.722,50	
3	10-feb-2013	232.901,01	2.104,54	7.617,96	9.722,50	
4	12-mar-2013	225.216,40	2.037,88	7.684,61	9.722,50	
5	11-abr-2013	217.464,54	1.970,64	7.751,86	9.722,50	
6	11-may-2013	209.644,86	1.902,81	7.819,68	9.722,50	
7	10-jun-2013	201.756,75	1.834,39	7.888,11	9.722,50	
8	10-jul-2013	193.799,62	1.765,37	7.957,13	9.722,50	
9	09-ago-2013	185.772,87	1.695,75	8.026,75	9.722,50	
10	08-sep-2013	177.675,89	1.625,51	8.096,99	9.722,50	
11	08-oct-2013	169.508,05	1.554,66	8.167,83	9.722,50	
12	07-nov-2013	161.268,75	1.483,20	8.239,30	9.722,50	
13	07-dic-2013	152.957,35	1.411,10	8.311,40	9.722,50	
14	06-ene-2014	144.573,23	1.338,38	8.384,12	9.722,50	
15	05-feb-2014	136.115,75	1.265,02	8.457,48	9.722,50	
16	07-mar-2014	127.584,26	1.191,01	8.531,49	9.722,50	
17	06-abr-2014	118.978,12	1.116,36	8.606,14	9.722,50	
18	06-may-2014	110.296,68	1.041,06	8.681,44	9.722,50	
19	05-jun-2014	101.539,28	965,10	8.757,40	9.722,50	
20	05-jul-2014	92.705,25	888,47	8.834,03	9.722,50	
21	04-ago-2014	83.793,92	811,17	8.911,33	9.722,50	
22	03-sep-2014	74.804,62	733,20	8.989,30	9.722,50	
23	03-oct-2014	65.736,66	654,54	9.067,96	9.722,50	
24	02-nov-2014	56.589,36	575,20	9.147,30	9.722,50	
25	02-dic-2014	47.362,02	495,16	9.227,34	9.722,50	
26	01-ene-2015	38.053,94	414,42	9.308,08	9.722,50	
27	31-ene-2015	28.664,41	332,97	9.389,53	9.722,50	
28	02-mar-2015	19.192,73	250,81	9.471,69	9.722,50	
29	01-abr-2015	9.638,16	167,94	9.554,56	9.722,50	
30	01-may-2015	0,00	84,33	9.638,16	9.722,50	
			36.117,74	255.557,22	291.674,96	
TOTAL						

6.6 COSTOS

Referente a los resultados obtenidos, del análisis de los diferentes rubros que intervienen en el proceso productivo, de administración y ventas, así como los costos del capital del crédito dispuesto, se puede visualizar los siguientes valores que constan en el cuadro No. 52 del presupuesto de costos totales cuyo resumen es el siguiente:

CUADRO No. 52

COSTOS TOTALES VALORES EN USD	
DENOMINACIÓN	VALOR TOTAL
COSTOS DE CONSTRUCCIÓN	
Inversión en el Terreno (Cuadro No. 40)	\$. 80.098,20
Inversión en la Construcción Llave en Mano(Cuadro No. 41)	\$. 330.000,02
Activos Fijos (Cuadro No. 38 y 39)	\$. 3.379,00
TOTAL	\$. 413.477,22
COSTOS DE OPERACIÓN	
Remuneración Personal Administrativo (Cuadro No.47)	\$. 57.000,00
Gastos Administrativos y Publicidad (Cuadro No. 48 y 49)	\$. 7.500,00
COSTOS FINANCIEROS	
Gastos Financieros (Cuadro No. 51)	\$. 36.117,74
TOTAL	\$. 100.617,74
COSTO TOTAL	\$. 514.094,96

6.7 CALCULO DEL COSTO UNITARIO EN m2

Al analizar los costos unitarios del metro cuadrado de construcción, se representa al tomar los valores del costo total de construcción, incluyendo en esté los costos de terreno, mano de obra, y gastos, todos estos elementos divididos para el total de 817,54 m2 construcción total que tendrá el proyecto de los seis departamentos; realizado la siguiente ecuación tenemos:

$$\text{COSTO UNITARIO DE } m^2 = \frac{\$.514.094.96}{817,54}$$

$$\text{COSTO UNITARIO DE } m^2 = \$.628,83$$

6.8 CALCULO DEL PRECIO DE VENTA

Para lograr estar a la medida de la competencia en lo referente a precios, luego de determinar los costos unitarios, se procede a incrementar un 26,30 % de utilidad, determinando el presente incremento a cada metro cuadrado, dado esto al conocer el valor del metro cuadrado de venta en el mercado en el barrio residencial Ficoa el Sueño.

Bajo las consideraciones mencionadas, se ha establecido el precio de venta unitario del metro cuadrado de construcción de cada departamento a \$. 794,09.

6.9 COSTOS FIJOS Y VARIABLES

Una vez que se determina los costos totales, es conveniente realizar la clasificación de los mismos en costos fijos y costos variables, con la finalidad de examinar la incidencia de los costos en la producción, y también usar la clasificación para efectuar los cálculos del punto de equilibrio tanto matemático como su representación gráfica, a continuación el cuadro con los valores analizados de costos fijos y variables dentro del proyecto:

CUADRO N° 53

RESUMEN DE LOS COSTOS FIJOS Y VARIABLES			
DENOMINACIÓN	CAPACIDAD UTILIZADA 100%		
	(CF) COSTO FIJO	(CV) COSTO VARIABLE	(CT) COSTO TOTAL
COSTOS DE CONSTRUCCIÓN			
Inversión en el Terreno (Cuadro No.40)	\$80.098,20		\$80.098,20
Inversión en la Construcción Llave en Mano(Cuadro No. 41)		\$330.000,02	\$330.000,02
Activos Fijos (Cuadro No. 38 y 39)	\$3.379,00		\$3.379,00
COSTOS DE OPERACIÓN			
Remuneración Personal Administrativo (Cuadro No.47)	\$57.000,00		\$57.000,00
Gastos Administrativos (Cuadro No. 48 y 49)	\$7.500,00		\$7.500,00
COSTOS FINANCIEROS			
Gastos Financieros (Cuadro No.51)	\$36.117,74		\$36.117,74
COSTO TOTAL	\$184.094,94	\$330.000,02	\$514.094,96

ELABORACIÓN: El Autor

6.10 INGRESOS

Los ingresos a obtener de la venta de los departamentos por parte de la empresa, aplicando las políticas necesarias y con precios competitivos:

CUADRO No. 54

PRECIO UNITARIO DE CADA DEPARTAMENTO				
DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO DE VENTA DEL m2	VALOR TOTAL
BLOQUE 1				
PLANTA BAJA	m2	129,01	\$794,21	\$102.461,03
PRIMERA PLANTA ALTA	m2	141,41	\$794,21	\$112.309,24
SEGUNDA PLANTA ALTA	m2	141,41	\$794,21	\$112.309,24
BLOQUE 2				
PLANTA BAJA	m2	108,98	\$794,21	\$86.553,01
PRIMERA PLANTA ALTA	m2	148,54	\$794,21	\$117.971,95
SEGUNDA PLANTA ALTA	m2	148,19	\$794,21	\$117.693,98
TOTAL		817,54		\$649.298,44

FUENTE: Cuadro de Áreas por Departamento y precio unitario

ELABORACIÓN: El Autor

Bajo este planteamiento, se determina un ingreso considerado por la venta de los seis departamentos de \$. 649.200,34; asignando un margen de utilidad de \$. 127.854,01; que representan el 26,30%, en los dos años y medio de tiempo considerado para la construcción y venta de los departamentos.

6.11 ESTADOS DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Constituye un análisis contable que permite determinar la situación de la empresa dentro del proyecto, una vez aplicadas las condiciones de costos comparados con los ingresos. Al analizar esta comparación se logra precisar que posibilidades financieras procura la aplicación de los diferentes parámetros, las utilidades de las que participan los trabajadores, impuestos, para finalmente obtener resultados que para los inversionistas es decisivo, esto es la utilidad neta.

Para conformar el Estado de Pérdidas y Ganancias, es necesario restarle a las ventas o ingresos el valor de los costos primos y de

fabricación, con ello obtener la utilidad en ventas, a éste valor se le resta los costos de operación, menos el 15% de reparto de utilidades a los trabajadores, se obtiene la utilidad antes del impuesto a la renta, y finalmente restando los impuestos obtenemos la utilidad neta.

CUADRO N° 55

ESTADO PROFORMADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS DÓLARES AMERICANOS	
DENOMINACIÓN	VALOR PROYECTO
(+) Ingresos por ventas (CUADRO No. 13 EF)	\$ 649.298,44
(-) Costos de Producción (CUADRO No. 11 EF)	\$ 413.477,22
(=) Utilidad bruta	\$ 235.821,22
(-) costos de Operación (CUADRO No. 10 EF)	\$ 100.617,74
(=) Utilidad Neta	\$ 135.203,48
(-) 15% Utilidades trabajadores	\$ 20.280,52
(=) Utilidad líquida tributable	\$ 114.922,96
(-) 23% Impuesto a la renta	\$ 26.432,28
(=) UTILIDAD NETA	\$ 88.490,68
ELABORACIÓN: El Autor	

6.12 FUENTES Y USO DE FONDO DEL EFECTIVO

Mediante la ilustración del CUADRO No. 51, se deduce en qué forma se obtienen las fuentes de financiamiento para el proyecto y también los usos que se darán al dinero que se obtiene de las dos fuentes.

En el año de iniciación, el préstamo bancario local de \$. 255.557,22; y el capital propio de los accionistas que representa \$. 230.000,00; serán invertidos en la construcción y compra de activos fijos.

CUADRO N° 56

FUENTE Y USO DE EFECTIVO EN DÓLARES AMERICANOS	
DENOMINACIÓN	VALOR PROYECTO
FUENTES	
Capital Propio	\$. 230.000,00
Préstamo Bancario	\$. 255.557,22
TOTAL FUENTES	\$. 485.557,22
USOS	
ACTIVOS FIJOS	\$. 413.477,22
ACTIVOS DIFERIDOS	\$. 4.580,00
REMUNERACIONES	\$. 57.000,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$. 10.500,00
TOTAL DE USOS	\$. 485.557,22
BALANCE	\$. -
FUENTE: CUADRO No. 50	
ELABORACIÓN: El Autor	

6.13 PUNTO DE EQUILIBRIO

Uno de los parámetros usados con mayor frecuencia para evaluar los proyectos, es la determinación del punto de equilibrio, mediante el uso de formulas matemáticas y gráficas escalares, es decir el método matemático y el método gráfico.

6.13.1 MÉTODO MATEMÁTICO

Existen dos formas de determinar el punto de equilibrio, utilizando métodos matemáticos a saber:

6.13.2 EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

Para ello se debe utilizar la siguiente igualdad matemática:

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Ventas} - \text{Costos Variables}} \times 100$$

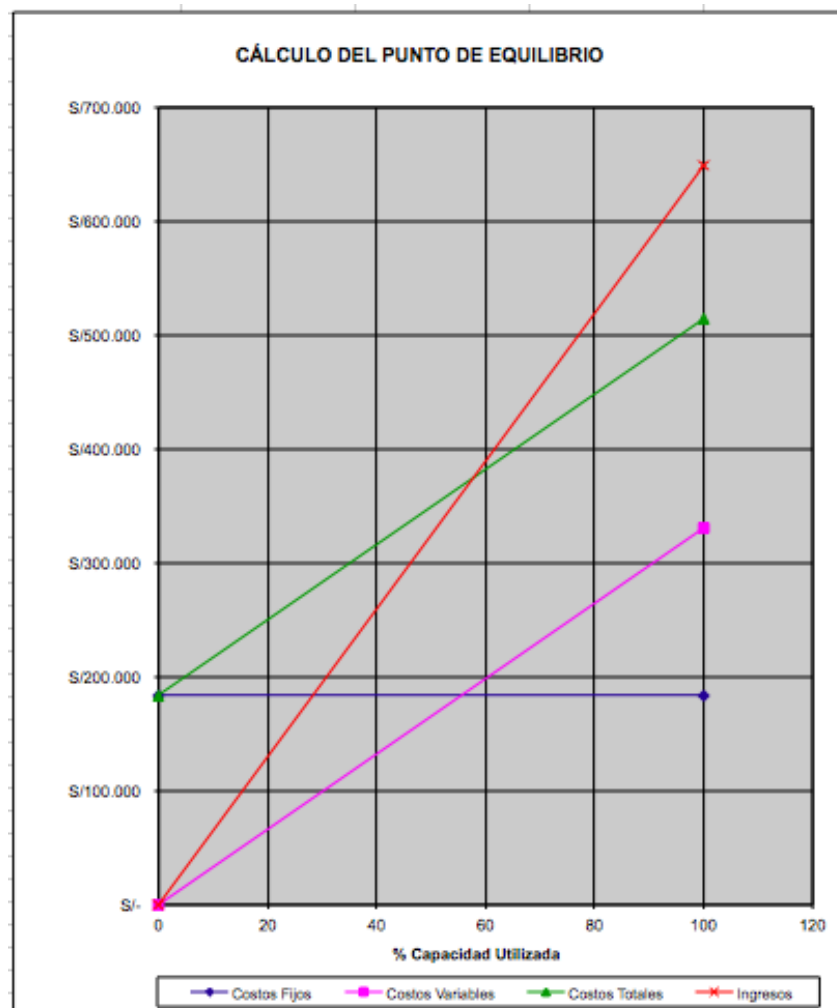
$$PE = \frac{\$. 184.094,94}{\$. 649.298,44 - \$. 330.000,02} \times 100$$

$$PE = \frac{\$. 184.094,94}{\$. 319.298,42} \times 100$$

$$PE = 0,57656 \times 100$$

$$PE = 57,67 \%$$

A continuación el punto de equilibrio mediante el método gráfico:



6.14 PARAMETROS DE EVALUACIÓN DEL PROYECTO

6.14.1 FLUJO DE CAJA O DE EFECTIVO

Basándonos en el análisis del cuadro No 57, podemos determinar el flujo de caja o de efectivo que se generará durante el tiempo que dure el proyecto, lo anterior lo obtenemos mediante un comparativo entre los ingresos y los egresos.

Como resultado de la comparación podemos decir que el proyecto cuenta con el suficiente dinero que podría necesitar para cubrir con liquides sus actividades durante su tiempo de vida.

CUADRO No. 57

FLUJO DE CAJA			
DEPARTAMENTOS	EGRESOS	INGRESOS	FLUJO NETO DESCONTADO
AÑO 1	\$ 260.603,15	\$ -	\$ -260.603,15
AÑO 2	\$ 184.535,00	\$ 327.030,00	\$ 142.495,00
AÑO 2 Y 1/2	\$ 69.357,00	\$ 322.117,00	\$ 252.760,00
TOTAL:	\$ 514.495,15	\$ 649.147,00	\$ 134.651,85

ELABORACIÓN: El Autor

El flujo de caja nos permite conocer la viabilidad monetaria del proyecto a través del cálculo del valor actual neto y la tasa interna de retorno. En el presente proyecto se plante la venta de los departamentos en relación de tiempo estimado para la venta de un año.

6.14.2 PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

El tiempo que le tomará a la empresa recuperar el capital que invirtió es posible determinarlo con el tiempo estimado para la venta de los departamentos, que a partir de los 18 meses de concluir con la construcción se estima un periodo de venta de 12 meses para recuperar el capital, que para el caso del presente

proyecto tanto la inversión como la utilidad se recuperara 2 años con 6 meses.

6.15 VALOR ACTUAL NETO

El valor actual neto, establece un análisis que permite saber el saldo actualizado de la inversión una vez que ha sido ejecutado el proyecto, es decir, el valor actual de los recursos obtenidos al final del periodo de duración del proyecto.

Para realizar los cálculos correspondientes, se debe determinar la tasa de oportunidad del capital. En este caso, el crédito a contratar con una institución financiera local, tiene un costo del 10,50 %, es decir la tasa de interés que se deberá cancelar en el tiempo de utilización del crédito, como se demuestra en el CUADRO No. 10 EF, de Tabla de Amortización cotizada a la Corporación Financiera Nacional.

Con la tasa de interés o de oportunidad del capital (i), que como se manifestó es del 10,50%, el tiempo de (t) 2,5 años, como exponencial, se calcula el factor de actualización (FA) aplicando la siguiente fórmula:

$$FA = \frac{1}{(1+i)^t}$$

$$\text{AÑO 2,5} \quad FA = \frac{1}{(1+0,1050)^{2,5}} = 0,7791$$

Su aplicación es determinar que el flujo neto descontado, al aplicarle un coeficiente igual a la tasa de oportunidad de capital se obtenga como resultado un valor actualizado, permitiendo determinar el valor que quedará para la empresa luego que se ejecute el proyecto y termine su vida útil, el mismo que determina que para que el proyecto sea viable debe ser positivo.

El cuadro No. 17 EF, una vez realizado los cálculos, el valor del VAN es de \$. 104.907,26; valor positivo, cuya representación es la factibilidad de vida útil del proyecto.

CUADRO No. 58

VALOR ACTUAL NETO (VALOR EN DOLARES)			
TIEMPO	FLUJO NETO	FACTOR 10,50%	VALOR ACTUALIZADO
AÑO 1	\$-260.603,15	0,7791	\$-203.035,91
AÑO 2	\$142.495,00	0,7791	\$111.017,85
AÑO 2 Y 1/2	\$252.760,00	0,7791	\$196.925,32
TOTAL			\$104.907,26

Fuente: Cuadro No. 57 y Factor de Actualización es del 10,50%, que es el costo de capital en el CFN, quien se Pretende otorgará el crédito.

Elaboración: El Autor

6.16 TASA INTERNA DE RENTABILIDAD

La tasa interna de rentabilidad define el rendimiento del proyecto en los años de vida útil, si se conoce la tasa de descuento, dicho en otras palabras es aquella tasa que igual al valor presente de los flujos de efectivo con la inversión inicial.

En términos financieros la TIR es, la tasa de interés que los flujos del proyecto pagan sobre la inversión realizada.

Para el cálculo se debe interpolar tasas mayores y menores a la tasa de oportunidad del capital, hasta conseguir valores que se aproximen o se igualen a cero.

El inversionista para resolver la aplicación o no del proyecto, se debe considerar lo siguiente:

- Si la TIR es igual o mayor que la tasa de oportunidad del capital, el proyecto debe implementarse.
- Si es menor que el costo del capital el proyecto no se implementará.
- Si la TIR del proyecto es igual a la tasa de capital es indiferente implementar el proyecto.

En el caso actual, considerando una tasa mayor del 37,50% y una tasa menor del 37% se logra aproximar al máximo las sumatorias de los flujos y se obtiene una TIR de 37,08% que es mayor a la tasa de oportunidad del capital en el sector financiero que es del 10,50%, por tanto es factible el proyecto y debe implementárselo.

En el cuadro No. 59 se presenta los resultados:

CUADRO No. 59

FACTOR 12,50%

FACTOR 08,50%

$$FA = \frac{1}{(1+i)^t}$$

$$FA = \frac{1}{(1+i)^t}$$

**TASA INTERNA DE RETORNO
(VALOR EN DOLARES)**

FLUJO NETO	FACTOR 37%	VALOR ACTUALIZADO	FACTOR 37,50%	VALOR ACTUALIZADO
\$-260.603,15	0,729927007	\$-190.221,28	0,727272727	\$-189.529,56
\$142.495,00	0,532793436	\$75.920,40	0,52892562	\$75.369,26
\$252.760,00	0,455196152	\$115.055,38	0,451069284	\$114.012,27
TOTAL		\$754,50		\$-148,04

Fuente: Cuadro No. 57 y Factor de Actualización es del 37% Y 37,50% proyectado

Elaboración: El Autor

$$TIR = TASA MENOR + DIFERENCIA DE TASAS \times \left(\frac{VAN (<)}{VAN (<) - (>)} \right)$$

$$TIR = 37 + \left(-0,50 \frac{-\$. 148,04}{-\$. 148,04 - \$. 754,50} \right)$$

$$TIR = 37 + \left(-0,50 \frac{\$. 148,04}{\$. 902,54} \right)$$

$$TIR = 37 + (-0,50 (-0,1640))$$

$$TIR = 37 + (0,082)$$

$$TIR = 37 + 0,082$$

$$TIR = 37,08$$

6.17 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD DEL PROYECTO

Tomando en cuenta que los factores costo e ingreso son lo que incide definitivamente en la rentabilidad de un proyecto, es preciso someterlos a una prueba en la que situaciones cambiantes por factores de inflación, deflación o cambio de las condiciones económicas del país, en uno de los parámetros defina los efectos que le causa.

Por tanto es conveniente saber hasta qué porcentaje se puede disminuir los ingresos y aumentar los costos, sin que le afecte a la factibilidad del proyecto; es decir, se trata de calcular el riesgo que se puede presentar durante su tiempo de vida útil, para lograr satisfacer las condiciones de:

- Si el valor de la sensibilidad es menor a 1 el proyecto no es sensible y se debe poner en ejecución.
- Si el valor de la sensibilidad es igual a 1 el proyecto es indiferente y se puede poner en ejecución.
- Si el valor de la sensibilidad es mayor a 1 el proyecto es sensible y no debe ponerse en ejecución.

En definitiva intervienen en el cálculo tres elementos que son:

- 1.- Un porcentaje de incremento en los costos.
- 2.- Un porcentaje de decremento en los ingresos.
- 3.- Un factor de actualización de los ingresos y egresos, cuya aplicación permita igualar o maximizar el acercamiento a cero, para obtener una nueva TIR, que comparada con la TIR real del proyecto, determine el punto de quiebre que es un valor menor a la unidad.

En el caso del presente análisis se utilizarán los factores de actualización con una tasa menor del 30% y una tasa mayor del 31%, para el primer caso el valor es de 0,99 y en el segundo caso de 0,80 denominados punto de quiebre.

En ambos casos el valor es menor a la unidad en su máxima posible expresión, debe recomendarse la implementación del proyecto.

La explicación matemática se la representa de la siguiente forma:

CUADRO No. 60

**ANÁLISI DE SENSIBILIDAD INCREMENTO EN LOS COSTOS
(VALOR EN DOLARES)**

COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO ORIGINAL INCREMENTADO 3,5%	INGRESO ORIGINAL	FLUJO NETO	FACTOR 31%	FACTOR 32%
\$-260.603,15	\$-269.724,26	\$-	\$-269.724,26	\$-205.896,38	\$-204.336,56
\$-184.535,00	\$-190.993,73	\$327.030,00	\$136.036,28	\$79.270,60	\$78.074,08
\$-69.357,00	\$-71.784,50	\$322.117,00	\$250.332,51	\$127.449,76	\$125.049,63
TOTAL				\$823,97	\$-1.212,85

Fuente: Cuadro No. 57 y Factor de Actualización es del 31% Y 32% proyectado
Elaboración: El Autor

$$TIR = 31 + \left(-32 \frac{-\$ 1.212,85}{-\$ 1.212,85 - \$ 823,97} \right)$$

$$TIR = 31 + \left(-32 \frac{\$ 1.212,85}{\$ 2.036,82} \right)$$

$$TIR = 31 + (-32 (-0,5954))$$

$$TIR = 31 + 19,05$$

$$TIR = 50,05$$

La nueva TIR se obtiene de la diferencia entre la TIR original del proyecto y la nueva TIR

$$37,08 - 50,05 = 6,15$$

Cociente entre la nueva TIR y la TIR original del proyecto

$$\frac{12,97}{37,70} = -0,3499 = 34,99$$

$$Sensibilidad = \frac{34,99}{37,08} = 0,99$$

CUADRO No. 61

**ANÁLISI DE SENSIBILIDAD DISMINUCIÓN EN LOS INGRESOS
(VALOR EN DOLARES)**

INGRESO ORIGINAL	INGRESO DISMINUIDO 11%	COSTO ORIGINAL	FLUJO NETO	FACTOR 17,50%	FACTOR 18%
\$-	\$-	\$-260.603,15	\$-260.603,15	\$-221.789,91	\$-220.850,13
\$327.030,00	\$291.056,70	\$-184.535,00	\$106.521,70	\$77.154,69	\$76.502,23
\$322.117,00	\$286.684,13	\$-69.357,00	\$217.327,13	\$145.217,61	\$143.684,17
TOTAL				\$582,39	\$-663,73

Fuente: Cuadro No. 57 y Factor de Actualización es del 17,50% Y 18% proyectado

Elaboración: El Autor

$$TIR = 31 + \left(-32 \frac{-\$ 663,73}{-\$.663,73 - \$.582,39} \right)$$

$$TIR = 31 + \left(-32 \frac{\$. 663,73}{\$ 1.246} \right)$$

$$TIR = 31 + (-32 (-0,5326))$$

$$TIR = 31 + 17,04$$

$$TIR = 48,04$$

La nueva TIR se obtiene de la diferencia entre la TIR original del proyecto y la nueva TIR

$$37,08 - 48,04 = 10,96$$

Cociente entre la nueva TIR y la TIR original del proyecto

$$\frac{10,96}{37,08} = -0,2956 = 29,56$$

$$Sensibilidad = \frac{29,56}{37,08} = 0,80$$

6.18 EVALUACIÓN AMBIENTAL

Los problemas Ambientales urbanos están relacionados con la falta de organización y mal uso del suelo, por esta razón en el presente proyecto, se utilizarán los espacios destinados para las áreas verdes por ordenanza municipal de 45 m²; para destinarlos a sembrar jardines y áreas verdes para uso de sus habitantes.

El sector cuenta con toda la infraestructura básica de servicios, la red de alcantarillado contribuye a que, la eliminación de las aguas servidas emitidas por el conjunto residencial se deseche de manera adecuada y directamente a la red pública de alcantarillado que cuenta con un sistema de tratamiento de aguas con lagunas de oxidación y purificación del agua.

Los desechos sólidos se eliminaran a través del proyecto de Recolección denominado Ecotachos que forma parte del sistema de recolección de basura en la ciudad de Ambato.

Para disminuir el impacto ambiental los habitantes del conjunto residencial deberán hacer conciencia, y colaborar con el cuidado y buen funcionamiento dentro del entorno del conjunto residencial.

h. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

Las conclusiones planteadas, luego de realizar un estudio y análisis correspondiente sobre el plan de negocios planteado, se resumen de la siguiente manera:

1. Al realizar el Estudio de Mercado se verifica perfectamente que existen los demandantes necesarios para la compra de los departamentos.
2. La demanda potencial está representada por 18.753 familias, a su vez los demandantes efectivos del proyecto finalmente suman 4.004 familias, que de acuerdo a los estudios de sus ingresos son los más solventes económicamente para los intereses del proyecto.
3. La demanda insatisfecha está dada por que no existe en la actualidad empresas constructoras que se dediquen a la construcción de conjuntos residenciales o habitacionales a gran escala, y hacer frente a la demanda, brindando soluciones al déficit habitacional actual.
4. Los demandantes expresan su preferencia por los anuncios en diarios de la localidad, como también publicidades en la web o redes sociales, hecho que determina la decisión de hacer publicidad por estos medios y asimismo vallas publicitarias; según indican en la encuesta realizada.
5. En cuanto al precio de los departamentos al estudiar la oferta de departamentos en zonas residenciales en Ambato,

los valores propuestos en el proyecto son competitivos comparados con departamentos de similares promotores, obteniendo una rentabilidad razonable para los inversionistas.

6. Existen las condiciones naturales y técnicas suficientes para la localización del proyecto en el Barrio Ficoa El Sueño.

7. La empresa se constituye como una Compañía de Responsabilidad Limitada, cuya razón social es CONSTRUCTOROA BURNEO & ASOCIADOS CIA. LTDA, cuyo objetivo es la construcción de obras civiles, edificaciones completas, viviendas familiares y multifamiliares, edificios, remodelación, ampliación, modificación y mantenimiento de inmuebles, diseño, acabados y decoraciones de interiores y exteriores, corretaje inmobiliario, asesoría y consultoría en construcción, con un capital social de \$ 230.000,00, y cuenta con los respectivos manuales para su desempeño administrativo y financiero.

8. El financiamiento de la empresa se constituye de la siguiente manera:

Activos Fijos:	\$ 413.477,22
Activos Diferidos:	\$ 4.580,00
Remuneraciones:	\$ \$ 57.000,00
Gastos Administrativos:	<u>\$ 10.500,00</u>
TOTAL:	\$ 485.557,22

De los cuales \$ 255.557,22 son financiados mediante créditos bancarios y los \$ 230.000,00, con aportes directos de los accionistas.

9. Los principales rubros que se destacan en los cálculos del proyecto son:

Costos Totales: \$. 514.094,96

Ingresos: \$. 649.298,44

Utilidades Netas: \$. 88.490,68

10. Del análisis del punto de equilibrio se concluye que trabajando en el proceso constructivo al 57,67% de la capacidad de diseño, y alcanzando un ingreso por ventas de \$. 352.819,87; la empresa no incurrirá en pérdidas ni ganancias.

11. La evaluación del proyecto determina su factibilidad de acuerdo con los índices resultantes así:

Valor Actual Neto: \$. 104.907,26; valor positivo, cuya representación es la factibilidad de vida útil del proyecto.

Tasa Interna de Rentabilidad: 37,08% que es mayor a la tasa de oportunidad del capital en el sector financiero que es del 10,50%, por tanto es factible el proyecto y debe implementárselo.

Periodo de Recuperación del Capital: Es de 2 años, 6 meses.

12. El análisis del impacto socioeconómico del proyecto es favorable, debido a que su implementación generara fuentes de empleo directas e indirectas en el sector de la construcción.

RECOMENDACIONES

1. Convendrá poner en marcha la propuesta del presente Plan de Negocios debido a los resultados totalmente factibles que entrega el estudio realizado.
2. Al momento de la implementación, si este demora más de 18 meses en concluir la obra, debería hacerse un nuevo análisis financiero para verificar si conserva las bondades de factibilidad.
3. Al realizar los análisis de instituciones financiera para hacer uso del crédito necesario es conveniente realizarlo con la Corporación Financiera Nacional que se encuentra impulsando el sector constructivo ecuatoriano a tasas de interés favorables para los inversionistas.
4. Se expresa especial recomendación a los socios del proyecto, para hacer uso de los departamentos debido a no contar con vivienda propia, convirtiéndose los mismos en potenciales clientes, ajustando la adquisición de los mismos al costo de venta; el cual se presenta a un valor conveniente y razonable.
5. Es un proyecto con una inversión rentable por tanto los inversionistas deben ponerlo en ejecución, para mejorar las condiciones de desarrollo, y buen vivir, al cual todos anhelamos.

i. BIBLIOGRAFÍA

- AA.VV., *Derecho Urbanístico de Castilla y León*, Junta de Castilla y León, Valladolid 2.000.
- Artículo sobre los planes de negocio como herramientas de planificación para las nuevas empresas Biblioteca Virtual http://es.wikipedia.org/wiki/Plan_de_negocio
- Biblioteca Virtual Wikipedia, <http://es.wikipedia.org/wiki/Vivienda>
- Biblioteca Virtual Cynertia; http://www.cynertia.es/sites/default/files/PDF/Planes_de_negocio-instrumento_para_el_exito_en_las_start-up.pdf
- Biblioteca Virtual Wikipedia: http://es.wikipedia.org/wiki/Organización_de_empresas
- Biblioteca Virtual Wikipedia: http://es.wikipedia.org/wiki/Estudio_de_mercado
- Biblioteca Virtual Mailxmail; <http://www.mailxmail.com/curso-proyectos-inversion/inversion-financiamiento>.
- Biblioteca Virtual Wikipedia; http://es.wikipedia.org/wiki/Estados_financieros
- Biblioteca Virtual Wikipedia; <http://es.wikipedia.org/wiki/VAN>
- Biblioteca Virtual Wikipedia; http://es.wikipedia.org/wiki/Tasa_interna_de_retorno
- Biblioteca Virtual <http://es.wikipedia.org/wiki/Apartamento>
- Biblioteca Virtual http://es.wikipedia.org/wiki/Diseño_arquitectónico
- Biblioteca Virtual <http://es.wikipedia.org/wiki/Construcción>
- Censo de Población y Vivienda CPV- 2010- INEC
- CENSO DE POBLACIÓN Y VIVINDA 2010 Reporte Estadístico Ecuadoren Cifras.
- Delmar, F. y Shane, S.: *“La planificación de negocios Facilitar el desarrollo de nuevos proyectos? ”. Diario de Gestión Estratégica, (2003) 24 (12).*Dirección General de Equipamiento Urbano y Vivienda, *Elemento para una política nacional de vivienda*, México, SAHOP, 1977.
- ELABORADO POR: Unidad de Procesamiento (up) de la Dirección de Estudios y Analíticos Estadísticos (DESAE) - Wilson Rojas - INEC
- Reid, G. C. y Smith, J. A. (2000): *“¿Qué hace que un nuevo negocio de puesta en marcha sea Exitoso?”. Economía de Pequeños Negocios, (2000), 14 (3).*Programa de Cooperación Integral Productiva “Manual para la Elaboración de un Plan Jurídico-Mercantil” http://www.esPOCH.edu.ec/Descargas/vicinvestigacionpub/7642a7_Manual_Plan_Juridico_211005.pdf

j. ANEXOS

ANEXOS ESTUDIO DE MERCADO

ANEXO No. 01

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENCUESTA PARA CONOCER LA DEMANDA DE CLIENTES PARA CONJUNTOS RESIDENCIALES EN LA CIUDAD DE AMBATO AÑO 2012

Con el objetivo de realizar un muestreo; para el estudio de un Plan de Negocios para la creación de una Empresa Constructora de un Conjunto Residencial de Departamentos en la ciudad de Ambato, permítame dirigirme hacia usted para que de la manera más sincera nos brinde información confiable al contestar las siguientes preguntas:

1. ¿Dispone usted de vivienda propia?

SI ()
NO ()

2.- ¿ Identifique cuál es el ingreso económico mensual que percibe su familia?

Menos de \$ 300,00 ()
De \$ 301,00 a \$ 600,00 ()
De \$ 601,00 a \$ 1.200,00 ()
De \$ 1.201,00 a \$ 2.000,00 ()
De \$ 2.001,00 o \$ Más ()

3.- ¿ Le gustaría adquirir un departamento en un conjunto residencial?

SI ()
NO ()

4.- ¿ Al adquirir un departamento cuánto dinero estaría dispuesto a cancelar por un crédito (en caso de requerirlo) dependiendo de los años de endeudamiento que usted disponga ?

- De \$ 300,00 a \$ 500,00 ()
 De \$ 501,00 a \$ 700,00 ()
 De \$ 701,00 a \$ 1000,00 ()
 De \$ 1.001,00 o \$ Más ()

5.-¿ Al comprar un Departamento con qué tipo de materiales o acabados le gustaría adquirirlo?

- Acabados de Lujo ()
 Acabados de Primera Calidad ()
 Acabados Económicos ()

6.- ¿ Cuánto pagaría usted por un departamento en una zona residencial de alta plusvalía de alrededor de 150 m², con acabados de primera calidad?

- De \$ 60.000,00 a \$ 70.000,00 ()
 De \$ 70.001,00 a \$ 80.000,00 ()
 De \$ 80.001,00 a \$ 90.000,00 ()
 De \$ 90.001,00 o \$ Más ()

7.- ¿ Si usted adquiere una vivienda, como le convendría cancelar su costo:

- Al contado ()
 A plazos con Financiamiento propio ()
 A plazos con Entidad Financiera ()
 IEES ()

8.-¿ Si la compra es a crédito, cuál sería el plazo tope que usted requiere para cancelar la deuda?

- De 5 a 10 años ()
 De 10 a 15 años ()
 De 15 a más años()

9.- ¿ Estaría dispuesto a adquirir un Departamento cuando el proyecto esté en planos, con cuotas periódicas y con la garantía de una promesa de Compra-Venta, o cuando la obra esté concluida mediante escritura debidamente notariada y registrada?

- En Planos ()
 Obra Concluida ()

10.- ¿ En qué barrio o lugar de la ciudad de Ambato le gustaría adquirir su vivienda?

Ficoa ()
Miraflores ()
Ciudadela España ()
Izamba ()
Otro _____ ()

11.- ¿ En caso de crearse el conjunto residencial de departamentos denominado “El Portal del Sueño” en la ciudad de Ambato, usted compraría un departamento?

SI ()
NO ()

12.- ¿ Por qué medio de comunicación le gustaría que se difundiera la venta de nuestros departamentos?

Televisión ()
Radio ()
Diarios, Revistas, Impresiones ()
Vallas Publicitarias ()
Internet ()
Otro _____ ()

GRACIAS POR SU TIEMPO.

ANEXO No. 2**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA****CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS****ENCUESTA PARA CONOCER LA OFERTA DE CONJUNTOS
RESIDENCIALES EN LA CIUDAD DE AMBATO AÑO 2012****Identificación de la Constructora o Proyectista de Viviendas.**

1.- ¿ Usted es constructor de Departamentos en la ciudad de Ambato?

SI ()
NO ()

2.-¿ Cuáles son los tipos de materiales o acabados que utiliza en los departamentos con mayor frecuencia para la venta?

Acabados de Lujo ()
Acabados de Primera Calidad ()
Acabados Económicos ()

3.- ¿Cuál es el precio aproximado de venta para departamentos de más de 140m²:

Menos de \$ 60.000,00 ()
De \$ 60.001,00 a \$ 80.000,00 ()
De \$ 80.001,00 a \$ 100.000,00 ()
De \$ 100.001,00 o \$ Más ()

4.- ¿ Cómo maneja usted la cancelación del costo de los departamentos con sus clientes?

Al contado ()
A plazos con Financiamiento propio ()
A plazos con Entidad Financiera ()
BIEES ()

5.-¿Cuántos departamentos tiene usted disponibles para la venta para el segundo semestre del 2012:

- Menos de 10 departamentos ()
- De 11 a 20 departamentos ()
- De 21 a 30 departamentos ()
- De 31 a 40 departamentos ()
- De 41 a más departamentos ()

6.-¿De acuerdo a su experiencia cuál es el lugar más atractivo para los clientes, al momento de comprar una vivienda en Ambato?

- Ficoa ()
- Miraflores ()
- Ciudadela España()
- Izamba ()
- Otro _____ ()

7.- ¿Cuál es el porcentaje de utilidad que usualmente proyecta al vender un departamento?

- Menos del 15% ()
- De 16% al 22% ()
- De 22% a 30% ()
- De 31% o más ()

8.- ¿ Según su experiencia, cuánto tiempo consideraría necesario para concluir un proyecto de seis Departamentos?

- Menos de 1 año ()
- De 2 a 3 años ()
- De 4 a más años ()

9.- ¿ En cuántos meses a vendido usted aproximadamente seis departamentos?

- Menos de 6 meses ()
- De 6 a 12 meses ()
- De 12 a 24 meses ()
- De 24 o más meses ()

GRACIAS POR SU TIEMPO.

ANEXO No. 04
CUADRO No.1 INEC POBLACIÓN DE AMBATO

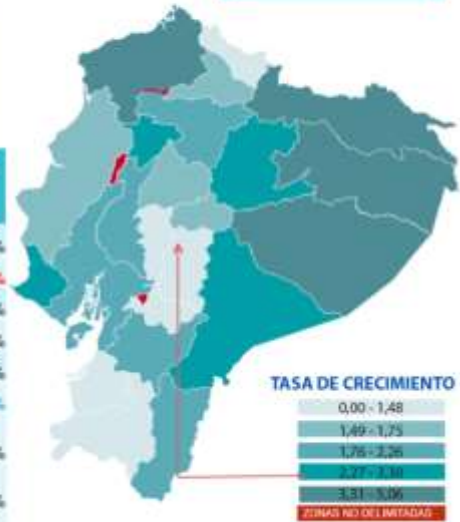
Tasa de crecimiento por cantones

Resultados
Censos 2010

En Tungurahua
1,50 %



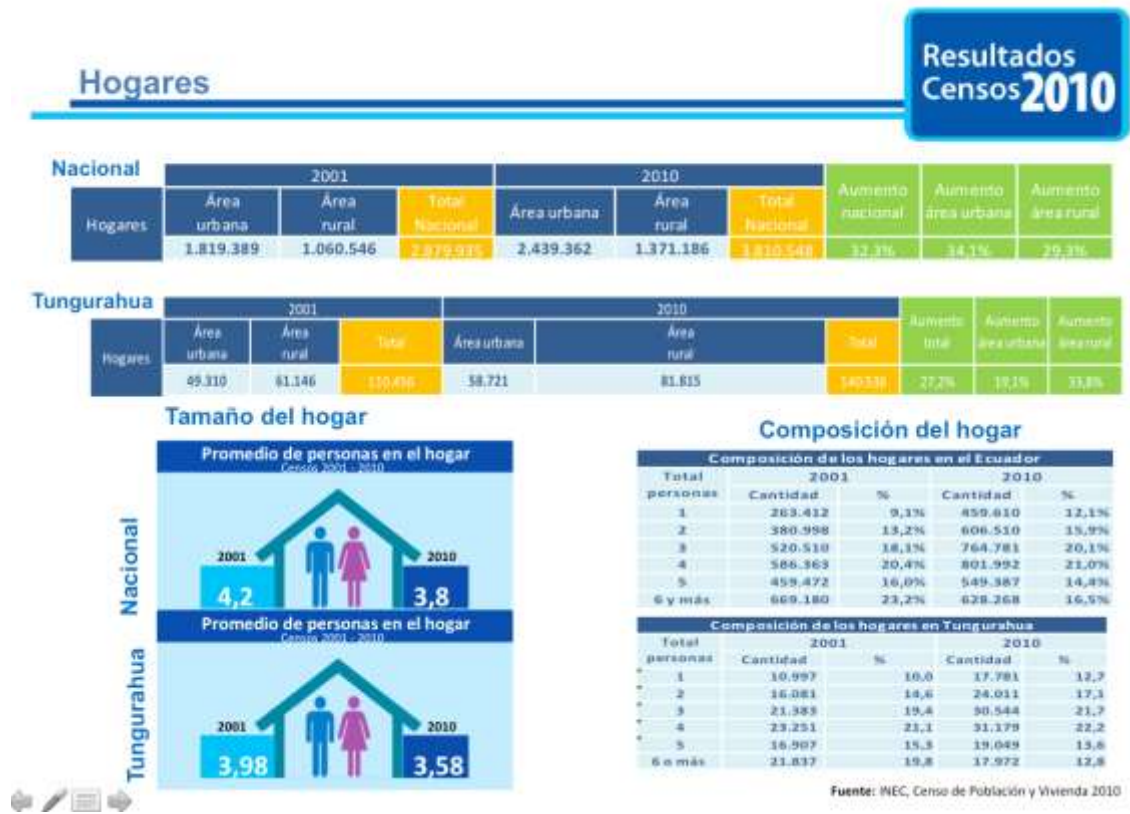
Cantón	2001 Personas	2010 Personas	Crecimiento	Aportación 2010
Ambato	287282	329.856	1,54%	65,37%
Baños	16112	20.018	2,41%	3,97%
Cevallos	6873	8.163	1,91%	1,62%
Mocha	6371	6.777	0,69%	1,34%
Patate	11771	13.497	1,52%	2,67%
Quero	18187	19.205	0,61%	3,81%
San Pedro de Pelileo	48988	56.573	1,60%	11,21%
Santiago de pillaro	34925	38.357	1,04%	7,60%
Tisaleo	10525	12.137	1,58%	2,41%
Total	441.034	504.583	1,50%	100%



Fuente: INEC, Censo de Población y Vivienda 2010

ANEXO No. 05

CUADRO No.2 INEC PROMEDIO DE PERSONAS EN EL HOGAR



ANEXO No. 6

Estrategia Publicitaria				
DETALLE	CANTIDAD	TIEMPO	VALOR UNITARIO	TOTAL
Publicidad diarios de la localidad	4	12 meses	\$. 25	\$ 1.200
Publicaciones y creación de pagina web	1	30 meses	\$ 1.300	\$ 1.300
Rótulos y vallas publicitarias		30 meses	\$ 500	\$ 500
TOTAL				\$ 3.000

FUENTE: Diarios de la localidad, locales de publicidad y consultas en la web.

ELABORADO: El autor

ANEXOS ANTEPROYECTO

FICHA RESUMEN ANTEPROYECTO

a) TEMA:

"PLAN DE NEGOCIOS PARA CREACIÓN DE UNA EMPRESA CONSTRUCTORA DE UN CONJUNTO RESIDENCIAL DE DEPARTAMENTOS DENOMINADO "EL PORTAL DEL SUEÑO", EN LA CIUDAD DE AMBATO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA"

b) PROBLEMA:

Uno de los inconvenientes que experimentan los estratos sociales es el déficit habitacional de viviendas propias, así tenemos que según datos estadísticos, el Ecuador evidenciaba un déficit habitacional de viviendas propias que alcanzaba al 36% en el 2010, y en el 2001 al 33%.

Conviene anotar que la población del País fue 12'156.608 en el 2001 y 14'483.499 en el 2010, tal como consta en la información del último censo efectuado por el INEC, ante lo cual si consideramos que el índice del número de núcleo familiar lo conforman 3.8 habitantes por vivienda, se entiende que en el año 2001 la cantidad de viviendas propias necesarias para todos los habitantes del Ecuador fue de 3'199.107, y en el 2010 de 3'811.447¹⁷.

En consecuencia, el 36% de déficit de viviendas propias en el País en el año base es 1'156.678, y en 2010 de 1'257.777 que equivalen al 33%, lo cual muestra que la cantidad deficitaria es alta y que su índice tiende a subir de un año a otro.

Referente adicional importante es que del total de préstamos adquiridos para construir o comprar viviendas propias, **al finalizar el año 2011** están totalmente pagados en un 47%, y el 53% restantes son los pendientes de cancelación parcial o total, lo cual da la medida de que en un alto porcentaje de los que poseen vivienda propia se endeudó a largo plazo para adquirir o construir.

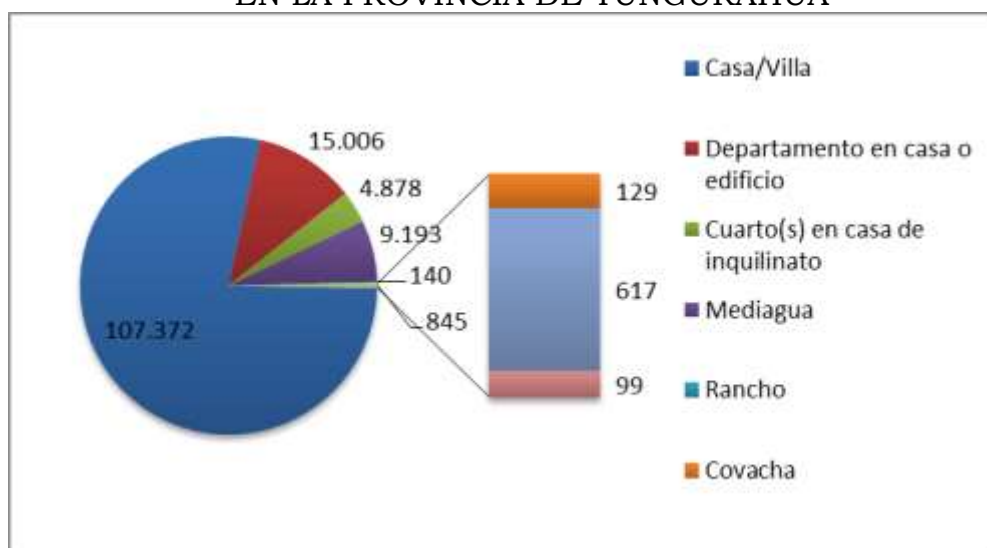
Según el último censo, en la provincia de Tungurahua la población creció el 12% del 2001 al 2010, llegando en

¹⁷CENSO DE POBLACIÓN Y VIVINDA 2010 Reporte Estadístico Ecuadoren Cifras.

consecuencia a 504.583 habitantes en el 2010; en tanto que, en la ciudad de Ambato su población en el mismo año fue 329.856¹⁸.

A manera de ilustración, en el siguiente cuadro y gráficos se aprecia como las personas cubren su necesidad de vivienda en Ambato y Tungurahua, a cuyo efecto se tomó la información del último censo poblacional del año 2010 del INEC-Ecuador:

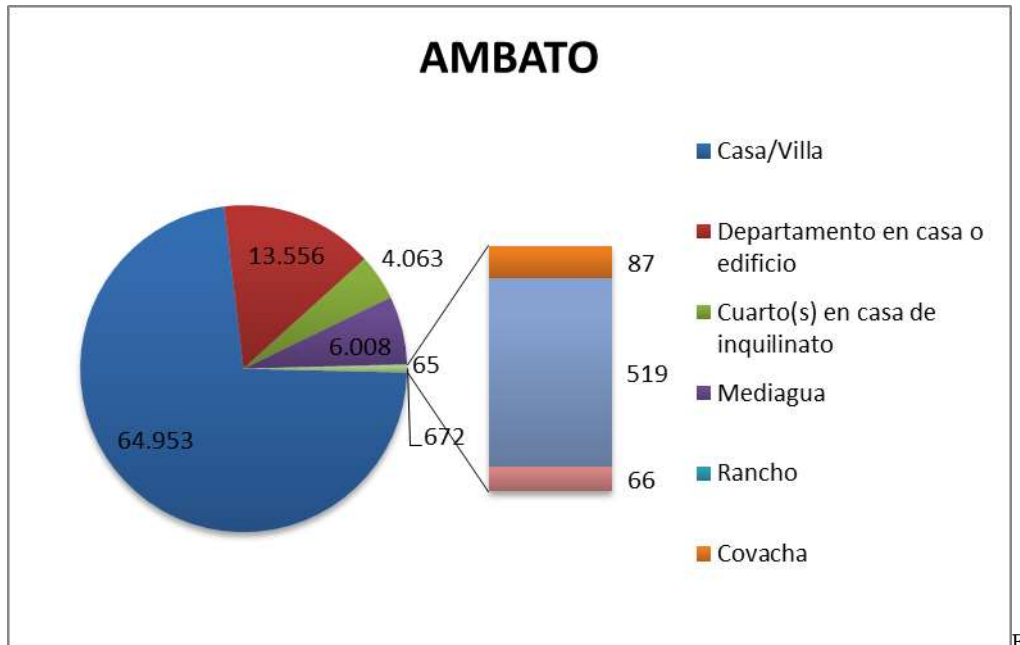
VIVIENDAS OCUPADAS EN LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA



FUENTE: CENSO DE POBLACIÓN Y VIVIENDA CPV- 2010
INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS (INEC)
ELABORADO POR: PABLO BURNEO ÍÑIGUEZ

¹⁸ELABORADO POR: Unidad de Procesamiento (up) de la Dirección de Estudios y Analíticos Estadísticos (DESAE) - Wilson Rojas - INEC

VIVIENDAS OCUPADAS
EN LA CIUDAD DE AMBATO



UENTE: CENSO DE POBLACIÓN Y VIVIENDA CPV- 2010
INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS (INEC)
ELABORADO POR: PABLO BURNEO IÑIGUEZ

Según los datos del cuadro y gráficos que anteceden, se entiende que del total de viviendas ocupadas en Tungurahua que alcanzan a 137.434, las 5.624 corresponden a viviendas arrendadas y a las de carácter infrahumano como son las covachas y chozas, ante lo cual se entiende que el déficit de viviendas propias es 5.624 en Tungurahua.

Efectuando la misma relación sobre la base del cuadro y gráfico pertinente, tenemos que el déficit en la ciudad de Ambato es de 4.669 viviendas.

Conviene anotar que si se suma el déficit habitacional referido en Ambato y Tungurahua con el número de viviendas que son apenas mediaguas y que por tanto requieren ser innovadas, se evidenciará que este déficit es más destacado; por lo que, de su lado, parte de las familias de clase media y media alta resuelven el problema de vivienda construyendo por su cuenta, a través de asociaciones o comprando a determinados promotores y constructores de vivienda, lo cual tiene relación con el proyecto que se plantea como Plan de Negocios para la creación de una empresa constructora del Conjunto Residencial de Departamentos denominado “El Portal del Sueño”, el cual se

ejecutará en la ciudad de Ambato provincia de Tungurahua, en el presente Año 2012.

Haciendo historia, desde el Gobierno del Arq. Sixto Durán Ballén se experimenta en el Ecuador un modelo de ayuda social para construir o adquirir vivienda para la clase pobre del País, sin que se haya logrado una solución del problema habitacional pese a los esfuerzos realizados. Sin embargo de aquello, es grato resaltar el hecho de que el actual Gobierno afronta con notable dedicación en estos últimos años a través de programas específicos este inconveniente nacional que involucra a la sociedad y al Estado, esquematizando para ello su política territorial, social y económica como un componente esencial del desarrollo urbano y rural del país.

Sin embargo del apoyo del Gobierno y del financiamiento de la Banca del Estado, Banco de IESS y del sector privado, para la clase desposeída es imposible conseguir un préstamo con el propósito de construir o adquirir mediante compra su vivienda. En esa consideración, como se indicó, el Gobierno Nacional consciente del problema, a través de criterios objetivos y medibles que se sustentan en el conceptos de focalización de la pobreza, soluciona al menos en parte este déficit habitacional con un subsidio que consiste en la donación del Bono de la Vivienda y estimulando al horro para la consecución de pequeños préstamos, a través de múltiples entidades y mecanismos orientados a ese fin, pero únicamente a quienes son propietarios de un terreno; en tanto que, a los que no disponen del inmueble les es imposible obtener su habitación.

En cuanto a la clase media y media alta que es la que posee un ingreso fijo por efecto de su empleo o algún negocio pequeño, en determinados casos es más factible de que adquieran su vivienda propia pero a través de préstamos a largo plazo, porque les permitirá calificar como sujetos de crédito, y en razón de que algunos de ellos son propietarios de un terreno.

De ahí que, para llegar a obtener su tan esperado propósito deben buscar mecanismos alternos de solución habitacional como el del Proyecto que se desarrollará previa una investigación detenida para concretar un Plan de Negocios orientado a la **creación de una empresa familiar**, la que planteará una estructura y organización legal bajo un fin común, propondrá mecanismos de gestión financiera que tendrá como fuentes de los recursos económicos los aportes y el financiamiento proporcional y colectivo, así como la importante inyección de

fondos que se pretende obtener en la venta de uno o dos departamentos de esa construcción, y contendrá las bases esenciales del diseño y programación de la construcción del proyecto de viviendas propias para ese grupo familiar, todo esto a través de la asociación de personas y capitales y *contando de inicio para el efecto con el aporte del terreno requerido y algún aporte económico.*

En concreto, el **primer Plan de Negocios** de la empresa constructora a estructurarse previa la debida investigación está enfocado a plantear la asociación de 4 familias con un interés común, a esquematizar la planificación y ejecución del conjunto habitacional multifamiliar, definir las fuentes de financiamiento y de gestión de créditos; establecer bases y lineamientos para contratar, dirigir y supervisar el diseño y ejecución del proyecto de viviendas para dichas familias, a más de que pretenderá revelar la rentabilidad del negocio y la liquidación técnica y económica del proyecto. Una particularidad del proyecto será la decisión de construir dos departamentos adicionales para la venta, a fin de que el ingreso económico del negocio sea parte del financiamiento que el proyecto requiere.

Dicho de otro modo, el proyecto es una parte de la **solución de viviendas para la clase media y media alta**, considerada como tales para nuestro caso a los empleados que tienen un ingreso superior a \$. 1.500,00 mensuales, pequeños y medianos empresarios o comerciantes y emigrantes.

Entonces, conviene señalar que se estima que los apartamentos a construirse son para clase media y media alta, debido al alto costo que tiene los terrenos en el barrio Ficoa El Sueño, de la Parroquia Atocha-Ficoa, en la ciudad de Ambato, de que el material de construcción a emplearse será de muy buena calidad, y en razón de que el costo se encarece aún más por cuanto se trata de una zona residencial exclusiva.

En función de lo señalado y en calidad de egresado de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja, Modalidad de Estudios a Distancia, dejo planteado el Proyecto en cuestión enmarcado en el siguiente tema:

"PLAN DE NEGOCIOS PARA CREACIÓN DE UNA EMPRESA CONSTRUCTORA DE UN CONJUNTO RESIDENCIAL DE DEPARTAMENTOS DENOMINADO "EL PORTAL DEL SUEÑO", EN LA CIUDAD DE AMBATO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA"

En conclusión, la Empresa y el proyecto que pretenderá satisfacer una imperiosa necesidad de vivienda y que está ubicada en la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua, sector Ficoa “El Sueño”, es una *alternativa de solución habitacional viable y digna*, por lo que las causas y efectos relacionados con el problema que enfoca el proyecto, como es la dificultad de satisfacer la necesidad habitacional del estrato social referido, es como sigue:

CAUSAS:

- a. Pago de altos costos por arriendo de las viviendas utilizadas.
- b. Limitada disponibilidad de recursos patrimoniales.
- c. Costo de terreno y construcción altos.
- d. Ingreso per-cápita limitado.

EFECTO:

- a. Uso de viviendas ajenas y antifuncionales.
- b. Desmedro en la calidad de vida por el pago de altas cuotas y a largo plazo que disminuyen los ingresos de la familia.
- c. Incomodidad de quienes arriendan una modesta vivienda.
- d. Dificultad en el pago del préstamo por la moderada remuneración.

c) JUSTIFICACIÓN

Los hechos que motivarán a realizar el presente proyecto, tanto de tipo personal como profesional y de otra índole, sobre la base de la investigación del tema objeto del estudio son:

JUSTIFICACIÓN CON ENFOQUE PERSONAL

Expongo las razones de carácter particular, vinculadas a mi actividad académica y empresarial que me han llevado a iniciar esta labor, como es la experiencia adquirida en los últimos años respecto a la colaboración en cuanto al diseño de proyectos para la ejecución de viviendas familiares, y en la administración de su construcción, lo cual ha enriquecido mis conocimientos sobre los principios y la buena práctica de la carrera administrativa que hoy tengo la oportunidad de divulgarlos a través de este documento.

JUSTIFICACIÓN ACADÉMICA

Los conocimientos adquiridos en la carrera de Administración de Empresas justifica con sobra de méritos el que se desarrolle este trabajo, aplicando los conocimientos teóricos e investigativos con

fines académico, lo cual beneficiará con absoluta seguridad a mi futuro profesional dada la apertura de trabajo que la obtención del título brinda.

JUSTIFICACIÓN POLITICA

Como es de entenderse, un ingrediente importante para que se cumplan los proyectos que tienen que ver con la industria de la construcción es el estilo y las políticas gubernamentales que emiten quienes administran un pueblo, así como las normas que generan sus legisladores, pues de esto depende los recursos disponibles en el sector financiero, su ingreso y la capacidad de endeudamiento de las personas, la bondad de los precios de los materiales, la aplicabilidad de las normas constructivas; y en fin, las facilidades que el Estado proporciona al pueblo para adquirir, construir, remodelar o mejorar su vivienda.

JUSTIFICACION SOCIAL

No cabe la menor duda que la ejecución de proyectos como el que nos ocupa cubre una necesidad básica y esperada de las familias ecuatorianas, es decir que las ideas de impulsar la tenencia de vivienda suple un requisito básico para el buen vivir del que habla la Constitución Política de la República. El tema de la construcción es de actualidad y de todos los tiempos, merced a que siempre existió un alto déficit habitacional imposible de cubrir en un 100 %, de ahí que el Gobierno actual hace grandes esfuerzos por proveer de viviendas a través de múltiples facilidades que oferta, en especial, a las clases menos favorecidas.

d) OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Elaborar un Plan de Negocios para la creación de una empresa constructora de departamentos multifamiliares en la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua, como un medio de solución para reducir el déficit habitacional existente en nuestra sociedad.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a. Elaborar el Resumen Ejecutivo con criterios claros y concisos de la oportunidad, beneficios y bondades del proyecto.
- b. Realizar el Estudio de Mercado que nos permita conocer y enfrentar las condiciones de la competencia, tomar decisiones y anticipar la evolución del proyecto, identificando cuales son las necesidades de los potenciales clientes y la factibilidad de que sea aceptado el producto.
- c. Efectuar el Diagnóstico Situacional, analizando el problema central que es la cantidad de hogares que carecen de vivienda propia en la ciudad de Ambato, Tungurahua y el Ecuador.
- d. Elaborar el Resumen Ejecutivo con criterios claros y concisos de la oportunidad, beneficios y bondades del proyecto.
- e. Declarar la Misión, Visión, y Objetivos para lo cual está encaminada la Empresa Constructora.
- f. Elaborar un Plan de Marketing, con el propósito de establecer las estrategias de fijación de precios, publicidad, promoción y ventas que garanticen la participación en el mercado y la comercialización del producto.
- g. Definir el Estudio Técnico sobre la localización, diseño, estructura, vida útil, cronograma, entre otros requisitos y aspectos técnicos del proyecto.
- h. Preparar el Estudio Organizacional, Administrativo, Legal, y Operativo de la Empresa Constructora para su implementación.
- i. Elaborar el Análisis Financiero de la inversión y resultado del proyecto constructivo.
- j. Establecer las Estrategias del Negocio, definiendo una directriz o lógica para encaminar los objetivos y visión del proyecto y su encuentro con la realidad.

e) MARCO TEÓRICO

1. DÉFICIT DE VIVIENDA

Es el conjunto de las necesidades insatisfechas de la población en materia habitacional, existentes en un momento y un territorio determinados.

Se expresa numéricamente mediante el cálculo aproximativo de:

- a) déficit absoluto o carencia de vivienda, es decir, la diferencia entre el total de familias y el total de unidades de vivienda;
- b) déficit relativo condiciones inadecuadas de habitabilidad, es decir, requerimientos para eliminar el hacinamiento en viviendas con espacio insuficiente, y requerimientos de sustitución de viviendas total mente deterioradas de acuerdo con el estado físico de los materiales que las constituyen.

La suma de los requerimientos o carencias mencionadas, constituyen el déficit de vivienda existente y se calcula usualmente en base a la información censal correspondiente.

Este déficit puede ser estimado a futuro, en relación con los momentos censales concretos, considerando las necesidades generadas por el crecimiento demográfico tendencial y el proceso normal de deterioro de las viviendas existentes.

El déficit de vivienda puede ser medido en forma particularizada a partir de diversos parámetros como son: número de familias por vivienda, promedio de habitantes por cuarto, deterioro de los materiales, deficiencias constructivas y carencias de servicios, entre otros.

Es necesario enfatizar que el déficit de vivienda no es un simple desajuste en el mercado habitacional, o consecuencia de diferencias técnicas, organizativas o de diseño en la producción de viviendas; su explicación debe referirse estructuralmente a otras carencias como las referidas al empleo y al ingreso, inciden en su determinación causal, impidiendo que gran parte de la población, pueda pagar lo altos costos de la vivienda y de sus elementos componentes: tierra, materiales de construcción, fuerza de trabajo, financiamiento y tecnología¹⁹.

¹⁹Dirección General de Equipamiento Urbano y Vivienda, *Elemento para una política nacional de vivienda*, México, SAHOP, 1977.

2. CONTENIDO Y ALCANCE DEL PLAN DE NEGOCIO

El plan de negocio típico contiene una serie de secciones que describen los puntos básicos el funcionamiento planificado de la nueva iniciativa.

El nivel de detalle de estas secciones puede variar según el propósito del plan, su receptor, los recursos requeridos y la novedad del proyecto. Algunas de las secciones más accesorias pueden, incluso, desaparecer.

Así, un plan que exija pocos recursos para su despliegue puede permitirse el lujo de ser más sintético que uno que requiera grandes inversiones.

Asimismo, un documento dirigido a captar inversiones externas deberá ser más exhaustivo que uno que tan sólo desee ordenar el pensamiento sobre una oportunidad.

Por otro lado, la familiaridad con el sector que tengan los receptores del plan también determina su amplitud. Un inversor conocedor del sector dará por sentados determinados aspectos que será necesario aclarar a inversores sin esa experiencia.

Finalmente, los proyectos que presenten productos o servicios totalmente nuevos para el mercado deberán realizar unas explicaciones más minuciosas, dado que se debe educar al receptor sobre las características del mercado y producto, el modelo de negocio, las operaciones y el modelo financiero que se deriva.

A continuación se muestran las secciones típicas de un plan de negocio:

SECCIÓN	DETALLE
1. Resumen.	a. Resumen ejecutivo del proyecto.
2. Datos de la compañía.	a. Antecedentes y justificación del proyecto. b. Equipo promotor. c. Estado actual.
3. Actividad de la compañía y producto.	a. Descripción del producto/ servicio. b. Modelo de negocio. c. Comparativas del producto. d. Cronograma.
4. Análisis del sector y estrategia.	a. Definición del mercado. Datos de interés. b. Competidores. c. Clientes. d. Análisis DAFO. e. Estrategia propuesta.

5. Plan de marketing.	<ul style="list-style-type: none"> a. Estrategia de marketing. b. Proposición de valor del producto o servicio. c. Política de precios. d. Previsión de ventas. e. Canales y distribución. f. Plan de comunicación. g. Plan comercial.
6. Operaciones y tecnología.	<ul style="list-style-type: none"> a. Estrategia de operaciones. b. Desarrollo de producto. <ul style="list-style-type: none"> (i) Funcionalidades y arquitectura. (ii) Mapa de desarrollo. (iii) Costes de desarrollo. c. Plan de operaciones. <ul style="list-style-type: none"> o Mapa de procesos. o Recursos tecnológicos. o Costes operativos. o Proveedores y partners²⁰. o Plan de calidad.
7. Organización	<ul style="list-style-type: none"> a. Organización. <ul style="list-style-type: none"> (i) Organigrama propuesto. (ii) Definición de funciones. b. Recursos Humanos. <ul style="list-style-type: none"> (i) Política de recursos humanos.
8. Aspectos jurídicos y sociales.	<ul style="list-style-type: none"> a. Forma jurídica. b. Patentes y marcas. c. Obligaciones fiscales, laborales y administrativas. d. Prevención de riesgos laborales y aspectos medioambientales. e. Responsabilidad social empresarial.
9. Plan financiero.	<ul style="list-style-type: none"> a. Estrategia financiera. b. Bases de cálculo. c. Cuenta de resultados previsional. d. Balances previsionales. e. Presupuesto de tesorería. f. Pla de inversiones. g. Necesidades financieras y uso de los fondos. h. Principales ratios y conclusiones.
10. Inversión	<ul style="list-style-type: none"> a. Fondos propios actuales. b. Inversión solicitada y condiciones propuestas.
11. Próximos pasos.	<ul style="list-style-type: none"> a. Objetivos, fases, actividades e hitos para el despliegue. b. Riesgos
12. Anexos.	Según necesidades.

FUENTE: Planes de Negocio Un instrumento para afianzar el éxito en las *start-up*²¹

²⁰ **Partners** (socio, asociado, compañero, partenaire; colega) desempeñarse en calidad de socio.

f) METODOLOGÍA

En el desarrollo del proceso investigativo para elaborar el proyecto se considerará de manera preferente el método deductivo y el analítico, los cuales nos permitirán determinar y conocer cada parte de los componentes del estudio y el logro de los objetivos propuestos.

A más de aquello, se utilizarán otros métodos de la investigación de acuerdo con las necesidades investigativas, como es el método estadístico y otros, así como las diferentes técnicas existentes que sean necesarias en las circunstancias.

MÉTODOS

Método Deductivo: El método permitirá generalizar conceptos universales para luego llegar a particularizar categorías referentes a los diferentes estudios administrativos dentro del Proyecto, para lo cual analizamos aspectos teóricos para elaborar la fundamentación literaria pertinente para su desarrollo. Se empleará este método en el muestreo estadístico, en el cual se aplicaran encuestas a una muestra representativa del universo seleccionado, determinándose hechos importantes en el fenómeno a investigar.

Método Inductivo: Es un proceso analítico - sintético, mediante el cual se parte de un hecho o fenómeno específico para llegar al descubrimiento de un principio general, que permitirá llegar a conclusiones y recomendaciones en base a la evaluación de documentos y otras evidencias. El método se aplicará en la observación de hechos y fenómenos relacionados con la investigación, a fin de obtener información objetiva que en el presente caso permitirá llegar a una conclusión general del Estudio de Mercado y Estudio Técnico.

Método Analítico: El método permite desagregar las partes para estudiar cada componente, Por tanto, éste se utilizará al estudiar los diferentes indicadores del Mercado que incidirán en el futuro del proyecto.

Método Estadístico: Este método de apoyo permitirá realizar el análisis de los datos que sean obtenidos en la investigación, a base de codificar, tabular e interpretar, y sus resultados

²¹Biblioteca Virtual Cynertia; http://www.cynertia.es/sites/default/files/PDF/Planes_de_negocio-instrumento_para_el_exito_en_las_start-up.pdf

presentarlos en forma gráfica, aplicándolo en la tabulación e interpretación de las encuestas a realizar en el Estudio de Mercado

TÉCNICAS

Las técnicas que se utilizarán en la investigación son las siguientes, entre otras que se aplicarán según las circunstancias:

Observación: Es la acción de visualizar determinadamente el ambiente, para asimilar en detalle la naturaleza investigada, su conjunto de datos, hechos y fenómenos. Con la aplicación de esta técnica se realizará la observación de la oferta de Conjuntos Residenciales de Departamentos para la venta en la ciudad de Ambato; así, al realizar el análisis del mercado importará saber cuál es la oferta existente de los departamentos, sean éstos de mediana o primera calidad, con la finalidad de presentar y orientar los departamentos multifamiliares del proyecto y cumplir con las características deseadas por los clientes, ostentando ventajas comparativas y competitivas realizando encuestas para identificar la cantidad de departamentos multifamiliares existentes su ubicación, precios, área de construcción, tipo de acabados, número de dormitorios, número de baños, disponibilidad de sala, cocina, comedor, estudio, garaje, lavandería, patio, jardín, terraza, servicios y demás características técnicas y diseño arquitectónico en la ciudad de Ambato.

Entrevista: Son evidencias a obtenerse del contacto interpersonal para obtener información respecto al Proyecto de Departamentos a desarrollar, permitiendo obtener datos puntuales sobre los bienes, clientes y sus necesidades. En el caso que me ocupa, las entrevistas se realizarán a los constructores y propietarios de las viviendas en construcción o recién construidas del sector en el que se construirá el proyecto, para obtener datos preliminares sobre el costo de construcción en metros cuadrados; y a un grupo de potenciales clientes de clase media y media alta para recabar información de primera mano sobre la aceptación del producto.

Encuesta: Es la formulación de preguntas con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos de los encuestados. Con esta técnica se obtendrá información de fuentes primarias como lo serán las familias de la zona urbana de la ciudad de Ambato, quienes responderán la encuesta, mediante la cual esa información será procesada y analizada de acuerdo a los objetivos planteados en el proyecto.

Revisión Bibliográfica: Es un instrumento que se utiliza en el proyecto para recopilar información que servirá de sustento para elaborar el Marco Teórico. Esta técnica nos permitirá seleccionar y recopilar todo el material bibliográfico relacionado con el tema de investigación como: libros, revistas, documentos, folletos, internet, bibliotecas virtuales, entre otros.

Determinación del tamaño de la muestra:

Con el objetivo de conocer el tamaño de la muestra de potenciales clientes del conjunto residencial, se utilizó información del último censo de población y vivienda realizado por el INEC en el año 2010, utilizando los valores obtenidos en la zona urbana de la ciudad de Ambato y sus proyecciones disponibles, en base a la siguiente cuantificación:

Población económicamente activa: 104.981²².

Una fórmula muy extendida que orienta sobre el cálculo del tamaño de la muestra para datos globales es la siguiente:

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

Donde:

n= Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la población o universo 104.981

P= Probabilidad de éxito 50%

Q= Probabilidad de fracaso 50%

Z= coeficiente de confianza o riesgo deseado 1,96 para un nivel de confianza del 96%

E= Error de la muestra 5%

Sustituyendo:

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

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times 0,5 \times 104.981}{(104.981 - 1)0,05^2 + 1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = \frac{100823,752}{263,4104}$$

$$n = 383$$

²²Biblioteca Virtual <http://ambatoayeryhoy.blogspot.com> (Ambato Ayer y Hoy el Blog de la Universidad Técnica de Ambato)

Resultado:

Se identifica una muestra de 383 encuestas a realizar a **personas de clase media y media alta en la ciudad de Ambato**, considerada como tales para nuestro caso a los empleados que tienen un ingreso superior a \$. 1.201,00 mensuales, pequeños y medianos empresarios o comerciantes y emigrantes.

Parte de las encuestas se enfocaran al estudio de la oferta, a los distintos constructores de Conjuntos Residenciales en la ciudad de Ambato

a) CRONOGRAMA

Nro.	ACTIVIDADES	TIEMPO																																												
		1er Mes				2do Mes				3er Mes				4to Mes				5to Mes				6to Mes				7mo Mes				8vo Mes				9no Mes												
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4					
1	Certificación de Tema y preparación de Anteproyecto para Pertinencia.	x	x	x	x																																									
2	Observaciones y correcciones del Anteproyecto					x	x	x	x																																					
3	Resumen Ejecutivo; Elaboración del Estudio de Mercado									x	x	x	x	x																																
4	Elaboración de Diagnostico Situacional, Definir Misión, Visión y Objetivos													x	x	x																														
5	Plan de Marketing													x	x	x	x																													
6	Localización del Proyecto																	x	x	x	x																									
7	Estudio Técnico																					x	x	x	x																					
8	Estudio Organizacional																									x	x	x	x																	
9	Análisis Financiero y Estrategias del Negocio.																																	x	x	x	x									

RESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

PRESUPUESTO

MATERIALES	COSTO
Equipo de Computación	\$ 500,00
Bibliografía – Internet	\$ 100,00
Movilización	\$ 500,00
Materiales de Oficina	\$ 200,00
Elaboración del Borrador	\$ 100,00
Impresión y Empastado de Tesis	\$ 400,00
Imprevistos	\$ 200,00
Carpetas	\$ 50,00
	TOTAL: \$ 2.050,00

FINANCIAMIENTO

El valor de los recursos materiales y económicos que se indican son reales, y serán financiados por el Autor.

INDICE

a.	TEMA.....	1
b.	RESUMEN.....	2
	RESUMEN EN CASTELLANO	2
	ENGLISH SUMMARY	5
c.	INTRODUCCIÓN.....	7
d.	REVISIÓN DE LITERATURA	10
	1. ANTECEDENTES.....	10
	1.4 DÉFICIT DE VIVIENDA EN ECUADOR.....	13
	1.5 DÉFICIT DE VIVIENDA EN AMBATO	14
	1.6 VIVIENDA Y CONSTRUCCIÓN EN NUESTRO PAÍS.....	15
	1.7 EL PLAN DE NEGOCIOS.....	17
	1.8 PROPÓSITO DE LOS PLANES DE NEGOCIOS.....	17
	1.9 PLANES DE NEGOCIO Y ÉXITO.....	19
	1.10 RESUMEN EJECUTIVO	19
	1.11 ESTRUCTURA Y CONTENIDO DEL RESUMEN EJECUTIVO	20
	1.12 RESUMEN CLARO Y EFECTIVO	21
	1.13 ESTUDIO DE MERCADO.....	22
	1.13.1 ANÁLISIS O DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DEL ESTUDIO DE MERCADO	22
	1.14 VISIÓN, MISIÓN Y OBJETIVOS	24
	1.15 PLAN DE MARKETING	25
	1.16 PLANEACIÓN.....	26
	1.17 RESUMEN DE ANÁLISI DE SITUACIÓN FODA, DOFA, DAFO.	26
	1.18 ESTUDIO DE MERCADOTECNIA	27
	1.19 ESTRATEGIA DE MARKETING	27
	1.20 ESTUDIO TÉCNICO.....	27
	1.21 LOCALIZACIÓN Y TAMAÑO DEL PROYECTO	28
	1.22 OBJETIVO DE LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO CONSTRUCTIVO 28	
	1.23 ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	28
	1.24 EFICACIA Y EFICIENCIA EN LA ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA	29
	1.25 SISTEMA ADMINISTRATIVO-OPERATIVO	29
	1.26 ASPECTOS LEGALES	30
	1.27 PLAN JURÍDICO MERCANTIL	30
	1.28 TRAMITES PARA LA COSNTITUCIÓN DE LA EMPRESA.....	31

1.29	ESTUDIO FINANCIERO.....	32
1.29.1	INVERSIÓN.....	32
1.29.2	FINANCIAMIENTO	33
1.29.3	FUENTES DE FINANCIAMIENTO.....	33
1.29.4	ESTADOS FIANCIEROS.....	33
1.29.5	OBJETIVOS DE LOS ESTADOS FIANCIEROS	34
1.29.6	PUNTO DE EQUILIBRIO.....	34
1.29.7	VALOR ACTUAL NETO (VAN)	35
1.29.8	TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).....	36
e.	MATERIALES Y METODOS.....	38
	MÉTODOS.....	38
	TÉCNICAS.....	39
f.	RESULTADOS	43
	ENCUESTA REALIZADA PARA DETERMINAR LA DEMANDA.....	43
	ENCUESTA REALIZADA PARA DETERMINAR LA OFERTA.....	56
g.	DISCUSIÓN.....	66
2.	ESTUDIO DE MERCADO	66
3.	PLAN DE MARKETING	74
4.	ESTUDIO TÉCNICO	79
4.1	LOCALIZACIÓN Y TAMAÑO DEL PROYECTO	79
4.2	OBJETIVO DE LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO CONSTRUCTIVO..	79
4.3	FACTORES DE LOCALIZACIÓN MACRO DEL PROYECTO	79
4.4	FACTORES DE MICRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	81
4.5	TAMAÑO DEL PROYECTO	83
4.5.1	OBJETIVOS DEL TAMAÑO DEL PROYECTO.....	83
5.	PLAN ORGANIZACIONAL	108
5.1	ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA	108
5.2	ORGANIZACIÓN JURÍDICA	116
6.	ESTUDIO FINANCIERO.....	118
h.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	141
	CONCLUSIONES.....	141
	RECOMENDACIONES	144
i.	BIBLIOGRAFÍA	145
j.	ANEXOS.....	146
a)	TEMA:.....	153
b)	PROBLEMA:	153
c)	JUSTIFICACIÓN.....	158

d) OBJETIVOS	160
e) MARCO TEÓRICO	161
1. DÉFICIT DE VIVIENDA	161
2. CONTENIDO Y ALCANCE DEL PLAN DE NEGOCIO	162
f) METODOLOGÍA.....	164
a) CRONOGRAMA	168
b) PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO	169