



**UNIVERSIDAD DE LAS  
AMÉRICAS**

FACULTAD CIENCIAS ECONÓMICAS Y  
ADMINISTRATIVAS

**"PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA  
DE  
ASESORÍA INMOBILIARIA Y AUTOMATIZACIÓN DE  
VIVIENDAS"**

Trabajo de titulación presentado en conformidad con los requisitos  
para obtener el título de Ingeniería Comercial, mención Administración  
de Empresas

Profesor  
Guía:

ING. JUAN CARLOS TORRES,  
MBA

Autor  
:

JUAN ANDRÉS JÁTIVA  
FLORES

2014

## DECLARACIÓN PROFESOR GUÍA

Declaro haber dirigido este plan de negocios a través de reuniones periódicas con el estudiante Juan Andrés Játiva Flores, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los trabajos de titulación

-----  
Ing. Juan Carlos Torres,  
MBA C.I. 1803369170

### **DECLARACION DE AUTORIA DEL ESTUDIANTE**

Yo, Juan Andrés Játiva Flores, declaro que este plan de negocios es original, de mi autoría: que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.

---

Juan Andrés Játiva Flores  
C.I.17192195-8

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero dar las gracias a Dios por haber culminado una etapa de mi vida con éxito a su lado, gracias a mi familia por su amor incondicional desde el inicio, mi madre con su ternura, mi padre y su sacrificio, a mis hermanos por su confianza por enseñarme que la base es el trabajo y la constancia.

Gracias a mis amigos, por su sincera amistad y apoyo en todo este tiempo.

De manera especial, a mi profesor guía que me brindó su apoyo y su amistad para cumplir mi meta.

## **DEDICATORIA**

A Dios, por permitirme cumplir siempre mis metas, a mis padres, Rita Flores y Manuel Játiva; a mis hermanos Luis, Carlos, David, Isabella que fueron mi soporte y mi motivación a lo largo de mi carrera.

En general a todos aquellos que creen y confían siempre en mí.

## RESUMEN

La empresa inmobiliaria Inmobotic se constituye en la ciudad de Quito, como una compañía de responsabilidad limitada, la cual está integrada por tres socios que aportan con el mismo porcentaje de capital de inversión. Su objeto principal es la automatización de vivienda donde se integran sistemas electrónicos al hogar para mejorar el confort de las personas además de la venta de proyectos inmobiliarios tradicionales e inteligentes que impulsan el desarrollo tecnológico de Quito. La empresa inmobiliaria surge como respuesta a una demanda insatisfecha de personas que quieren mejorar la comodidad en el hogar o quieren adquirir una vivienda.

El mercado objetivo de la empresa es la clase, media-alta, alta de Quito; en su mayoría la población económicamente activa que está en la capacidad de adquirir un crédito hipotecario de vivienda y su ingreso total familiar es superior a los \$800 dólares. La inmobiliaria cumplirá con todos los requerimientos de calidad en sus productos y servicios, distribución, precios bajos y factores determinantes sobre la competencia existente en el mercado.

La empresa utilizará una estrategia de ataque flanqueador, para atender el mercado objetivo determinado mediante distintas herramientas publicitarias actuales e innovadoras. El financiamiento de los productos que ofrecerá la inmobiliaria va a cambiar debido a que la venta de proyectos inmobiliarios, el financiamiento no es directo, ya que se actúa como intermediario en la venta de inmuebles, por otro lado los sistemas de automatización de vivienda, el financiamiento es directo. Existen distintas promociones que se van aplicar dependiendo del producto o servicio que se adquieran.

La estrategia de marketing es la diferenciación de producto: así la empresa dará a conocer los beneficios de adquirir una vivienda inteligente o implementar al hogar los sistemas de automatización de vivienda.

El equipo de trabajo está conformado por un gerente general encargado del área administrativa, marketing y recursos humanos; contador encargado de la parte contable de la empresa, gestión operativa y tributaria

Responsable Comercial, encargado de la comercialización de los sistemas de automatización de vivienda y venta de inmuebles; vendedores y técnicos.

Financieramente el proyecto es rentable: en el escenario con apalancamiento presenta un VAN de 98.565 USD y una TIR de 52.18 %; sin apalancamiento el VAN es 77.462 USD y una TIR de 51.24 %. Todos los escenarios muestran un VAN positivo y una TIR superior al costo de oportunidad lo que hace rentable y atractivo para invertir.

## ABSTRACT

The real estate company Inmobotic is constituted in the city of Quito, as a limited liability company, which is composed of three members who contribute with equal percentage of investment. The main objective of the company is home's automation where housing electronic systems are integrated at home for improving people's comfort. Also, the sale of traditional and intelligent real estate projects that drive the technological development of Quito. The real estate enterprise is a response to an unmet demand of people who want to improve comfort at home or want to buy a house.

The market's goal of the company is medium-high, high class of Quito, between Mostly the economical active population of the city is in the ability to acquire housing mortgage credit and it's total household income is greater than \$ 800. The real estate company will accomplish with all requirements of quality on its products and services, distribution, low costs and determinants factors in the market's existing competition.

The enterprise will use a strategy of flanking attack, to meet the target market determined by different advertising tools current and innovative. The products" financing that will provide the realtor will change due to the sale of real estate projects. Financing is not direct, due to they act as an intermediary for the sale of real estate; on the other hand, the housing automation systems, and financing is direct. There are various promotions that will be applied depending on the product or service being acquired.

The marketing strategy is differentiation, so the company will let customers know the benefits of purchasing an intelligent house or implement home automation housing systems.

The work team consists of a CEO responsible of administrative duties, marketing and human resources. Counter responsible of accounting business,

operational and fiscal management. Sales manager, responsible of selling systems, houses, salespeople and technicians.

Financially the project is profitable: on stage with leverage has a NPV of \$98.565 and an IRR of 52.18 %; unlevered NPV is \$ 77.462 and an IRR of 51.24%. All of the views show a positive NPV and an IRR superior than the opportunity cost which makes profitable and attractive to invest

## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
1.GENERALIDADES .....	3
1.1 Antecedentes.....	3
1.2. Objetivos.....	4
1.2.1. Objetivo general .....	4
1.2.2. Objetivos específicos.....	4
1.3. Hipótesis .....	5
2.LA INDUSTRIA, LA COMPAÑÍA Y LOS PRODUCTOS O SERVICIOS .....	6
2.1. Clasificación industrial uniforme (ciiu) 4 .....	6
2.2. Tendencias.....	6
2.3. Estructura de la industria .....	7
2.4. Market share .....	9
2.5. Cadena de valor.....	10
2.5.1. Desarrollador.....	10
2.5.2. Diseño .....	10
2.5.3. Aprovisionamiento de insumos.....	10
2.5.4. Ejecución.....	11
2.5.5. Comercialización .....	11
2.6. Análisis p.e.s.t. ....	11
2.6.1. Político.....	11
2.6.1.1. Políticas de vivienda.....	11
2.6.1.2. Ley antimonopolio en el ecuador.....	12
2.6.1.3. Norma ecuatoriana de la construcción .....	13
2.6.1.4. Ley para la Administración de los bienes inmuebles en el sector Público Ecuatoriano.....	14
2.6.1.5. Ley de prevención y control de la contaminación ambiental.....	14

2.6.1.6. Relaciones mundiales Ecuador- (Bielorusia, Francia, Rusia) .....	15
2.6.2. Económico.....	15
2.6.2.1. Empleo y desempleo en el Ecuador .....	15
2.6.2.2 Inflación .....	17
2.6.2.3. Tasa de interés activa .....	18
2.6.2.4. Tasa de interés pasiva.....	19
2.6.2.5. Producto InternoBruto.....	19
2.6.2.6. Préstamos .....	21
2.6.2.7. Presupuesto General del Estado.....	22
2.6.3. Tecnológico .....	23
2.6.3.1. Tecnología en el Ecuador.....	23
2.6.3.2. Uso de las Tic en hogares del Ecuador.....	23
2.6.3.3. Domótica e Inmótica.....	24
2.6.3.4. Tipos de Sistemas Domóticos .....	25
2.6.4. Social.....	25
2.6.4.1. Gobierno en el ambito social y la esperanza de vida en el Ecuador.....	25
2.6.4.2. Remesas de los migrantes ecuatorianos.....	26
2.6.4.3. Pequeñas y medianas empresas (PYMES).....	27
2.6.4.4. Consumo en el Ecuador .....	27
2.6.4.5. Tendencia de vivienda en Pichincha .....	28
2.7. Las cinco fuerzas de Porter.....	28
2.7.1. La amenaza de entrada de nuevos competidores (media) .....	29
2.7.2. El grado de rivalidad entre competidores (baja) .....	29
2.7.3. Poder de negociación de los clientes (medio) .....	30
2.7.4. Poder de negociación de los proveedores (medio) .....	30
2.7.5. La amenaza de productos sustitutos (baja) .....	31
2.8. La compañía y el concepto de negocio.....	31
2.8.1. La idea y el modelo de negocio .....	31
2.9. Estructura legal de la empresa.....	32

2.10. Misión, Visión .....	33
2.10.1. Misión.....	33
2.10.2. Visión.....	33
2.11. El producto o servicio .....	33
2.12. Estrategia de ingreso al mercado.....	34
2.13. Análisis Foda.....	35
2.14. Análisis Dafo.....	36
<b>3.INVESTIGACIÓN DE MERCADOS .....</b>	<b>38</b>
3.1. Determinación de la oportunidad del negocio.....	38
3.2. Justificación de la investigación de mercados.....	38
3.3. Definición del problema.....	39
3.4. Objetivo general de la investigación de mercados.....	40
3.5. Objetivos específicos de la investigación de mercados.....	40
3.6. Necesidades de la información.....	41
3.7. Diseño de la investigación.....	42
3.8. Técnica descriptiva cualitativa .....	42
3.9. Entrevistas exhaustivas .....	42
3.9.1. Metodología.....	42
3.9.1.1. Resultados.....	43
3.9.1.2. Principales hallazgos.....	44
3.10. Grupo de enfoque.....	45
3.10.1. Metodología.....	45
3.10.1.1. Resultados.....	45
3.10.1.2 principales hallazgos.....	46
3.11. Mercado relevante y clientes potenciales.....	46
3.11.1. Mercado objetivo .....	46
3.11.2. Segmentación Geográfica.....	47
3.11.3. Segmentación Demográfica.....	47
3.11.4. Segmentación de mercado.....	47

3.12. Técnica de investigación cuantitativa.....	48
3.12.1.1. Metodología.....	49
3.13. Técnica de muestreo.....	49
3.14. Selección de la muestra.....	49
3.15. Trabajo de campo.....	51
3.15.1. Resultados.....	51
3.15.2. Principales hallazgos.....	57
3.16. Tamaño de mercado.....	58
3.16.1. Demanda.....	58
3.16.2. Competencia.....	60
3.17. Evaluación del mercado durante la implementación.....	61
3.18. Oportunidad de la empresa.....	62
<b>4.PLAN DE MARKETING.....</b>	<b>64</b>
4.1. Estrategia general de marketing.....	64
4.2. Estrategia de producto.....	64
4.3. Política de precios.....	67
4.4. Táctica de ventas.....	68
4.5. Política de servicio al cliente.....	72
4.6. Política de implementación.....	73
4.7. Publicidad y promoción.....	73
4.7.1. Publicidad.....	73
4.7.2. Promoción.....	75
4.8. Logo y nombre de la empresa.....	76
4.9. Slogan de la empresa.....	77
4.10. Distribución.....	77
<b>5.PLAN DE OPERACIONES Y PRODUCCIÓN.....</b>	<b>78</b>
5.1. Estrategia de operaciones.....	78
5.2. Ciclo de operaciones.....	81

5.3. Requerimiento de sistemas de automatización y proyectos inmobiliarios.....	86
5.3.1. Sistemas de Automatización .....	86
5.3.2. Proyectos Inmobiliarios .....	87
5.4. Instalaciones.....	88
5.5. Ventajas y desventajas de la ubicación de la inmobiliaria. ....	90
5.5.1. Ventajas .....	90
5.5.2. Desventajas.....	90
5.6. Capacidad de almacenamiento.....	91
5.7. Aspectos regulatorios y legales.....	91
<b>6.EQUIPO DE TRABAJO.....</b>	<b>92</b>
6.1 Estructura organizacional.....	92
6.2. Junta de accionistas.....	93
6.3. Personal administrativo y sus responsabilidades.....	93
6.3.1. Descripción de funciones. ....	93
6.3.1.1. Gerente general.....	93
6.3.1.2. Gerente Administrativo - Financiero .....	95
6.3.1.3. Gerente de Ventas .....	96
6.3.1.4. Community Manager .....	97
6.3.1.5 Ejecutivo de Ventas.....	98
6.4. Perfil del equipo de trabajo.....	99
6.4.1. Gerente General.....	99
6.4.2. Gerente Administrativo - Financiero .....	99
6.4.3. Gerente de Ventas .....	100
6.4.4. Community Manager .....	100
6.4.5. Ejecutivo de Venta.....	100
6.5. Compensación a administradores y propietarios. ....	101
6.6. Política de incremento de sueldos a los empleados. ....	101
6.7. Políticas de empleo y beneficios.....	102

6.8. Derechos y restricciones de accionistas e inversores.....	103
6.9. Equipo de asesores y servicios.....	104
<b>7.RIESGOS CRÍTICOS, PROBLEMAS Y SUPUESTOS...</b>	<b>106</b>
7.1. Supuestos. ....	106
7.2. Problemas y riesgos. ....	108
<b>8.PLAN FINANCIERO .....</b>	<b>110</b>
8.1. Inversión inicial.....	110
8.2. Fuente de ingresos.....	111
8.3. Costos y gastos.....	111
8.3.1. Costos variables .....	111
8.3.2. Gastos .....	113
8.4. Margen bruto y operativo .....	114
8.5. Estado de resultados actual y proyectado. ....	115
8.6. BALANCE GENERAL ACTUAL Y PROYECTADO .....	118
8.7. Flujo de efectivo actual y proyectado.....	119
8.8. Punto de equilibrio.....	122
8.9. Estructura del capital de trabajo. ....	123
8.10. Índices financieros.....	124
8.10.1. Rentabilidad .....	124
8.10.2. Liquidez.....	125
8.10.3. Desempeño .....	126
8.11. Valuación.....	126
<b>CAPITULO IX .....</b>	<b>128</b>
<b>PROPUESTA DE NEGOCIO .....</b>	<b>128</b>
9.1. Financiamiento deseado.....	128
9.2. Estructura del capital y deuda. ....	128
9.3. Capitalización. ....	130
9.4. Uso de fondos. ....	130
9.5. Capital de trabajo. ....	130
9.6. Resultados de la inversión.....	131

CAPITULO X .....	132
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	132
10.1. Conclusiones.....	132
10.2. Recomendaciones.....	133
REFERENCIAS.....	135
ANEXOS .....	141

## INTRODUCCIÓN

El crecimiento poblacional que existe dentro de las ciudades urbanas del Ecuador influye en todos los sectores productivos; el sector inmobiliario y de la construcción ha generado una demanda constante y creciente en los últimos años por lo que ha presentado un desarrollo notable a lo largo y ancho de las ciudades. Las personas buscan inmuebles que cumplan con las necesidades requeridas, motivo suficiente para que existan en la actualidad distintos tipos de proyectos inmobiliarios tradicionales y automáticos que se ofertan para atender una demanda insatisfecha. La tecnología es un factor que afecta a todos los sectores productivos, es el caso también del sector inmobiliario y de la construcción, donde se han implementado sistemas tecnológicos a las viviendas para mejorar el confort de las personas y facilitar la vida cotidiana.

En la ciudad de Quito, así como también en otras ciudades urbanas del Ecuador, se puede observar este progreso en las construcciones actuales que se realizan en distintos sectores de la ciudad, ofreciendo a sus clientes comodidad, seguridad, espacio, ubicación estratégica de proyectos inmobiliarios.

A pesar de que se vive en una era tecnológica las personas no conocen acerca de sistemas domóticos e inmóticos que se implementan a las viviendas, estos sistemas son implementados en las principales ciudades del mundo para mejorar el rendimiento de las personas en un lugar de trabajo o mejorar la comodidad en el hogar. Los sistemas tecnológicos implementados en el hogar es un concepto nuevo en el país, que se lo va aplicando progresivamente en la sociedad ecuatoriana como parte de la nueva era futurista.

En este contexto, se toma como iniciativa el estudio de factibilidad para la creación de una empresa de asesoría inmobiliaria y automatización de vivienda en la ciudad de Quito, que aproveche la demanda de viviendas y promocióne

los beneficios de invertir en sistemas automáticos de vivienda, para posicionarse dentro del mercado inmobiliario.

## Capítulo I

### Generalidades

En este capítulo se revisa de manera general el negocio inmobiliario; los servicios implementados, los objetivos del proyecto, y la hipótesis de investigación.

#### 1.1 antecedentes

El Ecuador es uno de los países que ha mantenido un crecimiento sostenido en los últimos 12 años, la construcción en el Ecuador contribuye un 10% del PIB (Clave, 2013), este crecimiento se debe principalmente a la gran demanda que existe actualmente en el mercado inmobiliario en todo el país y la necesidad de las personas por buscar un inmueble que cubra con todas sus expectativas, situación que las constructoras e inmobiliarias están aprovechando, ya que han iniciado con varios proyectos inmobiliarios para que cubran con la demanda existente, brindando una edificación de calidad y mejorando el confort de las personas. En el Ecuador actualmente existe un déficit habitacional según el (BCE, 2013), debido a este motivo el sector inmobiliario va creciendo y la demanda por inmuebles también.

Un factor importante dentro del sector inmobiliario y construcción son los préstamos hipotecarios que otorga el Banco del BIESS para que las personas puedan adquirir, construir, remodelar, sus viviendas (BIESS, 2013), esta es una de las razones que permite a las personas adquirir actualmente un inmueble fácilmente.

Tomando en cuenta este crecimiento sostenido de la construcción del Ecuador, la empresa va ofrecer servicios muy interesantes que generan un valor agregado al giro de negocio como: asesorar al cliente al momento de adquirir inmuebles, vender, promocionar edificaciones automáticas e implementar la

automatización a edificaciones existentes, para fortalecer el desarrollo tecnológico de Quito.

La promoción inmobiliaria es una parte muy importante dentro de la construcción, ya que concentra todos sus esfuerzos en cubrir el déficit habitacional existente en el país y ampliar el acceso de una vivienda a las personas (Apive, 2013).

El desarrollo tecnológico en la ciudad es muy importante, ya que actualmente las personas tienen la necesidad de mejorar sus viviendas con la finalidad de facilitar las tareas cotidianas haciendo el tiempo más eficiente, además de tener una vida más cómoda.

## **1.2. Objetivos**

### **1.2.1. Objetivo general**

- determinar la viabilidad de la creación de una empresa inmobiliaria, la misma que va, asesorar, vender, y promocionar bienes inmuebles, especializándose en la venta de edificaciones automáticas e implementando la automatización a las viviendas existentes, fortaleciendo el desarrollo tecnológico de Quito.

### **1.2.2. Objetivos específicos**

- determinar la demanda insatisfecha existente en el mercado inmobiliario quiteño.
- determinar y analizar los factores, favorables y perjudiciales, que se presentan dentro del mercado inmobiliario.

- realizar un estudio de mercado con la finalidad de determinar correctamente nuestro mercado objetivo.
- elaborar un plan de marketing para conocer e identificar la demanda en el segmento inmobiliario, implementando el nuevo servicio de automatización a las edificaciones.
- definir la estructura de la empresa más adecuada para el giro de negocio propuesto.
- realizar una evaluación económica y financiera para la creación de la inmobiliaria, con el fin de verificar si es rentable el proyecto.

### **1.3. Hipótesis**

El mercado inmobiliario en la ciudad de Quito está en crecimiento acelerado, por lo tanto la creación de una empresa de asesoría inmobiliaria enfocada en la automatización de viviendas, no solo cubriría la alta demanda de bienes inmuebles sino también mejoraría el confort y calidad de vida de las personas mediante la integración de sistemas electrónicos a las edificaciones, ya que vivimos en una era tecnológica donde la optimización de tiempos es muy importante para las personas dentro de una ciudad. La promoción y la asesoría de viviendas son factores muy importantes, ya que facilita la accesibilidad de vivienda a los hogares en Quito.

## Capítulo II

### La industria, la compañía y los productos o servicios

Dentro de este capítulo se detalla el análisis de la industria, las tendencias y la posible estructura orgánica de la empresa a formar.

#### 2.1. Clasificación industrial uniforme (ciiu) 4

La clasificación de la industria ciiu4 según el (inec, 2013), que se encuentra el negocio propuesto es la sección, "I" actividades inmobiliarias, dentro de esta sección está todo lo que corresponde con las actividades inmobiliarias como son: la comercialización de inmuebles, así como también la prestación de otros servicios que tienen que ver con bienes inmuebles.

#### 2.2. Tendencias

En el Ecuador actualmente lo que sucede con el sector inmobiliario y de la construcción es un crecimiento sostenido, en todos los niveles de ingreso, medio, medio-bajo, también en los estratos más altos de la sociedad, medio-alto, alto (clave, 2013). Existen zonas dentro de la ciudad que no se construían, y de repente la construcción se disparó a medida que crecía la demanda por adquirir un inmueble, esto permite a los constructores comiencen a construir rápidamente las edificaciones ya que han alcanzado un nivel de preventa óptima para poder comenzar las construcciones (clave, 2013).

La construcción es un sector de la industria del Ecuador que ha venido teniendo un gran progreso sostenido desde el año 2007 al 2012, en el 2013 la situación no parece variar mucho dentro del sector, ya que el Banco Central del Ecuador prevé que el PIB incrementará un 0,4% en el sector inmobiliario y construcción (elportal, 2013), factor que nos favorece para atender la demanda

existente en el mercado inmobiliario dentro de Quito, debido a la expansión de la ciudad y el agresivo aumento de proyectos inmobiliarios.

El gobierno nacional está gestionando el desarrollo tecnológico en el área de la construcción mediante acuerdos con Bielorrusia para cubrir el déficit habitacional existente en el país (elciudadano, 2013), este tema es muy beneficioso para las ciudades, ya que fortalece el desarrollo tecnológico en la construcción. La futura empresa puede impulsar los proyectos de automatización de las edificaciones e implementar la automatización como factor fundamental para mejorar el estilo de vida de las personas.

### 2.3. Estructura de la industria

Las empresas más importantes en el sector inmobiliario dentro del Ecuador se muestran en la siguiente tabla, donde se realizó el índice Herfindhal de la industria. El índice Herfindhal determina la concentración económica existente en un mercado determinado (scpm, 2013).

**Tabla 1: índice Herfindhal empresas inmobiliarias del Ecuador**

Empresa	Ventas	% Participación	% Participación <sup>2</sup>
Inmomavi s.a.	2.378.43	3%	0,001220451
Inmorigolino s.a	4.788.54	7%	0,004947054
Inmocrecer s.a	4.849.61	7%	0,005074039
Ambarconstruccions	2.972.63	4%	0,001906432
Inmopacifico s.a.	16.799.0	25%	0,060884884
Inmobiliaria	3.563.20	5%	0,002739181
Constructisa s.a	3.396.32	5%	0,002488616
Konstruirsa s.a.	6.249.52	9%	0,008426237
Maramar s.a	7.338.08	11%	0,011617299

<b>Promaler s.a</b>	2.964.80	4%	0,001896404	
<b>Altooccidente</b>	3.227.97	5%	0,002248014	
<b>Inmobiliaria</b>	9.553.48	14%	0,019690782	
<b>Totales</b>	<b>68.081.6</b>	<b>100%</b>	<b>0,123139394</b>	<b>1231,393</b>
	<b>64</b>			<b>94</b>

**Tomado de:** superintendencia de compañías (2013)

El índice herfindhal de la industria inmobiliaria se realizó tomando en cuenta las ventas de las empresas inmobiliarias en el ranking de las inmobiliarias más importantes, según la superintendencia de compañías, este índice nos permite observar que la industria es fragmentada en el mercado ya que existe una distribución en la participación por empresa, además la mayor participación en el mercado inmobiliario tiene la empresa inopacifico s.a., con el 25%, a pesar de esta participación mayoritaria las demás empresas distribuyen la cuota de mercado en la industria fragmentada inmobiliaria dando a conocer la existencia de un mercado no concentrado. Al ser un mercado no concentrado va existir mayor competencia dentro del mercado inmobiliario, debido al giro de negocio propuesto, los servicios e implementaciones, se puede tener una participación representativa dentro de este mercado. En la siguiente tabla se observa las principales empresas inmobiliarias existentes en la provincia de pichincha, para conocer mejor la estructura formal de las empresas inmobiliarias.

**Tabla 2. Principales empresas inmobiliarias en pichincha**

Inmobiliarias en pichincha	
Nombre de la compañía	Tipo de compañía
Urbanizadora naciones unidas	Anónima
Invede (inversion y desarrollo)	Anónima
Southern enterprises & investments co.	Anónima
Referencecorp	Anónima
Arcgold del ecuador	Anónima
proinmobiliaria	anonima
Uribe y schwarzkopf	cia. Ltda

**Tomado de:** superintendencia de compañías (2013)

## 2.4. Market share

La cuota de mercado es muy importante, ya que se puede ver en la siguiente tabla las actividades inmobiliarias por provincias, donde existen más empresas relacionadas con la actividad inmobiliaria o de construcción en la provincia de pichincha con un porcentaje de 32%, lo que indica que existen en la provincia de pichincha una mayor actividad en el sector inmobiliario y de construcción.



**Tabla 3: empresas relacionadas con la actividad inmobiliaria o de construcción por provincia**

PROVINCIA	EMPRESAS RELACIONADAS CON LA ACTIVIDAD INMOBILIARIA O DE CONSTRUCCIÓN	PORCENTAJES
PICHINCHA	554	32%
GUAYAS	481	28%
OTRAS	680	40%
TOTAL	1715	100%

Tomado de: Inec (2013)

## 2.5. Cadena de valor

### 2.5.1. Desarrollador

Para tener una empresa inmobiliaria competitiva en el mercado se necesitan factores fundamentales como: tener una buena administración y organización, realizar el correcto estudio de mercado, tener una visión clara del negocio y todas sus implicaciones.

### 2.5.2. Diseño

El diseño es la actividad más importante que genera valor a la empresa la misma que permite tener mayor competitividad en la industria inmobiliaria. El diseño de los productos y servicios está encargado de profesionales capaces de promover la empresa inmobiliaria.

### 2.5.3. Aprovechamiento de insumos

El aprovisionamiento y la disponibilidad de insumos es un factor importante, ya que se busca obtener sistemas apropiados para la promoción de las edificaciones inteligentes y la implementación de sistemas eléctricos de calidad a las viviendas.

#### **2.5.4. Ejecución**

La capacidad de implementar sistemas electrónicos a las viviendas e impulsando edificaciones inteligentes para fomentar el desarrollo tecnológico de Quito es fundamental dentro de la cadena de valor de la empresa inmobiliaria.

#### **2.5.5. Comercialización**

La comercialización consiste en todas las tareas que se aplica una vez que se ha logrado generar convenios con los constructores y clientes que desean adquirir o implementar su vivienda con sistemas eléctricos. Esta actividad es la que cierra la cadena de valor ya que tiene como cliente al usuario de una vivienda o al futuro propietario de una edificación

### **2.6. Análisis p.e.s.t.**

#### **2.6.1. Político**

##### **2.6.1.1. Políticas de vivienda**

Dentro de la industria Inmobiliaria existen varios aspectos políticos que son muy valiosos tomar en cuenta al momento de poner en marcha la empresa inmobiliaria, entre los más importantes se tiene algunos artículos de acuerdo a la nueva constitución del Ecuador referentes a la vivienda se presentan a continuación:

Según la nueva constitución del Ecuador formula que las políticas de vivienda son de competencia exclusiva del Estado Central (Art. 261), pero su garantía compete a todos los niveles de gobierno (Art. 375). Asimismo, el Estado deberá articularse con los gobiernos autónomos y descentralizados de los municipios y parroquias rurales en los procesos de planificación del ordenamiento territorial (Art. 264.1 y Art. 267.1).

Las políticas para la vivienda y el hábitat deberán cumplirse en base a los principios de universalidad, igualdad, equidad, progresividad, interculturalidad, solidaridad y no discriminación y funcionar bajo los criterios de calidad, eficiencia, eficacia, transparencia, responsabilidad y participación (Art. 340). La financiación de esta política está todavía a cargo de la banca pública y de las instituciones de finanzas populares, que deben dar prioridad a las personas de escasos recursos económicos y a las mujeres jefas de hogar (Art. 375.5).

Todos estos artículos tienen que estar claramente entendidos ya que se basará principalmente bajo el artículo 30 de la Constitución del Ecuador para así brindar como empresa de asesoría inmobiliaria un servicio y producto de calidad a todos los habitantes de la ciudad de Quito, así como también tener una transparencia y responsabilidad en todas las operaciones competentes al giro de negocio propuesto para lograr ser una de las empresas inmobiliarias más importantes del Ecuador.

En el país existe un apoyo incondicional por parte del Gobierno que trabaja en conjunto con la banca para así proveer préstamos a todas las personas que deseen adquirir una vivienda acorde a sus necesidades, brindando créditos con una tasa inferior al 5%, lo que hace que sea la tasa referencial menor dentro de las entidades privadas (Clave, 2013), este apoyo beneficiará en gran proporción al mercado inmobiliario, y como empresa nueva se puede impulsar todos los servicios.

#### **2.6.1.2. Ley antimonopolio en el Ecuador**

La ley de regulación y control del poder de mercado que existe en el Ecuador es una de las más modernas que tiene América latina (Paciconsult, 2013), esta ley se aprobó con todas las observaciones presentadas por la Asamblea Nacional y ahora se tiene una ley para controlar los monopolios existentes en el mercado Ecuatoriano.

Para que se pueda entender mejor el control de mercado es: “la capacidad de los operadores económicos para influir significativamente en el mercado individualmente o colectivamente” (Jezi-audidores, 2013). Esta ley busca evitar posibles irregularidades en el desarrollo y crecimiento empresarial (Rap, 2013). La futura empresa inmobiliaria se registrará bajo los artículos de esta ley antimonopolio para tener un crecimiento transparente en el mercado quiteño.

El presidente del Ecuador señaló: “Hay países que se han desarrollado, no destruyendo monopolios, sino controlándolos” (Paciconsult, 2013). Factor importante para la construcción y el negocio inmobiliario en el país.

### **2.6.1.3. Norma ecuatoriana de la construcción**

La Norma Ecuatoriana de la Construcción, se realizó mediante el convenio existente entre el Ministerio de desarrollo Urbano y Vivienda, y la Cámara de construcción de Quito el 17 de Julio del 2013. La norma Ecuatoriana de la construcción se pone en vigencia de aplicación nacional los siguientes capítulos:

- Cargas y materiales
- Peligro Sísmico y requisitos de Diseños Sismo Resistentes
- Riesgo Sísmico, Evaluación y Rehabilitación de Estructuras
- Estructuras de Hormigón Armado
- Estructuras de Acero
- Mampostería Estructural
- Vidrio
- Geotecnia y Cimentaciones

- Vivienda de Hasta 2 pisos con luces de Hasta 5.0M

Estas normas que se ponen en vigencia son de gran importancia, ya que se regulan las construcciones para el mejor desarrollo urbano de Quito y del Ecuador.

#### **2.6.1.4. Ley para la Administración de los bienes inmuebles en el sector Público Ecuatoriano**

Se necesita tener una ley de administración de los bienes inmuebles para poner a manejar eficientemente estos recursos, por este motivo se creó la ley para la administración de los bienes inmuebles en el sector público que impulsó la asamblea nacional, donde se determinan artículos que son muy importantes, los cuales se debe tomar en cuenta para que se pueda administrar y modificar bienes inmuebles en el sector público. Como futura empresa inmobiliaria se debe tener conocimiento de esta ley para estar bien informado de todo lo que involucre el giro de negocio propuesto.

#### **2.6.1.5. Ley de prevención y control de la contaminación ambiental**

El estado Ecuatoriano debe precautelar la buena utilización y conservación de los recursos naturales existentes en el país, para el bienestar individual y colectivo, por este motivo se creó la ley de prevención y control de la contaminación ambiental (Derecho-ambiental, 2013).

Actualmente el Ecuador presenta un desarrollo industrial que obliga preservar el medio ambiente, ya que debe existir un equilibrio entre el desarrollo tecnológico y el uso de los recursos del ambiente. Para el giro de negocio propuesto es importante cumplir con esta ley para utilizar los recursos existentes sin perjudicar el medio ambiente, el negocio está directamente relacionado con la industria de la construcción.

En esta ley es importante tener en cuenta el capítulo V, (Art 12), Lit. A, el cual determina que la explotación de materiales de construcción es fuente potencial de contaminación del aire, artículo que creemos importante que se deba cumplir por parte de las constructoras ya que son futuros aliados y socios para la futura inmobiliaria.

#### **2.6.1.6. Relaciones mundiales Ecuador- (Bielorusia, Francia, Rusia)**

En el año 2013 se ha realizado importantes acuerdos entre Ecuador y varios países de Europa entre los cuales comprendía la cooperación de estas potencias mundiales con el Ecuador, principalmente en aspectos tecnológicos y educación (Habitatyvivienda, 2013). Un aspecto muy importante que se volvió a resaltar es el acuerdo que realizó Ecuador con Bielorrusia respecto al protocolo de Intenciones para la cooperación de Hábitat y vivienda, entre el Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda de Ecuador y el Ministerio de Arquitectura de Bielorrusia, el objetivo principal de esta alianza es intercambiar experiencias e información relacionadas a la planeación urbana y regional, información geográfica, tipología de vivienda social entre otros. Las relaciones y acuerdos formados en este sector de la construcción son necesarios, ya que fortalecen el desarrollo de Quito.

#### **2.6.2. Económico**

##### **2.6.2.1. Empleo y desempleo en el Ecuador**

El sector de la construcción es uno de los mayores empleadores en el mundo, no solo en el Ecuador (Ecuadorencifras, 2013), el país se ha visto en beneficio ya que las construcciones han tenido un crecimiento sostenido y por ende las empresas constructoras requieren contratar más personas para cumplir con sus proyectos inmobiliarios.

En la siguiente tabla se puede observar el desempleo en los últimos 2 años presenta una disminución en el Ecuador, se registra que es la tasa más baja de

desempleo en los últimos 10 años llegando al 4.60%. Una razón es que el sector de la de construcción e inmobiliario abastece empleo a cerca de 300 mil personas.

**TABLA 4: DESEMPLEO ECUADOR**

<b>TASA DESEMPLEO ECUADOR ÚLTIMOS 2 AÑOS</b>	
<b>MÁXIMO</b>	9.09%
<b>MÍNIMO</b>	4.60%

**Tomado de:** BCE (2013)

En la siguiente tabla se puede observar la tasa de desempleo en la ciudad de Quito en los últimos dos años, donde se evidencia la mayor tasa de desempleo en 7.14% y la menor 3.38%.

**TABLA 5: DESEMPLEO EN QUITO**

<b>TASA DESEMPLEO EN QUITO ÚLTIMOS 2 AÑOS</b>	
<b>MÁXIMO</b>	7.14%
<b>MÍNIMO</b>	3.38%

**Tomado de:** BCE (2013)

En la siguiente tabla se observa las recientes variaciones de la tasa de desempleo en el Ecuador durante el 2013, el mes de septiembre registra una tasa de desempleo del 4.55%, siendo la menor en el presente año.

**TABLA 6: ÚLTIMAS VARIACIONES TASA DE DESEMPLEO EN EL ECUADOR**

<b>ULTIMAS VARIACIONES TASA DE DESEMPLEO EN EL ECUADOR</b>	
<b>SEPTIEMBRE-30-2013</b>	4.55 %
<b>JUNIO-30-2013</b>	4.89 %
<b>MARZO-31-2013</b>	4.64 %
<b>DICIEMBRE-31-2012</b>	5.00 %
<b>SEPTIEMBRE-30-2012</b>	4.60 %
<b>JUNIO-30-2012</b>	5.19 %
<b>MARZO-31-2012</b>	4.88 %

**Tomado de:** BCE (2013)

### 2.6.2.2 Inflación

La inflación es el aumento generalizado y sostenido en los bienes y servicios en una economía de mercado (Economía, 2013), mientras más baja es la inflación los precios en los mercados son más accesibles. En la siguiente tabla se muestra como la inflación se ha sostenido, esto favorece sin duda al sector inmobiliario porque los precios de insumos dentro del sector inmobiliario y de construcción no se evidencian un incremento exagerado.

**TABLA 7: INFLACIÓN**

<b>INFLACIÓN ULTIMOS 2 AÑOS</b>	
<b>MÁXIMO</b>	6.12%
<b>MÍNIMO</b>	3.01%

**Tomado de:** BCE (2013)

En la siguiente tabla se observa las recientes variaciones de la inflación en los últimos 10 meses del año 2013. La inflación más baja en este año fue en el mes de Julio, mientras que la inflación más alta se registró en el mes de Septiembre, relativamente se ha mantenido una inflación baja en el presente año lo que es bueno para el mercado inmobiliario debido a los precios accesibles

**TABLA 8: ÚLTIMAS VARIACIONES DE LA INFLACIÓN**

<b>ULTIMAS VARIACIONES TASA DE INFLACION EN EL ECUADOR</b>	
<b>OCTUBRE-31-2013</b>	0.41 %
<b>SEPTIEMBRE-30-2013</b>	0.57 %
<b>AGOSTO-31-2013</b>	0.17 %
<b>JULIO-31-2013</b>	-0.02 %
<b>JUNIO-30-2013</b>	-0.14 %
<b>MAYO-31-2013</b>	-0.22 %
<b>ABRIL-30-2013</b>	0.18 %
<b>MARZO-31-2013</b>	0.44 %
<b>FEBRERO-28-2013</b>	0.18 %
<b>ENERO-31-2013</b>	0.50 %

**Tomado de:** BCE (2013)

### 2.6.2.3. Tasa de interés activa

En la siguiente tabla se observa como la tasa activa relativamente se ha mantenido en los últimos dos años, la tasa de interés activa es el valor que cobran los bancos por otorgar préstamos. Actualmente la tasa de interés vigente destinada para vivienda es del 10.64%, lo que es algo favorable al giro de negocio, ya que la gente va adquirir más bienes inmuebles.

**TABLA 9: TASA ACTIVA**

<b>TASA ACTIVA ÚLTIMOS 2 AÑOS</b>	
<b>MÁXIMO</b>	8.37%
<b>MÍNIMO</b>	8.17%

**Tomado de:** BCE (2013)

En la siguiente tabla se puede observar las variaciones de la tasa activa en el Ecuador en los últimos 11 meses, la tasa de interés activa se ha mantenido durante este año.

**TABLA 10: ÚLTIMAS VARIACIONES TASA ACTIVA EN EL ECUADOR**

<b>ÚLTIMAS VARIACIONES TASA DE INTERÉS ACTIVA EN EL ECUADOR</b>	
<b>Noviembre-30-2013</b>	8.17 %
<b>Octubre-31-2013</b>	8.17 %
<b>Septiembre-30-2013</b>	8.17 %
<b>Agosto-30-2013</b>	8.17 %
<b>Julio-31-2013</b>	8.17 %
<b>Junio-30-2013</b>	8.17 %
<b>Mayo-31-2013</b>	8.17 %
<b>Abril-30-2013</b>	8.17 %
<b>Marzo-31-2013</b>	8.17 %
<b>Febrero-28-2013</b>	8.17 %
<b>Enero-31-2013</b>	8.17 %

**Tomado de:** BCE (2013)

#### 2.6.2.4. Tasa de interés pasiva

En la siguiente tabla se observa la tasa pasiva, la cual se ha mantenido en los últimos dos años en un 4.53%. Esta tasa va a ser el interés que pagan las entidades financieras por el dinero captado a través de préstamos que el BIEES ha entregado para que las personas adquieran un inmueble o realicen proyectos inmobiliarios y cuentas de ahorros.

**TABLA 11: TASA PASIVA**

<b>TASA PASIVA ÚLTIMOS 2 AÑOS</b>	
<b>MÁXIMO</b>	4.60%
<b>MÍNIMO</b>	4.53%

Tomado de: BCE (2013)

En la siguiente tabla se observa como la tasa pasiva del Ecuador se ha mantenido durante los últimos 11 meses de este año.

**TABLA 12: ÚLTIMAS VARIACIONES TASA PASIVA EN EL ECUADOR**

<b>ÚLTIMAS VARIACIONES TASA PASIVA EN EL ECUADOR</b>	
<b>Noviembre-30-2013</b>	4.53 %
<b>Octubre-31-2013</b>	4.53 %
<b>Septiembre-30-2013</b>	4.53 %
<b>Agosto-30-2013</b>	4.53 %
<b>Julio-31-2013</b>	4.53 %
<b>Junio-30-2013</b>	4.53 %
<b>Mayo-31-2013</b>	4.53 %
<b>Abril-30-2013</b>	4.53 %
<b>Marzo-31-2013</b>	4.53 %
<b>Febrero-28-2013</b>	4.53 %
<b>Enero-31-2013</b>	4.53 %

Tomado de: BCE (2013)

#### 2.6.2.5. Producto Interno Bruto

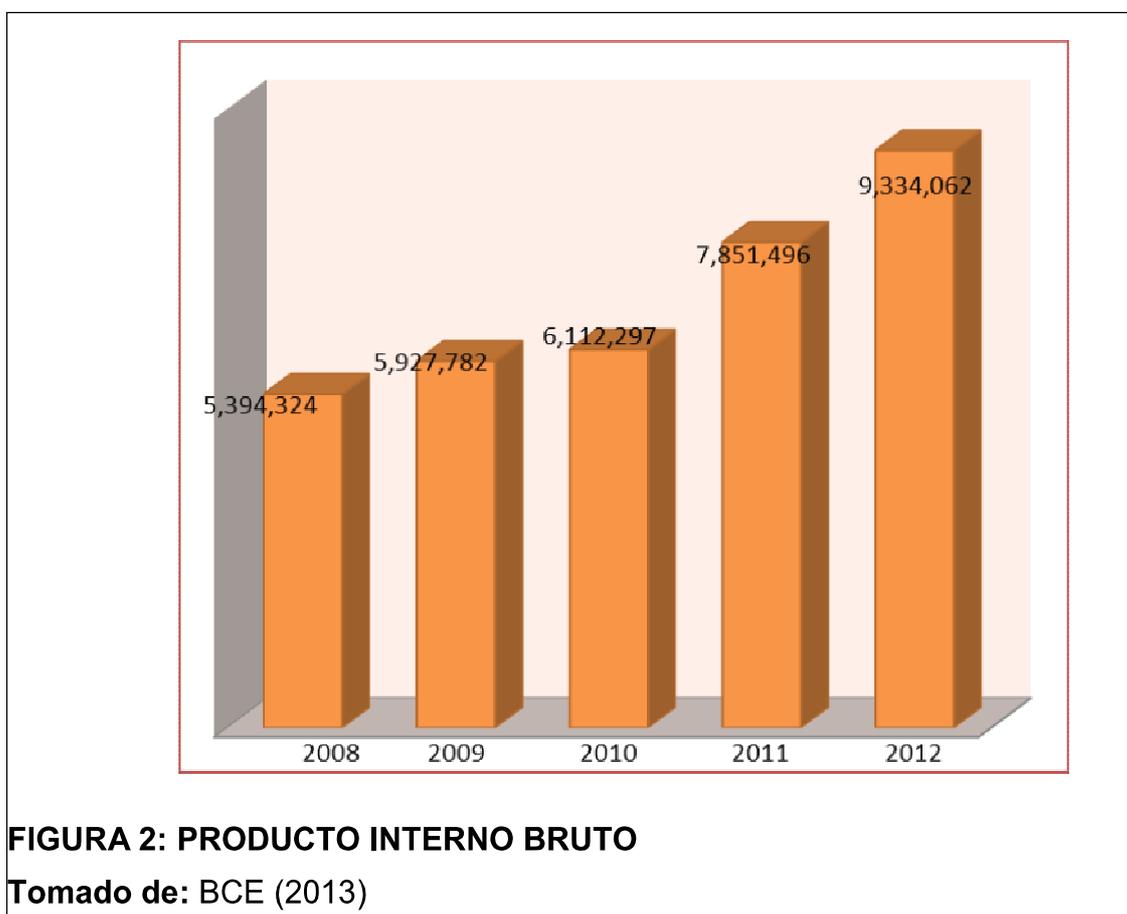
El PIB es el valor monetario de los bienes y servicios finales que se producen dentro de una economía en un periodo de tiempo determinado

(Economía, 2013). A continuación se presenta el gráfico del PIB del Ecuador en los últimos dos años.

**TABLA 2. 13: PIB DEL ECUADOR**

PIB DEL ECUADOR ÚLTIMOS 2 AÑOS	
MÁXIMO	89039.90 millones de dólares
MÍNIMO	15153.00 millones de dólares

Tomado de: BCE (2013)



En este gráfico se aprecia la evolución del PIB en la construcción de los últimos 5 años, para el negocio inmobiliario es importante que siga en aumento el sector de la construcción, la demanda por inmuebles depende mucho de los precios (Clave, 2013). El giro de negocio propuesto se favorece con este crecimiento ya que se puede dar a conocer los servicios

inmobiliarios y dar conocimiento a las personas acerca de la automatización de la vivienda.

#### 2.6.2.6. Préstamos

En el siguiente gráfico se observa los créditos hipotecarios que han entregado el BIESS y el aumento progresivo en los cuatro primeros meses del 2013. En este año el mes de Abril fue el más representativo para la entrega de créditos hipotecarios.

**TABLA 14: DESEMBOLSOS REALIZADOS EN CRÉDITOS HIPOTECARIOS**

<b>DESEMBOLSO REALIZADOS EN CRÉDITOS HIPOTECARIOS ENERO-ABRIL 2013</b>		
Enero 2013	\$	88.627.405,12
Febrero 2013	\$	87.047.283,33
Marzo 2013	\$	89.526.813,79
Abril 2013	\$	93.167.845,92

**Tomado de:** BIESS (2013)

Los créditos hipotecarios han sido fundamentales para el sector de la construcción e inmobiliario, ya que ha permitido tener un crecimiento gracias al apoyo de la banca, el BIESS ofrece a las personas préstamos para que puedan adquirir, construir o remodelar una vivienda, solicitar créditos hipotecarios se ha convertido en un trámite muy fácil para todas las personas que requieran este crédito.

### 2.6.2.7. Presupuesto General del Estado

El presupuesto general del estado para el año 2013 es de 32.366,83 millones de dólares (Andes, 2013), este presupuesto se dividen en diferentes rubros entre los más importantes se tiene los siguientes.

**TABLA 2. 15: RUBROS PRESUPUESTO DEL ESTADO**

RUBROS	PRESUPUESTO
<b>GBIERNOS AUTÓNOMOS DESCENTRALIZADOS, TESORO E IMPORTACIÓN DE DERIVADOS</b>	13.855 MILLONES DE DÓLARES
<b>CONSEJO DE DESARROLLO SOCIAL</b>	4.627 MILLONES DE DÓLARES
<b>CONSEJO DE SEGURIDAD</b>	3.816 MILLONES DE DÓLARES
<b>CONSEJO DE TALENTO HUMANO Y CONOCIMIENTO</b>	3.211 MILLONES DE DÓLARES
<b>OTRAS FUNCIONES DEL ESTADO</b>	2.534 MILLONES DE DÓLARES
<b>CONSEJO DE SECTORES ESTRATÉGICOS</b>	2.183 MILLONES DE DÓLARES
<b>CONSEJO DE PRODUCCIÓN, EMPLEO Y COMPETITIVIDAD</b>	1. 876 MILLONES DE DÓLARES
<b>CONSEJO DE POLÍTICA ECONÓMICA</b>	199.360 MIL DÓLARES
<b>CONSEJO DE POLÍTICA Y GOBIERNOS AUTÓNOMOS</b>	53 MILLONES 165 MIL DÓLARES
<b>CONSEJOS DE IGUALDAD</b>	9 MILLONES 521 MIL DÓLARES

**Tomado de:** andes (2013)

El ministerio de Finanzas del Ecuador informó que los ingresos sin financiamiento totalizaron USD 25.648 millones de dólares y los gastos sin amortizaciones ascendieron a USD 30.698 millones, presentando un déficit existente que se encuentra debidamente financiado de USD 5.050 millones de dólares (Andes, 2013). El presupuesto del estado para el año 2014 fue aprobado por la Asamblea Nacional y con ello el Gobierno tendrá

34.300 millones de dólares. Para el 2014 se prevé que los subsidios gubernamentales alcancen los 6.213,29 millones de dólares.

### **2.6.3. Tecnológico**

#### **2.6.3.1. Tecnología en el Ecuador**

El Gobierno actualmente también ocupa un papel muy importante en el factor tecnológico, ya que mediante acuerdos con países como Bielorrusia pretende gestionar el desarrollo tecnológico el país. El factor tecnológico está a favor dentro del sector inmobiliario y construcción, ya que busca siempre mejorar el estilo de vida de las personas, en este caso mediante la automatización a las edificaciones se busca mejorar y facilitar el estilo de vida de las personas.

#### **2.6.3.2. Uso de las Tic en hogares del Ecuador**

Para conocer el uso de las tecnologías de información y comunicación en los hogares Ecuatorianos el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos realizó el estudio respectivo en diciembre del 2012 a 21.768 hogares, a personas de 5 años en adelante a nivel nacional, regional, provincial, de nivel urbano y rural, mediante el cual se obtuvieron datos estadísticos que se deben tomar en cuenta para el plan de negocios propuesto. Entre las estadísticas más importantes se tiene:

- Según esta encuesta realizada el 12,2% de las personas que tienen un celular poseen un teléfono inteligente.
- La provincia con más celulares activados es la provincia de Pichincha con el 62,7%.
- El estudio determinó que el 35.1% de la población ecuatoriana ha utilizado el internet en los últimos 12 meses, siendo el área urbana la población mayoritaria que utiliza el internet con un 43,9%.

- El grupo etario con mayor uso de internet se encuentra entre los 16 y 25 años con el 64,9%, seguido de los de 25 a 34 años con el 46,2%.

Estos datos estadísticos son información necesaria ya que el giro de negocio busca desarrollar el aspecto tecnológico de Quito mediante la automatización de vivienda, como se observa cada vez son más las personas que adoptan la tecnología en la vida cotidiana.

### **2.6.3.3. Domótica e Inmótica**

La tecnología que se aplica al hogar conocido como domótica, consiste en la automatización y utilización de nuevas tecnologías de comunicación para mejorar la comodidad, seguridad y bienestar dentro de los hogares (Fenercom, 2013). El constante avance tecnológico ha contribuido con el desarrollo de la domótica en aspectos como la iluminación, climatización, seguridad, comunicación, por estas razones actualmente las edificaciones modernas utilizan la domótica.

Es necesario que los constructores, instaladores, proyectistas, arquitectos y diseñadores tengan un rápido conocimiento de estos sistemas automáticos para que se familiaricen y comiencen a integrarlos para ser más competitivos.

La Inmótica se define como la integración total en un edificio de sistemas automáticos (Jedi, 2013). La Inmótica está orientada a inmuebles de mayor envergadura como hoteles, hospitales, polideportivos, edificios corporativos, etc. (Serconint, 2013) la programación e instalación de la Inmótica son más complejos, potentes y más caros, estos sistemas no llevan asociada ninguna función específica como en el caso de la domótica. Este tema es muy importante para el giro de negocio planteado ya que tiene como especialización la promoción e integración de la domótica e Inmótica.

### 2.6.3.4. Tipos de Sistemas Domóticos

Existen en la actualidad varios sistemas domóticos adoptados en esta nueva era de la construcción y automatización de los inmuebles que se construyen, pero los más utilizados son:

**TABLA 16: SISTEMAS DOMÓTICOS**

SISTEMAS DOMÓTICOS	
SISTEMAS	CARACTERISTICAS
1. Domótica por bus de par trenzado	Utilización de 2 cables
2. Domótica por radio frecuencia	Sin cables
3. Domótica por la propia línea de fuerza de la casa	Powerline o X10

**Tomado de:** serconint (2013)

Estos tipos de sistemas domóticos tienen sus ventajas y desventajas, no se descarta la utilización de estos sistemas dependiendo del tipo de edificación, para la futura empresa inmobiliaria se ve conveniente el sistema domótica por bus de par trenzado, el cual consiste en la utilización de un bus de 2 cables por donde pasa la información utilizada y por estos mismos cables llega la alimentación de los aparatos (28v), que controlan las funciones requeridas en los espacios de vivienda.

### 2.6.4. Social

#### 2.6.4.1. Gobierno en el ámbito social y la esperanza de vida en el Ecuador.

Dentro del ámbito social se han determinado aspectos que son importantes conocer para el negocio presentado en el plan de negocios, el sector inmobiliario y de construcción también se ha visto favorecido ya que el BIESS con el apoyo del gobierno promueve igualdad social (Habitatyvivienda, 2013), este aspecto social ha tenido gran acogida poniendo a las familias ecuatorianas

muy optimistas para adquirir una vivienda y así cumplir con las necesidades requeridas.

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos en el Ecuador somos 15.464.738 millones de ecuatorianos, a pesar del crecimiento en el sector de la construcción, todavía existe déficit habitacional en el país, según datos del Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda, en Ecuador todavía hacen falta 1,2 millones de unidades de vivienda. Este Déficit disminuirá ahora que las personas tienen la facilidad de adquirir una vivienda.

La esperanza de vida en el Ecuador es de 75,63 años, las mujeres tienen una esperanza de vida de 78,66 años mientras que los hombres son de 72,75 años (Datosmacro, 2013). La esperanza de vida en el Ecuador ha subido en los últimos años, entre algunos los factores que determinan la esperanza de vida se tiene el PIB per cápita, educación, salud, alimentación, etc.

#### **2.6.4.2. Remesas de los migrantes ecuatorianos**

En el primer trimestre del 2013 el Banco Central del Ecuador reportó que la remesa de los trabajadores migrantes en el mundo sigue baja, tendencia que se ha venido marcando desde el año 2011.

En el primer trimestre 2013, Ecuador recibió 547,26 millones de dólares de los migrantes en todo el mundo, mientras que en el primer trimestre de 2012 habían ingresado 595,78 millones de dólares (Andes, 2013). En el siguiente cuadro se observa el origen de las remesas y la aportación en millones de dólares.

**TABLA 17: REMESAS DE MIGRANTES ECUATORIANOS**

<b>REMESAS DE LOS MIGRANTES</b>			
<b>PAÍS/AÑO</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>
<b>USA</b>	264,74	276.87	255.89
<b>ESPAÑA</b>	274,8	206	183.79
<b>ITALIA</b>	58,94	46,37	42,46

**Tomado de:** Andes (2013)

#### **2.6.4.3. Pequeñas y medianas empresas (PYMES)**

Las Pymes son el conjunto de pequeñas y medianas empresas que de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, su producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas (Sri, 2013). En nuestro país las pequeñas y medianas empresas que se han formado realizan distintas actividades económicas entre las más importantes se destacan: Las industrias manufactureras, comercio al por mayor y menor, construcción, agricultura, silvicultura y pesca, bienes inmuebles y servicios prestados a empresas.

Las Pymes son de gran importancia en nuestro país ya que se encuentran en la producción de productos y servicios siendo la base del desarrollo del país generando riqueza y empleo. En la actualidad el 70% de empresas registradas en la Superintendencia de Compañías son Pymes las cuales tienen una gran absorción de empleo. El plan de negocio propuesto busca tener alianzas con Pymes relacionadas a la construcción para poder promocionar sus proyectos inmobiliarios.

#### **2.6.4.4. Consumo en el Ecuador**

Las ofertas y los plazos fijados para comprar bienes el mercado ecuatoriano es el principal motivo en el incremento de consumo del Ecuador, según la Superintendencia de Bancos y seguros el saldo de crédito para consumo pasó de USD 2260 millones a 5009 millones en el 2012. Es importante que el consumo incremente especialmente en el sector inmobiliario debido a los plazos fijados, ya que el presente negocio tiene como objetivo la comercialización de inmuebles.

Los analistas determinan que el consumo en el país se debe a los siguientes factores (Revistalideres, 2013) la capacidad de pago que tiene hoy en día el ecuatoriano y sus niveles de ingreso, otro factor son los niveles de incentivo que genera la banca para sus clientes generando facilidad en obtener un crédito rápido y sin mayores trámites, también el incremento en el consumo se

debe a los bonos que entrega el Gobierno ayudan a mejorar la liquidez de los ecuatorianos.

#### 2.6.4.5. Tendencia de vivienda en Pichincha

En la siguiente tabla se observa la tendencia de vivienda en la provincia de Pichincha según el censo realizado por el INEC.

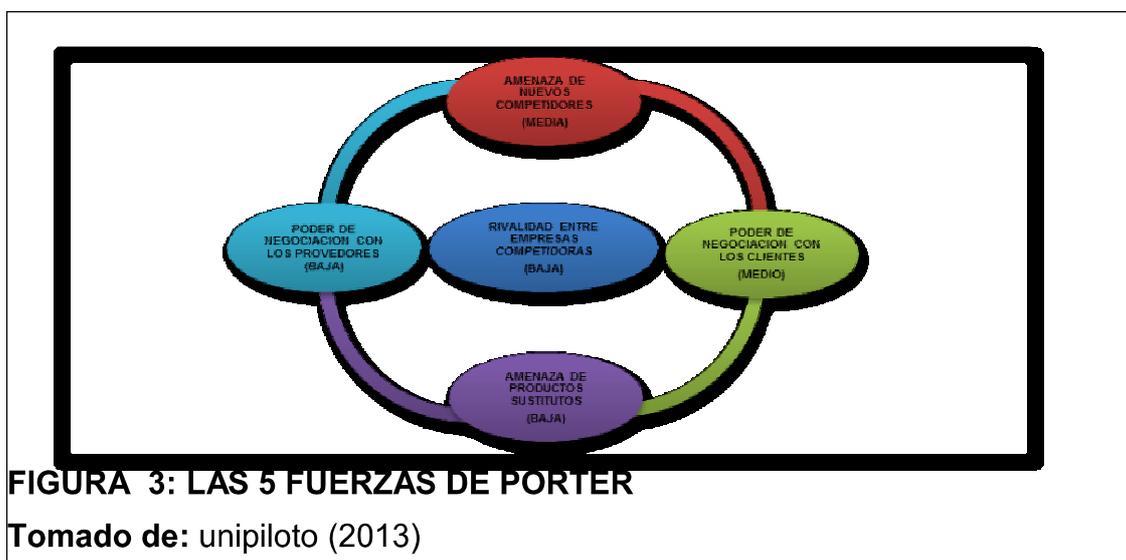
**TABLA 18: TENDECIA DE VIVIENDA EN PICHINCHA**

TENDENCIA DE VIVIENDA	HOGARES	%
ARRENDADA	268.600	36.9%
PROPIA Y TOTALMENTE PAGADA	250.221	34.4%
PRESTADA O CEDIDA (NO PAGADA)	73.356	10.1%
PROPIA (REGULADA, DONADA, HEREDADA O POR POSESIÓN)	63.892	8.8%
PROPIA Y SE LA ESTA PAGANDO	58.769	8.1%
POR SERVICIOS	11.428	1.6%
ANTICRESIS	1.572	0.2%
<b>TOTAL</b>	<b>727.838</b>	<b>100%</b>

Tomado de: INEC (2013)

Con esta información se puede determinar que la población en La provincia de Pichincha requiere unidades de vivienda debido a que solo el 34.4% de la población tiene vivienda propia y totalmente pagada.

#### 2.7. Las cinco fuerzas de Porter



### **2.7.1. La amenaza de entrada de nuevos competidores (media)**

\*Para el negocio propuesto la inversión inicial es muy poca, ya que es fácil poner en marcha una empresa inmobiliaria, pero además se necesita tener conocimiento del mercado inmobiliario y tener el contacto con los constructores para promocionar los inmuebles.

\*Permisos para poder comercializar bienes inmuebles.

\*El servicio de automatización de vivienda es un servicio innovador que la inmobiliaria ofrece además de poner énfasis en la promoción de las edificaciones automáticas.

En los últimos años a pesar que la industria inmobiliaria al estar fragmentada se puede ingresar al mercado competidor, debido al déficit habitacional y al servicio diferenciador de automatización de vivienda “casa inteligente” (Arqhys,2013), este nuevo servicio se implementará en el presente plan de negocios, con lo cual se distingue de la competencia inmobiliaria.

La amenaza de entrada de nuevos competidores es media ya que podrían entrar al mercado nuevas empresas inmobiliarias en el mercado debido el déficit de vivienda en el Ecuador, el servicio de automatización de vivienda es nuevo en el mercado inmobiliario pero también existen muy pocos competidores dedicados a este servicio que se quiere introducir en el mercado. Existen competidores actuales en el mercado inmobiliario como Uribe y Schwarzkopf Proinmobiliaria, Plusvalía, Bticino, luminicenter, Prohome dedicadas a la automatización.

### **2.7.2. El grado de rivalidad entre competidores (baja)**

El negocio inmobiliario planteado tiene como objetivo mejorar las condiciones de vida de las personas para así convertirse en una empresa

inmobiliaria competidora que la distinga de las demás, mediante la promoción, venta e implementación de sistemas electrónicos de automatización.

Existe gran demanda por las viviendas, lo que hace que las diferentes empresas se dividan la participación en la industria. La rivalidad entre competidores va a ser baja ya que existe un mercado amplio que todavía no se logra satisfacer y debido al negocio innovador de automatización a las edificaciones, que otras empresas inmobiliarias no tienen énfasis.

### **2.7.3. Poder de negociación de los clientes (medio)**

La empresa inmobiliaria de este plan de negocios pone al servicio de los clientes un nuevo sistema de automatización de vivienda, servicio que mejora la calidad de vida de la población. Las empresas inmobiliarias existentes no ponen énfasis en este servicio o no tienen conocimiento, además de asesorar, promocionar y vender inmuebles comunes. Se tiene un poder de negociación medio con los clientes ya que se puede obtener contacto con pequeños y medianos constructores debido a negocios anteriores relacionados a la construcción. La empresa buscará también obtener clientes mediante las principales constructoras e inmobiliarias. Nuestros principales clientes son personas de clase Media, Media-Alta en la ciudad de Quito.

### **2.7.4. Poder de negociación de los proveedores (medio)**

Las constructoras que se encuentran en el país son fundamentales para empezar implementar este servicio y comenzar con el negocio propuesto, ya que son los principales proveedores de proyectos inmobiliarios.

Además de las Constructoras posicionadas en el mercado, se busca identificar al mediano y pequeño constructor para así tener un amplio portafolio de proyectos inmobiliarios.

Al tener proveedores como constructoras, constructores pequeños y medianos, y constructores independientes, se necesita tener el contacto para poder promocionar las edificaciones e identificar los principales proveedores

de sistemas electrónicos para vivienda, el poder de negociación es medio debido a que se puede tener contacto con constructores y algunos distribuidores de sistemas electrónicos para vivienda.

#### **2.7.5. La amenaza de productos sustitutos (baja)**

Los principales sustitutos de la empresa inmobiliaria son los corredores de bienes raíces independientes que ofrecen asesoramiento y venta de inmuebles en la ciudad de Quito, además existen ferias inmobiliarias que ofrecen proyectos inmobiliarios inteligentes. Respecto a los sistemas de automatización de vivienda, los sustitutos de los sistemas de seguridad son las alarmas tradicionales y compañías que ofrecen guardias de seguridad, de iluminación, la iluminación tradicional o lámparas que se encuentran dentro del mercado, de los sistemas de audio, el sustituto son los estéreos y equipos de sonido típicos, de los sistemas de temperatura van a ser la calefacción tradicional de viviendas.

### **2.8. La compañía y el concepto de negocio.**

#### **2.8.1. La idea y el modelo de negocio**

La idea de crear una empresa de asesoría inmobiliaria y automatización de viviendas se sustenta en la expansión de la ciudad de Quito, debido a este factor se requiere cubrir el déficit habitacional existente. Las personas no se sienten conformes al momento de adquirir sus inmuebles, por lo que asesorar al cliente para llenar sus expectativas de vivienda es muy importante como empresa de asesoría inmobiliaria. Vivimos en una era tecnológica, donde mejorar la calidad de vida de las personas mediante sistemas electrónicos es fundamental para hacer los tiempos más eficientes y hacer la vida cotidiana más placentera, es por este motivo que se promocionará, venderá inmuebles inteligentes, además de integrar estos sistemas automáticos a viviendas tradicionales.

A diferencia de otras empresas inmobiliarias y constructoras que se dedican a la construcción y comercialización de bienes inmuebles, la idea de negocio es enfocarse en la asesoría para los clientes al momento de adquirir un inmueble, para que estos obtengan el inmueble que cumpla con sus expectativas, también mejorar la calidad de vida promocionando edificaciones automáticas e implementando sistemas automáticos a los hogares, como es la implementación de sistemas de iluminación , de audio - sonido , de calefacción y seguridad que permiten a las personas tener una mayor comodidad en sus viviendas.

El objetivo del plan de negocios es identificar las necesidades existentes en el mercado inmobiliario, con esto se busca que los hogares quiteños adquieran un espacio físico donde se les permita desarrollarse de la manera más cómoda posible.

## **2.9. Estructura legal de la empresa.**

La futura empresa inmobiliaria será una empresa de responsabilidad limitada, que se regirá bajo los artículos de la ley de compañías del Ecuador (Supercias,2013).Este tipo de estructura legal es conveniente para el negocio propuesto, ya que se necesita la colaboración de accionistas que conozcan sobre el tema del proyecto y sean un aporte fundamental para el desarrollo del mismo, entre algunos artículos de la ley de compañías del Ecuador que son fundamental revisarlos a continuación:

Al ser una compañía de responsabilidad limitada se va a constituir entre tres o más personas (Art.92), cuando sobrepasa los 15 integrantes debe transformarse en otro tipo de compañía o disolverse (Art.95), la compañía de responsabilidad limitada siempre es mercantil (Art.93), también las compañías limitadas son sociedades capitales (Art.97), por efectos fiscales y tributarios. En el **ANEXO 2.1** se detalla completamente la estructura legal de la empresa.

La incorporación de nuevos accionistas dentro de la futura empresa va a depender exclusivamente de progreso de la inmobiliaria en el mercado o de la necesidad de capital para el progreso de la misma

## **2.10. Misión, Visión**

### **2.10.1. Misión**

Ofrecer a los clientes servicios de asesoría inmobiliaria y automatización de vivienda de calidad, que proporcionen confort, comodidad y seguridad; generando compromiso de brindar servicios y productos innovadores que busquen el bienestar de las familias quiteñas permitiendo el desarrollo familiar y tecnológico de Quito.

### **2.10.2. Visión**

En cuatro años, ser una empresa reconocida en servicios inmobiliarios y automatización a las edificaciones en Quito, reconocida por sus valores y principios aplicados, además de la calidad de sus productos y servicios.

## **2.11. El producto o servicio**

Los productos y servicios que se implementarán son muy importantes al momento de poner en marcha la empresa inmobiliaria, ya que de estos dependerá la acogida que se tenga en el mercado.

Los productos y servicios que la empresa inmobiliaria va ofrecer se detallan a continuación:

- Asesoramiento a los clientes, para que encuentren un inmueble acorde a las necesidades independientes de cada hogar, este asesoramiento no solo se debe dar al momento inicial de adquirir un inmueble sino también se dará un seguimiento post-venta para llevar un control de satisfacción de los clientes. Este es uno de nuestros principales servicios ya que como empresa de asesoría inmobiliaria es

fundamental el correcto asesoramiento, cualidad que se distingue de las demás empresas inmobiliarias existentes en el mercado debido al énfasis que se pone para impulsar e integrar proyectos tecnológicos dentro de Quito.

- Promoción y venta de Inmuebles (Proyectos inmobiliarios, tradicionales y automáticos), factor que fortalece el desarrollo tecnológico dentro de la ciudad de Quito.
- Implementación (Sistemas electrónicos que transforman los espacios de viviendas automáticas), ofrecer al cliente este servicio de transformar el hogar tradicional en automático, mediante el acondicionamiento a los espacios de la vivienda con sistemas electrónicos como son: control de iluminación, temperatura, seguridad, persianas, permitiendo a las personas ahorrar energía y programar todo tipo de ambientes según la necesidad.

## **2.12. Estrategia de ingreso al mercado**

Para ingresar en el mercado inmobiliario se aplicarán dos estrategias muy importantes para el giro de negocio propuesto, que sean un soporte indispensable para el posicionamiento de la empresa dentro del mercado inmobiliario.

La primera estrategia que utilizaremos es la diferenciación. (Martínez y Gutiérrez, 2009, p.134-135), con esta estrategia tendremos una ventaja competitiva sobre las demás inmobiliarias, generando un valor agregado a la misma, ya que se asesora al cliente antes y después de la adquisición de un inmueble, también se promociona y se vende inmuebles tradicionales y automáticos, además de ofrecer la implementación de sistemas electrónicos para automatizar las viviendas tradicionales. Este servicio no se pone énfasis por parte de las inmobiliarias existentes o no tienen conocimiento del mismo. Brindar un producto de calidad es indispensable para generar diferenciación dentro del mercado inmobiliario.

Al realizar el índice Herfindhal anteriormente pudimos observar que la industria inmobiliaria se encuentra fragmentada, con lo que es conveniente utilizar como segunda estrategia para ingresar al mercado, la estrategia de liderazgo en costes (Martínez y Gutiérrez, 2009, p.134-135), con lo cual se pretende tener un precio bajo respecto al de la competencia en el sector, pero esta reducción de costos implica tener los costos más bajos en el proceso de producción o del servicio, sino en ser los que tienen el precio más bajo dentro del mercado.

### 2.13. Análisis Foda

En el siguiente gráfico se observa la matriz FODA (Fred, 2013, p.221), donde se identifica las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la futura empresa inmobiliaria. Las fortalezas y debilidades son factores internos del negocio, los cuales son controlables, mientras que las oportunidades y amenazas son externas al negocio, estos factores no son controlables, por lo que se debe reducir las amenazas al máximo y aprovechar las oportunidades existentes en el mercado inmobiliario.

**TABLA 19: MATRIZ FODA**

<b>ANÁLISIS F.O.D.A</b>	
<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
1. Conocimiento en el mercado inmobiliario, debido a la experiencia en negocios anteriores relacionados a este sector.	1. Poco conocimiento de sistemas electrónicos para la automatización de edificaciones.
2. Facilidad de posicionamiento de marca debido a la relación creada con constructores en negocios anterior relacionados al sector inmobiliario.	2. Nos hace falta un sistema de organización dentro de la empresa inmobiliaria para su mejor funcionamiento en distintas áreas.
3. Recursos para poner en marcha la empresa inmobiliaria. Recursos: económicos, talento humano, infraestructura.	3. Falta de conocimiento sobre las estrategias adoptadas por la competencia en el sector inmobiliario.
4. Precios de productos y servicios competitivos en el mercado inmobiliario.	4. Falta de estrategias para ingresar al mercado inmobiliario.
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>

1. Existe un déficit habitacional en el Ecuador. Aproximadamente se requiere 1'600.000 unidades de vivienda.	1. Incremento en los precios relacionados al sector inmobiliario y de la construcción.
2. Facilidad de préstamos que otorga el Banco del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, para adquirir un inmueble, remodelarlo o construirlo.	2. Entrada de empresas competidoras al sector inmobiliario con costos más bajos.
3. Existe una alta demanda por inmuebles especialmente en la clase: media-alta.	3. Cambios en los gustos de la población hacia diferentes tipos de viviendas.
4. Existe una preferencia hacia las edificaciones automáticas en Quito principalmente en la clase: media-alta.	4. Cambio en las políticas del Banco del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social para adquirir un préstamo.

## 2.14. Análisis Dafo

En el siguiente gráfico se muestra el análisis FO, FA, DO, DA (Fred, 2013, p.221), el cual formula estrategias a partir de la matriz FODA, en la cual se cruza información de las fortalezas, debilidades, oportunidades, amenazas.

**TABLA 20: MATRIZ FO, FA, DO, DA**

<b>DEFINICIÓN DE ESTRATEGIAS A PARTIR DEL ANÁLISIS FO,FA,DO,DA</b>	<b>INTER</b>	
	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
	1. Conocimiento en el mercado inmobiliario, debido a la experiencia en negocios anteriores relacionados a	1. Poco conocimiento de sistemas electrónicos para la automatización de edificaciones.
	2. Facilidad de posicionamiento de marca debido a la relación creada con constructores en negocios	2. Nos hace falta un sistema de organización dentro de la empresa inmobiliaria para su mejor
	3. Recursos para poner en marcha la empresa inmobiliaria. Recursos: económicos, talento humano,	3. Falta de conocimiento sobre las estrategias adoptadas por la competencia en el
4. Precios de productos y servicios competitivos en	4. Falta de estrategias para ingresar al	
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>ESTRATEGIAS FO</b>	<b>ESTRETEGIAS DO</b>
1. Existe un déficit habitacional en el Ecuador. Aproximadamente se requiere 1'600.000	1. Cubrir el déficit habitacional que existe en	1. Buscar patrocinios y alianzas de empresas

2. Facilidad de préstamos que otorga el Banco del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, para	el Ecuador mediante proyectos inmobiliarios tecnológicos. (F1,O1,O4,O3)	que se dedican a la automatización de edificaciones. (D1,D4,O)
3. Existe una alta demanda por inmuebles especialmente en la	2. Ofrecer proyectos inmobiliarios accesibles a las familias Ecuatorianas con facilidades de financiamiento. (	2. Crear una cartera de proyectos inmobiliarios para ofrecer a las familias Ecuatorianas según
4. Existe una preferencia hacia las edificaciones automáticas en Quito	ESTRATEGIAS FA	ESTRETEGIAS DA
<b>AMENAZ</b>		
1. Incremento en los precios relacionados al sector inmobiliario y	1. Reducir la participación de empresas en el mercado inmobiliario mediante alianzas con constructores pequeños y medianos. (F1,F2,A	1. Brindar información actualizada mensualmente vía electrónica de las tendencias del mercado inmobiliario.
2. Entrada de empresas competidoras al sector inmobiliario con costos más bajos.		
3. Cambios en los gustos de la población hacia diferentes tipos	2. Brindar asesoría especializada a los clientes de la inmobiliaria. (F1,F3,A1,A	2. Posibilidad de entrar a otros mercados más económicos. (D3,D4,A1,A4)
4. Cambio en las políticas del Banco del Instituto Ecuatoriano de	3)	

## CAPITULO III

### INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Dentro de este capítulo se recopila información de los posibles clientes existentes en el mercado inmobiliario para la creación de la empresa de asesoría inmobiliaria y automatización de viviendas. La investigación de mercado se efectuará mediante dos herramientas: cualitativas y cuantitativas.

#### **3.1. Determinación de la oportunidad del negocio.**

Existe un déficit habitacional en la ciudad de Quito como se observó en el capítulo II, el cual determinó que aumentado rápidamente la demanda de unidades de vivienda debido a distintos factores como son la facilidad para obtener créditos para construir y adquirir una vivienda, también se evidenció falta de comodidad en los hogares debido a la carencia de tecnología diferentes ambientes en las viviendas.

#### **3.2. Justificación de la investigación de mercados.**

El presente estudio de mercados tiene como finalidad obtener información sobre la oferta y la demanda acerca de la automatización de viviendas.

La información de este estudio de mercado pretende tener una información objetiva, clara y precisa con respecto al comportamiento, tanto de compradores como de vendedores en el sector inmobiliario y en mercado de automatización de viviendas en la ciudad de Quito.

Con el estudio de mercados se puede identificar oportunidades en el sector inmobiliario y determinar la factibilidad de la automatización de vivienda

## 3.3. Definición del problema.

TABLA 21: DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

PROBLEMA GERENCIAL	PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
<p>¿Es factible implementar una empresa de asesoría inmobiliaria con énfasis en la automatización de vivienda en la ciudad de Quito?</p>	<p>¿Las empresas inmobiliarias son importantes en la construcción?</p>
	<p>¿Conocen las personas acerca de la automatización de viviendas?</p>
	<p>¿Cuáles son los gustos de las personas para adquirir un inmueble actualmente?</p>
	<p>¿Existe apoyo por parte del gobierno para adquirir viviendas?</p>
	<p>¿Existen empresas en la ciudad de Quito que se dedican a la automatización de viviendas?</p>
	<p>¿Existe una alta competencia en el sector inmobiliario actualmente?</p>
	<p>¿Las personas estarían dispuestas a implementar sistemas automáticos en sus viviendas?</p>

### **3.4. Objetivo general de la investigación de mercados.**

Recopilar información real, válida y efectiva acerca del mercado inmobiliario y su comportamiento actual, además conocer los gustos y tendencias de los consumidores al momento de adquirir un bien inmueble o automatizarlo, para poder determinar la factibilidad de poner en marcha la empresa de asesoría inmobiliaria con énfasis en la automatización de vivienda.

### **3.5. Objetivos específicos de la investigación de mercados.**

- Determinar la cantidad de personas insatisfechas con su inmueble actual y cuáles son los motivos.
- Conocer los gustos y preferencias de las personas al momento de adquirir un inmueble dentro de la ciudad de Quito.
- Identificar las empresas inmobiliarias y empresas dedicadas a la automatización de vivienda con los servicios que ofrecen a los clientes.
- Determinar la cantidad de personas que estarían dispuestas adquirir una vivienda automática.
- Determinar la cantidad de personas que poseen vivienda y estarían dispuestas a automatizar la vivienda y las razones para contratar este servicio.
- Conocer las variables de implementación del negocio planteado.

## 3.6. Necesidades de la información.

TABLA 22: NECESIDADES DE LA INFORMACIÓN

NECESIDADES DE LA INFORMACIÓN		
¿DE QUIÉN?	¿QUE NECESITO?	¿DE DÓNDE?
<b>MERCADO OBJETIVO</b>	Asesoramiento al momento de adquirir un inmueble	Encuestas, entrevistas, grupos focales
	Preferencia por viviendas automáticas a las tradicionales	Encuestas, entrevistas, grupos focales
	Conocimiento de viviendas automáticas	Encuestas, entrevistas, grupos focales
	Conocimiento de empresas de automatización de viviendas	Encuestas, entrevistas, grupos focales
	Conocimiento de empresas de asesoría inmobiliaria	Encuestas, entrevistas, grupos focales
<b>PROVEEDORES</b>	Créditos hipotecarios	INEC, BIESS entrevistas, grupos focales
	Precios de inmuebles por sector dentro de Quito	INEC, BIESS entrevistas, grupos focales
	Constructoras pequeñas, medianas y grandes dentro de Quito	Encuestas, entrevistas, grupos focales
	Empresas de sistemas automáticos para vivienda	Encuestas, entrevistas, grupos focales
<b>COMPETENCIA</b>	Competencia de Empresas inmobiliarias	Encuestas, entrevistas, grupos focales
	Ferias de viviendas que se realizan en Quito	Encuestas, entrevistas, grupos focales
	Revistas de promoción de inmuebles	Encuestas, entrevistas, grupos focales
	Empresas dedicadas a la automatización de vivienda	Encuestas, entrevistas, grupos focales
<b>SUSTITUTOS</b>	Agente Independientes	Encuestas, entrevistas, grupos focales
	Ferias de viviendas que se realizan en Quito	Encuestas, entrevistas, grupos focales

### **3.7. Diseño de la investigación.**

Con el objetivo de crear la empresa inmobiliaria se requerirá realizar dos técnicas de investigación. La primera es la técnica cualitativa, la cual se realizará mediante entrevistas con expertos y grupo focal. La segunda técnica es la cuantitativa, la cual se realizará por medio de encuestas al segmento de mercado que se identificó.

### **3.8. Técnica descriptiva cualitativa**

Mediante entrevistas y grupos focales se busca obtener información que sea de ayuda para entender cómo han cambiado las tendencias al momento de adquirir un inmueble, los gustos actuales de los consumidores, además de cómo sería el impacto al momento de implementar el servicio de automatización de viviendas para conocer si les gustaría mejorar el confort de vida a las personas mediante este nuevo servicio. Naresh Malhotra (2004, p.137) define la técnica descriptiva cualitativa como: "Metodología de investigación exploratoria sin estructurar, basadas en muestras simples que proporcionan puntos de vistas y comprensión de los problemas", factor que el giro de negocio planteado se beneficia debido a la facilidad de obtener muestras pequeñas para realizar entrevistas y grupos de enfoque.

### **3.9. Entrevistas exhaustivas**

Naresh Malhotra (2004, p.147) define la entrevista exhaustiva como: "Técnica no estructurada, directa y personal en la que un entrevistador altamente capacitado interroga a un solo encuestado para descubrir motivaciones, creencias, actitudes, y sentimientos implícitos sobre un tema".

#### **3.9.1. Metodología**

Se realizan tres entrevistas basadas en un cuestionario que está de acuerdo con los objetivos y problemas de investigación planteados. Las personas entrevistadas son expertos que conocen el mercado inmobiliario

y de la construcción más a fondo y la implementación de sistemas electrónicos en las viviendas.

Los entrevistados son:

- Ingeniero Civil Carlos Castro
- Arquitecto Constructor Patricio Valencia
- Arquitecto Héctor Jácome

La entrevista será grabada en audio, tendrá una duración de 15 minutos durante los cuales se harán las preguntas relacionadas al plan de negocio, los hallazgos de cada entrevista se encuentran detallados en el **ANEXO 3.1**. A continuación se muestran los principales resultados y hallazgos de las entrevistas.

#### **3.9.1.1. Resultados**

- El crecimiento poblacional es el principal factor de la alta demanda existente en el mercado inmobiliario tanto en Quito como a nivel Nacional.
- La facilidad de obtener un crédito mediante el BIESS influye en la adquisición de una vivienda.
- Los clientes para adquirir inmuebles toman en cuenta diferentes factores según sus necesidades.
- Existe competencia dentro del sector inmobiliario debido a la demanda existente.
- Existen empresas de renombre con reconocimiento en el mercado inmobiliario como son: Uribe & Schwarzkopf, Proinmobiliaria y Plusvalía.
- Las empresas inmobiliarias son importantes para impulsar los proyectos de las constructoras y constructores independientes.

- El negocio inmobiliario es muy prometedor debido al crecimiento de Quito a lo largo y ancho.
- Las viviendas automáticas mejoran notablemente la calidad de vida de las personas, optimizando tiempos y ahorrando recursos.
- Existen empresas que se dedican a la automatización de viviendas independientemente del negocio inmobiliario.
- La automatización de vivienda sin duda mejora la calidad de vida de las personas pero el costo de adoptar estos sistemas dificulta la posibilidad a que todas las personas adquieran esta tecnología.
- Los proyectos inmobiliarios inteligentes o automáticos están dirigidos a la clase económica media-alta.
- Se debe estar actualizado constantemente en el desarrollo tecnológico en las diferentes industrias.

#### **3.9.1.2. Principales hallazgos.**

- Las entidades financieras del gobierno benefician tanto a constructores de vivienda como a compradores brindándoles créditos.
- La empresa inmobiliaria debe de estar bien informada de los planes y facilidades de financiamiento que tienen tanto entidades públicas como privadas para dar a conocer a los clientes, consultando con ellos el mejor financiamiento conveniente para ellos.
- La competencia dentro del mercado se buscará reducir mediante nuevos servicios de asesoramiento al cliente, implementación de sistemas automáticos de vivienda y servicios postventas.
- Se ofrecerá proyectos inmobiliarios de calidad según la necesidad del cliente, impulsando los proyectos tecnológicos para que fomenten el desarrollo tecnológico de la ciudad de Quito.
- Los proyectos inmobiliarios inteligentes son de mayor costo por lo cual están destinados principalmente a la clase media-alta.
- Cuando la empresa este bien constituida en la ciudad de Quito se la expandirá a otras ciudades con crecimiento poblacional y demanda

por viviendas similares a las de Quito como son Guayaquil, Cuenca, Ambato.

### **3.10. Grupo de enfoque.**

Los grupos de enfoque, Naresh Malhotra (2004, p.139-140) los define como: “Entrevista realizada por un moderador capacitado entre un pequeño grupo de encuestados de manera no estructurada y natural”.

#### **3.10.1. Metodología**

Se necesita la colaboración de los siguientes invitados: Arq. Ibeth Mora, Constructor Kennedy Zambrano, Ingeniero de Sistemas Lenin León, Aellene Rojas, Juan Maldonado, el perfil de cada participante se encuentra en el CD de grabación. El moderador formula las preguntas para determinar las preferencias de las personas al momento de adquirir una vivienda y automatizar su vivienda. El tiempo que se destina para esta herramienta es de sesenta minutos, la misma que será grabada para el respectivo análisis y se podrá revisar en el **ANEXO3.2**.

##### **3.10.1.1. Resultados.**

- La demanda al momento de adquirir una vivienda prefiere una edificación con el espacio arquitectónico amplio y una distribución correcta del mismo que permita la mayor comodidad posible, además de áreas verdes y recreación.
- La demanda necesita el mejor financiamiento para adquirir una vivienda acorde con sus gustos y necesidades.
- Las personas necesitan el correcto asesoramiento por parte de una inmobiliaria para que se sientan conformes con la vivienda que se va adquirir.
- Las personas si quisieran adquirir viviendas automáticas que mejoren el confort y calidad de vida.

- El impacto de implementar estas tecnologías en el hogar sería muy grande y de gran interés en la población debido a que se busca hacer más fácil la vida de las personas.
- Los costos de estos sistemas tecnológicos hacen que en un principio sea accesible solo para un determinado segmento.

### **3.10.1.2 Principales hallazgos.**

- Existe una alta demanda de vivienda en la ciudad de Quito.
- El mercado potencial prefiere casas amplias con el suficiente espacio que brinden comodidad y confort.
- Las áreas verdes y de recreación son fundamentales para una familia que requiere una vivienda.
- Los proyectos inteligentes y la implementación de sistemas automáticos está enfocado a la gente de clase media-alta y alta dentro de Quito.
- El asesoramiento que se ofrecerá es fundamental para el giro de negocio planteado y el desarrollo del mismo.
- Se debe de ofrecer a los clientes distintos planes de financiamiento interesantes para que tenga a su elección.

### **3.11. Mercado relevante y clientes potenciales.**

#### **3.11.1. Mercado objetivo**

Se determinó el mercado objetivo tomando en cuenta las necesidades de las personas por adquirir una vivienda en la cual se puedan desarrollar de la mejor manera con la comodidad y confort que se merecen, este mercado objetivo son familias del sector centro-norte de Quito.

### **3.11.2. Segmentación Geográfica.**

La población de la ciudad de Quito, que se determinó según el censo realizado por el INEC en el 2010, es de 2.239.191 personas, divididos entre: 1.088.811 hombres y 1.150.380 mujeres, las cuales representan el 86.9% de la población total de la provincia de Pichincha. La población en Quito se caracteriza por ser joven debido a que su edad promedio es de 25,2 años.

La zona que se va elegir para el mercado inmobiliario y de sistemas de automatización es la zona centro-norte de Quito debido a que según el ministerio de Habitat y Vivienda esta zona presenta la mejor rentabilidad en proyectos inmobiliarios.

### **3.11.3. Segmentación Demográfica.**

La población del área urbana dentro de la ciudad de Quito económicamente activa tiene 637.360 personas (Inec, 2013), la cual representa el 17.06% del PEA nacional urbano, los grupos económicos son: familias de nivel socio económico medio-alto y alto dentro del sector centro-norte de la ciudad de Quito.

### **3.11.4. Segmentación de mercado.**

La segmentación de mercado es un factor importante para el giro de negocio propuesto ya que implica la inversión de capital representativo para mejorar la calidad de vida de las personas, la segmentación identificada se la diseñó tanto para la venta de inmuebles como para el servicio de automatización de viviendas dentro de la ciudad de Quito: Familias de la población económicamente activa, de clase social media-alta, alta dentro del sector Centro- Norte de la ciudad de Quito. En el **ANEXO 3.4** de este capítulo se presenta detalladamente la segmentación y justificación de la segmentación.

**TABLA 2 3: SEGMENTACIÓN DE MERCADO**

<b>LOCALIZACIÓN</b>	Zona Urbana de Quito
<b>ZONA</b>	Centro-Norte
<b>POBLACIÓN</b>	Económicamente activa
<b>CLASE SOCIAL</b>	Media-Alta, Alta
<b>GRUPO</b>	Familias Quiteñas
<b>NIVEL DE INGRESOS</b>	Ingreso por familia superiores a 800 USD

### **3.12. Técnica de investigación cuantitativa.**

Mediante encuestas buscamos cuantificar datos e información valiedera para poder determinar el comportamiento de las personas al momento de adquirir un inmueble. Mediante las encuestas podremos determinar que factibilidad tendrá nuestro giro de negocio y si el servicio de implementar la automatización de vivienda tendrá futuro, mediante datos estadísticos y cifras poder explicar el comportamiento de los consumidores en el mercado inmobiliario. Naresh Malhotra (2004, p.136-137) define la técnica de investigación cuantitativa como: “Metodología de investigación que busca cuantificar los datos y, en general, aplicar alguna forma de análisis estadístico”.

#### **3.12.1. Encuestas.**

Las encuestas según Naresh Malhotra (2004, p.169-169) son: “Cuestionario estructurado que se da a los encuestados y que se diseña para obtener información específica”, con este método se puede tener información estadística específica para nuestro giro de negocio.

### **3.12.1.1. Metodología.**

Se diseña y aplica un cuestionario estructurado para cumplir con los objetivos de la investigación de mercados, además de que se va a conocer mejor el comportamiento del mercado inmobiliario y que tan bueno sería la implementación de automatización de viviendas en la ciudad de Quito, el formato de la encuesta se la detalla en el **ANEXO 3.3**. Se realizará una prueba piloto para asegurar la claridad del cuestionario realizado antes de aplicar a la muestra que se identificará.

Después de realizar las encuestas se procederá a tabular las respuestas para su respectivo análisis.

### **3.13. Técnica de muestreo**

Las técnicas de muestreo que se van emplear dentro de la investigación cuantitativa son: el muestreo de Bola de nieve o “Snowball” (Explorable, 2013), la cual funciona en cadena, luego de observar el primer sujeto de la investigación, el investigador pide referencia al mismo para identificar personas que tengan un rasgo de interés parecido.

Esta técnica es muy útil para el giro de negocio que se ha planteado, ya que se puede obtener información válida sin sesgos para la investigación con una muestra de características comunes a las que se necesitan.

### **3.14. Selección de la muestra.**

Esta segmentación se efectuó tomando en cuenta a las familias dentro de la zona centro-norte de la ciudad de Quito, que presenta ingresos superiores a 800 dólares por familia, la población económicamente activa dentro de la ciudad de Quito representa el 55% según el Inec. A continuación se muestra la tabla del universo de estudio donde se usa la clasificación del Inec para obtener el universo de estudio, el cual es 616.390 personas.

TABLA 24: UNIVERSO DE ESTUDIO

SEGMENTO	POBLACIÓN	PORCENTAJE
POBLACIÓN QUITO	2.239.191	100%
ZONA URBANA	1.619.432	72.3%
PEA	1.343.514	55%
ZONA CENTRO-NORTE	638.750	47.54%
ING. SUP.800 X FAM.	512.916	80.3%
CLASE MED-ALT,ALT	67.192	13.1%
FAMILIAS 3.8	37.192	
<b>UNIVERSO DE ESTUDIO</b>	<b>17.682</b>	

Tomado de: Inec (2013)

Ecuación 1

$$n = \frac{z_{\alpha/2}^2 * (p * q) * N}{E^2 * (N - 1) + z_{\alpha/2}^2 * (p * q)}$$

Dónde:

Z= Nivel de Confianza = 95% =1,96

N= Población 17.682 Familias

p = q = 0.5 un nivel de varianza máxima

E= Error en estimación = 0.05

Remplazando:

$$n = \frac{3,8416 * (0,5 * 0,5) * 17.682}{0,0025 * (17.682 - 1) + 3,8416 * (0,5 * 0,5)}$$

n=376,01

**n=376**

Se trabajó con un nivel de confianza del 0.95% y un error del 0.05% para obtener la muestra, la cual es 380 familias.

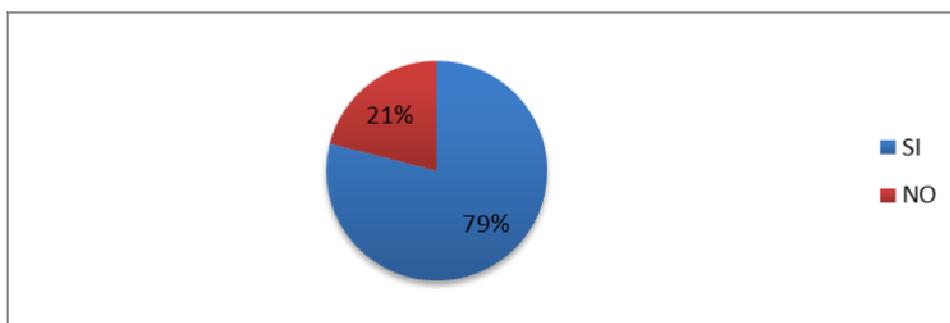
### **3.15. Trabajo de campo.**

El trabajo de campo se realizó en la zona centro norte y norte de la ciudad de Quito, porque zona más rentable para construir inmuebles según la cámara de construcción de Quito, lo que no ocurre en otros sectores. Se procedió a realizar las encuestas donde se utilizó la técnica “Snowball” para levantar información sobre el tema de investigación, las encuestas se las realizó en distintos periodos de tiempo debido a la muestra significativa que se obtuvo de 376 personas. Dentro del trabajo de campo también existieron distintos problemas que se superaron, se detallan a continuación:

1. Falta de disposición por parte de algunas familias para proporcionar información personal.
2. Falta de tiempo para realizar las encuestas o responderlas en su totalidad.
3. Falta de entendimiento y conocimiento en algunas preguntas de la encuesta.
4. Falta de paciencia por parte del encuestador y el encuestado.
5. Buscar momentos más adecuados para realizar la encuesta para comodidad del encuestado.

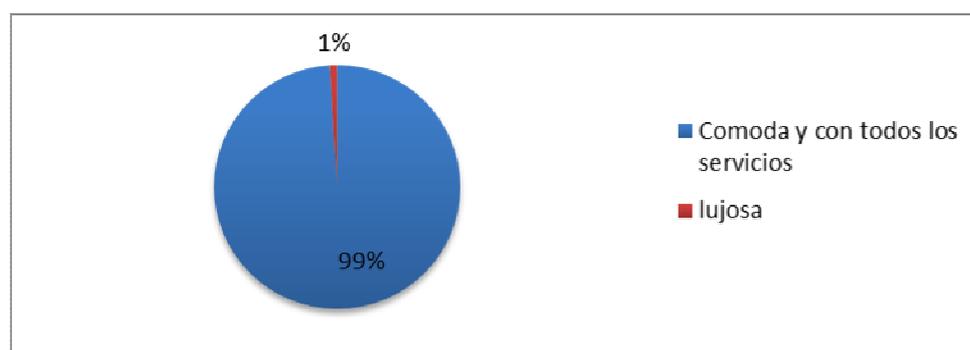
#### **3.15.1. Resultados.**

1. Se realizaron 376 encuestas a familias, en las cuales el 61% son masculino y el 39% femenino, la edad de los encuestados está entre los 25 y 65 años. La mayoría de encuestados tiene edad entre los 36 a 55 años.
2. El 79% del segmento de estudio posee casa propia, pero todavía existe una falta de vivienda, por lo cual es favorable para el desarrollo de la empresa inmobiliaria y presenta una oportunidad para la empresa inmobiliaria ya que puede entrar en el mercado con sus proyectos inmobiliarios tradicionales y tecnológicos.



**Figura 4. Disponibilidad de vivienda zona urbana Quito**

3. Las 376 familias poseen ingresos superiores globales por familia superiores a los 1000 USD como se observó en el levantamiento de la información, lo que presenta un factor favorable para la empresa, ya que estas personas pueden contratar los servicios que ofrece la empresa inmobiliaria debido a su poder adquisitivo.
4. El 99% de los encuestados vive en casas cómodas con todos los servicios, pero siempre buscan mejorar la comodidad dentro del hogar, con los sistemas de automatización de vivienda logran cumplir este objetivo.



**Figura 5. Vivienda en la que viven**

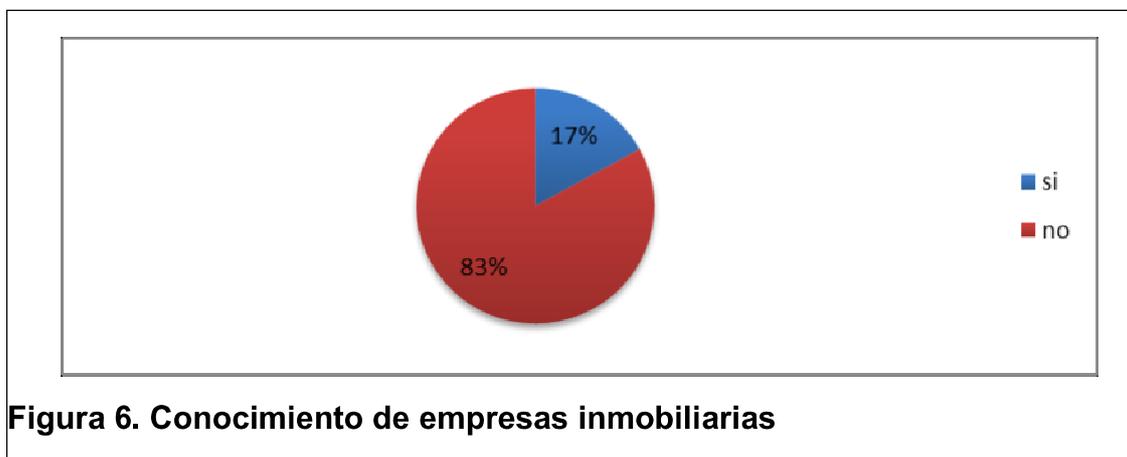
5. Las familias manifiestan que existen aspectos que son igualmente importantes tener en cuenta al momento de adquirir una vivienda como

son el confort, iluminación, ubicación, seguridad, espacio, calefacción, pero se obtuvo un promedio de las respuestas de estos factores donde los encuestados determinaron que el espacio y la ubicación son primordiales para adquirir una vivienda.

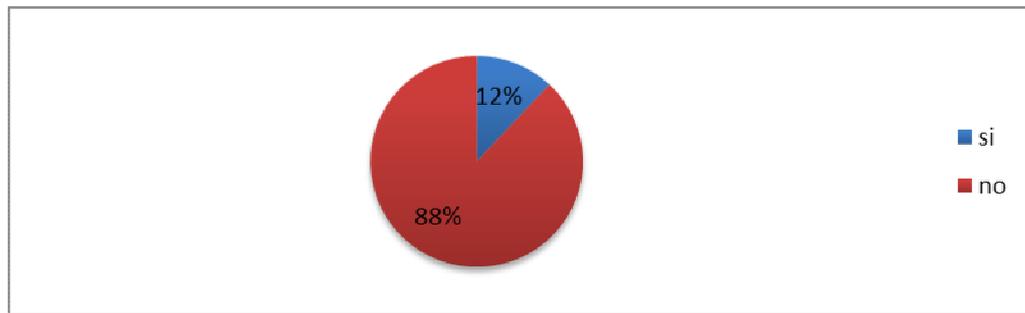
**TABLA 25: ASPECTOS PARA ADQUIRIR Y VIVIR A GUSTO EN UNA VIVIENDA**

Factor	Promedio
confort	8,8
iluminación	8,9
ubicación	9,5
calefacción	9,1
seguridad	9,3
espacio	9,6

6. El 83% de las familias no tienen conocimiento de empresas inmobiliarias, lo que es una ventaja para la empresa ya que se puede dar conocer en este mercado con sus productos y servicios.

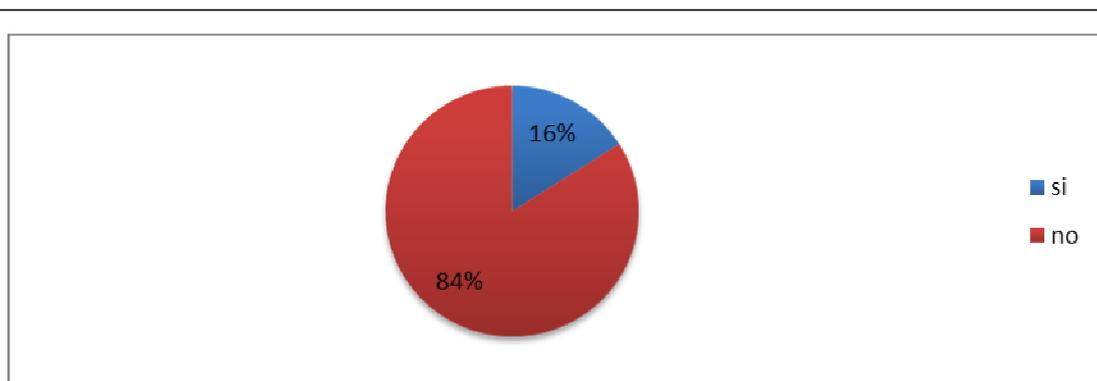


7. El 12% de los encuestados si han utilizado los servicios de empresas inmobiliarias entre estos servicios se tiene: venta de inmuebles, compra de inmuebles y asesoramiento para adquirir una vivienda, esto es una oportunidad para la empresa ya que los servicios de automatización de vivienda ningún encuestado ha utilizado y es lo que la empresa inmobiliaria quiere hacer énfasis.

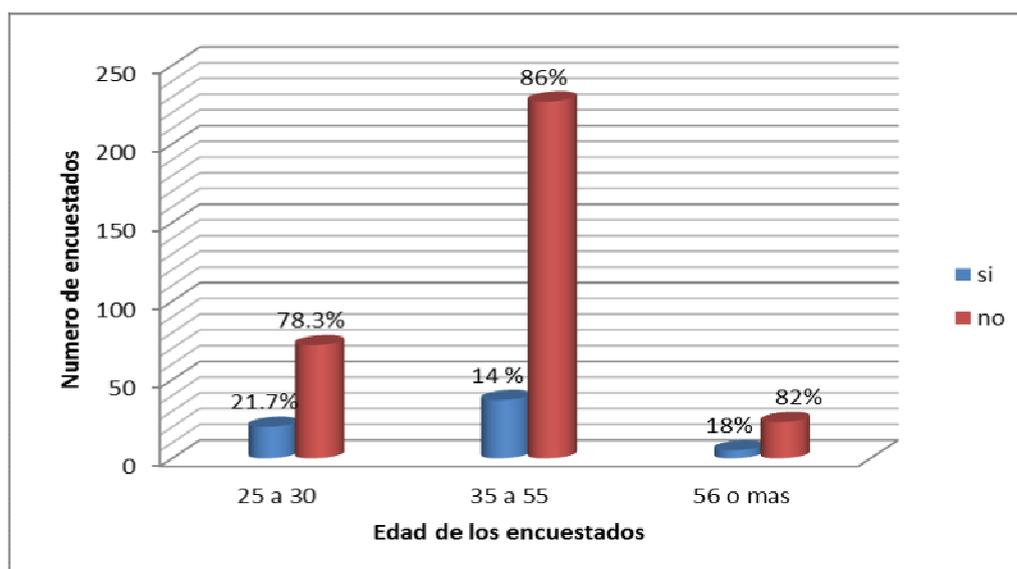


**Figura 7. Utilización de empresas inmobiliarias**

8. Para la empresa inmobiliaria es importante tener conocimiento sobre qué cantidad de encuestados que conocen sobre la automatización de vivienda o casa inteligente. Se observó que el 16% de ellos si conocen sobre este tema, mientras que el 84% no conoce, lo que crea una oportunidad para la empresa para a dar a conocer este producto en el mercado y más ahora que se vive en una era tecnológica, también se observó dentro del rango de edades que las familias encuestadas que tienen más conocimiento sobre la automatización de vivienda son los de 35 a 55 años de edad.

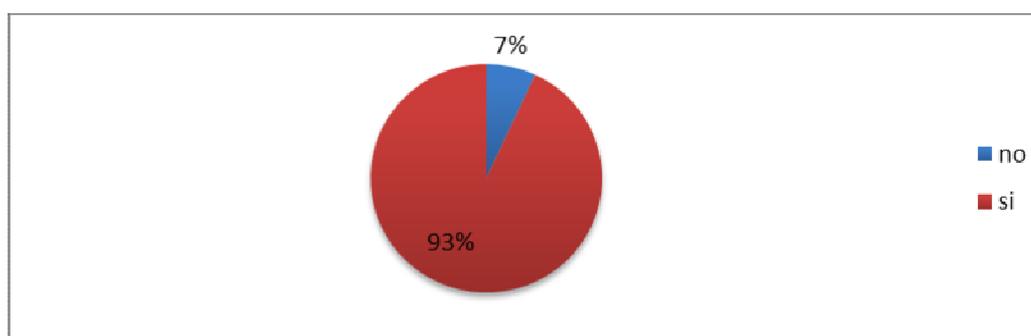


**Figura 8. Conocimiento automatización de vivienda o casa inteligente**



**Figura 9. Conocimiento automatización de vivienda o casa inteligente por edades**

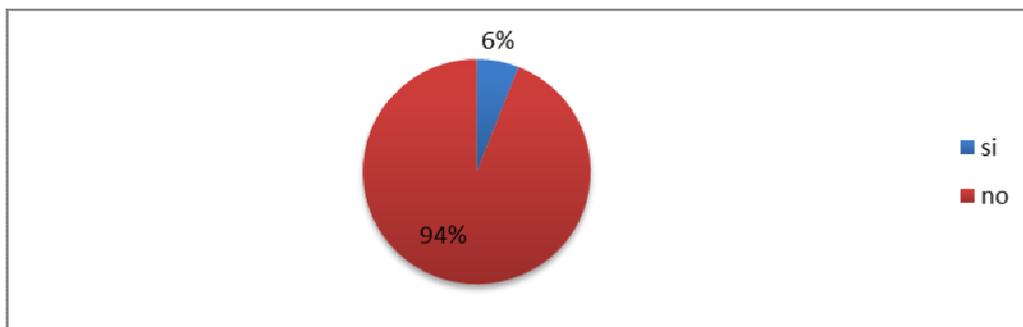
9. Los encuestados después de conocer que es la automatización de vivienda y lo que implica implementar estos sistemas electrónicos a sus viviendas para mejorar su comodidad cotidiana, el 93% de ellos si les gustaría implementar estos sistemas, mientras que el 7% tiene otras prioridades, lo que indica que el plan de negocios es llamativo para los encuestados.



**Figura 10. Personas dispuestas automatizar su vivienda**

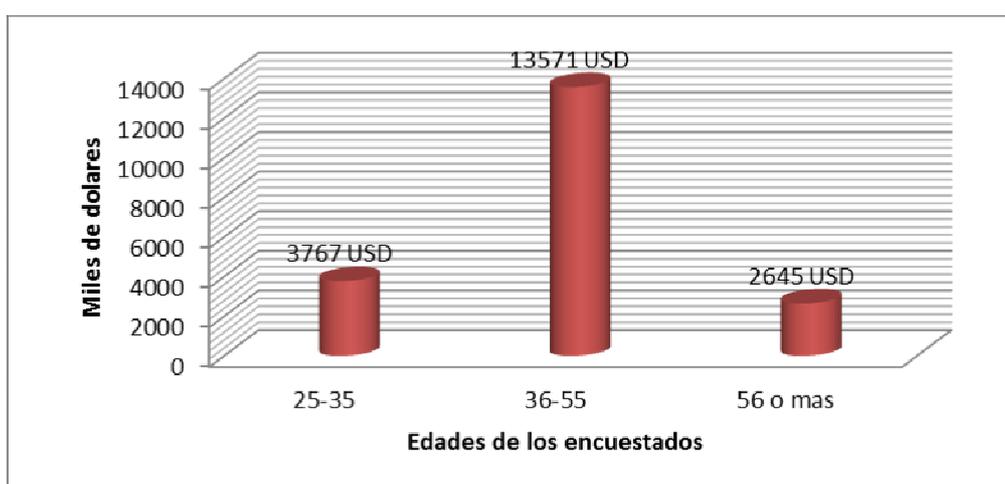
10. En el mercado existen empresas que ofrecen servicios de automatización donde apenas el 6% de familias encuestadas

conocen estas Empresas entre las cuales se tiene: Luminicenter, Prohome, Bticino. Una oportunidad que se identificó es que no existe una amplia competencia de este servicio donde la empresa inmobiliaria puede ocupar una buena participación.



**Figura 11. Conocimiento empresas de automatización de vivienda**

11. El promedio general de inversión de las familias encuestadas es de 1639 dólares. En el siguiente gráfico se observa cuanto están dispuestos a invertir los encuestados dependiendo de las edades que se dividieron en tres grupos, siendo la edad de 36 a 55 años la que si invertiría más en sistemas de automatización de vivienda con un promedio de 13.571 dólares.



**Figura 12. Promedio de inversión en sistemas de automatización por edades**

**12.** Las familias encuestadas calificaron la idea de la creación de la empresa inmobiliaria especializada en la automatización de viviendas, la calificación se la realizó en una escala del 1 al 10, siendo 10 la mejor respuesta. Se observaron los resultados de las encuestas donde se determinó que el plan de negocios es bastante atractivo con un promedio de 8,9 en la calificación.

### **3.15.2. Principales hallazgos.**

- La empresa Inmobiliaria tiene una oportunidad de desarrollar el plan de negocios, debido a que existe un sector de la población urbana de Quito que desea adquirir una vivienda y está dispuesta a automatizar las viviendas con sistemas electrónicos, el 93% de los encuestados estaría dispuesto adquirir los sistemas de automatización de vivienda.
- Existe una demanda por viviendas que puede ser atendida por la empresa inmobiliaria, como se evidenció en las encuestas, el 21% de encuestados no posee casa todavía y estaría dispuesta adquirir una vivienda.
- Por medio de las encuestas se identificó que el 80% de personas que poseen casa propia estaría dispuesta a automatizar su vivienda.
- El Segmento de la población de Quito al que se determinó como posibles clientes son personas que tienen entre 25 y 65 años con poder adquisitivo, económicamente activa y que tienen interés por adquirir una vivienda o automatizar su vivienda.
- Las personas del segmento poseen una vivienda cómoda y poseen todos los servicios, a pesar de esto desean mejorar su comodidad integrando sistemas electrónicos a sus viviendas.
- Existen en la ciudad de Quito muy pocas empresas dedicadas a la automatización de vivienda entre las mencionadas por los encuestados se tiene: Bticino, Lumicenter, Prohome.
- Por medio de las encuestas se determinó que el 99% de encuestados considera su hogar cómodo, a pesar de esto el 93%

de ellos está dispuesto a mejorar esa comodidad con sistemas automáticos para vivienda.

- En las encuestas se pudo observar los gustos y preferencias de las personas al momento de adquirir un inmueble, donde consideran que el confort, la iluminación, la calefacción, la seguridad, la ubicación y el espacio son de igual importancia para adquirir una vivienda.

### **3.16. Tamaño de mercado**

#### **3.16.1. Demanda**

Existe una alta demanda de inmuebles dentro de la zona urbana de la ciudad de Quito, la mayoría de la población encuestada son personas entre 25 y 55 años como se observó, este factor es muy beneficioso para el giro de negocio planteado ya que lo que se busca es brindar una vivienda tecnológica o tradicional a este mercado objetivo, también se determinó que el 21% de encuestados no poseen casa propia y quieren adquirir una vivienda, lo que permite a la futura empresa inmobiliaria ofrecer los proyectos inmobiliarios a este mercado, además de ofrecer los servicios de automatización de vivienda que implica una inversión que está dentro de su capacidad adquisitiva, las personas entre 36 y 55 años son las que más invertirían en los sistemas de automatización de vivienda con un promedio mensual de \$13.571 USD como se observó en las encuestas.

Los proyectos de vivienda inteligentes y los sistemas de automatización tienen un costo mayor que los tradicionales, es por eso que el mercado objetivo identificado está dentro de una clase social media, medio-alto y alto como pudimos analizar en las entrevistas con expertos. El impacto de implementar estas tecnologías sería muy grande y de interés en la población como evidenciamos en el grupo de enfoque, al principio estos sistemas serían de acceso para un sector determinado debido al costo.

La facilidad de adquirir un crédito debido al apoyo del gobierno ha despertado interés en las personas para adquirir una vivienda como se comentó en la

entrevista con expertos, el crecimiento poblacional también es otro factor clave para el desarrollo de nuevos proyectos habitacionales en distintos puntos de la ciudad de Quito, estos factores permiten a la futura empresa inmobiliaria atender la demanda existente. Se estima ocupar una participación dentro del mercado del 0,12% para satisfacer las unidades de vivienda requeridas y del 1.14% para implementar los sistemas de automatización en el hogar. A continuación se puede observar las siguientes tablas donde se cuantifica la demanda y la participación que se quiere tener en el mercado. Las demandas de la automatización de vivienda y venta de inmuebles se las calculó mediante los resultados de las encuestas, datos del Inec, para obtener la participación de mercado deseada se la realizó mediante el análisis de la industria donde mediante el análisis Herfindhal se pudo determinar la participación de mercado de diferentes empresas y según el volumen de ventas que se va a tener se pudo determinar esta participación.

**TABLA 26: DEMANDA INSATISFECHA VIVIENDA**

<b>AUTOMATIZACIÓN DE VIVIENDA</b>		
	<b># personas</b>	<b>%</b>
Universo de Estudio	616,390	100%
Quieren Automatizar	573,243	93%
Disposición para automatizar	458,594	80%
Disposición en función del precio	22,930	5%
Total hogares (3.78 personas por familia (INEC))- demanda	6,066	26.45%
Oferta empresas principales	720	1.57%
Oferta empresa pequeñas	300	0,65%
<b>Demanda insatisfecha</b>	<b>5,046</b>	<b>25.86%</b>
<b>Participación de mercado</b>	<b>58 sistemas</b>	<b>1,14%</b>

**Tomado de:** INEC (2013)

Existen empresas de renombre dedicadas a la automatización de vivienda, como se evidenció en las encuestas son cuatro reconocidas, tomando en cuenta este factor se puede estimar que cada empresa vende alrededor de 15 sistemas de automatización mensuales.

**TABLA 27: DEMANDA INSATISFECHA SISTEMAS AUTOMATIZACIÓN**

<b>VENTA DE INMUEBLES INTELIGENTES Y TRADICIONALES</b>		
	<b>#</b>	<b>%</b>
Universo de Estudio(3.78 personas por familia)	163,066	100%
Quieren adquirir una vivienda-demanda	34,244	21%
Oferta vivienda constructoras principales y constructores independientes	9.000	16.23%
<b>Demanda insatisfecha (viviendas)</b>	<b>25.244</b>	<b>20%</b>
<b>Participación en el mercado</b>	<b>30 viviendas</b>	<b>0,12%</b>

Tomado de: INEC (2013)

### 3.16.2. Competencia

Dentro del área urbana de Quito existen dos grupos de competencia para el giro de negocio planteado. La primera son las empresas inmobiliarias constituidas legalmente que se dedican a la promoción de inmuebles mediante el uso de redes sociales y páginas web, estas empresas están posicionadas en el mercado como se determinó en la entrevista con expertos y tienen un segmento de mercado de clase económica media-alta y alta, ya que ofrecen inmuebles que requieren una inversión alta, como se evidenció en las entrevistas con expertos, existen empresas de renombre en la mente del consumidor como son: Uribe &Schwarzkopf, Proinmobiliaria y Plusvalía. Existen también empresas que se dedican a la automatización de viviendas que tienen un segmento de mercado medio-alto y alto, ya que sus costos de implementar estos sistemas son caros. Las empresas que tienen renombre en el mercado como se identificó en las encuestas son: Luminicenter, Bticino, Prohome, el segmento es el mismo para los dos tipos de servicios que se va dar.

El otro grupo que se considera competencia son las personas que se dedican a la venta independiente de inmuebles y reciben una comisión por esta venta, estas personas no tienen un segmento de mercado definido, se suelen vincular a una inmobiliaria ya posicionada para intermediar la venta de inmuebles.

Como se evidenció en el grupo focal las personas para adquirir una vivienda buscan comodidad y confort en las viviendas, acorde a este requerimiento identificado la empresa va ofrecer a su mercado proyectos que brinden comodidad en cada ambiente para atender las necesidades de las personas, el asesoramiento es fundamental para los clientes como se identificó en el grupo focal, por medio de este servicio el cliente estará satisfecho desde el primer contacto con la empresa y se comenzará a posicionarse en el mercado debido a su calidad en el servicio y productos.

### **3.17. Evaluación del mercado durante la implementación**

Por medio de las encuestas se obtuvo información importante respecto al negocio planteado. Se determinó el comportamiento del mercado, con el propósito de identificar la oportunidad del negocio inmobiliario y las posibles estrategias que se pueden adoptar para obtener una participación representativa dentro del mercado inmobiliario y crear una empresa inmobiliaria con reconocimiento entre la población.

Si existe la oportunidad de crear la empresa inmobiliaria especializada en la automatización de viviendas debido a que el 80% de encuestados están dispuestos a adquirir estos sistemas, todo con el objetivo de mejorar su comodidad, también se determinó que el 21% de encuestados no poseen casa propia pero quieren adquirir una vivienda, las personas buscan adquirir una vivienda que les permita vivir de la mejor manera, factores fundamentales como son: seguridad, espacio, confort, iluminación, ubicación, calefacción, ocupan un papel muy importante al momento de adquirir un inmueble.

Es viable poner en marcha la empresa inmobiliaria debido al crecimiento poblacional y al apoyo por parte del gobierno para adquirir un préstamo tanto para constructor como comprador como se analizó en el grupo focal, también la implementación de los sistemas automáticos y la asesoría son factores muy importantes ya que por medio de estos se llega a ocupar un lugar en la mente del consumidor.

### **3.18. Oportunidad de la empresa.**

La industria inmobiliaria y de la construcción se encuentra en crecimiento en la ciudad de Quito como se evidencio en el capítulo II. Con el estudio de mercados que se efectuó se determinó el mercado objetivo de la población quiteña, así como también sus gustos y preferencias al momento de adquirir un inmueble o implementar a los ambientes de vivienda con sistemas automáticos.

En la entrevista con expertos se determinó que existe un déficit habitacional a pesar de la existencia de distintos proyectos inmobiliarios que se ofrecen, la facilidad de obtener un crédito en las entidades bancarias ha fortalecido la industria inmobiliaria, la tecnología ocupa un papel muy importante en cualquier industria y en la industria inmobiliaria está ocupando un papel muy importante con la integración de nuevas tecnologías a las viviendas, como son los sistemas de automatización de vivienda que se pretende introducir al mercado con el giro de negocio planteado. En las entrevistas con expertos se identificó que el impacto de implementar estas tecnologías en el hogar sería muy grande y de gran interés en la población, debido a que se busca hacer más fácil la vida de las personas, los costos de estos sistemas tecnológicos hacen que en un principio sea accesible solo para un determinado segmento.

Por medio de las encuestas se identificó la competencia en el mercado de los sistemas de automatización de vivienda, y es posible entrar en el mercado, las personas están dispuestas a mejorar su vida cotidiana implementando estos sistemas automáticos como se observó en las encuestas. Bajo estas circunstancias la futura empresa inmobiliaria tiene la oportunidad de ofrecer a los clientes viviendas tecnológicas y tradicionales acorde a sus necesidades, con la implementación de tecnologías que mejoren su calidad de vida y faciliten las tereas cotidianas en el hogar.

Las personas tienen muy poco conocimiento de los sistemas de automatización de vivienda como se pudo evidenciar, apenas el 16% de encuestados conocen sobre estas tecnologías, a pesar de que vivimos en una era tecnológica este

factor permite a la empresa inmobiliaria tener una oportunidad de ingresar al mercado con su giro de negocio, ofreciendo sus productos y servicios.

## CAPÍTULO IV

### PLAN DE MARKETING

En este capítulo se analiza las estrategias de marketing y de producto a utilizar, así como también las políticas que va a realizar la inmobiliaria como son: políticas de precios, tácticas de venta y postventa, políticas de servicio al cliente, promoción, distribución.

#### **4.1. Estrategia general de marketing.**

La estrategia general de marketing que se va utilizar para el giro de negocio es un ataque flanqueador (Posicionamiento, 2013). Se atacará las debilidades de la competencia en el sector inmobiliario, así como también, los vacíos de cobertura de nuestros competidores. La empresa cuenta con los estudios necesarios para capturar el segmento de mercado identificado en el capítulo III, se pondrá énfasis en la automatización de las viviendas ofreciendo y promocionando edificaciones y viviendas automáticas, además de acondicionar estos sistemas a viviendas que no las tienen para así fortalecer el desarrollo tecnológico de Quito.

#### **4.2. Estrategia de producto.**

La estrategia específica que se aplicará en este plan de marketing se presenta a continuación para los productos que ofrece la empresa inmobiliaria:

- 1. Viviendas Automáticas y tradicionales:** para estos inmuebles la estrategia es la de diferenciación de producto, para dar a conocer los atributos específicos de adquirir una edificación automática, características, ventajas, nivel de calidad, durabilidad.
- 2. Características de las viviendas automáticas.-** Como empresa inmobiliaria se ofrecerá como intermediario proyectos de vivienda inteligentes los cuales tienen dentro de sus ambientes sistemas que controlan la temperatura, la iluminación, el

sonido, la ventilación además tener un control total de seguridad de la vivienda.

3. Ventajas de adquirir edificaciones automáticas o implementar sistemas automáticos.- Ahorrar energía por medio de la programación de las luces que se prenden o se apagan según el nivel de luz natural que exista en el ambiente, mejoran la calidad de vida de las personas optimizando el tiempo por medio de programación de limpieza automática, son edificaciones más seguras a las tradicionales ya que poseen sistemas automáticos que controlan el fuego el humo, vigilancia externa e interna, mejoran la comodidad de las personas por medio del acondicionamiento de los ambientes.
4. Durabilidad.- Se ofrecerán proyectos inteligentes que cumplan con todas las normas de calidad para así como también sistemas automáticos que garanticen la durabilidad en las viviendas. El plan de comercialización de la línea de viviendas, en función del tamaño de mercado y la demanda insatisfecha es el siguiente:

**TABLA 28: PLAN DE COMERCIALIZACIÓN DE VIVIENDAS**

<b>PLAN DE COMERCIALIZACION DE VIVIENDAS</b>		
INMUEBLES TIPO A (90.000 USD -300.000 USD)	14	47%
INMUEBLES VIVIENDAS TIPO B (MENORES A 100.000 USD HASTA 50.000 USD)	16	53%
<b>VIVIENDAS A COMERCIALIZARSE AL AÑO</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

2. **Sistemas de automatización de vivienda:** para este producto el cual la empresa va a dar énfasis en su negocio se va utilizar la estrategia de diferenciación de producto, debido a que existen inmobiliarias que no ofrecen ni promocionan estos productos.
  - Sistemas de Automatización de vivienda.- Los sistemas de automatización para vivienda que se ofrecerán son principalmente cuatro que se detallan a continuación:
    - Sistema de iluminación: Control de la iluminación en todos los espacios del hogar mediante controles táctiles de movimiento o

por medio de sonido que permiten tener un ambiente acorde a la ocasión.

Sistema de seguridad: Control de la seguridad de la vivienda por medio del celular o paneles ubicados en el hogar, manteniendo la vivienda y la familia protegida en todo momento, manteniendo una vida más tranquila.

Sistema de sonido: Ampliación y control del sonido en toda la vivienda, por medio de un panel táctil, perfectos para los amantes de las películas y música.

Sistema de temperatura: Regula el ambiente térmico en cualquier lugar de la vivienda manteniendo la comodidad dependiendo del gusto de la persona o de los cambios climáticos bruscos presentes en la actualidad.

- Durabilidad.- Se ofrecerán sistemas inteligentes que cumplan con todas las normas de calidad que garanticen la durabilidad en las viviendas, para ello se deben de realizar mantenimiento de estos sistemas periódicos, la vida útil de estos sistemas depende del uso que se les dé, estos sistemas tienen un control para que se protejan en caso de que estén en el límite de sus posibilidades. La empresa inmobiliaria además va a disponer de sistemas asegurados por el fabricante con una vida superior a los 30 años.

El plan de comercialización de la línea de sistemas de automatización, en función del tamaño de mercado y la demanda insatisfecha es el siguiente:

**TABLA 29: Plan de Comercialización Sistemas de Automatización**

<b>PLAN DE COMERCIALIZACION SISTEMAS DE AUTOMATIZACION</b>		
SISTEMA DE AUDIO	14	25%
SISTEMA DE TEMPERATURA	14	25%
SISTEMA DE SEGURIDAD (HOUSE LOCK.COM)	15	25%
SISTEMA DE ILUMINACIÓN	15	25%
<b>SISTEMAS A COMERCIALIZARSE AL AÑO</b>	<b>58</b>	<b>100%</b>

### **4.3. Política de precios.**

Los precios que la inmobiliaria va adoptar se basan fundamentalmente en la demanda existente actualmente en la ciudad de Quito, debido al incremento de las construcciones. El precio que ofrece la inmobiliaria se establece en base a la calidad de nuestros productos y servicios que ponemos énfasis como es la automatización de vivienda. Los precios de venta al cliente serán de penetración, por lo cual se cobrará una comisión menor por debajo de las demás empresas inmobiliarias, y también se fijará precios menores a la de las empresas dedicadas a la automatización de viviendas para atraer el mercado y poner tener una participación competitiva en el sector inmobiliario.

La inmobiliaria actúa como intermediario de la venta de los proyectos inmobiliarios pero se debe tomar en cuenta los precios de las viviendas son muy variantes, debido a que un incremento o disminución en los materiales de la construcción y la mano de obra cambia el precio de venta final de la vivienda.

Los productos y servicios que ofrecerá la futura inmobiliaria están destinados para personas que tienen un poder adquisitivo y estén en la capacidad de adquirir crédito en la ciudad de Quito. La estrategia es ofrecer un estilo de casas diferentes a las tradicionales a un precio que puede acceder el mercado objetivo identificado en el capítulo de investigación de mercados, así como también sistemas automáticos que pueden integrar a cada espacio de las viviendas.

Las comisiones que se van a manejar son del 5% para viviendas inteligentes (viviendas, departamentos), y el 4% para los inmuebles tradicionales (viviendas, departamentos, locales, suite). El precio de los sistemas de automatización de vivienda van a variar dependiendo del tipo de vivienda y las instalaciones que se necesiten, el precio que se van a vender estos sistemas están por debajo del precio de la competencia y son: sistemas de audio (\$1000), Control de temperatura (\$1200), sistemas de seguridad (\$1500), control de iluminación (\$2000).

#### **4.4. Táctica de ventas**

El negocio propuesto al ser una empresa inmobiliaria actúa como intermediario para vender proyectos de vivienda, las ventas que se realice se harán sin intermediarios, es decir se establece una relación directa con el comprador del inmueble por la cual la empresa recibe una comisión.

La inmobiliaria para ofrecer los proyectos tradicionales e inteligentes de vivienda necesita arrendar un departamento donde se pueda presentar y promocionar las viviendas, para esto también se contará con la ayuda de un equipo de ventas que expondrán de una manera clara y precisa los proyectos y las ventajas de comprar una casa inteligente o implementar sistemas automáticos al hogar. El asesoramiento al cliente es también fundamental para la inmobiliaria ya que se quiere que el cliente pueda adquirir una vivienda que sea lo más placentera para el resto de su vida, se buscarán los requerimientos del cliente, gustos y preferencia para ofrecer proyectos de acuerdo a las características requeridas.

Los proyectos inmobiliarios inteligentes y los sistemas automáticos para vivienda se presentarán por medio de:

1. Exposiciones: Se tendrá un contacto directo con los posibles clientes presentando los proyectos inmobiliarios y los sistemas de automatización por medio de exposiciones para poder discutir de las ventajas que se tiene al adquirir estas tecnologías.

2. Maquetas: Por medio de las maquetas el cliente puede observar la posible vivienda que va adquirir, su diseño, y el entorno a la vivienda.
3. Renders: Por medio de Renders se pretende que el cliente conozca de una manera más real la posible vivienda que va adquirir.
4. Charlas: Se realizarán charlas a los posibles clientes que conozcan los atributos de cada proyecto inmobiliario, sus características y beneficios, así como también de los sistemas de automatización de vivienda.
5. Folletos: Este medio es donde se describen las características y ventajas de comprar una vivienda inteligente o implementar estos sistemas, es una manera rápida de comunicar a las personas
6. Vallas publicitaria: Se utiliza este medio para comunicar de manera masiva los proyectos habitacionales que ofrece la empresa.

Los vendedores que presentarán los proyectos inmobiliarios son profesionales con experiencia en la venta de inmuebles, con excelentes relaciones interpersonales para que puedan trabajar en equipo y logren crear un vínculo con el posible cliente, para que este se sienta de una manera lo más cómoda posible al momento de adquirir una vivienda, además de tener alto grado de responsabilidad y compromiso con la empresa para poder entrar al sector inmobiliario eficientemente.

Los sistemas de automatización de vivienda como son: sistemas de seguridad, sistemas de sonido, sistemas de temperatura, sistemas de iluminación, se los realizará en presentaciones y renders como se puede observar en las imágenes, además de exposiciones donde se presentarán las características de cada uno de ellos como también sus beneficios de obtener estos productos.

A continuación se presentan algunos ejemplos de los renders como medio de promoción de nuestros productos y servicios, gráficos de maquetas y los

distintos proyectos que se van a utilizar en folletos, vallas publicitarias y en las redes sociales.



**Figura 13. Renders proyectos habitacionales**



**Figura 14. Renders proyectos habitacionales**



**Figura 15. Renders proyectos habitacionales**



**Figura 16. Ejemplo de maqueta**

**Carlos II**  
MULTIFAMILIAR SE PARTE DEL FUTURO Y VIVELO BIEN  
desde \$35.000

UBICACION: 4 AGUADOS DE PRIMERA + SIMPORY + VIBTA

Departamentos de 2 y 3 dormitorios . 2 baños

.DESDE 77 M<sup>2</sup> A 92 M<sup>2</sup>  
-SALA - COMEDOR  
-COCINA ESTILO AMERICANA  
-PATIO DE LAV/SEC  
-AREAS COMUNALES  
-PARQUEADERO CUBIERTO  
-BODEGA

40% vendido

UBICACION CARCELEN N. 86A Y E.2A E3 Y AV. JAIME RODRIGOS

INFORMES Y VENTAS :  
EN OBRA LUNES A VIERNES DE 9H00 A 17H00  
TELEFOS: 2495827 - 093354590 - 081323183 - 095817817 E-MAIL: CARXJ@HOTMAIL.COM

Figura 17. Ejemplo de valla publicitaria

#### 4.5. Política de servicio al cliente.

Se dará un seguimiento al cliente con inquietudes, requerimientos, problemas después de que hayan adquirido cualquiera de nuestros productos y servicios. Las viviendas tienen una garantía de 10 años, por lo general este es el tiempo que ofrece el constructor, la empresa al actuar como intermediario no tiene ninguna responsabilidad sobre esta garantía. Los sistemas automáticos que se integran a las viviendas de los clientes tendrán una garantía de 5 años.

Al momento de adquirir los sistemas de automatización de vivienda se le dará al cliente un seguimiento para su correcto uso y mantenimiento de estos sistemas para que se conserven en el tiempo, a pesar de que estos sistemas vienen con una garantía del fabricante de vida útil de 30 años.

Después de la adquisición de los sistemas de automatización, la empresa inmobiliaria se hará cargo de reemplazar estos sistemas, siempre y cuando no sean problemas de mal uso, o el inadecuado mantenimiento.

#### **4.6. Política de implementación.**

Los clientes al momento de adquirir los sistemas automáticos para vivienda y querer implementarlos en los diferentes espacios de su hogar, pueden tener la seguridad de que la empresa inmobiliaria se compromete con el cliente en realizar la adecuación e instalación de los mismos dentro de un periodo máximo entre 5 y 10 días , para con esto ser una empresa eficiente en sus servicios y tiempos de implementación, este periodo puede variar dependiendo de distintos factores como la cantidad de instalaciones, factores externos como el tiempo, etc.

Para la instalación de los sistemas de automatización se necesitan técnicos que tengan conocimiento en instalaciones eléctricas y manejo de software, deben tener experiencia en manejo de sistemas domóticos. Al realizar las instalaciones se necesitan conocer las distintas instalaciones que tiene la vivienda, por lo cual se realiza una previa inspección de la vivienda donde se va ubicar las instalaciones eléctricas, cableado existente y distintas maneras de acomodar estos sistemas dependiendo del gusto de cada persona.

#### **4.7. Publicidad y promoción.**

##### **4.7.1. Publicidad.**

La publicidad es muy importante ya que se pretende llegar a la mente del consumidor de una manera rápida, para esto se utilizarán principalmente los siguientes medios publicitarios:

1. Redes Sociales.- Por medio del Facebook y Twitter se busca dar a conocer a los posibles clientes los proyectos inmobiliarios automáticos así como también los servicios de automatización a la vivienda de una manera rápida, este método publicitario es gratis y de fácil interacción entre vendedor y comprador, las redes sociales de la empresa se podrá revisar en el **ANEXO 4.1.**

2. Página web.- Este medio publicitario es fundamental debido a la variedad de proyectos que se ofertará al posible cliente, además se pretende que el cliente conozca de nuestra empresa y los servicios innovadores que ofrece. El costo de la página es alrededor de USD 800 dólares, todo lo que viene incluido se detalla en el **ANEXO 4.2**.
3. Páginas web gratuitas.- Este medio se utilizará para promocionar todos los proyectos inmobiliarios tradicionales y automáticos que estén disponibles, la página inmobiliaria gratuita que se va utilizar es Plusvalia.com.
4. Publicidad en bus móvil.- Al ser una empresa inmobiliaria con énfasis en la automatización de vivienda se ofertara los principales proyectos inteligentes en buses para promover el desarrollo tecnológico de Quito. Este medio se va a utilizar debido a que se puede llegar masivamente a las personas de una forma fácil y efectiva. El costo unitario de cada anuncio móvil es de USD 350 dólares mensuales y su cotización se detalla en el **ANEXO 4.3**.La empresa para promocionar sus productos y servicios va utilizar estos este medio mínimo dos veces al mes.
5. Revistas y Diarios: Se publicará mensualmente los principales proyectos inmobiliarios automáticos en la revista Construir del grupo El Comercio, el costo de este medio publicitario es de USD 700 dólares mensuales, el día de publicación serán los sábados y su cotización se detalla en el **ANEXO 4.4**.
6. Alianzas estratégicas: Se realizarán alianzas con importantes empresas constructoras dentro de la ciudad de Quito que poseen diferentes proyectos inmobiliarios como es Urbicasa y constructores independientes existentes, para poder promocionar sus proyectos de vivienda y dar a conocer en el mercado a nuestra empresa, La

empresa inmobiliaria actúa como intermediario en la venta de viviendas, proyectos inmobiliarios y otros inmuebles, por lo que obtendrá una comisión por la venta de los mismos, la comisión que se percibirá se va acordar con la empresa aliada y los constructores independientes y es la siguiente:

**TABLA 30: COMISIONES DE VENTA**

<b>INMUEBLES</b>	<b>COMISION</b>
<b>VIVIENDAS AUTOMATICAS</b>	
Departamento	5%
Vivienda	5%
<b>VIVIENDAS TRADICIONALES</b>	
Departamento	4%
Vivienda	4%
Local comercial	4%
Suite	4%

#### **4.7.2. Promoción.**

El momento en que se constituya la empresa inmobiliaria se ofertará diferentes proyectos de vivienda automática, así como también el servicio de automatización a un precio accesible para el mercado determinado en el capítulo III. Las promociones que se van aplicar están determinadas de la siguiente manera:

- Se otorgará el 5% de descuento sobre el pvp a los clientes que adquieran una edificación automática.
- Se otorgará el 6% de descuento sobre el pvp a los clientes que adquieran su vivienda de contado.

Estos descuentos se manejarán directamente con los constructores independientes se va a contactar y de la empresa aliada Proinmobiliaria.

- El precio de los sistemas de automatización tendrán un crédito directo de 3 meses sin intereses.

- Se realizará un descuento del 10% en el segundo sistema de automatización de vivienda comprado.
- Al realizar una compra de sistemas automáticos para vivienda la instalación será completamente gratis los 6 primeros meses de funcionamiento de la empresa.
- Se ofrecerá un asesoramiento gratuito al posible cliente durante la adquisición de cualquier tipo de inmueble, la asesoría al cliente es completamente gratis desde el momento que se genera el primer contacto con el cliente.

#### 4.8. Logo y nombre de la empresa.

Este logo se realizó pensando en fusionar el concepto de domótica con inmobiliaria en una misma palabra, para que sea fácilmente reconocerlo en cualquier lugar que se lo vea y el nombre sea fácil recordarlo.

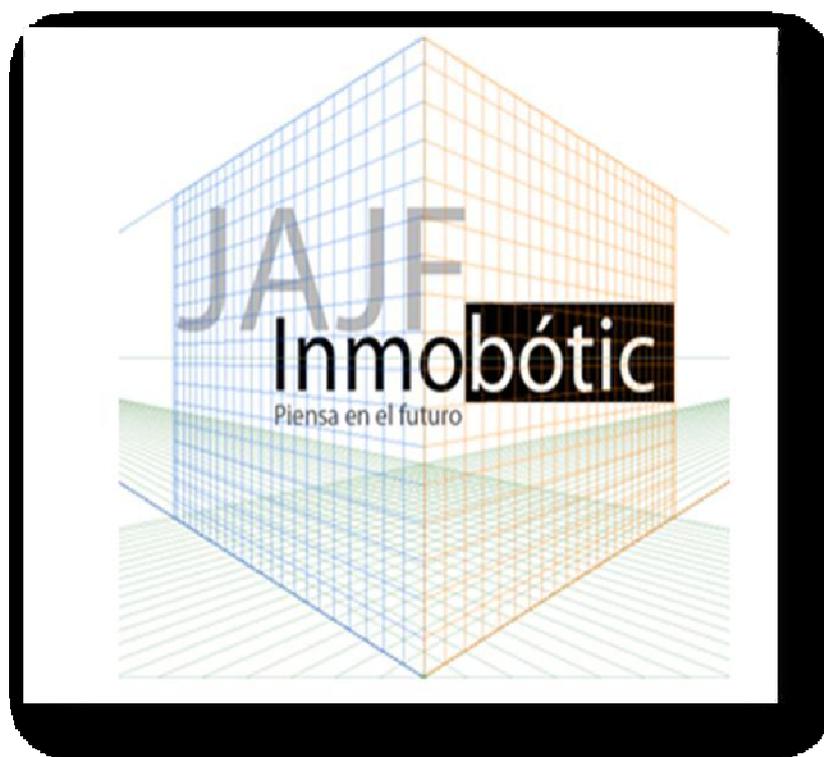


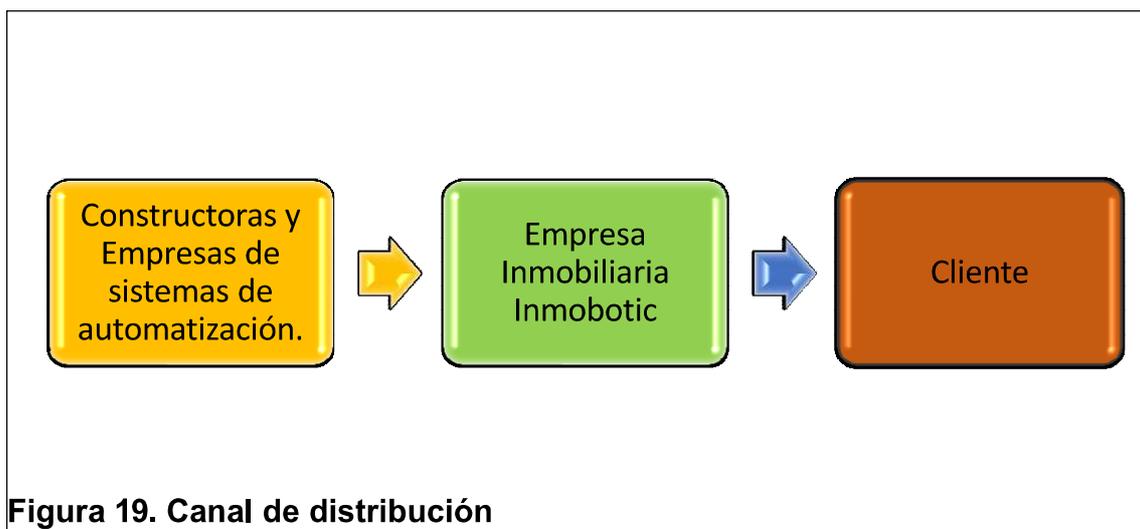
Figura 18. Logo de la empresa

#### 4.9. Slogan de la empresa.

El slogan de la empresa “piensa en el futuro”, crea un pensamiento en las personas de acuerdo al avance tecnológico en estos días, permitiendo al objeto arquitectónico que esté compuesto por una infraestructura capaz de brindar la mayor comodidad posible implementando sistemas automáticos al hogar.

#### 4.10. Distribución.

El canal de distribución que se aplica es Indirecto debido a que la futura empresa va a recibir una comisión por la venta de inmuebles que realizan constructores grandes, medianos y pequeños, así como también se va a tener proveedores de sistemas de automatización de vivienda, ya que la empresa inmobiliaria Inmobotic no va a producir nada.



Se Considerará en un futuro ampliar nuevos canales de distribución como lo son ferreterías importantes dentro de Quito, que vendan nuestros sistemas de automatización de vivienda y los promocionen. Por el momento la empresa considera que se debe empezar por medio de esta canal de distribución

## CAPITULO V

### PLAN DE OPERACIONES Y PRODUCCIÓN

En este Capítulo se describen todas las actividades que realiza la empresa inmobiliaria para ofrecer sus productos y servicios.

#### **5.1. Estrategia de operaciones**

Para el funcionamiento de la empresa inmobiliaria Inmobotic, se seguirá el proceso de operaciones cumpliendo con todas las disposiciones legales requeridas que se detallan en los anexos de este capítulo, también técnicas de servicio al cliente para que este adquiera una vivienda y sistemas de automatización de calidad.

La empresa inmobiliaria selecciona los proyectos inmobiliarios que se encuentren dentro de la ciudad de Quito, tanto tradicionales como automáticos impulsando el desarrollo tecnológico de la ciudad. La empresa realiza los trámites necesarios para el funcionamiento y la comercialización de inmuebles, así como también de sistemas de automatización de viviendas, creando alianzas con los constructores grandes, medianos y pequeños.

El aprovisionamiento de los sistemas de automatización de viviendas que se van ofrecer a los clientes se los hará con anticipación para brindar un servicio eficiente al momento de ser requerido.

Para obtener proyectos inmobiliarios la empresa va aliarse con una importante constructora reconocida en el mercado como es Urbicasa, así como también constructores independientes que necesitan promocionar y vender sus proyectos. El proveedor de la inmobiliaria de los sistemas de automatización es Prohome por los precios que manejan y la facilidad de obtener todos estos sistemas.

Prohome es una empresa que nace de la fusión de Propanel, Blindsystems y BTHome, especializada en la automatización de vivienda y hogares inteligentes con una experiencia en el mercado de 15 años, dispone de varios productos que serán útiles para la inmobiliaria Inmobotic como son la variedad de productos para crear ambientes funcionales e inteligentes al hogar. También disponen accesorios y equipos domóticos para casa inteligentes.

En cada uno de los productos que la empresa proporciona a la inmobiliaria cuenta con representaciones de diferentes empresas de renombre internacional como son: Bticino, Llumar y Pertech. Estas marcas son líderes en el mercado y garantizan calidad y confort en todos sus productos. Para mayor información de la empresa, los productos que ofrecen y su cotización se los detalla en el **ANEXO 5.1**. Los precios de los productos van a variar de acuerdo al tipo de vivienda e instalaciones eléctricas, por lo que se realiza antes una inspección de la vivienda y se demora dos días en hacer la cotización.

La inmobiliaria Inmobotic se identifica por la implementación de estos servicios de automatización a viviendas existentes y promoción de los proyectos automáticos que se van construyendo en el mercado. La asesoría que se ofrece al momento de que las personas necesiten adquirir una vivienda también es un factor clave dentro de la empresa, ya que se genera un vínculo de compromiso con el cliente desde el primer contacto.

Se trabajará en conjunto con todo el personal que integra la empresa para ofrecer un servicio de calidad generando compromiso con las personas a que puedan obtener la vivienda que tanto deseaban o mejoren la calidad de vida integrando los sistemas de automatización para vivienda.

Las actividades que se desarrollarán en cada área para poner en marcha la empresa inmobiliaria Inmobotic son las siguientes:

**1. Área Administrativa financiera:**

- Compra de muebles de oficina.
- Compra de equipos de computadora.
- Compra de suministros de oficina.
- Elaboración de plan de costos de sistemas de automatización y gastos de nómina de personal.
- Elaboración de presupuestos.

**2. Área de Marketing y Ventas:**

- Capacitación al del equipo de ventas.
- Campaña publicitaria en distintos medios.
- Exposiciones de productos y servicios listas.

**3. Área de Gerencia y Recursos Humanos:**

- Contratación de personal
- Capacitación de personal
- Control de cada área de la empresa

**4. Otras actividades:**

- Constitución legal de la empresa Inmobotic
- Inscripción de la empresa en la superintendencia de compañías
- Obtención de la LUAE (Licencia Única de Actividades Económicas)
- Obtención de RUC.

El cronograma general de actividades de la Inmobiliaria Inmobotic se encuentra detallado en el **ANEXO 5.2**, en el cual se observa las actividades que se realizan en el periodo de 8 meses.

## **5.2. Ciclo de operaciones**

Las operaciones de la inmobiliaria Játiva comienzan con la disponibilidad de proyectos inmobiliarios y sistemas de automatización de vivienda para promocionar y ofrecer al mercado, este procedimiento es el pilar del giro de negocios debido a que se deben realizar alianzas con los constructores; posteriormente se procede a la promoción de los proyectos inmobiliarios tradicionales, automáticos y sistemas de automatización donde se tiene el primer contacto con el cliente interesando en los proyectos.

Este primer contacto comienza desde que el cliente se comunica con la empresa, interesado de algún proyecto o requerimiento de vivienda en especial, se le da asesoría al cliente desde ese momento, atendiendo sus requerimientos, necesidades, dudas, etc. Se presentarán los proyectos inmobiliarios a los posibles clientes en exposiciones donde se indicarán todos los beneficios de cada proyecto, características, ubicación, etc. Estas exposiciones se las realizarán a través del departamento de ventas, donde el vendedor de la empresa es el responsable.

Si el cliente decide comprar la vivienda que cumpla con sus necesidades, se procede a firmar un contrato entre constructor y comprador, donde realizada esa venta la empresa inmobiliaria obtiene una comisión, la cual se llegó acuerdo con el constructor.

El financiamiento es exclusivamente entre constructor y comprador, por lo que la inmobiliaria no tiene ninguna responsabilidad, sin embargo se le asesora en este proceso de financiación. Los sistemas de automatización de vivienda tendrán crédito de 3 y 6 meses sin intereses.

Las personas que adquieran sus viviendas se las pondrá en conocimiento de los servicios de automatización de vivienda y los beneficios de implementar estos sistemas en el hogar, al contratar estos servicios se realizará la instalación respectiva.

El proceso del negocio de la inmobiliaria culmina dando un servicio postventa, donde se da un seguimiento de los productos y servicios que la empresa ha vendido, para garantizar un servicio de calidad y compromiso con el cliente.

Los proveedores de los sistemas de automatización de vivienda de acuerdo a las órdenes de compra van a proceder a enviar sus productos para que se almacene en bodega.

A continuación se presentan los gráficos de los procesos que se requieren para el giro de negocio, los cuales son: proceso de ventas, proceso de financiamiento proceso de producción y proceso proveedores.

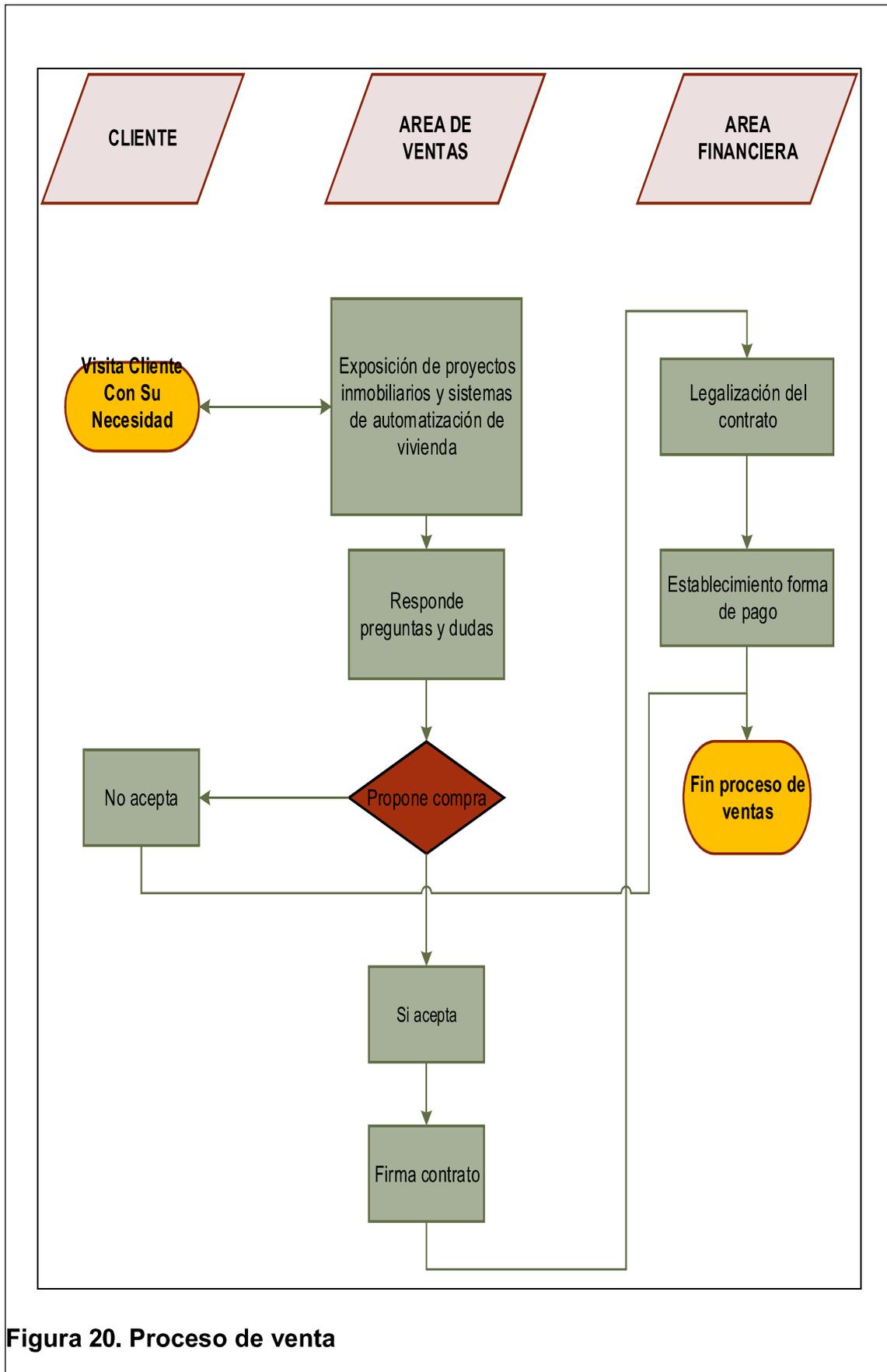
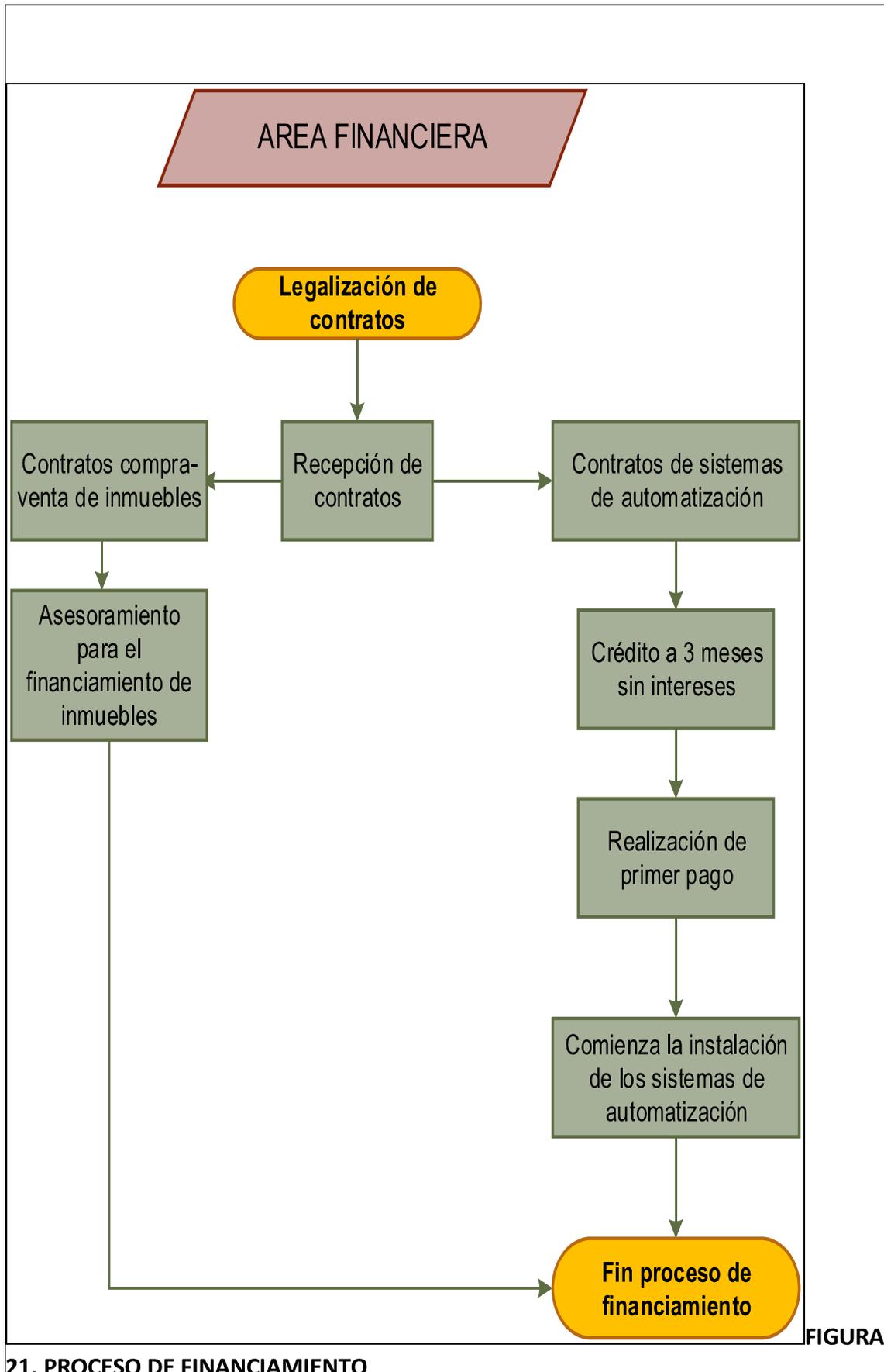
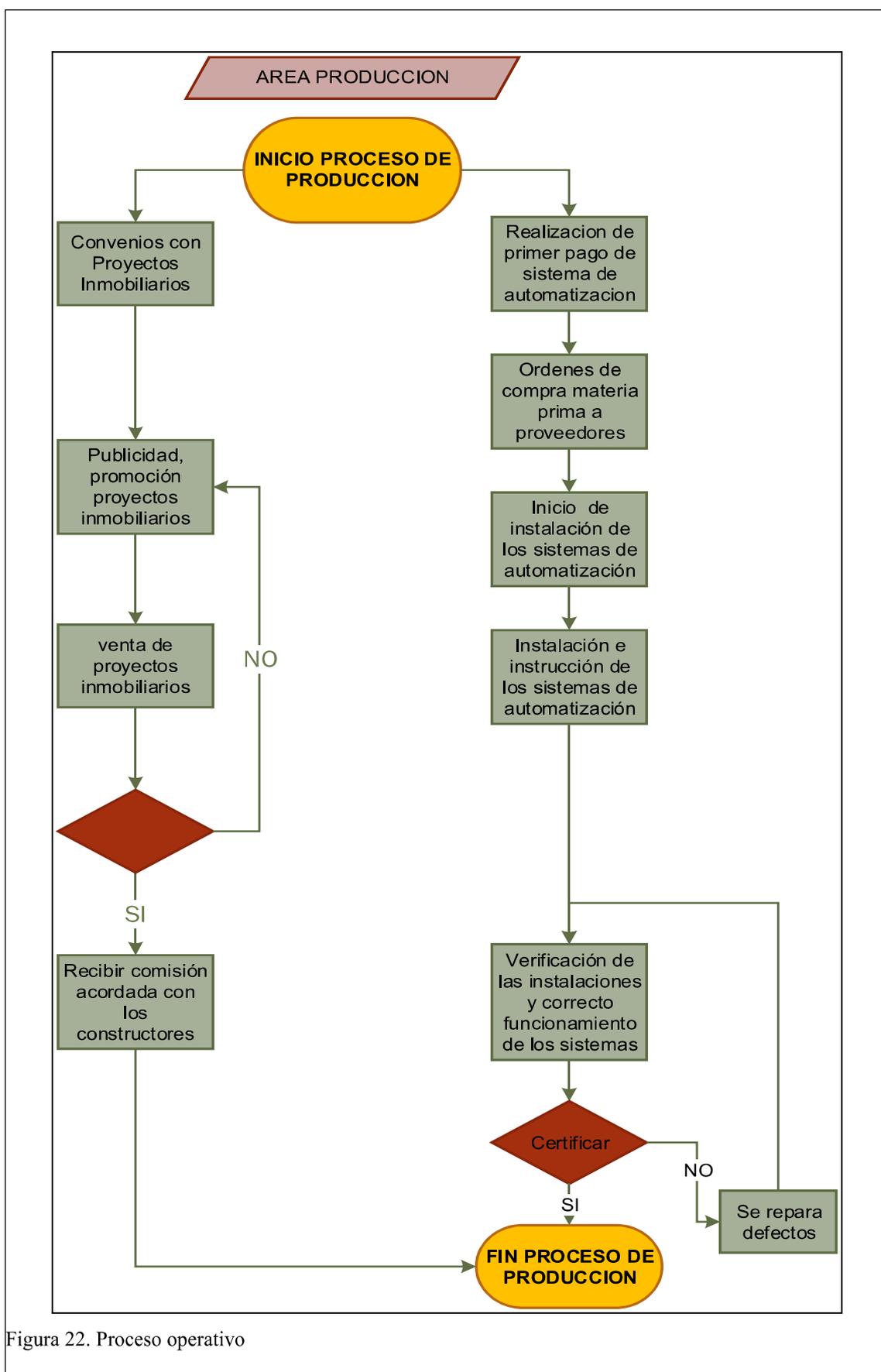
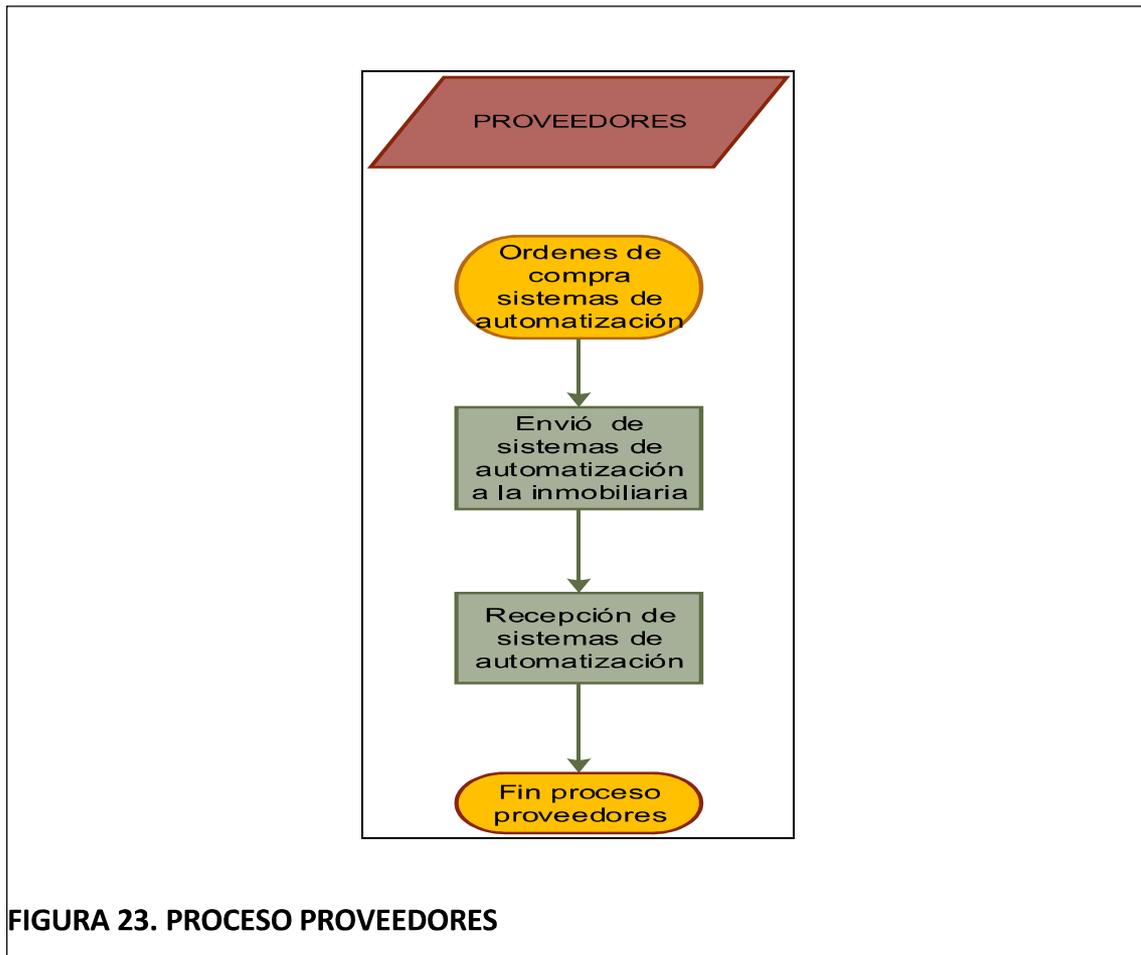


Figura 20. Proceso de venta







### 5.3. Requerimiento de sistemas de automatización y proyectos inmobiliarios.

#### 5.3.1. Sistemas de Automatización

La empresa inmobiliaria para hacer automáticas las viviendas y edificaciones necesita distintos sistemas de automatización que se han adquirido exclusivamente como servicio diferenciador que ofrece la inmobiliaria. En la siguiente tabla se detallan el costo que le cuesta a la inmobiliaria estos sistemas de automatización a la empresa y el precio de venta a los clientes, los sistemas se venden cada uno por separado. Estos precios se acordaron con la empresa Prohome la cual nos proveerá de estos sistemas.

**TABLA 31: COSTOS Y PRECIOS SISTEMAS DE AUTOMATIZACIÓN**

<b>LISTA DE PRECIOS Y SERVICIOS</b>			
<b>Sistema de automatización</b>	<b>CANTIDADES</b>	<b>COSTOS</b>	<b>PRECIOS</b>
Sistema de iluminación	1	\$2,000.00	\$2,800.00
Sistema de seguridad	1	\$1,500.00	\$2,300.00
Control de temperatura	1	\$1,200.00	\$2,000,00
Sistema de sonido	1	\$1,000.00	\$1,600,00
<b>Total</b>		<b>\$5.700,00</b>	<b>\$8.700,00</b>

### 5.3.2. Proyectos Inmobiliarios

La empresa para actuar como intermediario en la venta de los proyectos inmobiliarios necesita fijar diferentes comisiones a los inmuebles ya que de esto dependen los ingresos de ventas y el desarrollo de la empresa. A continuación se detallan las comisiones para cada inmueble que se han asignado tomando en cuenta las comisiones que se aplican en el mercado inmobiliaria actual.

**TABLA 32: COMISIONES INMUEBLES**

<b>INMUEBLES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COMISION</b>
<b>VIVIENDAS AUTOMATICAS</b>		
Departamento	1	5%
Vivienda	1	5%
<b>VIVIENDAS TRADICIONALES</b>		
Departamento	1	4%
Vivienda	1	4%
Local comercial	1	4%
Suite	1	4%

#### 5.4. Instalaciones.

La empresa inmobiliaria Játiva tendrá una oficina de 127m<sup>2</sup>, en la cual existen áreas destinadas a los procesos de la empresa. Ubicada en el sector el Bosque en la calle Francisco Montalvo y Leonor Stacey, donde funcionarán los siguientes departamentos:

- Oficina Gerencia General
- Oficina Gerencia Financiera
- Oficina Gerencia ventas
- Área de reuniones y presentación de proyectos Inmobiliarios

Este sector norte de Quito presenta un gran crecimiento en proyectos inmobiliarios, entre algunos proyectos tenemos: Torres del Bosque, Edificio Fontana y Tenis Nueva Vista. Los clientes pueden visitar la oficina donde se les presentarán los proyectos inmobiliarios y los sistemas de automatización de vivienda, o contactarnos por medio de nuestras redes sociales para realizar una cita con el cliente. A continuación se presenta un mapa del sitio y un plano de la oficina donde funcionará la inmobiliaria.

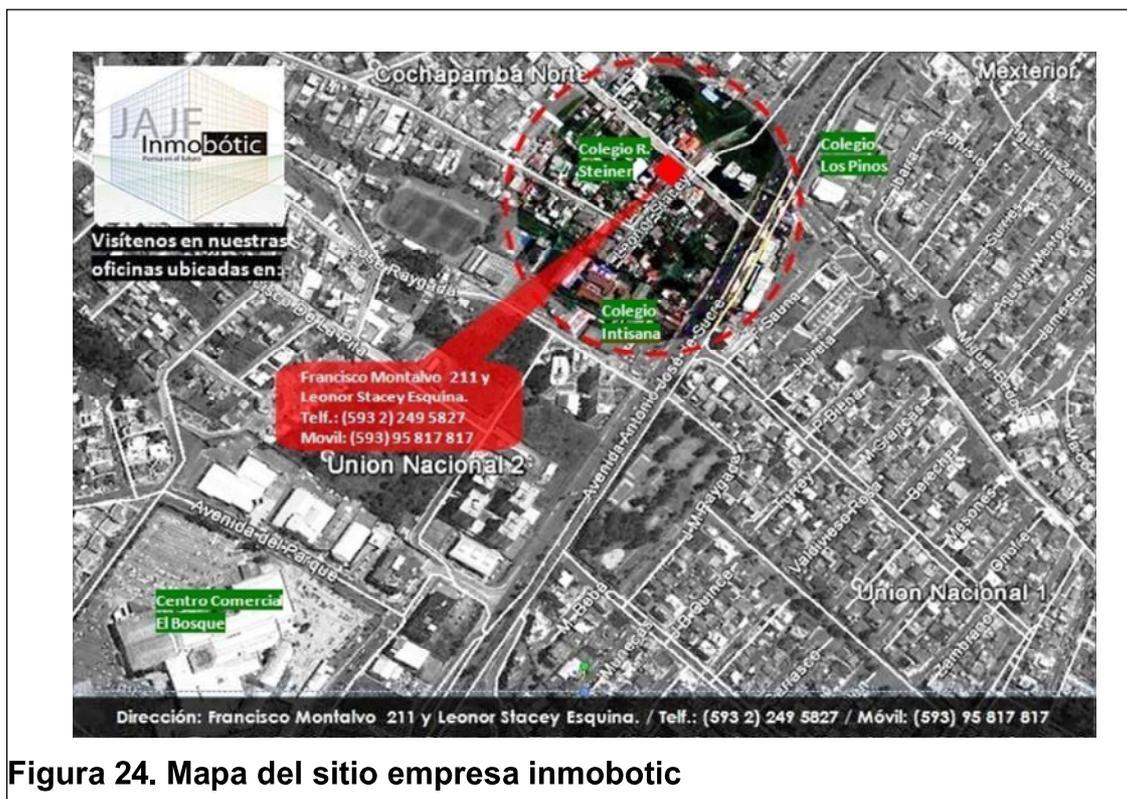
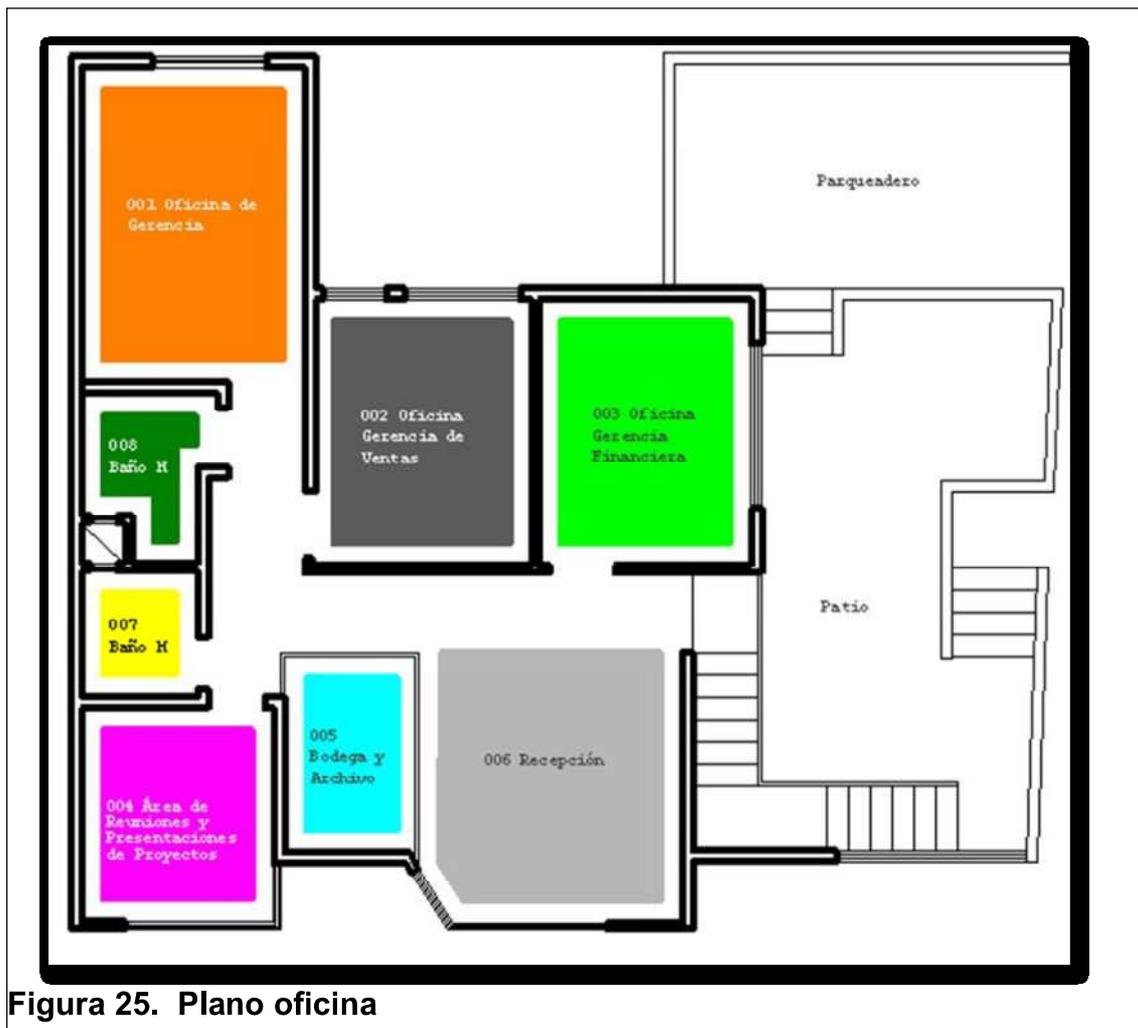


Figura 24. Mapa del sitio empresa inmoibotic



Los muebles y enseres de oficina que se adquirieron son de totalmente nuevos, debido al giro de negocio de empresa inmobiliaria se debe de ser impecable en la presentación desde la primera visita del cliente a la oficina, por lo cual el costo representa un valor importante pero a futuro es lo mejor para el desarrollo de la empresa Inmobotic.

La empresa inmobiliaria Inmobotic para comenzar sus funciones requerirá también diferentes equipos electrónicos para sus operaciones y la exposición de los proyectos inmobiliarios, sistemas de automatización, en la siguiente tabla se describen los equipos que se necesitarán y las respectivas cotizaciones se las detallan en el **ANEXO 5.3**.

**TABLA 33: EQUIPOS ELECTRONICOS Y DE COMPUTACIÓN**

<b>EQUIPOS ELECTRONICOS Y DE COMPUTACION</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Computadora portátil</b>	5	\$700,00	\$3.500,00
<b>Impresora</b>	2	\$300,00	\$600,00
<b>Teléfonos</b>	6	\$40,00	\$240,00
<b>Infocus</b>	1	\$500,00	\$500,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$1.540,00</b>	<b>\$4.840,00</b>

### 5.5. Ventajas y desventajas de la ubicación de la inmobiliaria.

Se han determinad ventajas y desventajas respecto a la ubicación de la empresa inmobiliaria en el Norte de la ciudad de Quito,

#### 5.5.1. Ventajas

- Ubicación estratégica en la zona norte de la ciudad de Quito para los posibles clientes identificados dentro de la zona norte, además de ser una zona de alto comercio inmobiliario y financiero de la ciudad.
- Oficinas suficientemente amplias para el funcionamiento de la inmobiliaria y todas sus áreas.
- Seguridad
- Facilidad de llegar a la inmobiliaria.
- Ambiente cómodo.

#### 5.5.2. Desventajas

- Incremento en el arriendo por la plusvalía del sector

### **5.6. Capacidad de almacenamiento.**

La capacidad de almacenamiento de la bodega que dispone la inmobiliaria es de 20m<sup>2</sup>, la cual tiene suficiente espacio para almacenar los sistemas de automatización de viviendas. Se comprará los sistemas de automatización de vivienda siempre que exista el pedido por parte del cliente, para evitar el costo del almacenaje estos sistemas que son: sistemas de iluminación, sistemas de seguridad, sistemas de control de temperatura, sistemas de sonido.

### **5.7. Aspectos regulatorios y legales.**

La Inmobiliaria Inmobotic realizará sus actividades siempre cumpliendo todos los aspectos legales que se necesiten. Para obtener el permiso de funcionamiento se basará en la legislación Ecuatoriana y sus reglamentos los cuales se detallan en el **ANEXO5.4**. Como se determinó anteriormente en el capítulo II y los anexos de este capítulo, la empresa inmobiliaria Inmobotic será constituida como compañía de sociedad limitada, este tipo de compañía es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales, la compañía de responsabilidad limitada es siempre mercantil, pero sus integrantes, por el hecho de constituirla, no adquieren la calidad de comerciantes.

## CAPITULO VI

### EQUIPO DE TRABAJO

En este capítulo se muestra como está estructurada la empresa inmobiliaria, el equipo de trabajo la conforma, sus funciones y responsabilidades.

#### 6.1 Estructura organizacional.

El organigrama que se va utilizar para la empresa Inmobiliaria Inmobotic es un modelo vertical (gestiopolis, 2014), se la llama vertical debido a la forma de la estructura del negocio, la cual la autoridad determina un objetivo, donde el resto de la organización y sus empleados reciben órdenes para poder lograr estos objetivos. La autoridad está clara mente definida en niveles por debajo de la parte superior.

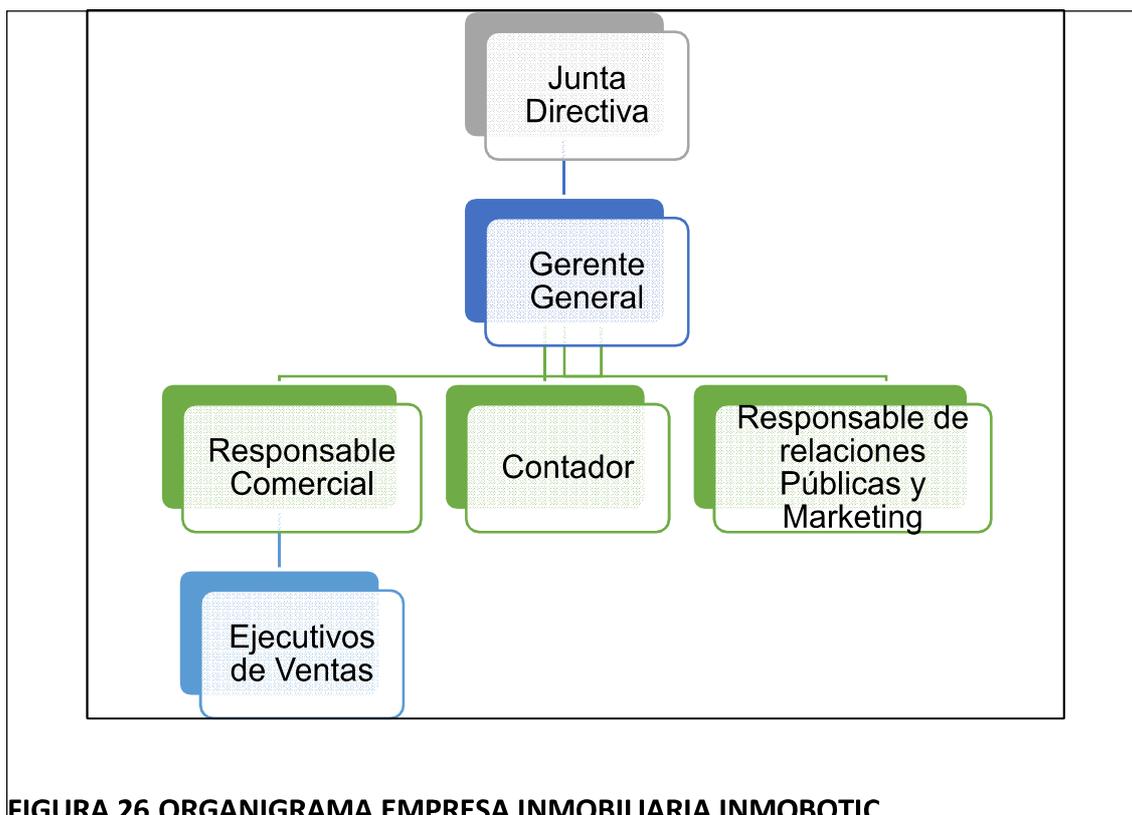


FIGURA 26. ORGANIGRAMA EMPRESA INMOBILIARIA INMOBOTIC.

## **6.2. Junta de accionistas.**

Basándose en los artículos de la ley de compañías (Supercias, 2014), que se revisó en capítulos anteriores, donde se explicaba que una empresa de sociedad limitada debe de integrar mínimo 3 socios y máximo 16 que aportan con capital para inversión y son responsables de las utilidades que la empresa perciba. Los socios que integran la empresa inmobiliaria son:

- Arquitecto Carlos Manuel Játiva Flores
- Constructor Manuel Inocencio Játiva Ibarra
- Ingeniero Juan Andrés Játiva Flores

El aporte de cada accionista es fundamental ya que de ellos depende el desarrollo de la empresa inmobiliaria y su correcto funcionamiento.

## **6.3. Personal administrativo y sus responsabilidades.**

### **6.3.1. Descripción de funciones.**

El personal de la empresa en cada área no solo va a cumplir la función de gerencia sino también va a servir de apoyo en distintas áreas de hasta que tenga un mejor nivel económico para contratar más personal.

#### **6.3.1.1. Gerente general.**

El gerente general es el representante de la empresa para cualquier trámite legal que se requiera, fija las políticas administrativas que se van aplicar en la empresa. Es responsable del desempeño de toda la organización, trabajando en conjunto con los demás gerentes para cumplir metas y objetivos propuestos por la organización.

Es la cabeza de la organización el cual dirige, controla, y dirige cada una de las actividades de la empresa (Serpst, 2014), además de ser la imagen que representa a la empresa, genera relaciones con otras empresas creando alianzas, impulsa el negocio para que sea reconocido en el mercado.

### **Funciones**

- Plantear y cumplir tanto objetivos generales como específicos a corto, mediano y largo plazo.
- Organizar la estructura de la empresa de manera que se pueda llevar el correcto funcionamiento a futuro.
- Ser un líder dentro de la empresa dirigiendo, supervisando, tomando decisiones y apoyando a sus colaboradores.
- Trabajar en conjunto con los gerentes de cada área.
- Analizar, controlar y mejorar el proceso de producción de la Inmobiliaria.
- Contratar, capacitar y seleccionar el equipo de trabajo adecuado para el correcto funcionamiento de la empresa.
- Analizar y actuar frente a los problemas que existan dentro de la organización, en cada área de la misma.
- Tener solidaridad, preocupación y amistad para todo el personal de la empresa.

El gerente General Ocupa un rol muy importante dentro de la empresa inmobiliaria ya que va a realizar diferentes funciones administrativas, ventas y de recursos humanos los primeros años de funcionamiento de la empresa.

### **Otras actividades:**

- Mantener buenas relaciones con las diferentes constructoras grandes, medianas y pequeñas existentes en Quito, así como también con los proveedores de sistemas de automatización de vivienda.

- Negocia los contratos con las empresas de construcción y automatización.
- Aprobar y controlar cualquier transacción financiera que se realice dentro de la empresa.
- Separa el personal cuando este no esté cumpliendo con la empresa para cumplir sus objetivos.
- Crear políticas de compra de los bienes inmueble y sistemas de automatización de vivienda.
- Planificar el proceso de instalación de sistemas automáticos para vivienda.
- Control de calidad en los productos y servicios que la empresa ofrezca.
- Determinar las necesidades del personal de la empresa para un mejor desempeño en las tareas.
- Reclutamiento, selección, contratación, del personal que integra la empresa con un talento humano de calidad, que cumpla con las expectativas y objetivos de la organización
- Administrar los sueldos y salarios de los empleados acorde a las funciones que desempeñan.
- Capacitación para todo el personal de la empresa, manteniendo una empresa de calidad actualizada en las nuevas tendencias de mercado y fomentando el desarrollo personal de cada individuo que la integra.

Jefe Inmediato: Junta de accionistas

Supervisa a: Gerente Financiero, Gerente de Ventas, Community Manager.

#### **6.3.1.2. Contador**

El Gerente Financiero es el encargado de la planificación financiera de la empresa, manejo de inventario, contabilidad, recursos financieros y todo lo que involucre el proceso de administración financiera. Es el responsable

de asegurar el manejo óptimo de los recursos financieros, tesorería y contabilidad de la empresa.

**Función:**

- Organizar, dirigir, controlar, supervisar todos los aspectos administrativos y financieros en torno a la empresa inmobiliaria.
- Analizar los estados financieros de la compañía con el fin de conocer la posición financiera.
- Analiza Índices financieros y lleva la contabilidad de la empresa.
- Analiza posibles inversiones rentables para la empresa.
- Elaborar presupuestos financieros para cada área de la organización.
- Negociar con los proveedores descuentos especiales, precios de oferta, créditos y formas de pago la empresa.
- Adoptar medidas correctivas para la mejor administración financiera de la empresa.

Jefe Inmediato: Gerente General

Supervisa a: Gerencia de Ventas, Comunity Manager, vendedores.

**6.3.1.3. Responsable Comercial**

El Gerente de Ventas es el encargado de dirigir, organizar y controlar el equipo de ventas de la organización, crea estrategias de ventas favorables a la empresa, además de cooperar en la venta de los productos y servicios de la empresa.

Es importante resaltar que el gerente de ventas no solo va a gerenciar sino también va a ser vendedor en conjunto con el equipo de ventas.

**Funciones:**

- Preparar planes de venta tomando en cuenta el presupuesto que se dispone delegado al departamento.
- Establecer metas grupales e individuales dentro del departamento de marketing y ventas.
- Selecciona y capacita a los vendedores de la empresa.
- Motivar e incentivar a todo el equipo de ventas.
- Exposiciones y asesoramiento de proyectos inmobiliarios a los clientes.
- Venta de proyectos inmobiliarias mediante, revistas y vallas publicitarias.

Jefe Inmediato: Gerente General, Gerente de Ventas

Supervisa a: Vendedores

**6.3.1.4. Responsable relaciones Públicas y Marketing**

El Community Manager es el encargado de administrar, controlar y gestionar la comunidad online alrededor de la empresa inmobiliaria en internet.

**Funciones:**

- Publicidad de la empresa, productos y servicios en internet
- Promoción de productos y servicios mediante contenido atractivo a las personas en la web.
- Gestiona el blog corporativo de la empresa inmobiliaria.
- Manejo de redes sociales.
- Investigación de mercado, conocimiento de nuevas tendencias e innovaciones inmobiliarias.

- Trabajar en conjunto con el equipo de ventas para generar las estrategias de marketing más apropiadas para la empresa.

Jefe Inmediato: Gerente General, Gerente de Ventas

Supervisa a: Vendedores

#### **6.3.1.5 Ejecutivo de Ventas**

Es el encargado de exponer los productos y servicios que ofrece la inmobiliaria desatacando los beneficios y características importantes de los mismos, generando confianza con el cliente siendo atento, amable, y colaborador en todo momento.

#### **Funciones:**

- Exponer los proyectos tradicionales e inteligentes existentes en el mercado.
- Indicar los beneficios que implica adquirir una vivienda automatizada o implementar estos sistemas.
- Ofrecer los servicios de automatización a las viviendas.
- Asesorar al cliente en todo momento desde el primer contacto.
- Realizar un seguimiento al cliente después de la venta para tomar en cuenta sus sugerencias.
- Conocer las nuevas tendencias y preferencias en el mercado inmobiliario.
- Colaborar con todo el equipo de ventas en nuevas técnicas y procedimientos para una venta efectiva.

Jefe Inmediato: Gerente Ventas

## **6.4. Perfil del equipo de trabajo.**

### **6.4.1. Gerente General**

#### **Conocimientos**

Titulo Superior en Economía, Administración de Empresas, Finanzas o carreras afines. Experiencia mínima dos años en cargos similares, nivel de inglés superior al 80% escrito y hablado.

#### **Habilidades y Destrezas**

Capacidad para ser un líder en la empresa, controlando y dirigiendo el personal, habilidad en la toma de decisiones favorables a la empresa.

### **6.4.2. Contador**

#### **Conocimientos**

Ingeniero Comercial mención Finanzas o afines. Experiencia mínima de dos años en cargos similares, nivel de inglés superior al 70% escrito y hablado.

#### **Habilidades y Destrezas.**

Manejo de sistemas contables, tributarios e informáticos, indicadores financieros presentaciones financieras para la toma de decisiones en la empresa, encargado del manejo, capacitación y reclutamiento de personal, se encarga del control administrativo y disciplinario del personal, coordinar toda la actividad de producción de la empresa.

### **6.4.3. Responsable Comercial**

#### **Conocimientos**

Ingeniero Comercial mención Administración de empresas o Carreras Afines. Experiencia mínima de dos años en cargos similares, nivel de inglés superior al 70% escrito y hablado, manejo de personal de ventas

#### **Habilidades y Destrezas**

Habilidades de marketing, promoción y publicidad.

### **6.4.4. Responsable relaciones Públicas y Marketing**

#### **Conocimientos**

Ingeniero comercial mención Marketing o Carreras afines. Experiencia mínima de dos años en cargos similares, nivel de inglés superior al 70% escrito y hablado, manejo de redes social y publicidad por internet, administración de comunidad online entorno a la empresa.

### **6.4.5. Ejecutivo de Venta**

#### **Conocimientos**

Título de tercer Nivel. Experiencia mínima de dos años en ventas y atención al cliente, de inglés superior al 70% escrito y hablado.

#### **Habilidades y Destrezas**

Facilidad para exponer productos y servicios a clientes, honesto, responsable, dinámico, emprendedor.

### 6.5. Compensación a administradores y propietarios.

Las remuneraciones de cada empleado se especificarán en el contrato que se acordó con la compañía. Cada empleado tienen los derechos que se indican en la ley como son: décimo tercero sueldo, décimo cuarto sueldo, fondos de reserva, utilidades, aportaciones al seguro, vacaciones. La empresa al inicio de su funcionamiento posee un número reducido de empleados debido a que el funcionamiento de cada área está en desarrollo y cada miembro debe de apoyarse mutuamente en cada área; a medida que el negocio se vaya fortaleciendo y creciendo se procederá a contratar más personal que sirva de apoyo para cada área de la empresa. En el siguiente cuadro se presentan las compensaciones salariales iniciales a los empleados. En el **ANEXO 8.3** se detallan los gastos salariales completos con todos los beneficios de ley.

**TABLA 34: COMPENSACIONES SALARIALES**

<b>Inmobiliaria Inmobotic</b>	
<b>CARGO</b>	<b>SALARIO</b>
Gerente General	\$ 1200
Gerente de Ventas	\$ 1000
Gerente Adm Financiero	\$ 1000
Comunity Manager	\$ 600
Vendedores	\$ 600
<b>TOTAL</b>	<b>\$4400</b>

### 6.6. Política de incremento de sueldos a los empleados.

La empresa inmobiliaria con el fin de fortalecer el desarrollo de la empresa y motivar a sus empleados emplea una política de incremento de sueldos a los empleados, la cual consiste en el incremento de los sueldos a todo su personal en un 3% anual.

Con esta política se pretende generar un mayor compromiso de los empleados hacia la empresa, motivando su desempeño y esfuerzo para el desarrollo de la inmobiliaria.

### **6.7. Políticas de empleo y beneficios.**

La selección de todo el personal que componga la empresa debe de cumplir los siguientes requerimientos:

- Presentar su hoja de vida con los siguientes datos: Estudios realizados, cursos realizados, pasantías y experiencia laboral, idiomas y otras actividades.
- Fotografía Actualizada
- Entrevista con el Gerente General
- Pruebas de conocimiento y toma de decisiones
- Pruebas de personalidad
- Exámenes médicos

Los aspirantes tendrán un contrato de prueba que tendrá la duración de tres meses, luego de este periodo si son aceptados se procederá a firmar un contrato en relación de dependencia, en el cual se aclaran los cumplimientos que debe realizar cada parte.

Se realizará una inducción a los nuevos empleados, brindándoles el conocimiento de la empresa, el funcionamiento, sus objetivos a cumplir y los valores que se practican en la misma. Se realizaran programas de integración (Sic, 2014), con todo el personal para fortalecer las relaciones del personal interno de la empresa para una mejor comunicación y desarrollo en conjunto.

Los pagos salariales a cada empleado se los efectuará los primeros días de cada mes, incluyendo comisiones de venta, incentivos, horas extras, incumplimientos, faltas y atrasos. Se cumplirán todas las obligaciones y pagos que dictamina la ley en su código de trabajo como son: fondos de reserva, décimo tercero, décimo cuarto sueldo, aportaciones al IESS, y partición de utilidades.

La empresa inmobiliaria además de los beneficios que otorga la ley, ofrece como benéfico adicional a los trabajadores un seguro de vida que pretende fomentar las relaciones laborales priorizando el bienestar de los empleados.

#### **6.8. Derechos y restricciones de accionistas e inversores.**

Los tres propietarios de la empresa Inmobiliaria Játiva poseen igual porcentaje de acciones, en el caso que sea necesario capital para invertir se necesitarán más número de socios máximo hasta dieciséis como indica la ley de compañías. Para la tomar decisiones o realizar algún cambio dentro de la empresa se necesitará la aprobación de cómo mínimo tres accionistas. Las ganancias que se generen dentro de la empresa durante los primeros cinco años se distribuirán de acuerdo al capital invertido y se volverán a reinvertir hasta cubrir la inversión inicial que se efectuó. Los accionistas de la inmobiliaria Játiva Tienen los siguientes derechos a exigir (Ahorro, 2014).

- Derecho al dividendo.
- Derecho a la cuota de liquidación.
- Derecho de asistencia y voto en las Juntas Generales.
- Derecho de convocatoria a Junta General.
- Derecho de información de administración de la Inmobiliaria.

Los accionistas de la inmobiliaria Játiva tienen las siguientes obligaciones a cumplir: (Ramírez, 2006, p.202)

- Pagar a la empresa los respectivos aportes de capital acordados.
- Cumplir los derechos que cada socio tiene con la compañía.
- Estar informado y participar de todo lo que involucre la administración de la empresa.
- Es responsable de las deudas de la inmobiliaria, únicamente con el capital que se aporta.

Si algún socio de la empresa decide abandonar el negocio, se llamará a Junta General de accionistas para analizar los motivos y la situación que obliga al socio querer abandonar la compañía. Las soluciones para la empresa debido a la separación de un inversor son las siguientes:

- Se podrá vender las acciones a los otros accionistas de la empresa.
- El socio está en la obligación a presentar un socio capitalista que compre sus acciones y sea aceptado por la Junta General.

Si dentro de la empresa ocurren actos ilícitos por parte de algún propietario o socio, se procederá automáticamente a la expulsión de la compañía, determinando lo perjudicial que sea para la empresa se acudirá con la justicia para su sanción o liquidación respectiva.

#### **6.9. Equipo de asesores y servicios.**

La empresa inmobiliaria con el fin de tener productos y servicios de calidad, tomará la disposición de contratar asesores externos a la compañía los cuales van a ser parte fundamental para la empresa mediante servicios profesionales independientes como son:

- Electricista técnico quien se va encargar de la instalación, mantenimiento, control de los sistemas automáticos para vivienda.

## CAPITULO VII

### RIESGOS CRÍTICOS, PROBLEMAS Y SUPUESTOS

En este capítulo se revisan los riesgos críticos para la empresa, los posibles problemas que se puedan presentar y supuestos.

#### 7.1. Supuestos.

- **Inversión Inicial:** La inversión de la inmobiliaria Inmobotic incluyendo el capital de trabajo, activos tangibles y activos intangibles es de USD \$ 59.125
- **Capital de Trabajo:** Es de USD \$ 34.575 para que soporte los pagos de sueldos, servicios básicos, y gastos administrativos durante 3 meses.
- **Ubicación Geográfica:** El mercado objetivo de la inmobiliaria se encuentra ubicado en el sector norte de ciudad de Quito, el lugar donde se va comercializar los productos y servicios será al norte de la ciudad, suponiendo que es un punto adecuado debido al giro de negocio y la gran cantidad de crecimiento inmobiliario dentro de este sector, además la inversión que implica contratar cualquiera de los productos y servicios que ofrece la empresa. Si no fuera un punto favorable la ubicación de la inmobiliaria se pensará en cambiar la ubicación de la inmobiliaria a un sitio más estratégico en la ciudad.
- **Aceptación del producto y servicio:** En la investigación de mercados que se realizó se determinó que el 93 % de los encuestados les gusta el giro de negocio planteado y les gustaría implementar los servicios de automatización a las viviendas, la empresa de asesoría inmobiliaria y automatización de vivienda es atractivo, debido a que mejora la

calidad de vida de las personas, este valor es importante debido a que se puede tener una referencia de aceptación del producto y servicio.

- Incremento de publicidad y marketing: debido al giro de negocio es importante que sus productos y servicios estén en constante promoción, por lo que es necesario incrementar el gasto en marketing cada trimestre.
- Equipo Gerencial: El equipo de empleados que trabajen dentro de la empresa tendrán los beneficios que se especifican en el Código de Trabajo. Los aumentos salariales estarán establecidos de acuerdo a la política de aumento salarial planteada en el capítulo de estructura de la empresa, la cual plantea un aumento anual al 3% para todo el personal. Además los empleados se apoyaran en las actividades de la empresa unos a otros para el desarrollo de la misma.
- Depreciación: El giro de negocio planteado se procedió a utilizar el método de depreciación en línea recta.
- Financiamiento: Para el financiamiento del proyecto se necesitó capital propio y del apoyo de una entidad financiera Privada la cual ofrece una tasa de consumo del 15.96% anual, pagadero en cuotas mensuales. En caso de que existiera algún cambio de políticas dentro de esta entidad financiera para otorgar créditos se tomará en cuenta otras opciones de crédito en otras entidades financieras.
- Proyección de Ventas: La proyección de las ventas de la empresa se las realizará en el periodo de cinco años, el crecimiento de las ventas se las obtiene del porcentaje del crecimiento de la industria en los últimos cinco años y se la realizará en tres escenarios distintos a continuación se presenta el crecimiento anual de la venta de

inmuebles: (Pesimista 5.85%, Normal 6,50%, Optimista 7,15%), sistemas de automatización de vivienda: (Pesimista 4,7%, Normal 5,2, Optimista 5,7).

## 7.2. Problemas y riesgos.

- Dificultad en la obtención de sistemas de automatización: Se considera en todos los escenarios que se puede complicar la obtención de estos sistemas de automatización, para reducir la dificultad se procedió a tener distintos planes de contingencia como son:
  - Tener una negociación directa con los productores de sistemas de automatización.
  - Realizar pedidos de estos sistemas con anticipación para cumplir con el cliente a tiempo.
- Disminución de la demanda en el mercado: Existe el riesgo que exista una disminución en la demanda en el mercado debido a distintos factores como: la existencia de productos más económicos, falta de expansión de la marca dentro del mercado inmobiliario, débil posicionamiento en el mercado. Para disminuir estos riesgos se han planteado distintos planes de contingencia como son:
  - Comunicar y resaltar los beneficios que se obtienen con los productos de automatización de vivienda y los demás servicios que ofrece la inmobiliaria.
  - Renovación de la imagen de la empresa inmobiliaria, mediante nuevas campañas publicitarias, renovación de la marca y relanzamiento de los productos de la empresa.
  - Lanzamiento de nuevas promociones y facilidades para que la gente pueda adquirir o contratar nuestros productos y servicios.

- **Burbuja Inmobiliaria:** El giro de negocio inmobiliario corre el riesgo de que exista una burbuja inmobiliaria (Gerencie, 2014), a pesar de que en el Ecuador no ocurre este problema y está muy lejos que suceda, hay que estar atentos ante este riesgo, manteniendo una gama de proyectos y contratos con las constructoras inmobiliarias que estén con el precio justo actual en el mercado inmobiliario sin especulaciones.
- **Cambio en las preferencias del mercado:** Realizar un estudio de mercado que permita conocer los gustos y preferencias de los clientes al momento de adquirir una vivienda y nuevos sistemas domóticos existentes en el mercado.
- **Falta de Financiamiento:** Buscar nuevas fuentes de financiamiento a través de nuevos inversionistas que tengan interés en el negocio inmobiliario.

## CAPITULO VIII

### PLAN FINANCIERO

En el siguiente capítulo se presenta la inversión inicial, fuente de ingresos, costos y gastos, margen bruto, operativo, estados de resultados, balance general, flujos de efectivo, estructura del capital, índices financieros del escenario normal-apalancado del plan de negocio, los escenarios restantes se encuentran en los anexos financieros.

#### 8.1. Inversión inicial.

La inversión inicial que se necesita para el funcionamiento de la empresa inmobiliaria Inmobotic es de \$70.073 dólares.

**TABLA 35: INVERSIÓN INICIAL.**

INVERSIÓN INICIAL			Origen	
Activo Fijo	\$ 23.400	33.39%	Propio	
Activo Intangible	\$1.150	1.64%	Propio	
Capital de Trabajo	\$ 34.575	64.96%	68.50%	31.60%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 59.125</b>	<b>100%</b>	<b>Crédito</b>	<b>Propio</b>

Las especificaciones de los activos fijos, activos intangibles y capital de trabajo de la inversión inicial se encuentran detalladas en el **ANEXO 8.1**. El capital de trabajo como se observa en la tabla es el porcentaje más alto en la inversión inicial con un 64.96%, este porcentaje representa el capital que se tiene para poner en marcha el giro de negocio de la empresa, se efectuó para que soporte las pérdidas que se tiene durante el primer año de funcionamiento tomando en cuenta el análisis de la caja, además se tiene un capital de trabajo que soporta el giro de negocio, suponiendo que no existan ingresos durante los 3 primeros meses de funciones de la inmobiliaria.

## 8.2. Fuente de ingresos

La fuente de ingresos de la empresa inmobiliaria está principalmente relacionada con la venta de proyectos inmobiliarios la cual se obtiene una comisión del 5% de proyectos tradicionales (Inmuebles tipo A) y 4% de proyectos automáticos

(Inmuebles tipo B), se espera vender 30 viviendas al año divididas en 14 viviendas automáticas y 16 son tradicionales, además la comercialización de sistemas de automatización de vivienda, los cuales se pretende vender 58 sistemas en el año divididos en 14 sistemas de temperatura(\$2000), 14 de sonido(\$1600), 15 de iluminación (\$2800), y 15 de seguridad (\$2400). Para calcular la fuente de ingresos de la empresa se tomó en cuenta el crecimiento de la industria para así proyectar a cinco años las ventas que se tiene, donde se multiplica el precio por la cantidad de ventas se espera, a continuación se encuentra el cuadro de ingresos en el escenario normal-apalancado, los demás escenarios se encuentran en el **ANEXO 8.2.**

**TABLA 36: CUADRO DE INGRESOS EMPRESA INMOBILIARIA INMOBOTIC.**

<b>CUADRO DE INGRESOS EMPRESA INMOBILIARIA INMOBOTIC</b>					
<b>PRODUCTO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
AUTOMATIZACION DE VIVIENDAS	128400	159304	168105	176000	183025
VIVIENDAS AUTOMATICAS	65500	86000	111000	136000	161000
VIVIENDAS TRADICIONALES	49200	62400	80800	99200	117600
<b>INGRESOS</b>	<b>243100</b>	<b>307704</b>	<b>359905</b>	<b>411200</b>	<b>461625</b>

## 8.3. Costos y gastos.

### 8.3.1. Costos variables

Los costos variables son aquellos que van a variar dependiendo de las ventas que se obtengan ya que cada inmueble varia el precio y por ende la comisión que se obtiene, respecto a los sistemas de automatización la empresa ha determinado los precios que se pueden adquirir estos sistemas a nuestro

proveedor Prohome, a continuación se detallan los precios de cada productos.

**TABLA 37: COSTOS SISTEMAS AUTOMATIZACIÓN**

<b>Estructura de costos Sistemas de Automatización</b>	
<b>Productos</b>	<b>Costo</b>
Sistema de iluminación	\$ 2.000,00
Sistema de seguridad	\$ 1.500,00
Control de temperatura	\$ 1.200,00
Sistema de sonido	\$ 1.000,00

En las siguientes tablas se observa los costos de venta de la empresa inmobiliaria en la venta de sus productos y servicios, los valores presentados son anuales, siendo el costo de sistemas de automatización el valor más representativo con un valor de 83.300 USD anuales.

**TABLA 38: COSTOS DE VENTA INMUEBLES**

<b>COSTO DE VENTAS</b>	<b>Valor</b>
Servicios de Teléfono	1,200
Comisiones	5.080
Personal Operativo (Vendedores)	17.083,10
<b>Total</b>	<b>23.362,1</b>

**TABLA 39: COSTO DE VENTA SISTEMAS DE AUTOMATIZACION**

<b>COSTO DE VENTAS</b>	<b>Valor</b>
Costo de automatizaciones	83.300
Personal Operativo (Técnicos)	5.807,70
<b>Total</b>	<b>89.107,7</b>

### 8.3.2. Gastos

Los gastos de venta que se presentan en la siguiente tabla se mantienen independientemente de la cantidad de ventas y servicios que la empresa realiza, se presenta los gastos del primer año de funcionamiento de la compañía. Cabe recalcar que la inversión de la creación de la página web de la empresa se renueva cada año, la cual incluye la gestión de la página web y el gasto en marketing se incrementa cada tres meses.

**TABLA 40: GASTOS DE VENTA**

<b>GASTOS DE VENTA</b>	<b>Valor</b>
Arriendo	\$ 9.800,00
Página WEB	\$ 800,00
Marketing	\$19.600
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>\$ 10.600</b>

En la siguiente tabla se puede observar los gastos anuales de la inmobiliaria, los gastos de sueldos y salarios es el valor más alto para la empresa inmobiliaria con un valor de 53.303 USD anuales.

**TABLA 41: GASTOS.**

<b>GASTOS</b>	<b>Valor</b>
Gastos Servicios Básicos	2,682
Gastos Sueldos y salarios	46,469
Depreciaciones	3,469
Amortizaciones	230
Suministros de oficina y limpieza	1,700
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>54.550</b>

Las depreciaciones de los activos fijos y las amortizaciones de los activos intangibles se detallan en el **ANEXO 8.7.**

#### 8.4. Margen bruto y operativo

Los márgenes brutos se detallan a continuación, en la siguiente tabla se encuentra el escenario normal- apalancado.

**TABLA 42: MÁRGENES DE UTILIDAD ESCENARIO NORMAL APALANCADO**

<b>MÁRGENES DE UTILIDAD</b>					
	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Margen Bruto</b>	53,7%	50,6%	53,1%	53,2%	53,1%
<b>Var. en Margen Bruto</b>	0,00%	19,3%	22,6%	14,5%	12,1%
<b>Margen Operativo</b>	18,9%	21,9%	27,8%	30,8%	32,6%
<b>Var. en Margen Operativo</b>	0,00%	46,8%	48,5%	26,7%	18,9%
<b>Margen Neto</b>	11,5%	13,9%	18,0%	20,2%	21,5%
<b>Var. en Margen Neto</b>	0,00%	52,4%	51,8%	28,1%	18,7%

Se puede observar en la tabla que el margen neto en el primer año de ventas de la empresa es de 11,5%, manteniendo un crecimiento constante durante los siguientes cuatro años hasta llegar al 21,5%. A pesar de la existencia de incremento de gastos en cada año generado principalmente por la nómina de la compañía, el aumento de las ventas de inmuebles igualmente ha aumentado lo que ha sido lo suficientemente bueno para soportar los gastos existentes. El crecimiento de las ventas se las realizó tomando en cuenta el máximo y el mínimo del crecimiento de la industria para posteriormente realizar un promedio.

## 8.5. Estado de resultados actual y proyectado.

A continuación se presentan los estados de resultados del proyecto en los tres escenarios: pesimista, normal y optimista, con esto se va a conocer la utilidad que se obtiene y su evolución durante los próximos cinco años de funcionamiento de la empresa. El detalle completo de los distintos estados de resultados se detalla en el **ANEXO 8.2**.

**TABLA 43: ESTADOS DE RESULTADOS ESCENARIO NORMAL-APALANCADO**

<b>ESTADO DE RESULTADOS ESCENARIO NORMAL-APALANCADO</b>					
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>INGRESOS</b>	<b>243,100</b>	<b>307,704</b>	<b>359,905</b>	<b>411,200</b>	<b>461,625</b>
AUTOMATIZACION DE VIVIENDAS	128,400	159,304	168,105	176,000	183,025
INMUEBLES TIPO A	65,500	86,000	111,000	136,000	161,000
INMUEBLES TIPO B	49,200	62,400	80,800	99,200	117,600
<b>COSTO DE VENTAS</b>	<b>112,471</b>	<b>151,894</b>	<b>168,832</b>	<b>192,450</b>	<b>216,463</b>
SERVICIOS BÁSICOS	1,200	1,200	1,266	1,326	1,379
COSTO DE AUTOMATIZACIONES	83,300	103,349	109,059	114,181	118,738
COMISIONES	5,080	6,560	6,922	7,248	7,537
PERSONAL OPERATIVO	22,891	40,785	51,584	69,696	88,809
<b>BENEFICIO BRUTO</b>	<b>130,629</b>	<b>155,810</b>	<b>191,073</b>	<b>218,750</b>	<b>245,163</b>
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>54,550</b>	<b>59,678</b>	<b>61,207</b>	<b>61,167</b>	<b>62,789</b>
GASTOS SERVICIOS BÁSICOS	2,682	3,335	3,335	3,335	3,335
GASTOS SUELDOS Y SALARIOS	46,469	50,944	52,472	54,046	55,668
DEPRECIACIONES	3,469	3,469	3,469	1,856	1,856
AMORTIZACIONES	230	230	230	230	230
SUMINISTROS DE OFICINA Y LIMPIEZA	1,700	1,700	1,700	1,700	1,700
<b>GASTOS DE VENTAS</b>	<b>30,200</b>	<b>28,800</b>	<b>29,883</b>	<b>30,854</b>	<b>31,719</b>
ARRIENDO	9,800	8,400	8,400	8,400	8,400
MARKETING	19,600	19,600	20,683	21,654	22,519
PAGINA WEB	800	800	800	800	800
<b>BENEFICIO OPERATIVO</b>	<b>45,879</b>	<b>67,332</b>	<b>99,984</b>	<b>126,728</b>	<b>150,655</b>
<b>UAI</b>	<b>45,879</b>	<b>67,332</b>	<b>99,984</b>	<b>126,728</b>	<b>150,655</b>
GASTOS FINANCIEROS	3.590	2.872	2.154	1.436	718
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	42.289	64.460	97.830	125.292	149.937
PARTICIPACIÓN LABORAL	6.343	9.669	14.674	18.794	22.491
<b>UTILIDAD ANTES IR</b>	<b>35.946</b>	<b>54.791</b>	<b>83.155</b>	<b>106.498</b>	<b>127.447</b>
IMPUESTO A LA RENTA	7.908	12.054	18.294	23.430	28.038
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$28.038</b>	<b>\$42.737</b>	<b>\$64.861</b>	<b>\$83.069</b>	<b>\$99.408</b>

En este escenario normal apalancado se observa una utilidad neta del primer año de \$28,038, existe un crecimiento constante como los demás escenarios durante los próximos años hasta llegar al quinto año con una utilidad de \$99,408.

**TABLA 44: ESTADOS DE RESULTADOS ESCENARIO PESIMISTA-APALANCADO**

<b>ESTADO DE RESULTADO ESCENARIO PESIMISTA-APALANCADO</b>					
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>INGRESOS</b>	<b>243,100</b>	<b>304,211</b>	<b>321,658</b>	<b>338,271</b>	<b>354,096</b>
AUTOMATIZACION DE VIVIENDAS	128,400	155,811	163,558	170,471	176,596
INMUEBLES TIPO A	65,500	86,000	90,500	95,000	99,500
INMUEBLES TIPO B	49,200	62,400	67,600	72,800	78,000
<b>COSTO DE VENTAS</b>	<b>112,471</b>	<b>149,628</b>	<b>165,839</b>	<b>188,780</b>	<b>212,171</b>
SERVICIOS BASICOS	1,200	1,200	1,260	1,313	1,360
COSTO DE AUTOMATIZACIONES	83,300	101,083	106,109	110,594	114,567
COMISIONES	5,080	6,560	6,886	7,177	7,435
PERSONAL OPERATIVO	22,891	40,785	51,584	69,696	88,809
<b>BENEFICIO BRUTO</b>	<b>130,629</b>	<b>154,583</b>	<b>155,819</b>	<b>149,491</b>	<b>141,925</b>
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>54.520</b>	<b>59.571</b>	<b>61.099</b>	<b>61.060</b>	<b>62.681</b>
GASTOS SERVICIOS BÁSICOS	2,652	3,228	3,228	3,228	3,228
GASTOS SUELDOS Y SALARIOS	46.469	50.944	52.472	54.046	55.668
DEPRECIACIONES	3,469	3,469	3,469	1,856	1,856
AMORTIZACIONES	230	230	230	230	230
SUMINISTROS DE OFICINA Y LIMPIEZA	1,700	1,700	1,700	1,700	1,700
<b>GASTOS DE VENTAS</b>	<b>30,200</b>	<b>28,800</b>	<b>29,775</b>	<b>30,644</b>	<b>31,415</b>
ARRIENDO	9,800	8,400	8,400	8,400	8,400
MARKETING	19,600	19,600	20,575	21,444	22,215
PAGINA WEB	800	800	800	800	800
<b>BENEFICIO OPERATIVO</b>	<b>45.909</b>	<b>66.212</b>	<b>64.946</b>	<b>57.787</b>	<b>47.829</b>
<b>UaI</b>	<b>45.909</b>	<b>66.212</b>	<b>64.946</b>	<b>57.787</b>	<b>47.829</b>
GASTOS FINANCIEROS	3.590	2.872	2.154	1.436	718
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	42.319	63.340	62.792	56.351	47.111
PARTICIPACIÓN LABORAL	6.348	9.501	9.419	8.453	7.067
<b>UTILIDAD ANTES IR</b>	<b>35.971</b>	<b>53.839</b>	<b>53.373</b>	<b>47.898</b>	<b>40.044</b>
IMPUESTO A LA RENTA	7.914	11.845	11.742	10.538	8.810
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$28.057</b>	<b>\$41.995</b>	<b>\$41.631</b>	<b>\$37.361</b>	<b>\$31.234</b>

En este escenario pesimista-apalancado del proyecto de inversión se observa una utilidad neta el primer año de \$28,057, se observa un crecimiento en el segundo año pero comienza a bajar hasta el quinto año debido a la disminución del beneficio operativo, pero a pesar de esto no hay pérdidas y se obtiene utilidad.

**TABLA 45: ESTADOS DE RESULTADOS ESCENARIO OPTIMISTA-APALANCADO**

<b>ESTADO DE RESULTADOS ESCENARIO OPTIMISTA-APALANCADO</b>					
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>INGRESOS</b>	<b>243,100</b>	<b>311,296</b>	<b>405,996</b>	<b>499,723</b>	<b>592,502</b>
AUTOMATIZACION DE VIVIENDAS	128,400	162,896	172,796	181,723	189,702
INMUEBLES TIPO A	65,500	86,000	136,000	186,000	236,000
INMUEBLES TIPO B	49,200	62,400	97,200	132,000	166,800
<b>COSTO DE VENTAS</b>	<b>112,471</b>	<b>154,224</b>	<b>171,918</b>	<b>196,246</b>	<b>220,916</b>
SERVICIOS BASICOS	1,200	1,200	1,273	1,339	1,397
COSTO DE AUTOMATIZACIONES	83,300	105,680	112,102	117,893	123,070
COMISIONES	5,080	6,560	6,959	7,318	7,640
PERSONAL OPERATIVO	22,891	40,785	51,584	69,696	88,809
<b>BENEFICIO BRUTO</b>	<b>130,629</b>	<b>157,072</b>	<b>234,078</b>	<b>303,476</b>	<b>371,586</b>
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>54.581</b>	<b>59.790</b>	<b>61.318</b>	<b>61.279</b>	<b>62.900</b>
GASTOS SERVICIOS BASICOS	2,713	3,446	3,446	3,446	3,446
GASTOS SUELDOS Y SALARIOS	46,469	50,944	52,472	54,046	55,668
DEPRECIACIONES	3,469	3,469	3,469	1,856	1,856
AMORTIZACIONES	230	230	230	230	230
SUMINISTROS DE OFICINA Y LIMPIEZA	1,700	1,700	1,700	1,700	1,700
<b>GASTOS DE VENTAS</b>	<b>30,200</b>	<b>28,800</b>	<b>29,991</b>	<b>31,065</b>	<b>32,025</b>
ARRIENDO	9,800	8,400	8,400	8,400	8,400
MARKETING	19,600	19,600	20,791	21,865	22,825
PAGINA WEB	800	800	800	800	800
<b>BENEFICIO OPERATIVO</b>	<b>45.849</b>	<b>68.482</b>	<b>142.769</b>	<b>211.132</b>	<b>276.661</b>
<b>UAI</b>	<b>45.849</b>	<b>68.482</b>	<b>142.769</b>	<b>211.132</b>	<b>276.661</b>
GASTOS FINANCIEROS	3,590	2,872	2,154	1,436	718
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	42,258	65,610	140,615	209,696	275,943
PARTICIPACIÓN LABORAL	6,339	9,842	21,092	31,454	41,391
<b>UTILIDAD ANTES IR</b>	<b>35.920</b>	<b>55.769</b>	<b>119.523</b>	<b>178.242</b>	<b>234.552</b>
IMPUESTO A LA RENTA	7,902	12,269	26,295	39,213	51,601
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$28.017</b>	<b>\$43.500</b>	<b>\$93.228</b>	<b>\$139.029</b>	<b>\$182.950</b>



<b>MUEBLES Y ENSERES</b>	18,560.0	18,560.0	18,560.0	18,560.0	18,560.0	18,560.0
<b>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b>	4,840.0	4,840.0	4,840.0	4,840.0	4,840.0	4,840.0
<b>DEPRECIACIONES</b>	0.0	3,469.3	3,469.3	3,469.3	1,856.0	1,856.0
<b>DEPRECIACIONES ACUM. A. FIJOS</b>	0.0	3,469.3	6,938.7	10,408.0	12,264.0	14,120.0
<b>ACTIVOS INTANGIBLES</b>	1,150.0	1,150.0	1,150.0	1,150.0	1,150.0	1,150.0
<b>AMORTIZACIONES</b>	0.0	230.0	230.0	230.0	230.0	230.0
<b>AMORTIZACIONES ACUM. A. INTAN</b>	0.0	230.0	460.0	690.0	920.0	1,150.0
<b>PASIVOS</b>	<b>29.350</b>	<b>30.320</b>	<b>25.341,8</b>	<b>18.548,2</b>	<b>14.245</b>	<b>9.894,9</b>
PASIVO CORRIENT	5,700	11,400.0	11,151.8	9,088.2	9,515.0	9,894.9
CUENTAS POR PAGAR PROVEEDORES	5,700	11,400.0	11,151.8	9,088.2	9,515.0	9,894.9
PROVEEDORES LOCALES	5,700	11,400.0	11,151.8	9,088.2	9,515.0	9,894.9
<b>PASIVO LARGO PLAZO</b>	<b>23.650</b>	<b>18.920</b>	<b>14.190</b>	<b>9.460</b>	<b>4.730</b>	<b>0,0</b>
PRÉSTAMOS	25,74	20,599.4	15,449.5	10,29	5,149.	0.0
<b>PATRIMONIO</b>	<b>35.475,0</b>	<b>63.512,5</b>	<b>105.062,5</b>	<b>171.110,3</b>	<b>254.178,9</b>	<b>353.587,2</b>
CAPITAL SOCIAL	35.475,0	35.475,0	35.475,0	35.475,0	35.475,0	35.475,0
UTILIDAD /	0,0	28.037,5	42.736,7	64.861,2	83.068,5	99.408,4
UTILIDADES	0,0	28.037,5	70.774,2	135.635,3	218.703,9	318.112,2
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>64.825,0</b>	<b>93.832,5</b>	<b>130.404,4</b>	<b>189.658,6</b>	<b>268.423,9</b>	<b>363.482,1</b>

### 8.7. Flujo de efectivo actual y proyectado.

El flujo de efectivo que se calculó para el proyecto de inversión está proyectado a cinco años en tres distintos escenarios, pesimista, normal y optimista el cual se detalla en el **ANEXO 8.4**. A continuación se presenta el flujo de efectivo en el escenario normal-apalancado durante cinco años de funcionamiento de la empresa inmobiliaria Inmobotic donde se observa una TIR de 52.18% y un VAN de 98.565 USD.

TABLA 47: FLUJO DE EFECTIVO ESCENARIO NORMAL-APALANCADO

FLUJO DE EFECTIVO ESCENARIO NORMAL-APALANCADO							
		0	1	2	3	4	5
<b>INGRESOS</b>			<b>243,100</b>	<b>307,704</b>	<b>359,905</b>	<b>411,200</b>	<b>461,625</b>
COSTOS			112,471	151,894	168,832	192,450	216,463
GASTOS			84.750	88.478	91.090	92.022	94.508
<b>TOTAL EGRESOS</b>			<b>197.221</b>	<b>240.372</b>	<b>259.921</b>	<b>284.472</b>	<b>310.970</b>
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>			<b>39,044</b>	<b>59,825</b>	<b>92,252</b>	<b>118,764</b>	<b>142,453</b>
GASTOS FINANCIEROS			<b>3.590</b>	<b>2.872</b>	<b>2.154</b>	<b>1.436</b>	<b>718</b>
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS			42.289	64.460	97.830	125.292	149.937
PARTICIPACIÓN LABORAL			6.343	9.669	14.674	18.794	22.491
UTILIDAD ANTES IR			35.946	54.791	83.155	106.498	127.447
IMPUESTO A LA RENTA			7.908	12.054	18.294	23.430	28.038
<b>UTILIDAD NETA</b>			<b>28.038</b>	<b>42.737</b>	<b>64.861</b>	<b>83.069</b>	<b>99.408</b>
<b>FLUJO DE CAJA OPERATIVO (FCO)</b>							
<b>UTILIDAD NETA</b>			28.038	42.737	64.861	83.069	99.408
GASTOS FINANCIEROS			3.590	2.872	2.154	1.436	718
DEPRECIACIONES			3.469	3.469	3.469	1.856	1.856
AMORTIZACIONES			230	230	230	230	230
ESCUDO FISCAL			1.301	1.041	781	521	260
<b>TOTAL FCO</b>			<b>34.026</b>	<b>48.267</b>	<b>69.934</b>	<b>86.070</b>	<b>101.952</b>
<b>FLUJO DE CAJA DE INVERSIONES (FCI)</b>							
<b>ACTIVOS FIJOS</b>		(23,400)	0	0	0	0	0
<b>ACTIVOS INTANGIBLES</b>		(1,150)	0	0	0	0	0
<b>INVERSIÓN CT</b>		(34.575)					
<b>VARIACIONES DE CT</b>			(39.900)	(2.847)	(20.530)	(7.694)	(7.564)
<b>RECUPERACIÓN AF</b>							12,436
<b>TOTAL FCI</b>		(59.125)	(39.900)	(2.847)	(20.530)	(7.694)	4.872
<b>FC LIBRE</b>		(59.125)	(5.874)	45.420	49.403	78.376	106.824
<b>FC LIBRE ACUMULADO</b>		(59.125)	(64.999)	(19.579)	29.824	108.200	215.024
VAN	76.838						
MAX EXPOSICIÓN	(64.999)						
TIR	50,95%						
CPPC	20,00%						
PERÍODO DE RECUPERACIÓN	2,4						
<b>FLUJO DE CAJA DE CAPITAL</b>							
<b>ESCUDO FISCAL</b>		0	1.301	1.041	781	521	260
<b>TOTAL FCC</b>		(59.125)	(4.573)	46.461	50.184	78.896	107.084

FC CAPITAL ACUMULADO		(59.125)	(63.698)	(17.237)	32.947	111.844	218.928
VAN	98.565						
MAX EXPOSICION	(63.698)						
TIR	52,18%						
CPPC	15,92%						
PERIODO RECUPERACION	2,3						

En la siguiente tabla a continuación se detallan los costos financieros aplicando el modelo CAPM.

**TABLA 48: COSTOS FINANCIEROS**

COSTOS FINANCIEROS		
	APALANCADO	DESAPALANCADO
<b>CPPC</b>	<b>14,71%</b>	<b>16,73%</b>
KD(COSTO DE LA DEUDA)	10,50%	0%
KE (COSTO DE ACCIONISTA)	20,00%	18,28%
RF( RENDIMIENTO LIBRE DE RIESGO)	3,42%	3,42%
BD (BETA DESAPALANCADO)	0,91	0,91
BA(BETA APALANCADA)	1,31	0,91
(RM-RF) RENDIMIENTO DEL MERCADO	6,29%	6,29%
DEUDA	40,00%	0,00%
PATRIMONIO	60,00%	100,00%
EMBI (RIESGO PAÍS)	5,28%	5,28%

**Tomado de:** BCE (2013)

Los costos financieros sirven para poder sacar el costo promedio ponderado de capital o WACC, el cual crea valor para los accionistas ganando una rentabilidad sobre el capital invertido y genera un valor agregado que tiene el capital dentro de la compañía, el CPPC es de 14,71% apalancado y 16,73% desapalancado, lo que quiere decir que se debe de manejar la inversión mayor a 14,71% para tener rentabilidad sobre el capital invertido.

### 8.8. Punto de equilibrio.

Se obtiene el punto de equilibrio de la empresa inmobiliaria tomando en cuenta la cantidad de inmuebles y servicios de automatización vendidos anualmente, en el gráfico y tabla a continuación se detallan cuantas unidades se deben vender y el valor económico en punto de equilibrio.

**TABLA 49: PUNTO DE EQUILIBRIO INMUEBLES**

PUNTO DE EQUILIBRIO	UNIDADES	DÓLARES
<b>PUNTO EQUILIBRIO</b>	<b>15</b>	<b>\$52.700</b>
<b>INMUEBLES TIPO A</b>	<b>7</b>	<b>\$31.500</b>
Departamento	6	31.500
<b>INMUEBLES TIPO B</b>	<b>8</b>	<b>\$21.200</b>
Departamento	6	\$19.200
Local comercial	1	\$2.000

**TABLA 49: PUNTO DE EQUILIBRIO SISTEMAS DE AUTOMATIZACION**

PUNTO DE EQUILIBRIO	UNIDADES	DÓLARES
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	<b>28</b>	<b>\$61.600</b>
Sistema de iluminación	7	\$19.600
Sistema de seguridad	7	\$16.800
Control de temperatura	7	\$14.00
Sistema de sonido	7	\$11.200

La empresa inmobiliaria debe vender 43 productos anualmente para estar en el punto de equilibrio, los cuales se dividen en 28 sistemas de automatización de vivienda (7 sistemas de iluminación, 7 sistemas de seguridad, 7 sistemas de temperatura y 7 sistemas de sonido), y 15 inmuebles (7 tipo A y 8 tipo B). A continuación se observa el punto de equilibrio total de la empresa inmobiliaria Inmobotic.

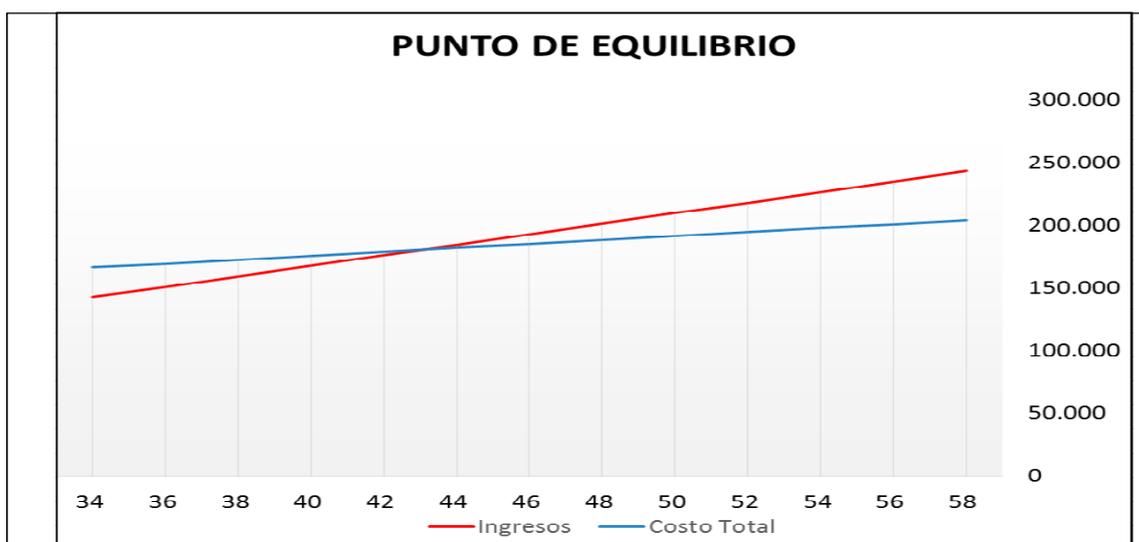


FIGURA 27: PUNTO DE EQUILIBRIO

TABLA 50: PUNTO DE EQUILIBRIO

Punto de Equilibrio					
Cantidad	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Total	Ingresos	Beneficio
58	112.533	91.585	204.117	243.147	39.030
56	112.533	88.427	200.959	234.763	33.803
54	112.533	85.269	197.801	226.378	28.577
52	112.533	82.111	194.643	217.994	23.351
50	112.533	78.953	191.485	209.610	18.125
48	112.533	75.794	188.327	201.225	12.898
46	112.533	72.636	185.169	192.841	7.672
44	112.533	69.478	182.011	184.456	2.446
42	112.533	66.320	178.853	176.072	2.781
40	112.533	63.162	175.695	167.688	8.007
38	112.533	60.004	172.536	159.303	13.233
36	112.533	56.846	169.378	150.919	18.459
34	112.533	53.688	166.220	142.535	23.686

### 8.9. Estructura del capital de trabajo.

La estructura del capital de trabajo de la empresa se detalla en la siguiente tabla donde se observa el capital necesario para un mes y de tres meses necesarios de funcionamiento, tomando en cuenta que no se venderá nada durante este periodo de tres meses.

**TABLA 51: ESTRUCTURA DEL CAPITAL DE TRABAJO**

<b>Detalle Capital de Trabajo Inicial</b>	
Insumos de automatización	\$ 5.700
Servicios Básicos	\$ 300
Sueldos y Salarios	\$ 5.173,2
Comisiones	\$437
Marketing	\$ 700
Página web	\$ 70
Arriendos	\$ 700
Suministros de oficina y limpieza	\$ 300
<b>Capital de trabajo necesario para 1 mes</b>	<b>\$13.380</b>
<b>Capital de trabajo necesario 3 meses</b>	<b>\$34.575</b>

## 8.10. Índices financieros

### 8.10.1. Rentabilidad

En la siguiente tabla se muestran los índices financieros de rentabilidad de la empresa inmobiliaria.

**TABLA 52: RENTABILIDAD**

<b>RENTABILIDAD</b>	<b>AÑO1</b>	<b>AÑO2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
ROI	24.1%	38.2%	60.1%	78.0%	94.1%
ROA	48.9%	51.6%	52.7%	47.2%	41.4%
ROE	44.1%	40.7%	37.9%	32.7%	28.1%

- **ROI** (Retorno sobre la inversión): En este indicador se muestra cual va a ser el rendimiento de la inversión y se calcula mediante la división de la utilidad neta y la inversión. En la tabla de rentabilidad se puede observar que el primer año el proyecto presenta un ROI del 24.1%, lo que es bastante bueno debido a que por cada \$1 dólar que la empresa invierte se va a ganar \$0.241. Esta ganancia genera un beneficio a la empresa y hace atractivo el proyecto de inversión.
- **ROA** (Retorno sobre los activos): En este indicador financiero se muestra cual es el rendimiento que tienen los activos de la empresa, se calcula mediante la división de la utilidad operativa sobre fondos propios como se observa en la tabla el primer año de

funcionamiento de la empresa presenta un ROA del 41.3%, lo que quiere decir que por cada \$1 dólar que invertido en un activo este genera \$0.413. Esta ganancia indica que los activos de la empresa están generando valor en los procesos que realiza.

- **ROE** (Retorno sobre el capital propio): Este Indicador muestra la rentabilidad financiera que posee la empresa, se calcula mediante la división de la utilidad neta sobre el patrimonio total, como se observa en la tabla el proyecto presenta un ROE del 38.6% lo que indica que por cada \$1 dólar de inversión los propietarios de le empresa reciben \$ 0.386. Esta ganancia hace la inversión sea atractiva a los propietarios de la empresa.

### 8.10.2. Liquidez

**TABLA 53: LIQUIDEZ**

LIQUIDEZ	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Razón Ácida	4.90%	8.64%	17.76%	25.42%	34.22%
Liquidez (AC/PC)	5.90%	9.64%	18.76%	26.42%	35.22%

- Liquidez: Como se puede observar en la tabla 53, el proyecto de inversión presenta un promedio de liquidez del 18.78%, lo que quiere decir que la empresa no va a tener problemas financieros en sus cinco años de funcionamiento y tiene suficiente dinero en efectivo. La liquidez se la calcula dividiendo los activos corrientes sobre pasivos corrientes.

### 8.10.3. Desempeño

**TABLA 53: DESEMPEÑO**

OPERATIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Días de clientes (Clientes/Vtas. Diarias)	90	90	90	90	90
Días de proveedores (Prov./Compras diarias)	30	30	30	30	30

El desempeño muestra el ciclo del negocio en donde se otorga crédito distinto para los tipos de productos de la empresa.

- **Sistemas de Automatización:** se otorga al cliente un crédito directo de 90 días en los sistemas de automatización a los clientes que adquieran estos productos. La instalación de los sistemas se inicia después de la primera cuota cancelada.
- **Venta de inmuebles:** no existe crédito debido a que la empresa se dedica a la venta de inmuebles y se asesora al cliente para el financiamiento. El crédito por la compra de inmuebles se maneja con la entidad financiera elegida por el constructor.

### 8.11. Valuación

En la siguiente tabla a continuación se presentan los resultados económicos de la operación, donde el VAN y el TIR en los tres escenarios normal, pesimista y optimista son buenos debido al giro de negocio como es las ventas generadas por vender inmuebles y los sistemas de automatización que son de atractivo para las personas con el objetivo de mejorar su comodidad en el hogar.

**TABLA 54: VALUACIÓN**

ESCENARIO	VAN	TIR	EXP MAX	PER.RECUP.
<b>Pesimista</b>	\$33.113	32.49%	79.456	3.4
<b>Normal</b>	\$98.565	52.18%	79.476	2.9
<b>Optimista</b>	\$178.444	68.25%	79.496	2.6

Los resultados que se obtuvieron permiten recomendar el proyecto de inversión y es atractivo para los inversionistas.

## CAPITULO IX

### PROPUESTA DE NEGOCIO

En este capítulo se revisa el financiamiento deseado para el negocio, estructura de la deuda y el capital, uso de fondos, capital de trabajo, retorno de la inversión.

#### 9.1. Financiamiento Deseado.

Para emprender el negocio se han analizado distintos tipos de financiamiento, para la inversión inicial y el capital de trabajo, se ha seleccionado el que sea más favorable al giro de negocio. Para el financiamiento se toma en cuenta fuentes propias de inversión y financiamiento externo. El financiamiento externo se realiza por medio de una institución Financiera Banco de Pichincha, que presenta una tasa del 15.18% siendo una de las tasas de préstamo promedio comparando otras entidades financieras en el país. La inversión inicial se detalla en la siguiente tabla:

**TABLA 55: INVERSIÓN INICIAL**

INVERSION INICIAL		
Activo Fijo	\$ 23.400	33.39%
Activo Intangible	\$1.150	1.64%
Capital de Trabajo	\$ 34.575	64.96%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 59.125</b>	<b>100%</b>

#### 9.2. Estructura del capital y deuda.

En la siguiente tabla a continuación se presenta la estructura del capital y deuda de la empresa tomando en cuenta un escenario apalancado. La deuda representa el 40%. La amortización de la deuda se encuentra detallada en el **ANEXO 8.6**.

**TABLA 56: ESTRUCTURA DEL CAPITAL Y DEUDA**

<b>DETALLE</b>	<b>MONTO</b>	<b>PARTICIPACIÓN</b>
<b>DEUDA</b>		
Préstamo banco	\$23.650	40.00%
<b>Total Deuda</b>	\$23.650	40.00%
<b>PATRIMONIO</b>		
Patrimonio	\$35.475	60.00%
<b>TOTAL</b>	<b>\$59.125</b>	<b>100%</b>

La deuda de la empresa es de \$23.650, la amortización de la deuda se la encuentra detallada en los anexos financieros, el Patrimonio de la empresa es de \$35.475.

**TABLA 57: ESTRUCTURA CONTABLE INICIAL**

<b>ESTRUCTURA CONTABLE INICIAL</b>	
<b>DETALLE</b>	<b>MONTO</b>
<b>Activos</b>	<b>\$64.825</b>
Activo Corriente	\$34.575
Disponible en Caja	\$34.575
Caja	\$1.000
Bancos	\$33.575
Inventarios	\$0
Activos Fijos	\$23.400
Activos Intangibles	\$1.150
<b>Pasivos</b>	<b>\$29.350</b>
Pasivo Corriente	\$5.700
Cuentas por pagar Proveedores	\$5.700
Pasivo Largo Plazo	\$23.650
<b>Patrimonio</b>	<b>\$35.475</b>
Capital Social	\$35.475

### 9.3. Capitalización.

En la siguiente tabla se detalla el Flujo de caja de los socios anual, al ser una compañía de sociedad limitada no se tiene acciones y se reinvierte el capital.

**TABLA 58: CAPITALIZACIÓN**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Flujo de caja de los socios	\$(14.195)	\$37.818	\$42.519	\$72.210	\$101.376

### 9.4. Uso de fondos.

Los recursos que se obtienen para este negocio serán destinados exclusivamente para el capital de trabajo, activos tangibles y activos intangibles, estos recursos son muy importantes para poner en marcha la empresa y su desarrollo.

Los activos intangibles que posee la empresa se tiene la constitución de la empresa y la LUAE (Licencia Única de Actividades Económicas), los activos fijos que tiene la empresa son: muebles y enceres, equipos de computación. El detalle específico de los activos e inversiones se las presenta en el **ANEXO 8.1**

### 9.5. Capital de trabajo.

El capital de trabajo es el recurso que se dispone para que el negocio comience a funcionar, el cual es (34.575), este capital de trabajo soporta las pérdidas que se obtienen durante el ciclo de operaciones del negocio durante los primeros 12 meses de funcionamiento y 3 meses de operaciones sin ganancias.

## 9.6. Resultados de la inversión.

En la siguiente tabla se presentan los resultados económicos en los 3 tipos de escenarios planteados, optimistas, pesimistas y normales. La metodología para obtener el retorno de la inversión es la que se expuso en el capítulo del plan financiero.

**TABLA 59: RESULTADOS ECONÓMICOS**

ESCENARIO	VAN	TIR	EXP MAX	PER.RECUP.
<b>Pesimista</b>	\$33.113	32.49%	79.456	3.4
<b>Normal</b>	\$98.565	52.18%	79.476	2.9
<b>Optimista</b>	\$178.444	68.25%	79.496	2.6

El Retorno de la inversión que se observa en el negocio es muy bueno tanto en los tres escenarios debido al giro del negocio inmobiliario y el crecimiento de la industria. El periodo de recuperación tiene un promedio de 2.9.

## CAPITULO X

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En este capítulo, se muestran las conclusiones y recomendaciones como final del plan de negocios.

#### 10.1. Conclusiones.

- La Industria Inmobiliaria y de la construcción representa en el Ecuador un importante aporte al desarrollo económico del país, debido a su crecimiento constante registrado en los últimos años.
- El crecimiento de la industria y el desarrollo inmobiliario se basa principalmente en la demanda y requerimientos de vivienda por parte de las personas, además de las facilidades de pago y préstamo en la actualidad para adquirir una vivienda.
- La investigación de mercados que se realizó en el plan de negocios permitió identificar un mercado potencial, y determinar los gustos actuales de las personas y cuan atractivo es la automatización de vivienda en esta era tecnológica.
- Las correctas estrategias aplicadas en el plan de marketing permiten a la empresa que se posicione en el mercado inmobiliaria y cree una imagen buena de la marca.
- La ubicación de la empresa inmobiliaria es estratégica debido a que se encuentra en la zona norte de la ciudad donde está el mercado potencial a ser atendido.

- El personal que se requirió para conformar la empresa es el más adecuado y necesario para poner en marcha el negocio, así se cubre todas las actividades en el área administrativa, y de ventas.
- Se realizan planes de contingencia para evitar posibles riesgos y problemas que tenga la empresa inmobiliaria en su funcionamiento, así como también estar atentos ante cualquier tendencia y cambio nuevo en el mercado inmobiliario.
- El plan financiero muestra un atractivo de inversión en el negocio debido a que se evidencian rendimientos positivos en el VAN y TIR en tres distintos escenarios de inversión: pesimista, optimista y normal.
- El proyecto presentado en el plan de negocios es rentable, su rentabilidad se basa principalmente en el giro de negocio que tiene como principal fuente de ingresos la venta de inmuebles.

## **10.2. Recomendaciones.**

- Crear la empresa inmobiliaria Inmobotic en la ciudad de Quito con el objetivo de obtener una rentabilidad en la inversión y ocupar una buena posición en el mercado inmobiliario.
- Estar atentos ante las nuevas tendencias, gustos y preferencias del mercado al momento de adquirir una vivienda.
- Posicionar la marca de la empresa basándose en la calidad del servicio y la diferenciación de sus productos de automatización.
- Mantener una capacitación constante a todo el personal de la empresa sobre temas de importancia relacionados con el mercado inmobiliario y de la construcción.

- Mantener unas relaciones buenas con las diferentes constructoras grandes, pequeñas, medianas, para fortalecer el giro de negocio de la empresa.
- Crear una empresa sólida en base al diálogo, comprensión y colaboración entre todos.
- Tener planes de contingencia para disminuir riesgos y problemas entorno al negocio, para prevenir y fortalecer la empresa.
- Manejar eficientemente los tiempos de entrega de los productos de automatización, para entregar al cliente el producto en el tiempo pactado y no modificar el proceso de venta.
- Tomar en cuenta posibles mercados metas parecidos al de Quito para una futura expansión de la empresa a estos.

## REFERENCIAS

2013. <http://www.serconint.com/FAQ-domotica-inmotica.php>.
2013. Recuperado el 4 de Noviembre del 2013.  
<http://www.andes.info.ec/es/economia/presupuesto-2013-ecuador-supera-32-mil-millones-dolares.html>.
2013. <http://www.andes.info.ec/es/economia/presupuesto-2013-ecuador-supera-32-mil-millones-dolares.html>.
2013. <http://www.andes.info.ec/es/economia/remesas-migrantes-ecuatorianos-siguen-baja-2013.html>.
2013. <http://www.clave.com.ec/index.php?idSeccion=626>.
2013. <http://www.datosmacro.com/demografia/esperanza-vida/ecuador>.
2013. [http://www.economia.com.mx/producto\\_interno\\_bruto.htm](http://www.economia.com.mx/producto_interno_bruto.htm).
2013. <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Infoeconomia/info10.pdf>, Recuperado el 4 de Noviembre del 2013.
2013. [http://www.elciudadano.gob.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=33622:ecuador-gestiona-asistencia-tecnologica-de-bielorrusia-para-desarrollar-agricultura-y-vivienda&catid=2:politica&Itemid=43](http://www.elciudadano.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=33622:ecuador-gestiona-asistencia-tecnologica-de-bielorrusia-para-desarrollar-agricultura-y-vivienda&catid=2:politica&Itemid=43).
2013. [http://www.elciudadano.gob.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=46457:presidente-rafael-correa-emprende-gira-por-europa&catid=40:actualidad&Itemid=63](http://www.elciudadano.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=46457:presidente-rafael-correa-emprende-gira-por-europa&catid=40:actualidad&Itemid=63), Recuperado el 4 de Noviembre del 2013.
2013. <http://www.elportal.com.ec/index.php/post/tendencias-y-diseno/2013-un-ano-bueno-para-la-construcción/6272>.
2013. [http://www.grupoconstruya.com.ar/actividades/manual\\_de\\_calidad](http://www.grupoconstruya.com.ar/actividades/manual_de_calidad)
2013. <http://www.inec.gob.ec/estadisticas/SIN/descargas/ciiu.pdf> .
2013. [http://www.inec.gob.ec/inec/index.php?option=com\\_content&view=2013](http://www.inec.gob.ec/inec/index.php?option=com_content&view=2013).  
[http://www.inec.gob.ec/inec/index.php?option=com\\_content&view=](http://www.inec.gob.ec/inec/index.php?option=com_content&view=)

- 2013.[http://www.jezlauditores.com/index.php?view=article&catid=55%3Anoticias-tibutarias&id=98%3Aley-antimonopolio-ecuador&format=pdf&option=com\\_content&Itemid=71](http://www.jezlauditores.com/index.php?view=article&catid=55%3Anoticias-tibutarias&id=98%3Aley-antimonopolio-ecuador&format=pdf&option=com_content&Itemid=71).
- 2013.[http://www.posicionamiento.ws/material/articulos\\_pdf/cuadro\\_estratégico.pdf](http://www.posicionamiento.ws/material/articulos_pdf/cuadro_estratégico.pdf).
- 2013.<http://www.prohome.ec/productos/bticino/seccion/casainteligente/>.
- 2013.<http://www.rap.com.ec/es/ley-antimonopolio-regulacion-control-poder-de-mercado>.
- 2013.[http://www.revistalideres.ec/informe-semanal/Ecuador-elevan-niveles-consumo\\_0\\_664733554.html](http://www.revistalideres.ec/informe-semanal/Ecuador-elevan-niveles-consumo_0_664733554.html).
- 2013.<http://www.supercias.gob.ec/ranking2012/index.html>.
- 2013.<http://www.supercias.gob.ec/ranking2012/index.html>.
- 2013.[http://www.supercias.gob.ec/visorPDF.php?url=bd\\_supercias/descargas/ss/LEY\\_DE\\_COMPANIAS.pdf](http://www.supercias.gob.ec/visorPDF.php?url=bd_supercias/descargas/ss/LEY_DE_COMPANIAS.pdf).
- 2014.[http://www.ahorro.com/iwpdf/guias/guia\\_derechosdelaccionista.pdf](http://www.ahorro.com/iwpdf/guias/guia_derechosdelaccionista.pdf).
- 2014.[http://www.ehowenespanol.com/organizacion-vertical-info\\_248060/](http://www.ehowenespanol.com/organizacion-vertical-info_248060/).
- 2014.<http://www.recaiecuador.com/Biblioteca%20Ambiental%20Digital/C>
- 2014.[http://www.serpost.com.pe/Website/transparencia2009/Documentacion\\_Transparencia/Docs\\_2010/Datos\\_Generales/Procedimientos/generacion%20general.pdf](http://www.serpost.com.pe/Website/transparencia2009/Documentacion_Transparencia/Docs_2010/Datos_Generales/Procedimientos/generacion%20general.pdf).
- 4 de Noviembre del 2013.<http://www.habitatyvivienda.gob.ec/ecuador-recibira-cooperacion-de-bielorrusia-en-habitat-y-vivienda/>.
- Ahorro. Derechos del accionista. Recuperado el 4 de Marzo del
- Andes. Legislatura del Ecuador aprueba presupuesto. Recuperado el 4 de Noviembre del 2013. <http://www.andes.info.ec/es/noticias/legislatura-ecuador-aprueba-presupuesto-2014.html>.
- Apive Nuestros Servicios. Recuperado el 31 de Octubre del 2013. [http://www.apive.org/nuestros\\_servicios.html](http://www.apive.org/nuestros_servicios.html).
- Arqhys. Automatización de viviendas. Recuperado el 4 de Noviembre del 2013.<http://www.arqhys.com/arquitectura/automatizacion-viviendas.html> Arqhys.
- [http://www.jezlauditores.com/index.php?view=article&catid=55%3Anoticias-tibutarias&id=98%3Aley-antimonopolio-ecuador&format=pdf&option=com\\_content&Itemid=71](http://www.jezlauditores.com/index.php?view=article&catid=55%3Anoticias-tibutarias&id=98%3Aley-antimonopolio-ecuador&format=pdf&option=com_content&Itemid=71)

article&id=573%3Alos-usuarios-de-telefonos-inteligentes-smartphone-Banco  
 Central del Ecuador:  
<http://www.bce.fin.ec/frame.php?CNT=ARB0000061>, Recuperado el 6  
 de Noviembre del 2013.

Banco Central del Ecuador:  
<https://www.bce.fin.ec/.../respondiendoaladesinformacion.pdf>,  
 Recuperado el 31 de Octubre del 2013.

Banco del Instituto Ecuatoriano De Seguridad Social:

Clasificación de los procedimientos de investigación cualitativa, Entrevistas en  
 grupos de enfoque, p.139- 140.

Clave Bienes Raíces. Los costos de la Construcción, Recuperado el 4 de  
 Noviembre 2013.<http://www.clave.com.ec/index.php?idSeccion=499>.

Clave Bienes raíces. Crecimiento sostenido en los niveles de ingreso  
<http://www.clave.com.ec/index.php?idSeccion=43>. Clave Bienes raíces.  
 El sector de la construcción (Ecuador, Perú, Colombia), Recuperado el  
 8 de Noviembre del 2013. [http://www.clave.com.ec/1062-  
 Estimaciones\\_para\\_el\\_Mercado\\_Inmobiliario  
 Ecuador\\_Colombia\\_y\\_Per%C3%BA.html](http://www.clave.com.ec/1062-Estimaciones_para_el_Mercado_Inmobiliario_Ecuador_Colombia_y_Per%C3%BA.html).

Clave Bienes Rices. La demanda de viviendas influencia los precios.

Datos primarios: Investigación Cualitativa o Cuantitativa, p.136- 137.

Datosmacro. Demografía Ecuador. Recuperado el 4 de Noviembre del

Derecho-ambiental. Contaminación Ambiental Recuperado el 4 de  
 Noviembre del  
 2013.[http://www.derecho-  
 ambiental.org/Derecho/Legislacion/Ley-  
 Prevencion-Control-Contaminacion-Ambiental.html](http://www.derecho-ambiental.org/Derecho/Legislacion/Ley-Prevencion-Control-Contaminacion-Ambiental.html).

Diseño de la investigación descriptiva: Encuesta y Observación, p.168-

Economía. Inflación. Recuperado el 6 de Noviembre del 2013.  
<http://www.economia.com.mx/inflacion.htm>.

Ecuadorencifras. Infoeconomia, Recuperado el 4 de Noviembre  
 deledición 2003. (Matriz de fortalezas-debilidades-oportunidades-  
 amenazas

El Ciudadano. Asistencia Tecnológica para desarrollar agricultura y vivienda. Recuperado el 1 de Noviembre. El Portal. Tendencias y diseño un año bueno para la construcción para la construcción. Recuperado el 1 de Noviembre del

Fenercom. Domótica como solución del futuro. Recuperado el 4 de Noviembre del 2013. <http://www.fenercom.com/pdf/publicaciones/la-domotica-como-solucion-de-futuro-fenercom.pdf>.

Fred R David. Conceptos de Administración Estratégicas. Novena Galindo, Edwin (2006) . Estadística para la Administración y la Gerencie. Burbuja Inmobiliaria. Recuperado el 5 de Marzo del 2014. <http://www.gerencie.com/que-es-una-burbuja-inmobiliaria.html>,

Grupo Construya. Cadena de Valor. Recuperado el 4 de Noviembre del Habitants. Derecho de una vivienda y ciudad digna en el Ecuador. , Recuperado el 4 de Noviembre del 2013. [http://esp.habitants.org/noticias/habitantes\\_de\\_las\\_americas/el\\_derecho](http://esp.habitants.org/noticias/habitantes_de_las_americas/el_derecho)

Habitatyvivienda. Ecuador recibirá apoyo de Bielorrusia. Recuperado el <http://www.biess.fin.ec/hipotecarios/vivienda-terminada>, Recuperado el Inec. Teléfonos inteligentes. Recuperado el 4 de Noviembre del Ingeniería. 4ta edición. Cálculo de muestra.p.245

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos Recuperado el 1 de Jedi. Inmotica. , Recuperado el 4 de Noviembre dl 2013. <http://www.jedi.com.ec/inmotica.html>, Recuperado el 4 de Noviembre dl

Jezlaudidores. Ley Antimonopolio en Ecuador. Recuperado el 4 de Ley para la administración de inmuebles. Recuperado el 4 de Noviembre del 2013. <http://documentacion.asambleanacional.gob.ec/alfresco/d/d/workspace/SpacesStore/aa0bd2e5-ef09-41cb-ba64-c62fa96a6c96/Ley%20para%20la%20Administraci%C3%B3n%20de%20los%20Bienes%20Inmuebles%20del%20Sector%20P%C3%ABlico>.

MARTÍNEZ, Pedros Daniel - GUTIÉRREZ, Milla Artemio. (2009). La elaboración del plan estratégico a través del Cuadro de Mando Integral. Estrategias Competitivas (Las tres estrategias genéricas de Porter), p.

- Mercado Laboral. Recuperado el 6 de Noviembre del 2013.  
<http://www.lacamara.org/ccg/2013%20IT%20CCG%20Boletin%20Mercado%20Laboral.pdf>.
- Muestreo Bola de nieve. Recuperado el 29 de Noviembre del 2013.  
<http://explorable.com/es/muestreo-de-bola-de-nieve>. Naresh Malhotra k., Investigación de Mercados. 4ta edición, 2004.
- Naresh Malhotra k., Investigación de Mercados. 4ta edición, 2004.
- Naresh Malhotra k., Investigación de Mercados. 4ta edición, 2004.
- Normas de Construcción en el Ecuador. Recuperado el 4 de Noviembre del 2013.  
<http://www.normaconstruccion.ec/>.  
 odificacion%20Codigo%20de%20Trabajo%20con%20el%20IESS.pdf.
- Organización Vertical. Recuperado el 3 de Marzo del 2013.  
<http://www.paciconsult.com/2012/01/06/ley-antimonopolios-ecuador/>. pdf\_a\_una\_vivienda\_y\_una\_ciudad\_dignas\_en\_ecuador.
- Población de Quito Fuera del Cantón. Recuperado el 6 de Noviembre de 2013.  
 Posicionamiento. Cuadro estratégico. Recuperado el 6 de Diciembre del 2013.  
 Presupuesto del Ecuador. , Recuperado el 4 de Noviembre del 2013.  
 Presupuesto del Ecuador supera los 32 millones de dólares para el Producto Interno Bruto. Recuperado el 4 de Noviembre del 2013.  
 Prohome. Recuperado el 4 de Noviembre del 2013.  
 Casa Inteligente. Recuperado el 5 de Noviembre de 2013 del Rafael Correa emprende gira por Europa. Recuperado el 4 de Noviembre del 2013.
- RAMIREZ, Romero Carlos M. (2000): Derecho Empresarial Ecuatoriano. ReCaiecuador. Código de Trabajo. Recuperado el 3 de Marzo del 2013.  
 Regulación control de mercado. Recuperado el 4 de Noviembre de 2013.
- Remesas migrantes ecuatorianos Recuperado el 4 de Noviembre del 2013.
- Resultados Provinciales. Recuperado el 15 de Noviembre del 2013.  
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manualateral/Resultados-provinciales/pichincha.pdf>.

- Revista Lideres. En el Ecuador se elevan los niveles de consumo. Scpm. Formulario gestión. Recuperado el 4 de Noviembre del 2013. <http://scpm.gob.ec/wp-content/uploads/2013/02/FORMULARIO-GESTION4.pdf>. Se-incrementaron-en-un-60&catid=68%3Aboletines&Itemid=51&lang=es.
- Serconint. Domótica e Inmótica. Recuperado el 4 de Noviembre del 2013
- Serpost. Gerencia funciones. Recuperado el 3 de Marzo del 2013
- Sic. Integraciones empresariales. Recuperado el 3 de Marzo del 2013. <http://www.sic.gov.co/integraciones-empresariales>.
- Superintendencia de Compañías. Ranking Empresarial. Recuperado el
- Superintendencia de Compañías. Ley de Compañías. Recuperado el 5 de Noviembre del 2013
- Superintendencia de Compañías. Principales Empresas inmobiliarias en Pichincha. Recuperado el 4 de Noviembre del 2013 Tomo 3. Quito – Ecuador.
- Unipiloto. Las cinco fuerzas de Porter. Recuperado el 6 de Noviembre del 2013. <http://www.unipiloto.edu.co/resources/files/0902201208283521>
- 1

## **ANEXOS**

## **ANEXO 2.1. Estructura legal de la empresa**

Según el Art.92 de la superintendencia de compañías del Ecuador la compañía de sociedad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, las palabras “Compañía Limitada” o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente Los términos comunes que sirven para determinar una clase de empresa como: “comercial”, “industrial”, „agrícola”, etc., no serán de uso exclusive e irán acompañadas de una expresión peculiar.

La compañía de responsabilidad limitada es siempre mercantil, pero sus integrantes, por el hecho de constituirarla, no adquieren la calidad de comerciantes.

La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitidas por la ley, excepción hecha de operaciones de bancos, seguros, capitalización y ahorro.

La compañía de responsabilidad limitada no podrá funcionar si sobrepasa el número de quince socios, si sobrepasa este número de socios deberá disolverse y formar otro tipo de compañía.

Para los efectos fiscales y tributarios la compañía de responsabilidad limitada son sociedades de capital.

El capital de la compañía está conformado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por el Superintendente de compañías.

### **ANEXO 3.1.Preguntas para la entrevista con expertos y resultados**

**1-¿Cuál es su apreciación respecto a la construcción y su evolución en el país durante los últimos años?**

#### **ENTREVISTA 1**

El Ecuador en los últimos años ha venido presentando un importante desarrollo en la construcción debido a la demanda existente y al crecimiento poblacional se han comenzado a realizar construcciones en todo el país para satisfacer a las personas. Ahora las facilidades para obtener una vivienda permiten a la personas adquirir un inmueble fácilmente lo que permite el desarrollo de nuevos proyectos inmobiliarios.

**2-¿Cuáles son los gustos de las personas para adquirir un inmueble actualmente?**

#### **ENTREVISTA 2**

Las personas siempre buscan un lugar en el que puedan sentirse lo más cómodas posibles, por lo general buscan espacios acorde a sus necesidades entre las que destacan espacios amplios e iluminados, áreas verdes y de recreación, viviendas que faciliten la vida cotidiana por medio sistemas inteligentes, también la ubicación de la vivienda es importante para la movilidad dentro de una ciudad, la facilidad de pago y financiamiento también es muy importante al momento de adquirir un inmueble.

**3-¿Cree que existe una alta competencia en el sector inmobiliario actualmente?**

## **ENTREVISTA 1**

Debido a la demanda y a las facilidades de adquirir una vivienda evidentemente va existir una competencia en este sector y lo podemos evidenciar en la cantidad proyectos inmobiliarios que se realizan en todo el país.

**4-¿Cuál es su apreciación personal acerca de las empresas inmobiliarias en Quito?**

## **ENTREVISTA 2**

Las empresas inmobiliarias ocupan una parte fundamental para las constructoras y constructores independientes dentro de Quito ya que impulsan los proyectos que se realizan para que tengan éxito.

**5- Se ha evidenciado un incremento en las construcciones en Quito,**

**¿cuáles cree que son los factores este incremento? ENTREVISTA 1**

El factor más importante son las personas, si no existe demanda los proyectos inmobiliarios que se realicen no tendrían éxito, debido a la demanda de viviendas se comenzó a construir a lo largo y ancho de la ciudad. Otro factor importante son los créditos que se otorgan tanto a constructores como a compradores que facilitan la adquisición de bienes.

**6- ¿Existe apoyo por parte del Gobierno para adquirir viviendas?**

## **ENTREVISTA 3**

El gobierno en conjunto con el IESS creó una identidad bancaria BIESS que es la otorgadora de créditos para vivienda a tasas de interés muy bajas que permiten a las personas adquirir un inmueble. Este sistema de la aprobación de créditos ha incrementado la compra de viviendas a nivel Nacional.

**7-¿Existen empresas inmobiliarias en la ciudad de Quito que se dedican a la automatización de viviendas?**

#### **ENTREVISTA 4**

Las empresas inmobiliarias importantes en Quito actualmente promocionan ya estos proyectos inteligentes como parte de su cartera de proyectos ya que no

se enfocan en un solo tipo de edificación, también existen empresas que se dedican a la implementación de sistemas automáticos de vivienda que son muy independientes a las inmobiliarias.

**8.- ¿Cuáles cree que son los beneficios de tener una vivienda automática a la tradicional?**

#### **ENTREVISTA 2**

Los beneficios son varios debido a que mejoran notablemente la calidad de vida de las personas entre los más importantes pienso que son la comodidad que se tiene al momento de controlar la temperatura, iluminación, sonido de todos los ambientes de la casa, también otro beneficio sería el ahorro en costos y tiempo debido que los sistemas inteligentes utilizan sistemas que ahorren energía y optimizan el tiempo ocupándose de tareas del hogar.

**9-¿Cree que las personas estarían dispuestas a implementar sistemas automáticos en las viviendas para mejorar la calidad de vida?**

## **ENTREVISTA 1**

Las personas estarían dispuestas, ya que todos queremos mejorar siempre la calidad de vida en el hogar, pero la parte fundamental del caso viene en el costo de estos sistemas, debido a que no todas las personas pueden adquirir o implementar estos sistemas automáticos. Los proyectos inmobiliarios inteligentes están por lo general dirigidos a clases económicas altas.

**10- ¿Cree que la implementación de sistemas automáticos en las viviendas es importante? ¿Por qué?**

## **ENTREVISTA 3**

Es importante porque que vivimos en una era tecnológica donde la optimización de tiempo y recursos es fundamental para la vida cotidiana, cada vez más la tecnología avanza y debemos ir a la par. Estos sistemas implementados a la vivienda son muy interesantes e innovadores.

### **ANEXO 3.2. Grupos focales**

#### **Cd. Filmación al Focus Group**

### ANEXO 3.3. Formato de la encuesta para la Investigación Cuantitativa

## ENCUESTA

Buenos días/buenas tardes, mi nombre es Juan Játiva y estudio en la Universidad de las Américas. Esta encuesta tiene como finalidad, levantar información para conocer sus opiniones acerca de **la creación de una empresa inmobiliaria que implementara la automatización de viviendas**. Cabe recalcar que la información que usted nos proporcione, será totalmente confidencial y utilizada con fines estadísticos.

De antemano le agradecemos su totalidad sinceridad y colaboración.

ENCUESTA NRO. \_\_\_\_\_ FECHA \_\_\_\_\_

Datos de Identificación			
<b>Nombre:</b>			
<b>Teléfono:</b>	<b>Género:</b>	M	F
<b>Correo:</b>			
<b>Ocupación:</b>			
<b>Estado Civil:</b>	( ) Soltero	( ) Casado	( ) Divorciado ( )
Viudo		F	
<b>Edad:</b> _____	Menos de 25 o Más de 65 años <input type="checkbox"/>		

**A ¿Tiene usted casa propia?**

SI ( ) pase a pregunta C                      NO ( ) siguiente pregunta

**B ¿Estaría dispuesto a adquirir una vivienda durante los próximos 12 meses?**

SI ( )                      NO ( ) ✕

**C ¿Los ingresos globales de su hogar superan los 1000 dólares?**

SI ( )                      NO ( ) ✕

**D El lugar donde vive es:**

( ) Lujoso ( ) cómoda y todos los servicios ( ) condiciones básicas ✕ ( ) pobre ✕

E ¿Trabaja o conoce algún familiar que trabaje en empresas inmobiliarias?

SI ( ) ~~X~~ NO ( )

CONTINUAR PREGUNTAS:

**1.- Una inmobiliaria es una empresa dedicada a la administración de inmuebles: compra, venta, alquiler de casas, departamentos, oficinas, terrenos, etc. ¿Conoce alguna empresa inmobiliaria?**

SI ( ) ¿Cuál? \_\_\_\_\_ NO ( )

**2.- ¿Ha utilizado alguna vez los servicios de una empresa inmobiliaria?**

SI ( ) Continúe NO ( ) Salte a pregunta 4

**3.- ¿Para qué servicios a utilizado la empresa inmobiliaria?**

( ) Compra de inmuebles ( ) Venta de inmuebles ( ) Alquiler de inmuebles ( )  
Automatización de vivienda ( ) asesoramiento para adquirir vivienda ( ) otras:

**4.- La comodidad implica el conjunto de cosas y bienes necesarios para vivir a gusto, entre estos tenemos: confort, iluminación, calefacción, seguridad, ubicación, espacios amplios. Tomando en cuenta estos factores ¿Qué tan cómodo se siente en la vivienda actual que vive? Marque con una X una sola respuesta dentro de la siguiente escala, siendo 10 la mayor calificación de comodidad.**

	Po								Mucho	
<b>Confort</b>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>Iluminación</b>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>Calefacción</b>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>Seguridad</b>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>Ubicación</b>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>Espacio</b>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

**5.- ¿Conoce que es la automatización de vivienda o "casa inteligente"?**

SI ( ) NO ( )

**6.- La automatización de viviendas o "casa inteligente" consiste en la implementación de sistemas electrónicos a los espacios de la vivienda para mejorar la comodidad de las personas. ¿Le gustaría acondicionar los espacios de su vivienda con estos sistemas?**

SI ( ) Continúe con la pregunta 7 NO ( ) ¿Por qué? \_\_\_\_\_

**7.- Si respondió si en la siguiente escala del 1 al 10 indique su grado de intención de automatizar su vivienda durante los próximos 12 meses, si tuviera un precio razonable.**

Poco								Mucho	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

8.- Ahora que ya tiene conocimiento sobre lo que es la automatización de vivienda, o si ya tenía conocimiento ¿Conoce empresas dedicadas a este tipo de servicios?

SI ( ) NO ( ) ¿Cuál? \_\_\_\_\_

9.- ¿Cuánto cree usted que debería invertir en la automatización de su hogar que mejoran su vida diaria?

---

10.-Califique la idea de crear una empresa de asesoría inmobiliaria especializada en la automatización de vivienda. Marque con una X una sola respuesta dentro de la siguiente escala siendo 10 la respuesta más alta.

Mala					Buena				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

## ANEXO 4.1. Redes sociales de la inmobiliaria Facebook y Twitter

Ve tu anuncio aquí

**Inmobotic**

Empresa inmobiliaria especializada en la automatización de vivienda, venta de inmuebles, e integraci...

Me gusta · A Rita Flores le gusta esto.

Promocionar página

Reciente  
2014

Actualizar la información de la página  Te gusta

Siguiendo

Compañía  
Empresa inmobiliaria especializada en la automatización de vivienda, venta de inmuebles, e integración de sistemas automáticos a las viviendas.

Información

Fotos

Me gusta 2

Home Notifications # Discover Me

Search

**Inmobotic**

FOLLOWING  
15 More

Edit profile

**Inmobotic**  
@inmobotic

**inmobotic** @inmobotic · now

Domótica es el conjunto de sistemas capaces de automatizar una vivienda controlando la iluminación, temperatura, seguridad, sonido, etc.

Who to follow · Refresh · View all

**vane yumiseva** @vaneyumi...  
Follow

**JIU/AN ANDRES** @JACPLDU  
Followed by Juan Maldonado  
Follow

**Olga Suchow** @OlgaSuchow  
Followed by ANDRES MACI

**ANEXO 4.2. Cotización página web**

**MEDIUM JOOMLA**

**\$800** incluido IVA

**Página desarrollada en JOOMLA**

**Administración desarrollada por el cliente**

**Máximo 6 secciones / subsecciones ilimitadas**

**Transiciones de banners o imágenes en cabecera**

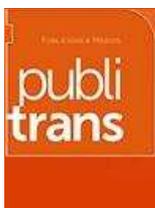
**Galería de imágenes y productos**

**Hoja de contactos**

**GRATIS**

**Videotutoriales de administración web**

**Landing page provisional con hoja de contacto**

**ANEXO 4.3.** Cotización valla publicitaria móvil

Quito, 30 Abril del 2014

Atención: Sr. Juan Andrés

Játiva

**INMOBOTIC**

De mi consideración:

En atención a su requerimiento, se detalla la cotización del aviso a publicarse en la fecha por confirmar:

<b>MEDIO:</b>	<b>Bus</b>	
<b>MEDIDAS:</b>	<b>8X4</b>	
<b>DIA DE PUBLICACION</b>	<b>TODO EL MES VALOR</b>	<b>\$ 350 INCLUIDO IVA</b>

Atentamente,

Ing. Orlando Savedra PUBLITRANS [ventas@publi-trans.com](mailto:ventas@publi-trans.com)

**ANEXO 4.4.** Cotización revista construir

Quito, 5 Mayo del 2014

Atención: Sr. Juan Andrés Játiva

**INMOBOTIC**

De mi consideración:

En atención a su requerimiento, se detalla la cotización del aviso a publicarse en la fecha por confirmar:

**1.-) Propuesta 1/4  
Página:**

<b>MEDIO</b>	CONSTRUIR
<b>PAGINA:</b>	<b>DETERMINADA (Arquitectura y Urbanismo) AVISO COMERCIAL:</b>
	<b>¼ PAGINA (30 Módulos)</b>
<b>COLOR</b>	F/C
<b>DIA DE PUBLICACION</b>	
<b>SABADOS VALOR</b>	
\$ 625,00 + IVA	

Nota: Los avisos se receptan con 5 días de anticipación, en caso de no cumplir con este horarios se recarga el 25% al valor total del aviso.

Atentamente,

Ing. Carlos Julio Idrovo

EL COMERCIO  
098924416

## ANEXO 5.1. Empresa Prohome, productos.



FACEBOOK | TWITTER

PBX: (593-4) 292-2281

[INICIO](#)
[NOSOTROS](#)
[PRODUCTOS](#)
[TIENDA](#)
[CONTACTO](#)


## Productos

[Enchapes y Fórmicas](#)
[Enchapes](#)
[Fórmicas](#)
[Accesorios](#)
[Electrónicos](#)
[Casas inteligentes](#)
[Audio & Video](#)
[Protección eléctrica](#)
[Películas](#)
[Decorativas](#)
[Solares](#)
[Seguridad](#)
[Automotriz](#)

## CASAS INTELIGENTES &amp; DOMÓTICA BTICINO

**My Home de BTicino** es el sistema de automatización doméstica –domótica– diseñado para hacer la vida más segura, cómoda y sencilla.

Buena **música, seguridad**, las mejores atmósferas de luz, aire sano y el **clima perfecto sin derroches**. Una casa que respeta el medio ambiente, el diálogo desde una **habitación a otra**, sin tener que ir de acá para allá o levantar la voz, la garantía de una automatización **sencilla de usar**, que se activa a distancia o solamente con tu presencia, apta también para quienes no aman la tecnología. **Casas distintas**, que cuentan historias diferentes porque **My Home** sabe satisfacer de forma exacta las exigencias de cada uno.



## CONOCE MY HOME

En este video puedes conocer el funcionamiento de las Casas Inteligentes MY HOME de BTicino.

Podrás observar las diferentes funciones inteligentes que se pueden obtener con los diferentes equipos que ofrece MY HOME. Desde manejo inteligente de luces hasta la automatización de los seguros en las puertas, BTicino cuenta con componentes de domótica para satisfacer hasta las necesidades más particulares.

[Ver Video](#)
[Ver Demostración de Touchscreen](#)

## LUCES Y CLIMATIZACIÓN

My Home regula la temperatura y controla el consumo permitiendo un ahorro de electricidad. Además es capaz de crear la atmósfera de luz adecuada y predisponer la apertura motorizada de cortinas y



## Cotización Sistemas de automatización



Quito, 6 Mayo del 2014

Cotización

Atención: Sr. Juan Andrés Játiva

### Constructora Játiva

De mi consideración:

A continuación se detallan los sistemas inteligentes que requirió que se coticen:

<b>Sistemas de audio y sonido</b>	<b>\$1000</b>	<b>USD</b>
	<b>Sistema térmico</b>	
	<b>USD\$1200</b>	
<b>Control de seguridad</b>	<b>\$ 1500</b>	<b>USD</b>
<b>Control de iluminación</b>	<b>\$2000</b>	<b>USD</b>

Nota: El valor de cada sistema puede variar el precio dependiendo del tipo de vivienda, instalaciones eléctricas, etc.

Atentamente, PROHOME

- 04-292-2281
- 04-292-2346

ventas@prohome.ec

## ANEXO 5.2 .Cronograma General

Act	Mes	Enero				Febrero				Abril				Mayo				Junio				Julio				Agosto							
		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				
.	<b>Semana</b>																																
1	Constitución de la empresa Inmobotic																																
2	Arriendo de Oficina																																
3	Adquisición de enseres y equipos de oficina																																
4	Adecuación de la Oficina Inmobiliaria Inmobotic																																
5	Contratación del personal Administrativo																																
6	Contratación del personal Operativo																																
7	Alianzas estratégicas constructoras y Constructores indep.																																
8	Adquisición de sistemas de automatización de vivienda																																
9	Campania Publicitaria. Página web, redes sociales, vallas, etc.																																
10	Capacitación al equipo de ventas																																
11	Proyectos Inmobiliarios Y sistemas de automatización listos																																

### ANEXO 5.3.Cotización Computadoras y otros equipos



**ACER ASPIRE E1-572-6870**

	<b>Un desempeño inteligente de primera</b>
<b>DESCRIPCION</b>	Línea en las tareas más exigentes para su laptop. Lleve los gráficos de juego a un nivel totalmente nuevo, sin necesidad de agregar hardware. (Parte de las tecnologías visuales incorporadas disponibles solamente con los procesadores Intel® Core™.)
<b>PROCESADOR</b>	<b>NUEVO DE PAQUETE - GARATIA 12 MESES.</b> INTEL CORE I5 - 4200U - 1.60 GHZ UP TO 2.30 GHZ
<b>MEMORIA CACHE</b>	3 MB L2
<b>PANTALLA RESOLUCION.</b>	15.6 LED HD WIDESCREEEN
<b>MEMORIA RAM</b>	4 GB DDR3
<b>MEMORIA RAM</b>	MAX. 16 GB DDR3.
<b>DISCO DURO</b>	500 GB SATA 5400RPM.
<b>CAMARA</b>	1.3 MPX. HD.
<b>WIRELESS</b>	Support WI-Fi (Built-in 802.11b/g WLAN Card), Support 3G (3G Dongle Not Included in Package)
<b>CARD READER</b>	TF/MMC Card slot X 1
<b>FORMATOS AUDIO</b>	MP3, WMA, WAV, APE, OGG, FLAC
<b>MULTIMEDIA DRIVE</b>	SUPER MULTI DVD RW DOBLE CAPA.
<b>SISTEMA OPERATIVO.</b>	WINDOWS 8 - 64 BITS.

Impresoras > Epson L355 Multifunción Sistema Tinta Original



**Epson L355 Multifunción Sistema Tinta Original**

Multifuncional con sistema original de Tanque de Tinta con Impresora, Copiadora, escáner y wi-fi.  
Con red Wi-Fi, comparte tu L355 en casa e imprime y escanea de manera inalámbrica

Referencia: Epson L355

Cantidad

7 Artículos en stock

**\$266.00 mas IVA**

[Añadir a la cesta](#)

[Compartir en Facebook](#)

TELÉFONO UNIDEN D1680



Precio TVentas \$39.90  
3 cuotas sin intereses **\$13.30**

Cantidad

[1 AÑADIR AL CARRITO](#)

[1 GUARDAR PARA DESPUÉS](#)

Referencia: UNID-273517

Proveedor

Proyector Infocus Epson X12 Full 2800 Lumenes

[Me gusta](#)

**U\$S 499<sup>00</sup>**

Artículo usado - 4 vendidos - Guayas (Guayaquil)

- [Pago a acordar con el vendedor. Más información.](#)
- [Envío a acordar con el vendedor. Ver costos de envío.](#)
- [Ver la reputación del vendedor.](#)

[Comprar](#)

[Favoritos](#) [Facebook](#) [Comentarios](#)

## **ANEXO 5.4.Aspectos regulatorios y legales**

### **CONSTITUCIÓN LEGAL DE LA COMPAÑÍA**

- Escritura de constitución
- Inscripción de registro mercantil
- Minuta
- Suscripción del capital
- División del Capital
- Objeto
- Administración
- Ubicación Especie
- Nacionalidad

### **OBTENCION DE RUC**

- Escritura constitución
- Copia de acta donde se nombra la directiva
- Nombramientos directivos, original y copias de cédulas y papeletas de votación.
- Planilla de pago de un servicio básico

### **OBTENCION DE PATENTE MUNICIPAL**

- RUC
- Nombramiento directivo
- Solicitud

### **INSCRIPCION EN LA SUPERINTENDENCIA DE COMPANIAS**

- Escritura constitución
- RUC
- Nombramiento del directorio
- Solicitud

## **LUAE (LICENCIA METROPOLITANA ÚNICA PARA EJERCICIO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS)**

La LUAE es el documento habilitante y acto administrativo único con el que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito autoriza a su titular el ejercicio de actividades económicas en un establecimiento determinado, ubicado dentro del Distrito.(Servicios ciudadanos).

La LUAE integra los siguientes permisos y/o autorizaciones administrativas:

- Informe de Compatibilidad y Uso de Suelo (ICUS)
- Permiso Sanitario
- Permiso de Funcionamiento de Bomberos
- Rotulación (Identificación de la actividad económica)
- Permiso Ambiental
- Licencia Única Anual de Funcionamiento de las
- Actividades Turísticas
- Permiso Anual de Funcionamiento de la Intendencia
- General de Policía.

El proceso para obtener la LUAE puede iniciarse a través de la página web del Municipio de Quito: [www.quito.gob.ec](http://www.quito.gob.ec), o con la presentación del formulario impreso lleno y firmado en cualquiera de las Administraciones Zonales

## ANEXO 8.1

### ACTIVOS FIJOS

<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>TOTAL</b>
Escritorios de oficina	8	\$ 700,00	\$ 5.600,00
sillas de oficina	8	\$ 120,00	\$ 960,00
juego de sala (recepción)	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
juego de comedor (reuniones)	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
archivadores	8	\$ 400,00	\$ 3.200,00
Recibidor (Counter) y cafetería	2	\$ 1.300,00	\$ 2.600,00
muebles aéreos	8	\$ 400,00	\$ 3.200,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 5.920,00</b>	<b>\$ 18.560,00</b>

<b>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>TOTAL</b>
Computadora portátil	5	\$ 700,00	\$ 3.500,00
Impresora	2	\$ 300,00	\$ 600,00
Teléfonos	6	\$ 40,00	\$ 240,00
Infocus	1	\$ 500,00	\$ 500,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 1.540,00</b>	<b>\$ 4.840,00</b>

**ACTIVOS INTANGIBLES**

<b>ACTIVOS INTANGIBLES</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Constitución</b>	1	\$ 800,00	\$ 800,00
<b>LUAE</b>	1	\$ 350,00	\$ 350,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 1.150,00</b>	<b>\$ 1.150,00</b>

**CAPITAL DE TRABAJO**

<b>Detalle Capital de Trabajo Inicial</b>	
Insumos de automatización	\$ 5.700
Servicios Básicos	\$ 300
Sueldos y Salarios	\$ 5.173,2
Comisiones	\$437
Marketing	\$ 700
Página web	\$ 70
Arriendos	\$ 700
Suministros de oficina y limpieza	\$ 300
<b>Capital de trabajo necesario 3 meses</b>	<b>\$34.575</b>

## ANEXO 8.2 INGRESOS ANUALES EMPRESA INMOBOTIC

INGRESOS ANUALES SISTEMAS DE AUTOMATIZACION DE VIVIENDA PARA FLUJO DE CAJA DE VALORACION						
PRODUCTO	CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sistemas de Seguridad	Cantidad	15	19	22	25	28
	Precio	2400	2415	2431	2446	2462
Precio 1	Subtotal	36000	45288	53478	61159	68937
Sistemas de iluminación	Cantidad	15	19	22	25	28
	Precio	2800	2818	2836	2854	2872
Precio 2	Subtotal	42000	52836	62391	71353	80426
Sistemas de temperatura	Cantidad	14	17	19	22	25
	Precio	2000	2013	2014	2015	2017
Precio 3	Subtotal	28000	33815	38268	44339	50418
Sistemas de Sonido	Cantidad	14	17	19	21	25
	Precio	1600	1610	1620	1630	1641
Precio 4	Subtotal	22400	27049	30784	34239	41018
	<b>TOTAL</b>	<b>128400</b>	<b>159304</b>	<b>168105</b>	<b>176000</b>	<b>183025</b>

INGRESOS ANUALES VENTA DE INMUEBLES PARA FLUJO DE CAJA DE VALORACION						
PRODUCTO	CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Viviendas Automáticas tipo A</b>						
Departamento	Cantidad	12	14	16	18	20
	Precio	4500	4500	4500	4500	4500
Precio 1	Subtotal	54000	63000	72000	81000	90000
Suite	Cantidad	1	2	4	6	8
	Precio	4000	4000	4000	4000	4000
Precio 2	Subtotal	4000	8000,008	16000	24000	32000
Viviendas	Cantidad	1	2	3	4	5
	Precio	7500	7500	7500	7500	7500
Precio 3	Subtotal	7500	15000	22500	30001	37502
	<b>TOTAL</b>	<b>65500</b>	<b>86000</b>	<b>111000</b>	<b>136000</b>	<b>161000</b>
<b>Viviendas Tradicionales tipo B</b>						
Departamento	Cantidad	12	14	16	18	20
	Precio	3200	3200	3200	3200	3200
Precio 4	Subtotal	38400	44800	51200	57600	64000
Vivienda	Cantidad	1	2	4	6	8
	Precio	4800	4800	4800	4800	4800
Precio 5	Subtotal	4800	9600	19200	28800	38400
Local Comercial	Cantidad	3	4	5	6	7
	Precio	2000	2000	2000	2000	2000
Precio 6	Subtotal	6000	8000	10000	12000	14000
	<b>TOTAL</b>	<b>49200</b>	<b>62400</b>	<b>80800</b>	<b>99200</b>	<b>117600</b>

CUADRO DE INGRESOS EMPRESA INMOBILIARIA INMOBOTIC					
PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5

<b>AUTOMATIZACION DE VIVIENDAS</b>	128400	159304	168105	176000	183025
<b>VIVIENDAS AUTOMATICAS</b>	65500	86000	111000	136000	161000
<b>VIVIENDAS TRADICIONALES</b>	49200	62400	80800	99200	117600
<b>INGRESOS</b>	<b>243100</b>	<b>307704</b>	<b>359905</b>	<b>411200</b>	<b>461625</b>

## ESTADO DE RESULTADOS ESCENARIO NORMAL

ESTADO DE RESULTADOS ESCENARIO NORMAL-APALANCADO					
	1	2	3	4	5
<b>INGRESOS</b>	<b>243,100</b>	<b>307,704</b>	<b>359,905</b>	<b>411,200</b>	<b>461,625</b>
AUTOMATIZACION DE VIVIENDAS	128,400	159,304	168,105	176,000	183,025
INMUEBLES TIPO A	65,500	86,000	111,000	136,000	161,000
INMUEBLES TIPO B	49,200	62,400	80,800	99,200	117,600
<b>COSTO DE VENTAS</b>	<b>112,471</b>	<b>151,894</b>	<b>168,832</b>	<b>192,450</b>	<b>216,463</b>
SERVICIOS BÁSICOS	1,200	1,200	1,266	1,326	1,379
COSTO DE AUTOMATIZACIONES	83,300	103,349	109,059	114,181	118,738
COMISIONES	5,080	6,560	6,922	7,248	7,537
PERSONAL OPERATIVO	22,891	40,785	51,584	69,696	88,809
<b>BENEFICIO BRUTO</b>	<b>130,629</b>	<b>155,810</b>	<b>191,073</b>	<b>218,750</b>	<b>245,163</b>
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>54,550</b>	<b>59,678</b>	<b>61,207</b>	<b>61,167</b>	<b>62,789</b>
GASTOS SERVICIOS BÁSICOS	2,682	3,335	3,335	3,335	3,335
GASTOS SUELDOS Y SALARIOS	46,469	50,944	52,472	54,046	55,668
DEPRECIACIONES	3,469	3,469	3,469	1,856	1,856
AMORTIZACIONES	230	230	230	230	230
SUMINISTROS DE OFICINA Y LIMPIEZA	1,700	1,700	1,700	1,700	1,700
<b>GASTOS DE VENTAS</b>	<b>30,200</b>	<b>28,800</b>	<b>29,883</b>	<b>30,854</b>	<b>31,719</b>
ARRIENDO	9,800	8,400	8,400	8,400	8,400
MARKETING	19,600	19,600	20,683	21,654	22,519
PAGINA WEB	800	800	800	800	800
<b>BENEFICIO OPERATIVO</b>	<b>45,879</b>	<b>67,332</b>	<b>99,984</b>	<b>126,728</b>	<b>150,655</b>
<b>UAI</b>	<b>45,879</b>	<b>67,332</b>	<b>99,984</b>	<b>126,728</b>	<b>150,655</b>
GASTOS FINANCIEROS	3.590	2.872	2.154	1.436	718
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	42.289	64.460	97.830	125.292	149.937
PARTICIPACIÓN LABORAL	6.343	9.669	14.674	18.794	22.491
<b>UTILIDAD ANTES IR</b>	<b>35.946</b>	<b>54.791</b>	<b>83.155</b>	<b>106.498</b>	<b>127.447</b>
IMPUESTO A LA RENTA	7.908	12.054	18.294	23.430	28.038
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$28.038</b>	<b>\$42.737</b>	<b>\$64.861</b>	<b>\$83.069</b>	<b>\$99.408</b>

## ESTADO DE RESULTADOS ESCENARIO PESIMISTA

ESTADO DE RESULTADO ESCENARIO PESIMISTA-APLANCADO					
	1	2	3	4	5
<b>INGRESOS</b>	<b>243,100</b>	<b>304,211</b>	<b>321,658</b>	<b>338,271</b>	<b>354,096</b>
AUTOMATIZACION DE VIVIENDAS	128,400	155,811	163,558	170,471	176,596
INMUEBLES TIPO A	65,500	86,000	90,500	95,000	99,500
INMUEBLES TIPO B	49,200	62,400	67,600	72,800	78,000
<b>COSTO DE VENTAS</b>	<b>112,471</b>	<b>149,628</b>	<b>165,839</b>	<b>188,780</b>	<b>212,171</b>
SERVICIOS BÁSICOS	1,200	1,200	1,260	1,313	1,360
COSTO DE AUTOMATIZACIONES	83,300	101,083	106,109	110,594	114,567
COMISIONES	5,080	6,560	6,886	7,177	7,435
PERSONAL OPERATIVO	22,891	40,785	51,584	69,696	88,809
<b>BENEFICIO BRUTO</b>	<b>130,629</b>	<b>154,583</b>	<b>155,819</b>	<b>149,491</b>	<b>141,925</b>
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>54.520</b>	<b>59.571</b>	<b>61.099</b>	<b>61.060</b>	<b>62.681</b>
GASTOS SERVICIOS BÁSICOS	2,652	3,228	3,228	3,228	3,228
GASTOS SUELDOS Y SALARIOS	46.469	50.944	52.472	54.046	55.668
DEPRECIACIONES	3,469	3,469	3,469	1,856	1,856
AMORTIZACIONES	230	230	230	230	230
SUMINISTROS DE OFICINA Y LIMPIEZA	1,700	1,700	1,700	1,700	1,700
<b>GASTOS DE VENTAS</b>	<b>30,200</b>	<b>28,800</b>	<b>29,775</b>	<b>30,644</b>	<b>31,415</b>
ARRIENDO	9,800	8,400	8,400	8,400	8,400
MARKETING	19,600	19,600	20,575	21,444	22,215
PAGINA WEB	800	800	800	800	800
<b>BENEFICIO OPERATIVO</b>	<b>45.909</b>	<b>66.212</b>	<b>64.946</b>	<b>57.787</b>	<b>47.829</b>
<b>UAI</b>	<b>45.909</b>	<b>66.212</b>	<b>64.946</b>	<b>57.787</b>	<b>47.829</b>
GASTOS FINANCIEROS	3.590	2.872	2.154	1.436	718
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	42.319	63.340	62.792	56.351	47.111
PARTICIPACIÓN LABORAL	6.348	9.501	9.419	8.453	7.067
<b>UTILIDAD ANTES IR</b>	<b>35.971</b>	<b>53.839</b>	<b>53.373</b>	<b>47.898</b>	<b>40.044</b>
IMPUESTO A LA RENTA	7.914	11.845	11.742	10.538	8.810
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$28.057</b>	<b>\$41.995</b>	<b>\$41.631</b>	<b>\$37.361</b>	<b>\$31.234</b>

## ESTADO DE RESULTADOS ESCENARIO OPTIMISTA

ESTADO DE RESULTADOS ESCENARIO OPTIMISTA-APALANCADO					
	1	2	3	4	5
<b>INGRESOS</b>	<b>243,100</b>	<b>311,296</b>	<b>405,996</b>	<b>499,723</b>	<b>592,502</b>
AUTOMATIZACION DE VIVIENDAS	128,400	162,896	172,796	181,723	189,702
INMUEBLES TIPO A	65,500	86,000	136,000	186,000	236,000
INMUEBLES TIPO B	49,200	62,400	97,200	132,000	166,800
<b>COSTO DE VENTAS</b>	<b>112,471</b>	<b>154,224</b>	<b>171,918</b>	<b>196,246</b>	<b>220,916</b>
SERVICIOS BÁSICOS	1,200	1,200	1,273	1,339	1,397
COSTO DE AUTOMATIZACIONES	83,300	105,680	112,102	117,893	123,070
COMISIONES	5,080	6,560	6,959	7,318	7,640
PERSONAL OPERATIVO	22,891	40,785	51,584	69,696	88,809
<b>BENEFICIO BRUTO</b>	<b>130,629</b>	<b>157,072</b>	<b>234,078</b>	<b>303,476</b>	<b>371,586</b>
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>54.581</b>	<b>59.790</b>	<b>61.318</b>	<b>61.279</b>	<b>62.900</b>
GASTOS SERVICIOS BÁSICOS	2,713	3,446	3,446	3,446	3,446
GASTOS SUELDOS Y SALARIOS	46.469	50.944	52.472	54.046	55.668
DEPRECIACIONES	3,469	3,469	3,469	1,856	1,856
AMORTIZACIONES	230	230	230	230	230
SUMINISTROS DE OFICINA Y LIMPIEZA	1,700	1,700	1,700	1,700	1,700
<b>GASTOS DE VENTAS</b>	<b>30,200</b>	<b>28,800</b>	<b>29,991</b>	<b>31,065</b>	<b>32,025</b>
ARRIENDO	9,800	8,400	8,400	8,400	8,400
MARKETING	19,600	19,600	20,791	21,865	22,825
PAGINA WEB	800	800	800	800	800
<b>BENEFICIO OPERATIVO</b>	<b>45.849</b>	<b>68.482</b>	<b>142.769</b>	<b>211.132</b>	<b>276.661</b>
<b>UAI</b>	<b>45.849</b>	<b>68.482</b>	<b>142.769</b>	<b>211.132</b>	<b>276.661</b>
GASTOS FINANCIEROS	3.590	2.872	2.154	1.436	718
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	42.258	65.610	140.615	209.696	275.943
PARTICIPACIÓN LABORAL	6.339	9.842	21.092	31.454	41.391
<b>UTILIDAD ANTES IR</b>	<b>35.920</b>	<b>55.769</b>	<b>119.523</b>	<b>178.242</b>	<b>234.552</b>
IMPUESTO A LA RENTA	7.902	12.269	26.295	39.213	51.601
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$28.017</b>	<b>\$43.500</b>	<b>\$93.228</b>	<b>\$139.029</b>	<b>\$182.950</b>

## ANEXO 8.3 PROYECCIONES ROLES DE PAGO PERSONAL ADMINISTRATIVO

## Personal Administrativo

ROL DE PAGOS				ROL DE PROVISIONES							TOTAL ANUAL	
CARGO	SBU mensual	Puestos	Total	Aporte Personal	Ingreso	Décimo Tercer	Décimo Cuarto	Fondo de Reserva	Vacaciones	Aporte Patronal	Total Provisiones	
Gerente General	1.000,00	1	12.000,00	1.122,00	10.878,00	1.000,00	340,00	-	453,25	1.338,00	3.131,25	14.009,25
Responsable Comercial	900,00	1	10.800,00	1.009,80	9.790,20	900,00	340,00	-	407,93	1.204,20	2.852,13	12.642,33
Contador	900,00	1	10.800,00	1.009,80	9.790,20	900,00	340,00	-	407,93	1.204,20	2.852,13	12.642,33
Responsable Relaciones Publicas y Marketing	500,00	1	6.000,00	561,00	5.439,00	500,00	340,00	-	226,63	669,00	1.735,63	7.174,63
<b>TOTAL</b>	<b>3.300,00</b>	<b>4,00</b>	<b>39.600,00</b>	<b>3.702,60</b>	<b>35.897,40</b>	<b>3.300,00</b>	<b>1.360,00</b>	<b>-</b>	<b>1.495,73</b>	<b>4.415,40</b>	<b>10.571,13</b>	<b>46.468,53</b>

ROL DE PAGOS										ROL DE PROVISIONES							TOTAL ANUAL
CARGO	SBU mensual	Puestos	Total	Aporte Personal	Ingreso	Décimo Tercer	Décimo Cuarto	Fondo de Reserva	Vacaciones	Aporte Patronal	Total Provisiones						
Gerente General	1.030,00	1	12.360,00	1.155,66	11.204,34	1.030,00	350,20	933,70	466,85	1.378,14	4.158,88	15.363,22					
Responsable Comercial	927,00	1	11.124,00	1.040,09	10.083,91	927,00	350,20	840,33	420,16	1.240,33	3.778,01	13.861,92					
Contador	927,00	1	11.124,00	1.040,09	10.083,91	927,00	350,20	840,33	420,16	1.240,33	3.778,01	13.861,92					
Responsable Relaciones Publicas Y Marketing	515,00	1	6.180,00	577,83	5.602,17	515,00	350,20	466,85	233,42	689,07	2.254,54	7.856,71					
<b>TOTAL</b>	<b>3.399,00</b>	<b>4,00</b>	<b>40.788,00</b>	<b>3.813,68</b>	<b>36.974,32</b>	<b>3.399,00</b>	<b>1.400,80</b>	<b>3.081,19</b>	<b>1.540,60</b>	<b>4.547,86</b>	<b>13.969,45</b>	<b>50.943,77</b>					

ROL DE PAGOS						ROL DE PROVISIONES						TOTAL ANUAL
CARGO	SBU mensual	Puestos	Total	Aporte Personal	Ingreso	Décimo Tercer	Décimo Cuarto	Fondo de Reserva	Vacaciones	Aporte Patronal	Total Provisiones	
Gerente General	1.060,90	1	12.730,80	1.190,33	11.540,47	1.060,90	360,71	961,71	480,85	1.419,48	4.283,65	15.824,12
Responsable Comercial	954,81	1	11.457,72	1.071,30	10.386,42	954,81	360,71	865,54	432,77	1.277,54	3.891,35	14.277,78
Contador	954,81	1	11.457,72	1.071,30	10.386,42	954,81	360,71	865,54	432,77	1.277,54	3.891,35	14.277,78
Responsable Relaciones Publicas y Marketing	530,45	1	6.365,40	595,16	5.770,24	530,45	360,71	480,85	240,43	709,74	2.322,18	8.092,41
<b>TOTAL</b>	<b>3.500,97</b>	<b>4,00</b>	<b>42.011,64</b>	<b>3.928,09</b>	<b>38.083,55</b>	<b>3.500,97</b>	<b>1.442,82</b>	<b>3.173,63</b>	<b>1.586,81</b>	<b>4.684,30</b>	<b>14.388,54</b>	<b>52.472,09</b>

ROL DE PAGOS							ROL DE PROVISIONES							TOTAL ANUAL
CARGO	SBU mensual	Puestos	Total	Aporte Personal	Ingreso	Décimo Tercer	Décimo Cuarto	Fondo de Reserva	Vacaciones	Aporte Patronal	Total Provisiones			
Gerente General	1.092,73	1	13.112,72	1.226,04	11.886,68	1.092,73	371,53	990,56	495,28	1.462,07	4.412,16	16.298,84		
Responsable Comercial	983,45	1	11.801,45	1.103,44	10.698,02	983,45	371,53	891,50	445,75	1.315,86	4.008,10	14.706,11		
Contador	983,45	1	11.801,45	1.103,44	10.698,02	983,45	371,53	891,50	445,75	1.315,86	4.008,10	14.706,11		
Responsable Relaciones Publicas y Marketing	546,36	1	6.556,36	613,02	5.943,34	546,36	371,53	495,28	247,64	731,03	2.391,84	8.335,18		
<b>TOTAL</b>	<b>3.606,00</b>	<b>4,00</b>	<b>43.271,99</b>	<b>4.045,93</b>	<b>39.226,06</b>	<b>3.606,00</b>	<b>1.486,11</b>	<b>3.268,84</b>	<b>1.634,42</b>	<b>4.824,83</b>	<b>14.820,19</b>	<b>54.046,25</b>		

ROL DE PAGOS										ROL DE PROVISIONES					TOTAL ANUAL
CARGO	SBU mensual	Puestos	Total	Aporte Personal	Ingreso	Décimo Tercer	Décimo Cuarto	Fondo de Reserva	Vacaciones	Aporte Patronal	Total Provisiones				
Gerente General	1.125,51	1	13.506,11	1.262,82	12.243,28	1.125,51	382,67	1.020,27	510,14	1.505,93	4.544,52	16.787,81			
Responsable Comercial	1.012,96	1	12.155,50	1.136,54	11.018,96	1.012,96	382,67	918,25	459,12	1.355,34	4.128,34	15.147,29			
Contador	1.012,96	1	12.155,50	1.136,54	11.018,96	1.012,96	382,67	918,25	459,12	1.355,34	4.128,34	15.147,29			
Responsable Relaciones Publicas y Marketing	562,75	1	6.753,05	631,41	6.121,64	562,75	382,67	510,14	255,07	752,97	2.463,60	8.585,24			
<b>TOTAL</b>	<b>3.714,18</b>	<b>4,00</b>	<b>44.570,15</b>	<b>4.167,31</b>	<b>40.402,84</b>	<b>3.714,18</b>	<b>1.530,69</b>	<b>3.366,90</b>	<b>1.683,45</b>	<b>4.969,57</b>	<b>15.264,80</b>	<b>55.667,64</b>			

ROL AÑO 5

<b>RESUMEN DE SUELDOS Y SALARIOS PERSONAL ADMINISTRATIVO</b>					
<b>RUBRO</b>	<b>AÑO</b>				
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Personal administrativo</b>	46.468,53	50.943,77	52.472,09	54.046,25	55.667,64
<b>TOTAL</b>	<b>46.468,53</b>	<b>50.943,77</b>	<b>52.472,09</b>	<b>54.046,25</b>	<b>55.667,64</b>

**PROYECCIONES ROLES DE PAGO PERSONAL OPERATIVO**

**Personal Operativo**

ROL DE PAGOS						ROL DE PROVISIONES						TOTAL ANUAL
CARGO	SBU mensual	Puestos	Total	Aporte Personal	Ingreso	Décimo Tercer	Décimo Cuarto	Fondo de Reserva	Vacaciones	Aporte Patronal	Total Provisiones	TOTAL ANUAL
Vendedores	600,00	2	14.400,00	1.346,40	13.053,60	1.200,00	680,00	-	543,90	1.605,60	4.029,50	17.083,10
Tecnico	400,00	1	4.800,00	448,80	4.351,20	400,00	340,00	-	181,30	535,20	1.456,50	5.807,70
<b>TOTAL</b>	<b>1.000,00</b>	<b>3,00</b>	<b>19.200,00</b>	<b>1.795,20</b>	<b>17.404,80</b>	<b>1.600,00</b>	<b>1.020,00</b>	<b>-</b>	<b>725,20</b>	<b>2.140,80</b>	<b>5.486,00</b>	<b>22.890,80</b>

ROL DE PAGOS						ROL DE PROVISIONES						TOTAL ANUAL
CARGO	SBU mensual	Puestos	Total	Aporte Personal	Ingreso	Décimo Tercer	Décimo Cuarto	Fondo de Reserva	Vacaciones	Aporte Patronal	Total Provisiones	TOTAL ANUAL
Vendedores	618,00	3	22.248,00	2.080,19	20.167,81	1.854,00	1.050,60	1.680,65	840,33	2.480,65	7.906,23	28.074,04
Tecnico	412,00	2	9.888,00	924,53	8.963,47	824,00	700,40	746,96	373,48	1.102,51	3.747,35	12.710,82
<b>TOTAL</b>	<b>1.030,00</b>	<b>5,00</b>	<b>32.136,00</b>	<b>3.004,72</b>	<b>29.131,28</b>	<b>2.678,00</b>	<b>1.751,00</b>	<b>2.427,61</b>	<b>1.213,80</b>	<b>3.583,16</b>	<b>11.653,57</b>	<b>40.784,86</b>

ROL AÑO 3												
ROL DE PAGOS						ROL DE PROVISIONES						TOTAL ANUAL
CARGO	SBU mensual	Puestos	Total	Aporte Personal	Ingresos	Décimo Tercer	Décimo Cuarto	Fondo de Reserva	Vacaciones	Aporte Patronal	Total Provisiones	
Vendedores	636,54	4	30.553,92	2.856,79	27.697,13	2.546,16	1.400,80	2.308,09	1.154,05	3.406,76	10.815,86	38.512,99
Técnicos	424,36	2	10.184,64	952,26	9.232,38	848,72	700,40	769,36	384,68	1.135,59	3.838,75	13.071,13
<b>TOTAL</b>	<b>1.060,90</b>	<b>6,00</b>	<b>40.738,56</b>	<b>3.809,06</b>	<b>36.929,50</b>	<b>3.394,88</b>	<b>2.101,20</b>	<b>3.077,46</b>	<b>1.538,73</b>	<b>4.542,35</b>	<b>14.654,62</b>	<b>51.584,12</b>

ROL AÑO 4												
ROL DE PAGOS						ROL DE PROVISIONES						TOTAL ANUAL
CARGO	SBU mensual	Puestos	Total	Aporte Personal	Ingresos	Décimo Tercer	Décimo Cuarto	Fondo de Reserva	Vacaciones	Aporte Patronal	Total Provisiones	
Vendedores	655,64	5	39.338,17	3.678,12	35.660,05	3.278,18	1.751,00	2.971,67	1.485,84	4.386,21	13.872,89	49.532,95
Técnicos	437,09	3	15.735,27	1.471,25	14.264,02	1.311,27	1.050,60	1.188,67	594,33	1.754,48	5.899,36	20.163,38
<b>TOTAL</b>	<b>1.092,73</b>	<b>8,00</b>	<b>55.073,44</b>	<b>5.149,37</b>	<b>49.924,07</b>	<b>4.589,45</b>	<b>2.801,60</b>	<b>4.160,34</b>	<b>2.080,17</b>	<b>6.140,69</b>	<b>19.772,25</b>	<b>69.696,33</b>

ROL DE PAGOS				ROL DE PROVISIONES							TOTAL ANUAL	
CARGO	SBU mensual	Puestos	Total	Aporte Personal	Ingreso	Décimo Tercer	Décimo Cuarto	Fondo de Reserva	Vacaciones	Aporte Patronal	Total Provisiones	
Vendedores	675,31	6	48.621,98	4.546,16	44.075,83	4.051,83	2.101,20	3.672,99	1.836,49	5.421,35	17.083,86	61.159,69
Tecnico	450,20	4	21.609,77	2.020,51	19.589,26	1.800,81	1.400,80	1.632,44	816,22	2.409,49	8.059,76	27.649,02
<b>TOTAL</b>	<b>1.125,51</b>	<b>10,00</b>	<b>70.231,75</b>	<b>6.566,67</b>	<b>63.665,08</b>	<b>5.852,65</b>	<b>3.502,00</b>	<b>5.305,42</b>	<b>2.652,71</b>	<b>7.830,84</b>	<b>25.143,62</b>	<b>88.808,70</b>

RESUMEN DE SUELDOS Y SALARIOS PERSONAL OPERATIVO					
RUBRO	AÑO				
	1	2	3	4	5
Personal Operativo	22.890,80	40.784,86	51.584,12	69.696,33	88.808,70
<b>TOTAL</b>	<b>22.890,80</b>	<b>40.784,86</b>	<b>51.584,12</b>	<b>69.696,33</b>	<b>88.808,70</b>

## ANEXO 8.4 FLUJO DE CAJA ESCENARIO NORMAL

		AÑO 0	\$ 1	\$ 2	\$ 3	\$ 4	\$ 5
<b>INGRESOS</b>			<b>243.100</b>	<b>307.704</b>	<b>359.905</b>	<b>411.200</b>	<b>461.625</b>
COSTOS			112.471	151.894	168.832	192.450	216.463
GASTOS			84.750	88.478	91.090	92.022	94.508
<b>TOTAL EGRESOS</b>			<b>197.221</b>	<b>240.372</b>	<b>259.921</b>	<b>284.472</b>	<b>310.970</b>
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>			<b>45.879</b>	<b>67.332</b>	<b>99.984</b>	<b>126.728</b>	<b>150.655</b>
Gastos Financieros			3.590	2.872	2.154	1.436	718
Utilidad Antes de Impuestos			42.289	64.460	97.830	125.292	149.937
Participación Laboral			6.343	9.669	14.674	18.794	22.491
UTILIDAD ANTES IR			35.946	54.791	83.155	106.498	127.447
Impuesto a la Renta			7.908	12.054	18.294	23.430	28.038
<b>UTILIDAD NETA</b>			<b>28.038</b>	<b>42.737</b>	<b>64.861</b>	<b>83.069</b>	<b>99.408</b>
<b>FLUJO DE CAJA OPERATIVO (FCO)</b>							
U Neta			28.038	42.737	64.861	83.069	99.408
Gastos Financieros			3.590	2.872	2.154	1.436	718
Depreciaciones			3.469	3.469	3.469	1.856	1.856
Amortizaciones			230	230	230	230	230
Escudo Fiscal			1.301	1.041	781	521	260
<b>TOTAL FCO</b>			<b>34.026</b>	<b>48.267</b>	<b>69.934</b>	<b>86.070</b>	<b>101.952</b>
<b>FLUJO DE CAJA DE INVERSIONES (FCI)</b>							
Activos Fijos		(23.400)	0	0	0	0	0
Activos Intangibles		(1.150)	0	0	0	0	0
Inversión CT		(34.575)					
Variaciones de CT			(39.900)	(2.847)	(20.530)	(7.694)	(7.564)
Recuperación AF							12.436
<b>TOTAL FCI</b>		<b>(59.125)</b>	<b>(39.900)</b>	<b>(2.847)</b>	<b>(20.530)</b>	<b>(7.694)</b>	<b>4.872</b>
<b>FC LIBRE</b>		<b>(59.125)</b>	<b>(5.874)</b>	<b>45.420</b>	<b>49.403</b>	<b>78.376</b>	<b>106.824</b>
<b>FC LIBRE Acumulado</b>		<b>(59.125)</b>	<b>(64.999)</b>	<b>(19.579)</b>	<b>29.824</b>	<b>108.200</b>	<b>215.024</b>
VAN	76.838						
Max Exposición	(64.999)						
TIR	50,95%						
CPPC	20,00%						
Período de Recuperación	2,4						
<b>FLUJO DE CAJA DE CAPITAL</b>							
Escudo Fiscal		0	1.301	1.041	781	521	260
<b>TOTAL FCC</b>		<b>(59.125)</b>	<b>(4.573)</b>	<b>46.461</b>	<b>50.184</b>	<b>78.896</b>	<b>107.084</b>
<b>FC CAPITAL Acumulado</b>		<b>(59.125)</b>	<b>(63.698)</b>	<b>(17.237)</b>	<b>32.947</b>	<b>111.844</b>	<b>218.928</b>
VAN	98.565						
Max Exposición	(63.698)						
TIR	52,18%						
CPPC	15,92%						
Período de Recuperación	2,3						

## FLUJO DE CAJA ESCENARIO PESIMISTA

		AÑO 0	\$ 1	\$ 2	\$ 3	\$ 4	\$ 5
<b>INGRESOS</b>			<b>243.100</b>	<b>304.211</b>	<b>321.658</b>	<b>338.271</b>	<b>354.096</b>
COSTOS			112.471	149.628	165.839	188.780	212.171
GASTOS			84.720	88.371	90.874	91.704	94.096
<b>TOTAL EGRESOS</b>			<b>197.191</b>	<b>237.998</b>	<b>256.713</b>	<b>280.484</b>	<b>306.267</b>
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>			<b>45.909</b>	<b>66.212</b>	<b>64.946</b>	<b>57.787</b>	<b>47.829</b>
Gastos Financieros			3.590	2.872	2.154	1.436	718
Utilidad Antes de Impuestos			42.319	63.340	62.792	56.351	47.111
Participación Laboral			6.348	9.501	9.419	8.453	7.067
UTILIDAD ANTES IR			35.971	53.839	53.373	47.898	40.044
Impuesto a la Renta			7.914	11.845	11.742	10.538	8.810
<b>UTILIDAD NETA</b>			<b>28.057</b>	<b>41.995</b>	<b>41.631</b>	<b>37.361</b>	<b>31.234</b>
<b>FLUJO DE CAJA OPERATIVO (FCO)</b>							
U Neta			28.057	41.995	41.631	37.361	31.234
Gastos Financieros			3.590	2.872	2.154	1.436	718
Depreciaciones			3.469	3.469	3.469	1.856	1.856
Amortizaciones			230	230	230	230	230
Escudo Fiscal			1.301	1.041	781	521	260
<b>TOTAL FCO</b>			<b>34.045</b>	<b>47.525</b>	<b>46.703</b>	<b>40.362</b>	<b>33.778</b>
<b>FLUJO DE CAJA DE INVERSIONES (FCI)</b>							
Activos Fijos		(23.400)	0	0	0	0	0
Activos Intangibles		(1.150)	0	0	0	0	0
Inversión CT		(34.575)					
Variaciones de CT			(39.900)	(3.108)	(16.312)	(2.492)	(2.374)
<b>TOTAL FCI</b>		<b>(59.125)</b>	<b>(39.900)</b>	<b>(3.108)</b>	<b>(16.312)</b>	<b>(2.492)</b>	<b>10.062</b>
<b>FC LIBRE</b>		<b>(59.125)</b>	<b>(5.855)</b>	<b>44.417</b>	<b>30.392</b>	<b>37.870</b>	<b>43.840</b>
<b>FC LIBRE Acumulado</b>		<b>(59.125)</b>	<b>(64.980)</b>	<b>(20.563)</b>	<b>9.829</b>	<b>47.699</b>	<b>91.539</b>
VAN	20.310						
Max Exposición	(64.980)						
TIR	31,02%						
CPPC	20,00%						
Período de Recuperación	2,7						
<b>FLUJO DE CAJA DE CAPITAL</b>							
Escudo Fiscal		0	1.301	1.041	781	521	260
<b>TOTAL FCC</b>		<b>(59.125)</b>	<b>(4.553)</b>	<b>45.458</b>	<b>31.172</b>	<b>38.391</b>	<b>44.101</b>
<b>FC CAPITAL Acumulado</b>		<b>(59.125)</b>	<b>(63.678)</b>	<b>(18.220)</b>	<b>12.952</b>	<b>51.343</b>	<b>95.444</b>
VAN	33.113						
Max Exposición	(63.678)						
TIR	32,49%						
CPPC	15,92%						
Período de Recuperación	2,6						

## FLUJO DE CAJA ESCENARIO OPTIMISTA

		AÑO 0	1	2	3	4	5
<b>INGRESOS</b>			<b>243.100</b>	<b>311.296</b>	<b>405.996</b>	<b>499.723</b>	<b>592.502</b>
COSTOS			112.471	154.224	171.918	196.246	220.916
GASTOS			84.781	88.590	91.309	92.344	94.925
<b>TOTAL EGRESOS</b>			<b>197.251</b>	<b>242.814</b>	<b>263.227</b>	<b>288.590</b>	<b>315.841</b>
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>			<b>45.849</b>	<b>68.482</b>	<b>142.769</b>	<b>211.132</b>	<b>276.661</b>
Gastos Financieros			3.590	2.872	2.154	1.436	718
Utilidad Antes de Impuestos			42.258	65.610	140.615	209.696	275.943
Participación Laboral			6.339	9.842	21.092	31.454	41.391
UTILIDAD ANTES IR			35.920	55.769	119.523	178.242	234.552
Impuesto a la Renta			7.902	12.269	26.295	39.213	51.601
<b>UTILIDAD NETA</b>			<b>28.017</b>	<b>43.500</b>	<b>93.228</b>	<b>139.029</b>	<b>182.950</b>
<b>FLUJO DE CAJA OPERATIVO (FCO)</b>							
U Neta			28.017	43.500	93.228	139.029	182.950
Gastos Financieros			3.590	2.872	2.154	1.436	718
Depreciaciones			3.469	3.469	3.469	1.856	1.856
Amortizaciones			230	230	230	230	230
Escudo Fiscal			1.301	1.041	781	521	260
<b>TOTAL FCO</b>			<b>34.005</b>	<b>49.030</b>	<b>98.300</b>	<b>142.030</b>	<b>185.494</b>
<b>FLUJO DE CAJA DE INVERSIONES (FCI)</b>							
Activos Fijos		(23.400)	0	0	0	0	0
Activos Intangibles		(1.150)	0	0	0	0	0
Inversión CT		(34.575)					
Variaciones de CT			(39.900)	(2.575)	(25.860)	(14.059)	(13.917)
<b>TOTAL FCI</b>		<b>(59.125)</b>	<b>(39.900)</b>	<b>(2.575)</b>	<b>(25.860)</b>	<b>(14.059)</b>	<b>(1.481)</b>
<b>FC LIBRE</b>		<b>(59.125)</b>	<b>(5.895)</b>	<b>46.455</b>	<b>72.440</b>	<b>127.971</b>	<b>184.013</b>
<b>FC LIBRE Acumulado</b>		<b>(59.125)</b>	<b>(65.020)</b>	<b>(18.565)</b>	<b>53.875</b>	<b>181.846</b>	<b>365.859</b>
VAN	145.810						
Max Exposición	(65.020)						
TIR	67,14%						
CPPC	20,00%						
Período de Recuperación	2,3						
<b>FLUJO DE CAJA DE CAP.</b>							
Escudo Fiscal		0	1.301	1.041	781	521	260
<b>TOTAL FCC</b>		<b>(59.125)</b>	<b>(4.593)</b>	<b>47.496</b>	<b>73.221</b>	<b>128.492</b>	<b>184.273</b>
<b>FC CAPITAL Acumulado</b>		<b>(59.125)</b>	<b>(63.718)</b>	<b>(16.222)</b>	<b>56.999</b>	<b>185.490</b>	<b>369.763</b>
VAN	178.444						
Max Exposición	(63.718)						
TIR	68,25%						
CPPC	15,92%						
Período de Recuperación	2,2						

## ANEXO 8.5 BALANCE GENERAL ESCENARIO NORMAL

	0	1	2	3	4	5
<b>Activos</b>	<b>64.825,0</b>	<b>93.832,5</b>	<b>130.404,4</b>	<b>189.658,6</b>	<b>268.423,9</b>	<b>363.482,1</b>
<b>Activo Corriente</b>	<b>34.575,0</b>	<b>67.281,8</b>	<b>107.553,0</b>	<b>170.506,6</b>	<b>251.357,9</b>	<b>348.502,1</b>
<b>Disponible en Caja</b>	<b>34.575,0</b>	<b>21.681,8</b>	<b>64.132,4</b>	<b>107.432,6</b>	<b>180.162,9</b>	<b>269.363,4</b>
Caja	1.000,0	1.000,0	1.000,0	1.000,0	1.000,0	1.000,0
Efectivo	1.000,0	1.000,0	1.000,0	1.000,0	1.000,0	1.000,0
Bancos	33.575,0	20.681,8	63.132,4	106.432,6	179.162,9	268.363,4
Cuenta Corriente	33.575,0	20.681,8	63.132,4	106.432,6	179.162,9	268.363,4
<b>Cuentas por Cobrar Clientes</b>	<b>0,0</b>	<b>34.200,0</b>	<b>33.455,4</b>	<b>53.985,8</b>	<b>61.680,0</b>	<b>69.243,8</b>
Cuentas por Cobrar Clientes	0,0	34.200,0	33.455,4	53.985,8	61.680,0	69.243,8
<b>Inventarios</b>	<b>0,0</b>	<b>11.400,0</b>	<b>11.151,8</b>	<b>9.088,2</b>	<b>9.515,0</b>	<b>9.894,9</b>
Inventarios de Materias	0,0	11.400,0	11.151,8	9.088,2	9.515,0	9.894,9
<b>Activos Fijos</b>	<b>23.400,0</b>	<b>23.400,0</b>	<b>23.400,0</b>	<b>23.400,0</b>	<b>23.400,0</b>	<b>23.400,0</b>
MUEBLES Y ENSERES	18.560,0	18.560,0	18.560,0	18.560,0	18.560,0	18.560,0
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	4.840,0	4.840,0	4.840,0	4.840,0	4.840,0	4.840,0
<b>Depreciaciones</b>	<b>0,0</b>	<b>3.469,3</b>	<b>3.469,3</b>	<b>3.469,3</b>	<b>1.856,0</b>	<b>1.856,0</b>
<b>Depreciaciones Acum. A. Fijos</b>	<b>0,0</b>	<b>3.469,3</b>	<b>6.938,7</b>	<b>10.408,0</b>	<b>12.264,0</b>	<b>14.120,0</b>
<b>ACTIVOS INTANGIBLES</b>	<b>1.150,0</b>	<b>1.150,0</b>	<b>1.150,0</b>	<b>1.150,0</b>	<b>1.150,0</b>	<b>1.150,0</b>
<b>Amortizaciones</b>	<b>0,0</b>	<b>230,0</b>	<b>230,0</b>	<b>230,0</b>	<b>230,0</b>	<b>230,0</b>
<b>Amortizaciones Acum. A. Intan</b>	<b>0,0</b>	<b>230,0</b>	<b>460,0</b>	<b>690,0</b>	<b>920,0</b>	<b>1.150,0</b>
<b>Pasivos</b>	<b>29.350,0</b>	<b>30.320,0</b>	<b>25.341,8</b>	<b>18.548,2</b>	<b>14.245,0</b>	<b>9.894,9</b>
<b>Pasivo Corriente</b>	<b>5.700,0</b>	<b>11.400,0</b>	<b>11.151,8</b>	<b>9.088,2</b>	<b>9.515,0</b>	<b>9.894,9</b>
<b>DCP</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
<b>Cuentas por Pagar Proveedores</b>	<b>5.700,0</b>	<b>11.400,0</b>	<b>11.151,8</b>	<b>9.088,2</b>	<b>9.515,0</b>	<b>9.894,9</b>
Proveedores locales	5.700,0	11.400,0	11.151,8	9.088,2	9.515,0	9.894,9
<b>Pasivo Largo Plazo</b>	<b>23.650,0</b>	<b>18.920,0</b>	<b>14.190,0</b>	<b>9.460,0</b>	<b>4.730,0</b>	<b>0,0</b>
Préstamos	23.650,0	18.920,0	14.190,0	9.460,0	4.730,0	0,0
<b>Patrimonio</b>	<b>35.475,0</b>	<b>63.512,5</b>	<b>105.062,5</b>	<b>171.110,3</b>	<b>254.178,9</b>	<b>353.587,2</b>
<b>Capital Social</b>	<b>35.475,0</b>	<b>35.475,0</b>	<b>35.475,0</b>	<b>35.475,0</b>	<b>35.475,0</b>	<b>35.475,0</b>
<b>Utilidad / Pérdida</b>	<b>0,0</b>	<b>28.037,5</b>	<b>42.736,7</b>	<b>64.861,2</b>	<b>83.068,5</b>	<b>99.408,4</b>
<b>Utilidades Retenidas</b>	<b>0,0</b>	<b>28.037,5</b>	<b>70.774,2</b>	<b>135.635,3</b>	<b>218.703,9</b>	<b>318.112,2</b>
<b>Total Pasivo + Patrimonio</b>	<b>64.825,0</b>	<b>93.832,5</b>	<b>130.404,4</b>	<b>189.658,6</b>	<b>268.423,9</b>	<b>363.482,1</b>

## BALANCE GENERAL ESCENARIO PESIMISTA

	0	1	2	3	4	5
<b>Activos</b>	<b>64.825,0</b>	<b>93.852,4</b>	<b>129.043,1</b>	<b>165.460,2</b>	<b>198.464,6</b>	<b>225.300,2</b>
<b>Activo Corriente</b>	<b>34.575,0</b>	<b>67.301,7</b>	<b>106.191,8</b>	<b>146.308,2</b>	<b>181.398,6</b>	<b>210.320,2</b>
<b>Disponible en Caja</b>	<b>34.575,0</b>	<b>21.701,7</b>	<b>64.928,7</b>	<b>89.217,1</b>	<b>121.441,7</b>	<b>147.658,6</b>
Caja	1.000,0	1.000,0	1.000,0	1.000,0	1.000,0	1.000,0
Efectivo	1.000,0	1.000,0	1.000,0	1.000,0	1.000,0	1.000,0
Bancos	33.575,0	20.701,7	63.928,7	88.217,1	120.441,7	146.658,6
Cuenta Corriente	33.575,0	20.701,7	63.928,7	88.217,1	120.441,7	146.658,6
<b>Cuentas por Cobrar Clientes</b>	<b>0,0</b>	<b>34.200,0</b>	<b>31.936,9</b>	<b>48.248,7</b>	<b>50.740,7</b>	<b>53.114,4</b>
Cuentas por Cobrar Clientes	0,0	34.200,0	31.936,9	48.248,7	50.740,7	53.114,4
<b>Inventarios</b>	<b>0,0</b>	<b>11.400,0</b>	<b>10.645,6</b>	<b>8.842,4</b>	<b>9.216,2</b>	<b>9.547,3</b>
Inventarios de Materias	0,0	11.400,0	10.645,6	8.842,4	9.216,2	9.547,3
<b>Activos Fijos</b>	<b>23.400,0</b>	<b>23.400,0</b>	<b>23.400,0</b>	<b>23.400,0</b>	<b>23.400,0</b>	<b>23.400,0</b>
MUEBLES Y ENSERES	18.560,0	18.560,0	18.560,0	18.560,0	18.560,0	18.560,0
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	4.840,0	4.840,0	4.840,0	4.840,0	4.840,0	4.840,0
<b>Depreciaciones</b>	<b>0,0</b>	<b>3.469,3</b>	<b>3.469,3</b>	<b>3.469,3</b>	<b>1.856,0</b>	<b>1.856,0</b>
<b>Depreciaciones Acum. A. Fijos</b>	<b>0,0</b>	<b>3.469,3</b>	<b>6.938,7</b>	<b>10.408,0</b>	<b>12.264,0</b>	<b>14.120,0</b>
<b>ACTIVOS INTANGIBLES</b>	<b>1.150,0</b>	<b>1.150,0</b>	<b>1.150,0</b>	<b>1.150,0</b>	<b>1.150,0</b>	<b>1.150,0</b>
<b>Amortizaciones</b>	<b>0,0</b>	<b>230,0</b>	<b>230,0</b>	<b>230,0</b>	<b>230,0</b>	<b>230,0</b>
<b>Amortizaciones Acum. A. Intan</b>	<b>0,0</b>	<b>230,0</b>	<b>460,0</b>	<b>690,0</b>	<b>920,0</b>	<b>1.150,0</b>
<b>Pasivos</b>	<b>29.350,0</b>	<b>30.320,0</b>	<b>24.835,6</b>	<b>18.302,4</b>	<b>13.946,2</b>	<b>9.547,3</b>
<b>Pasivo Corriente</b>	<b>5.700,0</b>	<b>11.400,0</b>	<b>10.645,6</b>	<b>8.842,4</b>	<b>9.216,2</b>	<b>9.547,3</b>
<b>DCP</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
<b>Cuentas por Pagar Proveedores</b>	<b>5.700,0</b>	<b>11.400,0</b>	<b>10.645,6</b>	<b>8.842,4</b>	<b>9.216,2</b>	<b>9.547,3</b>
Proveedores locales	5.700,0	11.400,0	10.645,6	8.842,4	9.216,2	9.547,3
<b>Pasivo Largo Plazo</b>	<b>23.650,0</b>	<b>18.920,0</b>	<b>14.190,0</b>	<b>9.460,0</b>	<b>4.730,0</b>	<b>0,0</b>
Préstamos	23.650,0	18.920,0	14.190,0	9.460,0	4.730,0	0,0
<b>Patrimonio</b>	<b>35.475,0</b>	<b>63.532,4</b>	<b>104.207,4</b>	<b>147.157,8</b>	<b>184.518,4</b>	<b>215.752,9</b>
<b>Capital Social</b>	<b>35.475,0</b>	<b>35.475,0</b>	<b>35.475,0</b>	<b>35.475,0</b>	<b>35.475,0</b>	<b>35.475,0</b>
<b>Utilidad / Pérdida</b>	<b>0,0</b>	<b>28.057,4</b>	<b>41.994,6</b>	<b>41.630,8</b>	<b>37.360,6</b>	<b>31.234,5</b>
<b>Utilidades Retenidas</b>	<b>0,0</b>	<b>28.057,4</b>	<b>70.052,0</b>	<b>111.682,8</b>	<b>149.043,4</b>	<b>180.277,9</b>
<b>Total Pasivo + Patrimonio</b>	<b>64.825,0</b>	<b>93.852,4</b>	<b>129.043,1</b>	<b>165.460,2</b>	<b>198.464,6</b>	<b>225.300,2</b>

## BALANCE GENERAL ESCENARIO OPTIMISTA

	0	1	2	3	4	5
<b>Activos</b>	<b>64.825,0</b>	<b>93.812,4</b>	<b>131.812,7</b>	<b>219.021,6</b>	<b>353.802,7</b>	<b>532.454,3</b>
<b>Activo Corriente</b>	<b>34.575,0</b>	<b>67.261,7</b>	<b>108.961,4</b>	<b>199.869,6</b>	<b>336.736,7</b>	<b>517.474,3</b>
<b>Disponible en Caja</b>	<b>34.575,0</b>	<b>21.661,7</b>	<b>63.291,6</b>	<b>129.628,3</b>	<b>251.953,9</b>	<b>418.343,1</b>
Caja	1.000,0	1.000,0	1.000,0	1.000,0	1.000,0	1.000,0
Efectivo	1.000,0	1.000,0	1.000,0	1.000,0	1.000,0	1.000,0
Bancos	33.575,0	20.661,7	62.291,6	128.628,3	250.953,9	417.343,1
Cuenta Corriente	33.575,0	20.661,7	62.291,6	128.628,3	250.953,9	417.343,1
<b>Cuentas por Cobrar Clientes</b>	<b>0,0</b>	<b>34.200,0</b>	<b>35.038,9</b>	<b>60.899,4</b>	<b>74.958,4</b>	<b>88.875,3</b>
Cuentas por Cobrar Clientes	0,0	34.200,0	35.038,9	60.899,4	74.958,4	88.875,3
<b>Inventarios</b>	<b>0,0</b>	<b>11.400,0</b>	<b>11.679,6</b>	<b>9.341,8</b>	<b>9.824,4</b>	<b>10.255,8</b>
Inventarios de Materias	0,0	11.400,0	11.679,6	9.341,8	9.824,4	10.255,8
<b>Activos Fijos</b>	<b>23.400,0</b>	<b>23.400,0</b>	<b>23.400,0</b>	<b>23.400,0</b>	<b>23.400,0</b>	<b>23.400,0</b>
MUEBLES Y ENSERES	18.560,0	18.560,0	18.560,0	18.560,0	18.560,0	18.560,0
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	4.840,0	4.840,0	4.840,0	4.840,0	4.840,0	4.840,0
<b>Depreciaciones</b>	<b>0,0</b>	<b>3.469,3</b>	<b>3.469,3</b>	<b>3.469,3</b>	<b>1.856,0</b>	<b>1.856,0</b>
Depreciaciones Acum. A. Fijos	0,0	3.469,3	6.938,7	10.408,0	12.264,0	14.120,0
<b>ACTIVOS INTANGIBLES</b>	<b>1.150,0</b>	<b>1.150,0</b>	<b>1.150,0</b>	<b>1.150,0</b>	<b>1.150,0</b>	<b>1.150,0</b>
Amortizaciones	0,0	230,0	230,0	230,0	230,0	230,0
Amortizaciones Acum. A. Intan	0,0	230,0	460,0	690,0	920,0	1.150,0
<b>Pasivos</b>	<b>29.350,0</b>	<b>30.320,0</b>	<b>25.869,6</b>	<b>18.801,8</b>	<b>14.554,4</b>	<b>10.255,8</b>
<b>Pasivo Corriente</b>	<b>5.700,0</b>	<b>11.400,0</b>	<b>11.679,6</b>	<b>9.341,8</b>	<b>9.824,4</b>	<b>10.255,8</b>
<b>DCP</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
<b>Cuentas por Pagar Proveedores</b>	<b>5.700,0</b>	<b>11.400,0</b>	<b>11.679,6</b>	<b>9.341,8</b>	<b>9.824,4</b>	<b>10.255,8</b>
Proveedores locales	5.700,0	11.400,0	11.679,6	9.341,8	9.824,4	10.255,8
<b>Pasivo Largo Plazo</b>	<b>23.650,0</b>	<b>18.920,0</b>	<b>14.190,0</b>	<b>9.460,0</b>	<b>4.730,0</b>	<b>0,0</b>
Préstamos	23.650,0	18.920,0	14.190,0	9.460,0	4.730,0	0,0
<b>Patrimonio</b>	<b>35.475,0</b>	<b>63.492,4</b>	<b>105.943,1</b>	<b>200.219,7</b>	<b>339.248,3</b>	<b>522.198,4</b>
<b>Capital Social</b>	<b>35.475,0</b>	<b>35.475,0</b>	<b>35.475,0</b>	<b>35.475,0</b>	<b>35.475,0</b>	<b>35.475,0</b>
<b>Utilidad / Pérdida</b>	<b>0,0</b>	<b>28.017,4</b>	<b>43.499,5</b>	<b>93.227,8</b>	<b>139.028,6</b>	<b>182.950,2</b>
<b>Utilidades Retenidas</b>	<b>0,0</b>	<b>28.017,4</b>	<b>71.516,9</b>	<b>164.744,7</b>	<b>303.773,3</b>	<b>486.723,4</b>
<b>Total Pasivo + Patrimonio</b>	<b>64.825,0</b>	<b>93.812,4</b>	<b>131.812,7</b>	<b>219.021,6</b>	<b>353.802,7</b>	<b>532.454,3</b>

## ANEXO 8.6 AMORTIZACION DE LA DEUDA

## AMORTIZACION DEUDA

Año	Saldo Inicial	Interés	Capital	Cuotas
	\$ 23.650			
1	\$ 18.920	\$ 3.590	\$ 4.730	\$ 8.320
2	\$ 14.190	\$ 2.872	\$ 4.730	\$ 7.602
3	\$ 9.460	\$ 2.154	\$ 4.730	\$ 6.884
4	\$ 4.730	\$ 1.436	\$ 4.730	\$ 6.166
5	\$ -	\$ 718	\$ 4.730	\$ 5.448

## ANEXO 8.7 DEPRECIACION ACTIVOS FIJOS

Años	Inversiones	Depreciación MUEBLES Y ENSERES				
		1	2	3	4	5
0	\$ 18.560,00	\$ 1.856,00	\$ 1.856,00	\$ 1.856,00	\$ 1.856,00	\$ 1.856,00
1			\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
2				\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
3					\$ 0,00	\$ 0,00
4						\$ 0,00
5						
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 18.560,00</b>	<b>\$ 1.856,00</b>	<b>\$ 1.856,00</b>	<b>\$ 1.856,00</b>	<b>\$ 1.856,00</b>	<b>\$ 1.856,00</b>

Años	Inversiones	Depreciación EQUIPOS DE COMPUTADORA				
		1	2	3	4	5
0	\$ 4.840,00	\$ 1.613,33	\$ 1.613,33	\$ 1.613,33		
1			\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	
2				\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
3					\$ 0,00	\$ 0,00
4						\$ 0,00
5						
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 4.840,00</b>	<b>\$ 1.613,33</b>	<b>\$ 1.613,33</b>	<b>\$ 1.613,33</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>

### AMORTIZACION ACTIVOS INTANGIBLES

Años	Inversiones	Amortización ACTIVOS INTANGIBLES				
		1	2	3	4	5
0	\$ 1.150,00	\$ 230,00	\$ 230,00	\$ 230,00	\$ 230,00	\$ 230,00
1			\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
2				\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
3					\$ 0,00	\$ 0,00
4						\$ 0,00
5						
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.150,00</b>	<b>\$ 230,00</b>	<b>\$ 230,00</b>	<b>\$ 230,00</b>	<b>\$ 230,00</b>	<b>\$ 230,00</b>

## ANEXO 3.4

### SOPORTE DE A SEGMENTACIÓN

#### Ingresos por familia según estrato Social Ingresos y Gastos

ESTRATO SOCIAL	Rango de Ingresos
ALTA	\$2991.60 - \$25754.40
MEDIA-ALTA	\$1813.56 - \$2989.16
MEDIO TIPICO	\$-1229.60 - \$1813.20
MEDIO-BAJO	\$783.36 - \$1229.40
BAJA	\$29.00 - \$783.24

Fuente: INEC, (2013)

#### Porcentaje de personas con viviendas propias, arrendadas.

Indicadores	Nacional	Área	
		Urbana	Rural
Total de hogares	3.923.123	2.666.886	1.256.238
Viviendas propias	64,9%	59,4%	76,5%
Viviendas en arriendo/anticresis	17,0%	23,3%	3,5%
Viviendas con abastecimiento de agua por red pública	73,7%	88,4%	42,6%
Viviendas sin energía	1,8%	0,3%	5,1%

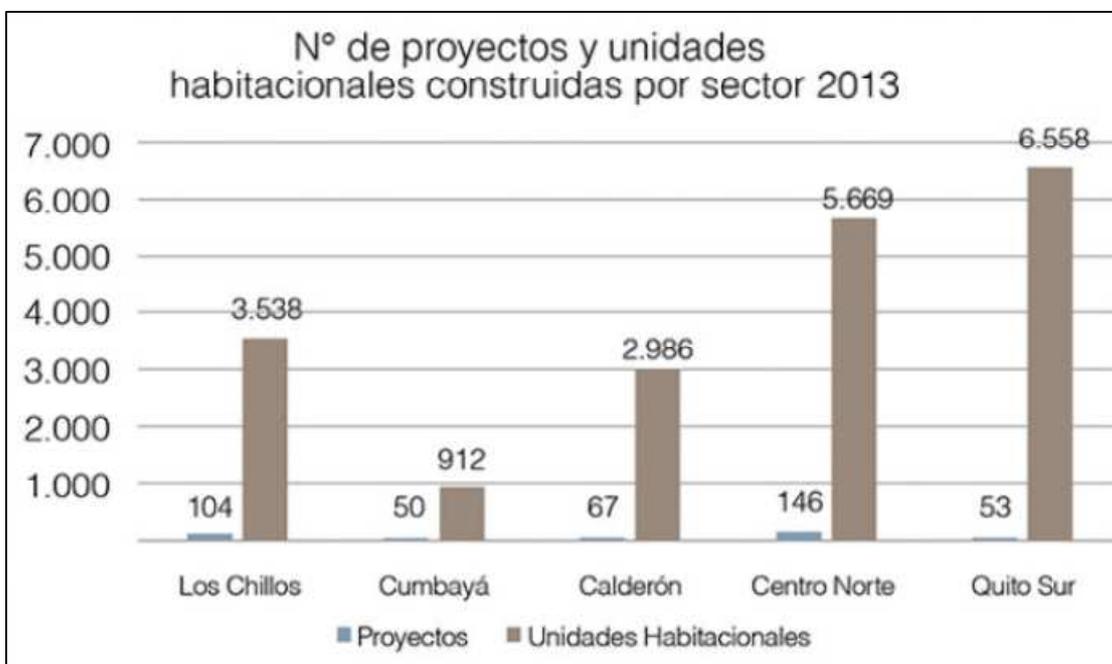
Fuente: INEC, (2013)

#### Ingreso promedio por hogar zona urbana de Quito

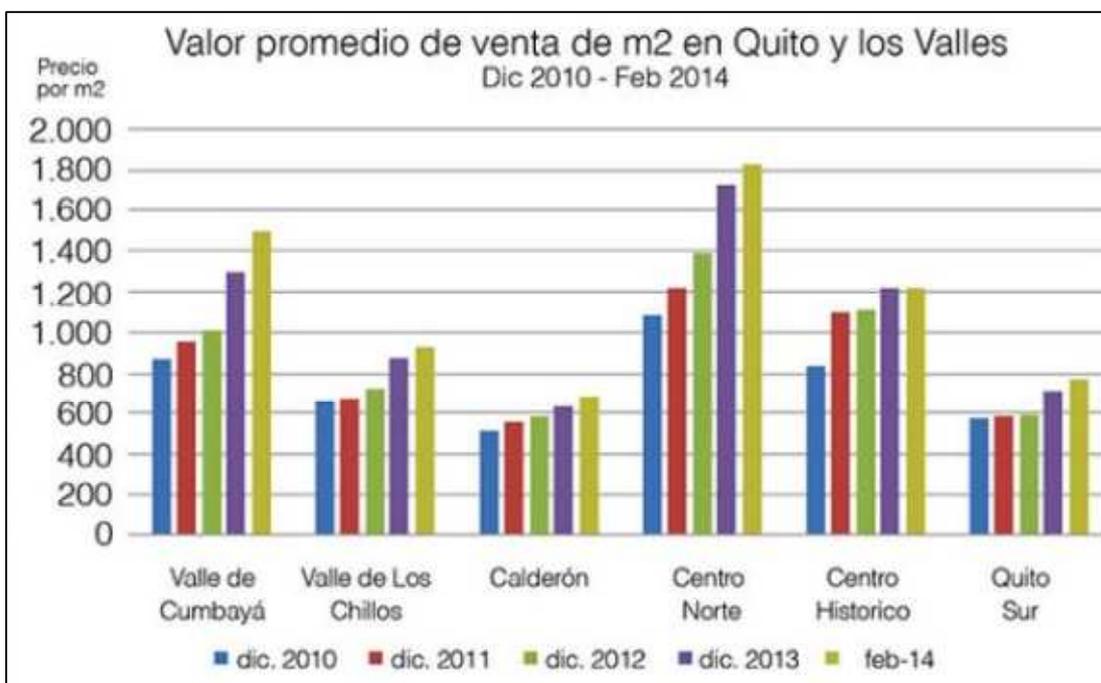
Indicadores	Nacional	Área	
		Urbana	Rural
Ingreso promedio del hogar	893	1.046	567
Ingreso promedio monetario	709	841	428
Ingreso per cápita	230	274	141
Porcentaje del ingreso no monetario	20,7%	19,7%	24,6%

Fuente: INEC, (2013)

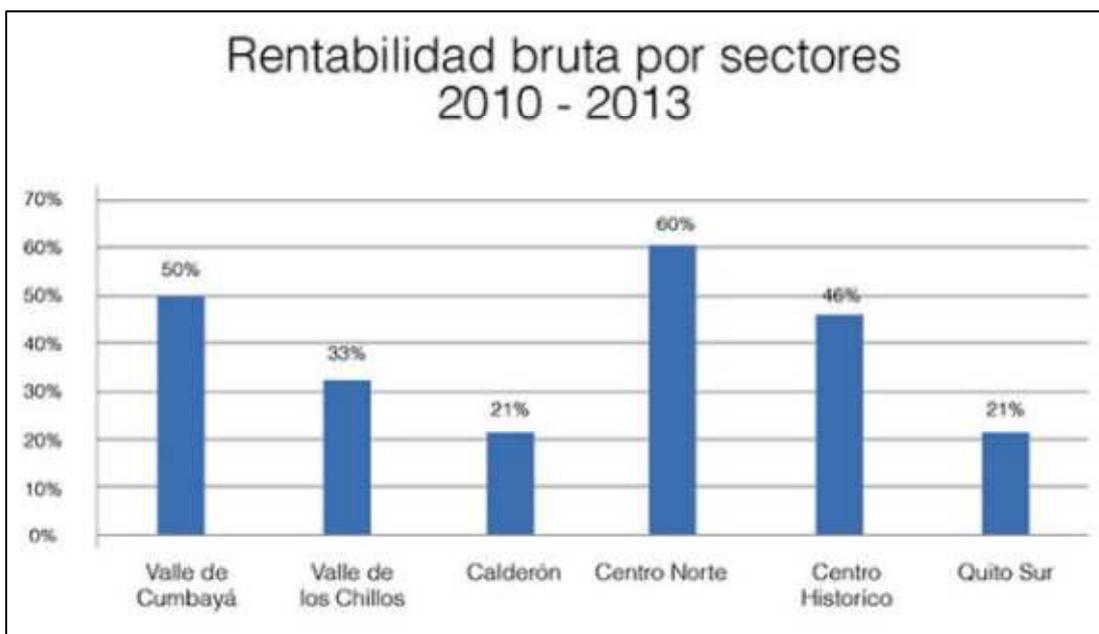
### Porque se eligió la zona centro norte de Quito



Fuente: Cámara de la construcción de Quito (2013)



Fuente: Cámara de la construcción de Quito (2013)



Fuente: Cámara de la construcción de Quito, (2013)

#### Clase social de la población de Quito

ESTRATO SOCIAL	PORCENTAJE
ALTA	1,9%
MEDIA-ALTA	11,2%
MEDIO TIPICO	22,8%
MEDIO-BAJO	49,3%
BAJA	14,9%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

Fuente: INEC, (2013)

#### Ingresos por familia según estrato Social Ingresos y Gastos

ESTRATO SOCIAL	Rango de Ingresos
ALTA	\$2991.60 - \$25754.40
MEDIA-ALTA	\$1813.56 - \$2989.16
MEDIO TIPICO	\$-1229.60 - \$1813.20
MEDIO-BAJO	\$783.36 - \$1229.40
BAJA	\$29.00 - \$783.24

Fuente: INEC, (2013)

## Población de Quito por sectores

ADMINISTRACIÓN ZONAL	POBLACIÓN CENSO INEC 2010
QUITUMBE	291.439
ELOY ALFARO	459.532
MANUELA SAENZ (CENTRO)	227.124
EUGENIO ESPEJO (NORTE)	411.626
DELICIA	351.133
CALDERON	137.605
TUMBACO	234.817
CHILLOS	152.170
<b>TOTAL</b>	<b>2.265.546</b>

Fuente: INEC, (2013)

## Tabla de Préstamos otorgados por el BIESS según el sueldo.

PRÉSTAMOS HIPOTECARIOS						
Sueldo Reportado	Cuota Máxima Mensual 40% del Sueldo	Tasa Nominal que se aplica al Préstamo según el plazo ( * )				
		7.90%	7.90%	8.20%	8.69%	8.69%
	Cuota Mensual	5 Años	10 Años	15 Años	20 Años	25 Años
240	96	4.746	7.947	9.925	10.911	11.735
350	140	6.921	11.589	14.474	15.911	17.113
400	160	7.910	13.245	16.542	18.184	19.558
500	200	9.887	16.556	20.678	22.730	24.448
600	240	11.864	19.868	24.813	27.276	29.337
700	280	13.842	23.179	28.949	31.822	34.227
800	320	15.819	26.490	33.084	36.368	39.116
1.000	400	19.774	33.113	41.355	45.460	48.896
1.250	500	24.718	41.391	51.694	56.826	61.119
1.500	600	29.661	49.669	62.033	68.191	73.343
2.000	800	39.548	66.225	82.710	90.921	97.791
3.000	1.200	59.322	99.338	124.065	136.381	146.687
4.000	1.600	79.096	132.451	165.420	181.842	195.582
5.000	2.000	98.870	165.563	206.775	227.302	244.478
10.000	4.000	197.740	331.126	413.550	454.604	488.955

Financiamiento **100%** Hasta \$100.000

Hasta **25 años** Plazo

Fuente: BIESS (2013)

