



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

TEMA:

**Diseño de un plan de negocio para la creación de una
empresa de corredores de bienes raíces en la ciudad de
Guayaquil**

AUTORA:

Cumbe Cedeño Ketty Zmary

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
INGENIERA COMERCIAL**

TUTOR:

Ing. Jácome Ortega Xavier Omar, PhD.

Guayaquil, Ecuador

02 de marzo del 2020



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESA

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **CUMBE CEDEÑO KETTY ZAMARY**, como requerimiento para la obtención del título de **INGENIERA COMERCIAL**.

TUTOR

f. _____

Ing. Jacóme Ortega Xavier Omar. Ph.D.

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. _____

Econ. Lucía Pico Versoza, MBA.

Guayaquil, a los 2 días del mes de marzo del año 2020



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Ketty Zmary Cumbe Cedeño

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Diseño de un plan de negocio para la creación de una empresa de corredores de bienes raíces en la ciudad de Guayaquil** previo a la obtención del título de **Ingeniera Comercial** ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 2 días del mes de marzo del año 2020

LA AUTORA

f. _____

Cumbe Cedeño Ketty Zmary



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICA Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

AUTORIZACIÓN

Yo, **Cumbe Cedeño Ketty Zamary**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Diseño de un plan de negocio para la creación de una empresa de corredores de bienes raíces en la ciudad de Guayaquil** cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 2 días del mes de marzo del año 2020

LA AUTORA:

f. _____

Cumbe Cedeño Ketty Zamary

URKUND

The screenshot displays the URKUND software interface. The top left pane shows document metadata: **Documento** KETTY ZAMARY CUMBE CEDEÑO.docx (D63770479), **Presentado** 2020-02-12 02:43 (+01:00), **Presentado por** zamarycumbe@gmail.com, **Recibido** xavier.jacome.ucsg@analysis.orkund.com, and **Mensaje** TESIS KETTY ZAMARY CUMBE CEDEÑO. A yellow highlight indicates that 1% of the 66 pages consist of text from 3 sources. The top right pane, titled 'Lista de fuentes', lists sources under 'Categoría' and 'Enlace/nombre de archivo', including 'TESIS IVETTE DIAZ PLAN', 'http://repositorio.uchile.cl', and 'https://repositorio.espe.ec'. Below this are sections for 'Fuentes alternativas' and 'Fuentes no usadas'. The bottom pane shows a detailed view of the source list, with a progress bar at 98% and a status of '# 1 Activo'. It displays two columns of source information, including 'INCLUDEPICTURE' tags and URLs for 'Logo_UCSG.svg' and 'Logo_UCSG.png' from Wikimedia Commons.

f.

Ing. Jacóme Ortega Xavier Omar. Ph.D.
CI: 0922385588

f.

Ketty Zmary Cumbe Cedeño
CI: 0924137532

AGRADECIMIENTO

Gratitud a todos lo que hicieron que este sueño se haga realidad, principalmente a Dios por ser mi más grande guía en todo este periodo de estudiante y haber sido parte de su plan esta profesión en mi destino. A mis padres y hermanos, quienes con su paciencia, esfuerzo y amor han estado a mi lado en todos esos momentos altos y bajos siempre para brindarme su apoyo incondicional para que yo pueda hoy cumplir y cerrar este ciclo de mi vida que ameritó mucho esfuerzo y sacrificios.

Al Ing. Luis Villarroel G. Mgs. y su familia quienes fueron cómplice del inicio de esta aventura y que con el tiempo se pudo cumplir en una realidad. A mis profesores, Lcda. Gladis Torres, Ing. Carola Mena, Ing. Jannina Bajaña, Ing. Patricia Valdivieso, Ing. Gabriela Hurtado, Ing. María Auxiliadora Guzmán, Ing. Roxana Chan Yu y a la Dra. Carolina Villacreses quienes marcaron una línea muy importante en este camino, no solamente como catedráticas sino como una luz y voz de fortaleza en mi camino. Así mismo, al resto de mis profesores Eco. Juan Miguel Estévez, Eco. Danny Arévalo, Ing. Vicente Armijos, Lcdo. Galo Proaño, Eco. Lucia Pico, Lcda. Dafne Vera, Ing. José María Vascones entre otros, que con su amor, paciencia, carisma y vocación compartieron sus conocimientos y experiencias conmigo en toda esta etapa universitaria.

A mis compañeros, Andony Borbor, Carla Orozco, Charlie Carchi, Luis Miranda, Nathalie Narea, Nathaly Villazagua, Andrea Acosta, Génesis Cedeño, Celeste Corato, Jorge Rivera, Erick Abarca con quienes compartí mucho momentos y aventuras dentro de todo este círculo estudiantil como fueron las tutorías, talleres, lecciones y entre otros momentos gratos e inolvidables.

Posteriormente vale resaltar un inmenso agradecimiento para el Mgs. Paul Murillo D. y al Ing. Stalyn Celi quien, con su apoyo, enseñanzas, y orientaciones fueron claves para el desarrollo y culminación de este documento. A mi mejor amiga Patricia Gutiérrez y al resto de mis mejores amigos que estuvieron siempre cerca de mí. Y finalmente Agradezco al Ing. Omar Jácome Ortega. P.h.D., mi mentor y tutor de tesis, quien brindó su gran apoyo, su tiempo y experticia en el campo del emprendimiento y docencia, con el fin de lograr los objetivos propuestos del presente trabajo.

Ketty Zamy Cumbe Cedeño.

DEDICATORIA

Deseo dedicar todo este esfuerzo a Dios, por ser mi creador y mi guía principal, porque sin él no hubiera llegado hasta la meta final de este círculo abierto que tenía en mi vida y que ahora lo cierro, de la misma forma dedico este fuerzo al Dr. Jose Cumbe Cumbe, Pastora Cedeño Garcia quien ha sobrepasado las expectativas del rol de padres y a mi hermana mayor Ashley Cumbe Cedeño quien es uno de los regalos más maravillosos que me dio Dios y mis padres me dieron en la vida, mi compañera ya 35 años juntas en las buenas y en las malas siempre está cerca observándome, cuidándome como su hermanita menor aun , también extendo esta dedicatoria a mi nueva familia con la presencia divina que empieza a crecer y a tomar forma en mi vientre abriendo un nuevo circulo en mi vida como futura madre junto al padre de mi bebe E.P.M.D.

Ketty Zamary Cumbe Cedeño



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICA Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

**Econ. Lucía Pico Versoza, MGS.
DIRECTOR DE CARRERA**

f. _____

**Ing. Jacóme Ortega Xavier Omar. Ph.D.
COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA**

f. _____

**Ing. Erick Paul Murillo Delgado, MGS.
OPONENTE**

Guayaquil, 2 de marzo de 2020

Economista

Danny Arévalo Avecillas

COORDINADOR UTE B-2019

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

En su despacho.

De mis consideraciones:

Ingeniero **Ing. Xavier Omar Jacóme Ortega. Ph.D.** Docente de la Carrera de Administración de Empresas, designado TUTOR del proyecto de grado de la Srta **Ketty Zmary Cumbe Cedeño** cúmplase informar a usted, señor coordinador, que una vez que se han realizado las revisiones al 100% del avance del proyecto **avalo** el trabajo presentado por el estudiante, titulado **Diseño de un plan de negocio para la creación de una empresa de corredores de bienes raíces en la ciudad de Guayaquil** por haber cumplido en mi criterio con todas las formalidades que amerita el proceso. Este trabajo de titulación ha sido orientado al 100% de todo el proceso y se procedió a validarlo en el programa de URKUND dando como resultado un 1% de plagio.

Cabe indicar que el presente informe de cumplimiento del Proyecto de Titulación del semestre B-2019 a mi cargo, en la que me encuentra (o) designada (o) y aprobado por las diferentes instancias como es la Comisión Académica y el Consejo Directivo, dejo constancia que los únicos responsables del trabajo de titulación **Diseño de un plan de negocio para la creación de una empresa de corredores de bienes raíces en la ciudad de Guayaquil** somos el Tutor **Ing. Xavier Omar Jacóme Ortega. Ph.D.** y de la Srta **Ketty Zmary Cumbe Cedeño** y eximo de toda responsabilidad al coordinador de titulación y a la dirección de carrera. La calificación final obtenida en el desarrollo del proyecto de titulación fue: 10/10; Diez sobre Diez.

Atentamente,

Ing. Xavier Omar Jacóme Ortega. Ph.D.

PROFESOR TUTOR DEL PROYECTO DE TITULACIÓN

Ketty Zmary Cumbe Cedeño

ESTUDIANTE QUE ELABORÓ EL PROYECTO DE TITULACIÓN

ÍNDICE GENERAL

AGRADECIMIENTO.....	VI
DEDICATORIA.....	VII
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN	VIII
ÍNDICE GENERAL.....	X
INDICE DE TABLAS.....	XIV
INDICE DE GRÁFICOS	XVI
INDICE DE ANEXOS	XVII
RESUMEN.....	XVIII
ABSTRACT	XIX
INTRODUCCIÓN.....	2
Antecedentes	3
Contextualización del problema.....	5
Justificación.....	6
Objetivos de la investigación	7
Proposición.....	7
Limitaciones y delimitaciones.....	8
Capítulo 1	9
1.1 Marco teórico.....	9
1.1.1 La teoría subjetiva del valor	9
1.1.2 Teoría del Desempeño o Resultado.....	12
1.2. Modelo de negocios.....	13
1.2.1. Modelo Canvas.....	14
1.2.2 Modelo de negocio cebo y anzuelo	15
1.2.3 Modelo de negocio economía colaborativa.....	16
1.2.4 Modelo de negocio Long Tail	17
1.3 Marco referencial	18
1.4 Marco conceptual	21
1.4.1 Concepto de Corredor	21
1.4.2 Concepto de Corretaje inmobiliario	22
1.4.3 Concepto de arrendador o arrendatario	22

1.4.4 Concepto de Contrato de corretaje	22
1.4.5 Concepto de mercado inmobiliario	23
1.4.6 Concepto de contrato de arrendamiento	23
1.4.7 Contrato consensual	23
1.4.8 Satisfacción del cliente	24
1.5 Marco legal.....	24
1.5.1 Ley de los Corredores de Bienes Raíces	24
1.5.2 Ley de Inquilinato	24
Capítulo 2	26
2.1 Análisis del entorno.....	26
2.1.1 Crecimiento Poblacional 2010-2019	26
2.1.2. Comportamiento en ventas inmobiliarias 2010-2018	27
2.1.3 Comportamiento de la construcción 2010-2018	28
2.1.4 Representación el sector de la construcción e inmobiliario	30
2.1.5 Comportamiento de los créditos hipotecarios 2010-2018.....	32
2.1.6 El déficit habitacional (propias, alquiladas, en casa de familias).....	34
2.1.6.1 Déficit cualitativo de vivienda	34
2.1.6.2 Déficit habitacional cuantitativo de la vivienda	35
2.3 Ámbito Económico financiero del sector	36
2.4 Montos otorgados de crédito hipotecario	37
2.5. Metodología.....	39
2.5.1 Tipo de investigación	39
2.5.2 Entrevista.....	40
2.5.3 Recopilación de información.....	40
2.6. Análisis de entrevistas	41
Capítulo 3	46
3. Planificación del modelo de negocio.....	46
3.1. Datos de la empresa.....	46
3.2 Resumen Ejecutivo.....	48
3.3 Gestión Estratégica.....	48
3.3.1 Definición de un Negocio.....	48
3.3.2 Visión.....	49

3.3.3 Misión.....	49
3.3.4 Valores.....	49
3.4 FODA del Nuevo Negocio	49
3.5 Objetivos Estratégicos	50
3.6 Gestión de Marketing	51
3.6.1 Estudio de Mercado.....	51
3.7 Mercado Consumidor	52
3.7.1 Segmento de Mercado	52
3.8 Mercado Competidor.....	53
3.8.1 Análisis Competitivo	53
3.8.1.1. Ventaja Competitiva.....	53
3.9 Mercado Proveedor	54
3.9.1 Criterios de Evaluación de Proveedores.....	54
3.10 Proyección de Ventas	56
3.11 Estrategia del Marketing	57
3.11.1 Estrategia de Producto.....	57
3.11.2 Estrategia de Precios	57
3.11.3 Estrategia de Distribución	57
3.11.4 Estrategia de Comunicación.....	58
3.12 Gestión Operativa.....	58
3.12.1 Objetivos de Producción u Operativos	58
3.13 Recursos Materiales Necesarios	59
3.14 Capacidad de Producción o Servicio.....	59
3.15 Flujograma de Procesos.....	61
3.16 Localización	62
3.17 Buenas Prácticas Laborales	63
3.18 Gestión de Personas.....	63
3.18.1 Estructura Organizativa.....	63
3.19 Forma de contratación y remuneración para el personal.....	64
3.20 Principales Funciones.....	64
3.21. Gestión Legal	64
3.21.1 Tipo de Empresa.....	64
3.21.2 Requisitos y costos para la Constitución de una Empresa	65
3.22 Servicios de Consultorías Regulatorias y Legales	65

3.22.1 Consultas al contador	65
3.22.2 Consultas al escribano	65
Capítulo 4	66
4. Evaluación financiera del proyecto	66
4.1 Gestión Financiera.....	66
4.1.1 Inversión Total	66
4.2 Depreciación.....	67
4.3 Presupuesto de Venta	67
4.3.1 Costos Variables (CV).....	68
4.3.2 Costos Fijos (CF).....	68
4.4 Estado de Resultado	69
4.5 Indicadores de Viabilidad.....	70
4.5.1 Utilidad líquida.....	70
4.6 Evaluación de la Inversión	71
4.6.1 Flujo de Caja	71
4.7 Evaluación del Plan de Negocio.....	73
Conclusiones	78
Recomendaciones.....	80
REFERENCIAS	82

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Población de las provincias de Guayaquil y Quito 1779-1780; 1857-1858. . . 3	3
Tabla 2. Determinantes de valor para los terrenos o zonas inmobiliarias..... 11	11
Tabla 3. Resumen de estudios acerca de empresas de corretaje20	20
Tabla 4.Estadísticos descriptivos de entrevistados 41	41
Tabla 5.Participantes que intervienen en una gestión inmobiliaria..... 42	42
Tabla 6. Datos del socio 1 46	46
Tabla 7. Datos del socio 2..... 47	47
Tabla 8. Datos del socio 3 47	47
Tabla 9. Formación del capital social 48	48
Tabla 10.Análisis FODA del Nuevo Negocio..... 49	49
Tabla 11.Objetivos estratégicos según área de gestión 50	50
Tabla 12. Número de habitantes en la ciudad de Guayaquil 2017..... 51	51
Tabla 13. Perfil del segmento de mercado 52	52
Tabla 14. Competidores principales del mercado inmobiliario 53	53
Tabla 15 Evaluación de principales proveedores..... 55	55
Tabla 16. Proyección de ventas..... 56	56
Tabla 17. Estrategia de comunicación 1 58	58
Tabla 18. Estrategia de comunicación 2 58	58
Tabla 19. Recursos materiales del servicio 59	59
Tabla 20. Incremento en la producción trimestral (1º Año)..... 59	59
Tabla 21. Incremento en la producción anual 59	59
Tabla 22. Activos Fijos Inmuebles..... 60	60
Tabla 23. Proceso de Producción o Ciclo del Servicio 60	60
Tabla 24. Diseño del flujo de procesos claves 61	61
Tabla 25. localización de la empresa 62	62
Tabla 26. Normas de prácticas laborales..... 63	63
Tabla 27. Forma de contratación del personal 64	64
Tabla 28. Requisitos y costos para constitución de empresa 65	65
Tabla 29. Inversión total del proyecto..... 66	66
Tabla 30. Depreciación de los activos fijos de la empresa 67	67
Tabla 31. Presupuesto de venta del proyecto 67	67
Tabla 32. Costo variable del servicio de asesoría 68	68

Tabla 33. Costo fijo del servicio de asesoría.....	68
Tabla 34. Estado de resultado de la empresa inmobiliaria.....	69
Tabla 35. Indicadores financieros que determinan la viabilidad del proyecto.....	70
Tabla 36. Flujo de ingresos proyectado	71
Tabla 37. Evaluación del proyecto.....	74
Tabla 38. Punto de equilibrio.....	75

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Evolución de población en Ecuador: 1778-2010	4
Gráfico 2. Diagrama del Productor y consumidor – colaborativo- no colaborativo..	16
Gráfico 3. Crecimiento poblacional proyectado del 2010 al 2019 de Guayaquil.	26
Gráfico 4. Ingresos por ventas del sector inmobiliario del 2010 al 2018	27
Gráfico 5. Ingresos por ventas del sector de la construcción del 2010 al 2018	29
Gráfico 6. Crecimiento anual PIB, construcción e inmobiliaria del 2010 al 2018	31
Gráfico 7. Evolución de créditos de sectores productivos en Guayaquil y la banca pública a nivel nacional del periodo 2010 al 2017	33
Gráfico 8. PIB del sector construcción (millones de dólares) y su variación	37
Gráfico 9. Montos otorgados de créditos hipotecarios en millones	38
Gráfico 10. Evolución crédito vivienda en millones de dólares de 2017 al 2016.....	38
Gráfico11. Evolución de créditos por institución financiera privada y publica.....	39
Gráfico 12. Estructura organizacional de la empresa.....	63

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Matriz de entrevistas de 1 a 6	87
Anexo 2. Matriz de preguntas de 7 a 12.....	91

RESUMEN

El presente estudio tuvo como objetivo el diseño de un plan de negocio para la creación de una empresa de corredores de bienes raíces en la ciudad de Guayaquil, este proyecto se desarrolló debido a la falta de estudio de la percepción de los corredores de bienes raíces acerca del sector inmobiliario con la necesidad que tienen los dueños de las propiedades y los futuros compradores a la hora de buscar un corredor para la transacción sea esta de compra, venta o alquiler del bien inmueble, el cual utilizó la técnica de entrevista para recopilar información mediante un cuestionario de preguntas, que se dirigieron a 12 expertos en materia de bienes raíces.

Además, los resultados que se obtuvieron en el proceso de contrastación de datos, determinaron que la evaluación del proyecto refleja para la inversión inicial \$11.000 mismo que obtuvo una recuperación del 0.03 lo que determina una rápida recuperación de la inversión dentro del primer año, con un TIR del 118.9% que significa un excelente resultado y un VAN que determina una ganancia en los 10 años \$75.448,71. por lo tanto, el proyecto es viable para ser aplicado.

***Palabras Claves:** Bienes raíces, corretaje inmobiliario, corredores, plan de negocios*

ABSTRACT

This study aimed to design a business plan for the creation of a real estate broker company in the city of Guayaquil, this project was developed due to the lack of study of the perception of real estate brokers about of the real estate sector with the need that property owners and future buyers have when looking for a broker for the transaction is this purchase, sale or rental of the real estate, which used the interview technique to gather information through A questionnaire of questions, which were addressed to 12 experts in real estate.

In addition, the results obtained in the data contrast process, determined that the evaluation of the project reflects for the initial investment \$ 11,000 same that obtained a recovery of 0.03 which determines a rapid recovery of the investment within the first year, with a IRR of 118.9% which means an excellent result and a NPV that determines a profit in the 10 years \$ 75,448.71. Therefore, the project is viable to be applied.

Keywords: *Real estate, real estate brokerage, brokers, business plan*

INTRODUCCIÓN

En las grandes ciudades el crecimiento de la oferta en el centro está dado por departamentos, mientras que en los suburbios o ciudades satélites está dado por viviendas, cada familia a lo largo de su vida toma la decisión de comprar, alquilar o vender un bien raíz, la decisión está basada en su utilidad y en la probabilidad de hacerlo o no. Dependiendo de la dinámica de los compradores algunos urbanizadores estarán dispuestos a solo ofertar el terreno, y otros viviendas terminadas (Romero, 2018).

El efecto de la dinámica del sector de bienes raíces según información del Banco Central del Ecuador referenciado por Guerra (2018), a que:

Durante el periodo 2007-2015 la economía ecuatoriana experimentó un periodo de gran expansión sustentado en altos ingresos petroleros y un elevado gasto público. Una de las industrias que aportó a esta expansión fue la de la construcción, que creció a una tasa promedio anual de 6.3 %. El crecimiento de esta industria vino respaldado por un aumento en la inversión total (privada y pública) que está compuesta en más del 60 % por inversiones en trabajos de construcción. Claramente, el sector de la construcción se encuentra relacionado con el sector inmobiliario, por lo que se puede decir que también existió un aumento en la inversión en bienes inmuebles. (p.31)

El sector de la construcción es uno de los principales motores de crecimiento económico a nivel mundial. El área inmobiliaria residencial forma parte de este sector, un adecuado impulso en este sector contribuye con el empleo y el crecimiento del país. La vivienda es un bien heterogéneo y que su precio puede ser descrito por la combinación de sus características (Romero, y otros, 2018).

El principal problema es la falta de estudio de la percepción de los corredores de bienes raíces acerca del sector inmobiliario con relación a la necesidad que tienen los dueños de las propiedades y los futuros compradores a la hora de buscar un corredor de bienes raíces para ciertas transacciones sean estas de compra, venta o alquiler del bien inmueble en la ciudad de Guayaquil. El objetivo general es establecer el diseño de un plan de negocio para la creación de una empresa de corredores de bienes raíces en la ciudad de Guayaquil.

Para llevar a cabo este trabajo se ha estructurado 4 capítulos. En el capítulo I “Marco teórico” se realizan algunas precisiones teóricas y conceptuales relacionados con el negocio de los corredores de bienes raíces así mismo se referencia modelos de negocios, para la creación de una empresa de corredores de bienes raíces en la ciudad de Guayaquil. En el capítulo 2 “Análisis del entorno”, donde se realiza el estudio de mercado sobre los temas que debe de abarcar un buen corredor de bienes raíces mediante entrevistas a expertos que llevan años en este negocio en la ciudad de Guayaquil. En el capítulo 3 “Modelo de negocio” Se Desarrolló el estudio técnico para el funcionamiento de una empresa de corredores de bienes raíces. Y 4 capítulo “Evaluación financiera” Se realiza la proyección económica y financiera para la creación de una compañía de corredores de bienes raíces.

Antecedentes

Según la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales Sede Ecuador; FLACSO (1980) el desarrollo urbano de Guayaquil hasta mediados del siglo XIX respecto a la Capital de Quito presentó mayor tamaño poblacional que Guayaquil, ya que en el periodo de 1779 a 1780 Guayaquil tuvo un crecimiento poblacional de 32.822 habitantes y la ciudad de Quito 400.949. Sin embargo, para el periodo de 1857 a 1858 la región costa obtuvo un crecimiento de 128.257 habitantes, en cambio la sierra presentó un total de 620.040. No obstante, el resultado de la tasa de crecimiento del periodo 1780-1858 con relación a Guayaquil reflejó un rápido crecimiento del 1.8% mientras que la sierra mostró un indicador del 0.6%.

Tabla 1

Población de las provincias de Guayaquil y Quito 1779-1780; 1857-1858.

Población	1779 - 1780	1825	1840	1857 - 1858	Tasa de crecimiento 1780 – 1858
Guayaquil	22.644	55.048	62.565	91.620	1.8
Total Costa	32.822	74.844	91.435	128.257	1.8
Quito	59.391	65.605	72.712	85.915	0.5
Total Sierra	400.949	400.210	525.857	620.040	0.6

Nota: Información tomada de FLACSO (1980) y recopilado de Hamerly M. Historia Social y económica de la Antigua Provincia de Guayaquil. 1763-1842. Archivo histórico del Guayas. Guayaquil 1973.

Con base en los datos, se puede entender que la causa del crecimiento rápido que tuvo Guayaquil en su población, es debido a la alta demanda de cacao en el mercado internacional, el cual presentó dos periodos de auge entre 1763 y 1842 y el segundo posterior a 1860, durante esos periodos de crecimiento poblacional, hubo desplazamientos de la región sierra a la costa, debido al incremento de personas para las actividades agrícolas y cultivos de distintos tipos complementarios a las exportaciones e importaciones y para el consumo interno, el cual determinó el desarrollo del sector terciario. Respecto a lo anterior, la revista INEC según Rosero, García, Sempértegui, & Miño (2015) en una gráfica del crecimiento poblacional señalaron que la recuperación demográfica se relaciona con el intenso crecimiento económico cacaotero y el mejoramiento de los servicios y de salud para la población ecuatoriana. Aunque el periodo 1926-1950 se destaca un escalón para luego operar un crecimiento acelerado durante el siglo XX.

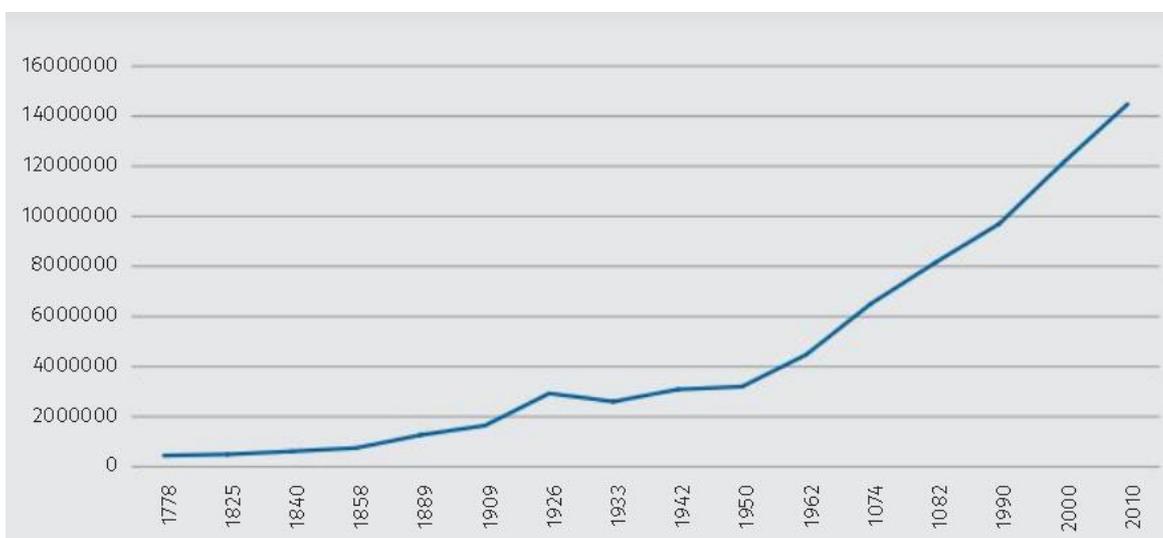


Gráfico 1. Evolución de población en Ecuador: 1778-2010 (en millones de habitantes)

Nota: información tomada de INEC según Rosero, García, Sempértegui, & Miño (2015) Una Mirada Histórica a las Estadísticas del Ecuador.

Sin embargo, los desequilibrios sectoriales manifestaron diferencias entre las tasas de crecimiento del periodo 1968-1970 a 1974-1976 de los diversos sectores económicos. Aquello determinó que las tasas de aumento anual fueran relativamente altas para la manufactura con 9% y la construcción 15%, en cambio la producción agropecuaria se expandió más lentamente con un 3.7%.

Con base en lo anterior, el crecimiento de los sectores económicos se debió al incremento de los ingresos que administró el Estado en el periodo de 1972, por la participación en las rentas petroleras y el ingreso fiscal como un importante instrumento de activación económica. Para ello, como resultado positivo de las recaudaciones, el Estado realizó una determinada transferencia de fondos al sector privado para beneficiar a todos los sectores en la adquisición de créditos para la financiación de proyectos y además de otros beneficios para el sector privado como los incentivos tributarios a la inversión y las importaciones de ciertos bienes. En efecto, a causa de ello el sistema financiero se expandió entre 1968 a 1977 otorgando el doble de créditos a través del Banco Central, los Bancos Comerciales y el Banco Nacional del Fomento. Este aumento de créditos permitió el financiamiento a varios sectores a fin de que puedan incrementar su productividad, expansión de las empresas y la generación de empleo. En el proceso de reproducción global de la economía adquiere gran importancia la formación de capital compuesta principalmente por inversiones en construcción de viviendas y en infraestructura. Entre 1972-1977, alrededor de un 50% de la formación bruta de capital fijo correspondiente a la construcción.

Contextualización del problema

El principal problema es la falta de estudio de la percepción de los corredores de bienes raíces acerca del sector inmobiliario con relación a la necesidad que tienen los dueños de las propiedades y los futuros compradores a la hora de buscar un corredor de bienes raíces para ciertas transacciones sean estas de compra, venta o alquiler del bien inmueble, esto es percibido como una oportunidad para poder ofertar un servicio personalizado a través de una empresa de corretaje de bienes raíces que le permita solucionar y gestionar los procesos que genera dicha negociación..

En el caso de los dueños de las propiedades que desean vender o alquilar su propiedad y así mismo en el caso de los clientes interesados en comprar o alquilar, muchas veces estas personas se encuentra con una barrera de no saber a dónde o con quién acudir para dicha transacción, esta falta de orientación podría conllevar a la toma de una decisión no satisfactoria para este prospecto, esto pueda ser por el desconocimiento de los clientes sobre la trayectoria que tienen las empresas de corretaje en el mercado y/o la calidad en su servicio.

Además, con estas variables en la problemática se pretende saber si es factible comercial, técnica y financieramente la creación de una compañía que se dedique al corretaje de bienes inmuebles en la ciudad de Guayaquil.

Justificación

Desde hace algunos años atrás, las empresas inmobiliarias tradicionalmente han competido en precio y variedad de servicios, pero la fuerte competencia en la industria ha obligado a las empresas a buscar otras estrategias para hacerlas atractivas para los clientes, una de ellas es la mejora en la calidad del servicio. Se argumenta que la percepción de la calidad del servicio no ha recibido casi ninguna atención de medición, a pesar del hecho de que se considera de gran importancia en el éxito de la prestación del servicio. Así mismo, la creación de la compañía de corredores de bienes raíces es con el fin de poder llegar a clientes que buscan un lugar confiable y con experiencia donde se pretende ayudar con el requerimiento de la compra, venta o alquiler de la propiedad.

Según Zeithaml y Berry (1994) señalaron que las medidas no capturaron adecuadamente la prueba real de la calidad del servicio de si el cliente estaba satisfecho. Si bien se clasifica como una industria del sector de servicios, la agencia de bienes raíces difiere en muchos aspectos de las industrias de banca minorista, corretaje de valores, tarjetas de crédito y servicios de mantenimiento de productos que se utilizaron para desarrollar determinantes genéricos de la calidad del servicio.

Por lo tanto, los especialistas en marketing se han visto obligados a reconocer que, en última instancia, deben definir la calidad en términos de opiniones subjetivas de los clientes, ya que sus decisiones tienen lugar en la mente. Por lo tanto, los proveedores de servicios deben hacer hincapié en el cliente y sus necesidades cambiantes, no solo en la eficiencia de los procesos internos. Existe una brecha entre las percepciones tanto de los proveedores de servicios como de los clientes en la comprensión de la calidad del servicio y, a menos que se entiendan las percepciones, siempre habrá una brecha en el servicio prestado por los proveedores de servicios y las expectativas de los clientes.

Entendemos al mercado inmobiliario como aquellas actividades tales como: avalúos, compra y venta de bienes inmuebles, administración de edificios, arrendamientos, entre otros servicios. Cada una de estas actividades está acompañada de un procedimiento estructural y organizativo de las cuales se requieren estudios y

soluciones adecuadas, para brindar una mayor agilidad en las transacciones comerciales y disminuir los riesgos que asume cada de las actividades mencionadas.

Para ello, el presente trabajo se justifica en el ámbito personal, debido a que gran parte de los conocimientos adquiridos por la autora del proyecto, fueron basados en la experiencia como ejecutiva de ventas en una de las Inmobiliarias más prestigiosas en la ciudad de Guayaquil por la cual, se contrastan los conocimientos y habilidades pertinentes para la creación de una empresa de corredores de bienes raíces, que permita brindar un asesoramiento personalizado y lograr la máxima satisfacción en las necesidades de los cliente directo e indirecto, en la cual, el cliente directo es aquel individuo o compañía que posee el interés de ofrecer una de sus propiedades inmuebles, sea esto para alquiler, venta o concesión. De la misma forma, el cliente indirecto como aquel prospecto o persona que posee el interés para adquirir una compra, alquiler o concesión de un inmueble.

Objetivos de la investigación

Objetivo General:

Establecer el diseño de un plan de negocio para la creación de una empresa de corredores de bienes raíces en la ciudad de Guayaquil.

Objetivos Específicos:

Establecer el modelo negocio para la creación de una empresa de corredores de bienes raíces en la ciudad de Guayaquil.

Realizar un estudio de mercado sobre la intermediación de los agentes inmobiliarios en la ciudad de Guayaquil.

Desarrollar el estudio técnico para el funcionamiento de una empresa de corredores de bienes raíces.

Evaluar la factibilidad económica y financiera para la creación de una compañía de corredores de bienes raíces.

Proposición

La creación de una empresa corredora de bienes y raíces en la ciudad de Guayaquil mejorará el desarrollo económico del país y en la calidad de vida de la

población ofreciendo servicios que permitan influenciar positivamente al sector inmobiliario.

Limitaciones y delimitaciones

Limitaciones

A continuación, se muestra la delimitación del problema en términos de campo, espacio geográfico de análisis, universo tomado para realizar la investigación y el tema específico a desarrollar en la ciudad de Guayaquil, por tener un mercado amplio de bienes raíces del sector inmobiliario, tiempo que durará el proyecto en la recopilación y contrastación de la información será de 3 meses.

La limitación del estudio está dirigida mediante entrevista a 12 expertos con experiencia en corretaje inmobiliario, los entrevistados están dispuestos a dar 2 horas de tiempo para realizar la recopilación de información. No obstante, la entrevista a realizar será dentro de las empresas o campo laboral donde se encuentra el consultado.

Respecto al acceso de la información, debido a políticas de las empresas inmobiliarias, sobre no publicar o compartir información considerada como confidencial; por lo tanto, se procede obtener información detallada acerca del sector inmobiliario a través de los estudios publicados por las instituciones gubernamentales nacionales e internacionales. Sin embargo, dicha información se encuentra en sitios web mediante documentos electrónicos o digitales o informes que permiten entender los antecedentes del comportamiento poblacional y la construcción.

Además, el enfoque de la investigación se centra en conocer el comportamiento y el crecimiento del sector inmobiliario y su impacto en el país durante los últimos diez años; con el fin de identificar el Crecimiento anual del PIB y el sector de la construcción e inmobiliaria del 2010 al 2018, así mismo como el comportamiento en ventas inmobiliarias del periodo 2010-2018.

Delimitación

La presente investigación está dirigida para las empresas privadas del sector inmobiliario de la ciudad de Guayaquil que se encuentran constituidas y que buscan mejorar o cooperar con su desarrollo en el crecimiento del país. La delimitación temporal del estudio para la pertinencia de la investigación se considera la recopilación de información del año 2010 al 2019, considerando que en los últimos diez años la economía del país y las políticas gubernamentales han tenido cambios de estructura que vienen ligándose desde gobiernos anteriores.

Capítulo 1

1.1 Marco teórico

Es importante primero tomar en cuenta el concepto de “correduría” que, de acuerdo al Diccionario de la Lengua Española, significa: “Oficio del corredor, para vender o comprar por cuenta de otros” (RAE, 2010). De igual manera, el mismo Diccionario conceptúa al “corredor” como: “Mandatario o comerciante acreditado, el que actúa comprando o vendiendo por su propia cuenta o por cuenta de otros” (Paillacho, 2018).

Por lo tanto, respecto al significado de corredor, la evolución de esta terminología en diferentes campos ha trascendido, del cual Paillacho (2018) deduce que el “corredor de propiedades” puede ser una persona natural o jurídica cuya actividad económica está orientada a la intermediación de bienes inmuebles y los derechos que ellos comprenden, facultado para facilitar permutas, compraventas, alquileres, arrendamientos y administraciones, para lo cual es necesario la existencia de un acuerdo de compromiso entre las partes, en el que se pactan los honorarios por su servicio profesional.

Para argumentar el origen de corredor inmobiliario, se realiza la respectiva revisión de la literatura el cual fundamentan a través de la teoría el origen y comportamiento de la misma.

1.1.1 La teoría subjetiva del valor

Según Hidalgo (2004) la presente teoría, surge en el siglo XIX y es enunciada por los economistas neoclásicos que se basan en el análisis de la utilidad marginal, por lo cual también se les llama marginalistas, a su vez tiene como fundamento el idealismo y parte de la base de que el individuo, en forma personal o subjetiva, toma decisiones para obtener el máximo de satisfacción, la cual es medida y apreciada (valorada) en forma individual. La teoría subjetiva del valor plantea que las actividades que realizan los hombres las hacen con objeto de satisfacer sus necesidades.

Además, la teoría subjetiva determina que la mercancía se divide en dos conceptos, el valor de uso y el valor de cambio; en el mercado inmobiliario existen numerosos y diversos participantes como son los inquilinos, corredores inmobiliarios,

propietarios, constructores, instituciones financieras y gubernamentales, cada grupo tienen un modo distinto de determinar el valor de uso y el valor de cambio. Con base en la fundamentación teórica, se presenta la conceptualización del “valor de uso” en el criterio de Heller (1986) el cual señala que la utilidad de un objeto se convierte en valor de uso. La utilidad valor de uso está condicionado por las cualidades materiales que poseen y que los hacen útiles. Así mismo, para Méndez (2003) el valor de uso es la capacidad de un bien para satisfacer necesidades humanas.

Respecto a lo anterior, podemos entender que el valor se define más como subjetivo que como objetivo, ya que la mayoría de las personas aplican su criterio, para otorgarle valor a algo. Los subjetivistas también reconocen dos tipos de valor: el valor de uso y el valor de cambio. El valor de uso también se llama personal o subjetivo y está relacionado directamente con el bienestar que el bien pueda proporcionarle al individuo. Subjetivamente un bien será valioso cuando, a juicio del individuo, le proporcione una satisfacción, lo cual se constituye en el valor; por esto, a la teoría subjetiva del valor también se le llama teoría del valor utilidad ya que el valor está en función de la utilidad subjetiva (Hidalgo, 2004).

El valor de cambio, o poder o capacidad de compra, “es un valor objetivo que no depende de la apreciación subjetiva del individuo. Este valor transmite a su poseedor la capacidad de cambiar este valor por otros valores, es decir, cambiar un bien por otros” (Mozquera, 2006, pág. 56).

Por lo tanto, el intercambio de bienes, es decir, los que tienen valor de cambio, son los escasos, los llamados bienes económicos. En virtud de que los individuos tratan de racionalizar sus actividades económicas buscando satisfacer lo mejor posible sus necesidades, por eso intercambian bienes (dinero) por otros bienes que les dejan una importante utilidad marginal, que les compense del sacrificio de desprenderse de algunos de sus bienes (Hidalgo, 2004)..

Sin embargo, el valor objetivo, es el que los valuadores deben aplicar en la práctica de la valuación, en este caso en el ámbito inmobiliario. Valor es creado por la gente, que es motivada por 4 fuerzas básicas en el mercado, siendo estas la utilidad, la escasez, la demanda y el poder adquisitivo. No obstante, estos factores o dimensiones determinan lo siguiente: (a) Utilidad: el poder de una mercancía de satisfacer una necesidad o deseo; (b) Escasez: cuando hay un desequilibrio en la oferta y demanda de los bienes raíces, con una escasez de propiedad disponible, ya que los precios generalmente tienden a subir; (c) Demanda: el crecimiento de la demanda en un

producto, el precio generalmente aumenta; (d) Poder adquisitivo: la capacidad de la gente de comprar una mercancía dada, y la existencia de créditos, ya sea gubernamentales, bancario o de cualquier índole (Hidalgo, 2004, pág. 22).

El estudio de Hidalgo (2004) establece algunas de las variables o factores que influyen como determinantes del valor de las zonas inmobiliarias, así como una descripción general del alcance de ellas.

Tabla 2.

Determinantes de valor para los terrenos o zonas inmobiliarias de bienes raíces

Factores exógenos o externos	Factores endógenas o propias
<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación • Población • Funciones urbanas • Contaminación • Servicios públicos, transporte • Tráfico vehicular • Uso del suelo • Vialidad • Distancia a centros de trabajo y ciudad • Economía • Porcentaje de construcción • Equipamiento urbano • Clasificación de zona Socio económica, otros. 	<ul style="list-style-type: none"> • Régimen de propiedad • Uso del suelo • Suelo o subsuelo • Frente, forma, profundidad. • Panorámica • Superficie, localización. • Usufructo • Ancho de calle • Restricciones de uso • Orientación • Topografía • Servicios Públicos Instalados y servicios propios • Servidumbre • Vegetación

Nota: Información tomada de las tesis de Hidalgo (2004) el cual determina las teorías y criterios formativos del valor en bienes inmuebles.

Otro estudio realizado por De Lama Santos y De Lama Martín (2010) determinaron que existen otros factores que inciden en la valoración inmobiliaria: la antigüedad y el estado de conservación.

Según Hidalgo (2004) el valor de mercado es el más utilizado en trabajos de valuación, por el cual determina una alta probabilidad desde el punto de visto económico que una propiedad debe traer si esta puesta en venta, al mercado abierto por un periodo razonable de tiempo, sabiendo tanto el vendedor como comprador conoce las condiciones del mercado, bajo condiciones equitativas, y sin presión

alguna, con la fecha pertinente a una fecha establecida, con el financiamiento típico de mercado para ese tipo de propiedades.

Sin embargo, González (2006) señaló que para determinar de forma genérica, global y aproximativa la relación entre el valor de mercado, el valor de la construcción y el valor del suelo, utilizando dos factores importantes como es el costo de la construcción y el valor de mercado del producto inmobiliario acabado, el cual condicional el valor del suelo, sin tener en cuenta otros factores que también influyen en el mismo como son: (a) El costo del dinero (tasa libre de riesgo); (b) Riesgo de la operación en función del tipo de producto inmobiliario de que se trate; (c) Riesgo de mercado en función de las circunstancias del emplazamiento y duración de la inversión, conociendo cuanto más altas sean las tasas de actualización más margen bruto deberá contemplarse en la promoción inmobiliaria y menor será el valor del suelo. Por el contrario, en momentos de gran estabilidad económica y en mercados muy seguros y competitivos, las tasas serán más bajas y los valores del suelo serán mayores.

Otras teorías del valor que argumentan el significado del mismo, como es la teoría del costo de producción, una clásica teoría, según la cual el valor de un bien viene determinado por su costo de producción (salario, renta, ganancia) y que Smith, Ricardo, Malthus, De Almeida y Fernández (1978) lo simplificó estableciendo que el valor está en relación con la cantidad de trabajo necesario para su producción.

1.1.2 Teoría del Desempeño o Resultado

Propone que la satisfacción del cliente se encuentra directamente relacionada con el desempeño de las características del producto o servicio percibidas por el cliente. Se define el desempeño como el nivel de calidad del producto en relación con el precio que se paga por él que percibe el cliente. La satisfacción, por tanto, se equipará al valor, donde el valor es la calidad percibida en relación al precio pagado por el producto y/o servicio (Johnson, Anderson, & Fornell, 1995).

El estudio de Grant (2014) señala que dentro de la teoría del desempeño se divide el espectro de reciprocidad en el entorno laboral en dos tipos de personas: los receptores y los donantes.

A los receptores les gusta obtener más de lo que reciben, mientras que los donantes piensan más en cómo ayudar en los demás que en su rédito personal. El

receptor percibe el mundo como una jungla competitiva donde para alcanzar el éxito es necesario ser mejor que los demás, y lo consiguen promocionándose a sí mismos y esforzándose en recibir los elogios que se merecen. Siendo honestos, en el entorno laboral casi todos somos receptores en mayor o menor medida, y para entender lo que subyace en la acepción que hace el autor, hay que entenderlo desde el punto de vista de lo que esperas conseguir al interactuar con los demás, por lo que hay que liberarlo de otros parámetros como la predisposición a trabajar en equipo o similares. En cambio, un donante es bastante excepcional y prefiere dar antes que recibir (Grant, 2014).

Por otro lado, Peinado (2016) señaló respecto al desempeño que no todo el mundo tolera igual la toma de decisiones, independientemente del tipo que sea, no sólo las consideradas como muy relevantes en una organización. Simplemente hay gente que se desempeña mejor como asesora porque no puede con la carga decisoria. Otras por el contrario reúnen coraje y convicción suficientes para tomar decisiones y ejecutarlas, pero necesitan rodearse de asesores que les obliguen a pensar y analizar todas las opciones.

No obstante, lo que constituye un comportamiento ético en una organización no necesariamente se traslada al resto. La ética es parte del sistema de valores de una organización. Trabajar para una organización cuyos valores son incompatibles con los personales sólo puede acarrear frustración y un escaso desempeño. Hay que saber que lo que uno hace bien e incluso muy bien para otros, podría no encajar en el propio sistema de valores (Ruiz, Silva, & Vanga, 2008).

Además, los valores relacionados con la función de la empresa y la responsabilidad de los ejecutivos pueden variar si esta se enfoca a resultados económicos a corto plazo o a largo plazo, si prima volumen de clientes de cualquier tipo a pocos, pero fidelizados, y aunque pueda parecer que estamos hablando en términos numéricos, los dos enfoques se estructuran en los valores de la empresa. Para ser eficaz en una empresa, será mucho más rentable a nivel personal compatibilizar valores personales con los de la organización, por la sencilla razón que tiene que coexistir en ese medio durante la mayor parte de su vida diaria (Peinado, 2016).

1.2. Modelo de negocios

“Un modelo de negocio describe las bases sobre las que una empresa crea, proporciona y capta valor” (Osterwalder & Pigneur, 2004). Es un instrumento o

herramienta que permite trazar en un documento todas las variables que permiten estructurar el plan de negocio, de forma clara y concisa sobre la oferta y demanda del mercado de los cuales se presenta a continuación los siguientes modelos de negocio; (a) Modelo Canvas; (b) Modelo de negocio cebo y anzuelo; (c) Economía colaborativa; y, (d) Long Tail.

1.2.1. Modelo Canvas

Un estudio realizado por Ferreira (2015) referencia a Osterwalder (2010) acerca del modelo Canvas como una herramienta para el análisis de ideas de negocio, desarrollada por el consultor suizo Alexander Osterwalder (2004), donde señala que es un método que describe de manera lógica la forma en que las organizaciones crean, entregan y capturan valor.

Por lo tanto, Canvas es un lienzo que permite la rápida evaluación de una idea. Se compone de nueve enfoques: (a) Segmento clientes: Los clientes son el objetivo hacia donde se dirigirá el negocio. Pueden ser uno o más grupos de clientes, pero correctamente distinguidos unos de otros, se formula la siguiente pregunta ¿Para quién creamos valor?; (b) Alianza clave: Para lograr realizar las actividades y para conseguir los recursos, se necesita aliados o socios que ayuden; (c) Propuesta de valor: Junto con nuestro objetivo del segmento cliente, tenemos que definir qué le vamos a ofrecer. Se pueden definir distintas ofertas según los distintos grupos de clientes, de los cuales debe responder tres preguntas: ¿Qué ayuda ofrecemos?, ¿Qué problema ayudamos a resolver?, ¿Qué valor ofrecemos a nuestro(s) cliente(s)?; (d) Actividades: Son aquellas actividades o acciones integradas a ofrecer una propuesta de valor con el fin de dar como resultado una oferta con valor; (e) Canales: Son aquellos medios que se utiliza para hacerle llegar la información al cliente de forma eficiente y eficaz; (f) Flujo de ingresos: Los ingresos son el resultado de la propuesta de valor ofrecida con éxito a los clientes; (g) Estructura de costos: Son aquellos elementos del modelo que dan como resultado los costos de las actividades que están relacionadas con el producto o servicio; (h) Recursos clave: Son los medios necesarios para recibir y entregar los elementos; (i) Relaciones con los clientes: Se establece y se mantiene una relación estrecha con cada segmento de clientes (Osterwalder & Pigneur, 2004),.

1.2.2 Modelo de negocio cebo y anzuelo

Según Haya (2017) el modelo de negocio cebo y anzuelo se remonta a finales del siglo XIX, ya que en aquel tiempo King C. Gillette era un comerciante quien creó una máquina para afeitar la cual tenía hojas desechables. Esto optimizaba el intercambio de hojas de afeitar nuevas evitando así inconvenientes de tener que afeitar las cuchillas tradicionales, el cual desde ahí surgió la idea del modelo. Según Roldán (2019) consiste en vender un producto a un precio muy bajo (cebo) con la esperanza de obtener ganancias a largo plazo por la compra de repuestos, consumibles o servicios. Así mismo, los aspectos clave del modelo son tres: (a) El Cebo ha de ser un producto muy atractivo y que “enganche” al consumidor.

Además, el Anzuelo tiene que estar muy ligado al Cebo, e intentar conseguir que sea imprescindible, o al menos de mucha importancia, para el posterior funcionamiento del Cebo; (b) Se tiene que conseguir una lealtad a la marca. El Cebo es un producto con un precio generalmente bajo, por lo que es muy sensible al cambio a otras marcas. Por tanto, la lealtad se consigue finalmente con el Anzuelo, que es un producto complementario al Cebo y que hará que el cliente se aferre al propio producto; (c) Este modelo “juega” con la psicología de los clientes, ya que, al tratarse de un precio bajo, el consumidor interpreta que su gasto, obviamente, es bajo, pero posteriormente, con la compra diferida en el tiempo del Anzuelo, el consumidor se está dejando una cantidad de dinero bastante elevada.

Características:

Del mismo modo, según (Haya, 2017) presenta las siguientes características principales para dicho modelo de negocio: (a) Genera valor con la venta de complementos; (b) Ofrece ganancias a largo plazo. En el presente modelo según (2017) presenta dos tipos de categorías, lo tradicional y lo inverso, por lo tanto se da a conocer la particularidad de cada uno: (a) Tradicional: es aquello que ofrece a un precio muy bajo, y posteriormente se ofrecen productos complementarios, Anzuelos a un precio más alto y por último; (b) la categoría inversa que ofrece un producto principal a un precio elevado y del cual se obtiene bastante beneficio, pero sus productos complementarios y adicionales son más baratos.

1.2.3 Modelo de negocio economía colaborativa

Economía Colaborativa fue acuñado por primera vez por Ray Algar en el artículo *Collaborative Consumption* publicado en el boletín *Leisure Report* de 2007 (Gorán & DelMar, 2017). “El consumo de colaboración se produce cuando las personas participan en el intercambio organizado, el trueque, el comercio, el alquiler, el intercambio y colectivos para obtener los mismos placeres de la propiedad con una reducción de costes y carga personal, y un menor impacto ambiental”.

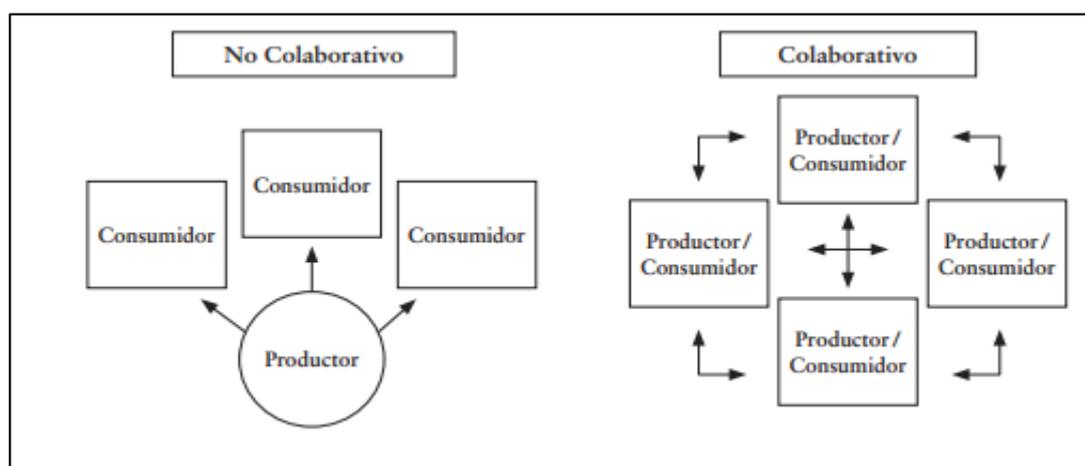


Gráfico 2. Diagrama del Productor y consumidor – colaborativo versus no colaborativo.

Nota: tomado de “Modelos de Negocio en la Economía Colaborativa: Síntesis y Sugerencias” por Gorán & DelMar, 2007, *Esic Market Economics and Business Journal*, p. 255-274.

Factores clave impulsores de la economía colaborativa

Internet y la cultura digital: Sirven para que sus usuarios puedan encontrarse (en el entorno digital) y se genere cierta confianza, aunque las interacciones se desarrollen en espacios físicos –por norma general–. Gracias a internet se ha redescubierto el poder que tienen las comunidades de ciudadanos, organizados de manera rápida con un objetivo en común (Belck, 2014) así mismo, la Sociedad y cultura:

En el transcurso de la propiedad individual al acceso compartido se destacan cambios en aspectos menos tangibles, todos ellos relacionados con un estilo de vida diferente. Se crean comunidades donde las personas cooperan y colaboran conjuntamente para obtener mayores beneficios dando un giro diferente a valores como la confianza, seguridad o privacidad

La crisis económica: Existe una tendencia social a creer que el sistema capitalista favorece las desigualdades económicas, a diferencia de la economía colaborativa, que provoca la unión de la sociedad. Por otro lado, la mayoría de las empresas que surgen a raíz de este fenómeno operan a través de internet y aplicaciones móviles; esto favorece la creación de nuevas oportunidades de negocio a empresarios e inversores (Gorán & DelMar, 2017).

Problemas medioambientales: La concienciación sobre la preservación del medioambiente es una de las causas fundamentales del consumo colaborativo (Gansky, 2010).

1.2.4 Modelo de negocio Long Tail

Un estudio realizado por la Junta de Andalucía (2019) señala que el modelo de negocios *long tail* es un claro ejemplo de ello. En la actualidad, este sistema implica el uso de plataformas y medios tecnológicos para despertar en el mercado el interés sobre un determinado bien o servicio y así incrementar la demanda orientada hacia el mismo.

A continuación, según Junta de Andalucía (2019) que contribuyen a la gran expansión el modelo de negocio como: (a) Democratización de las herramientas de producción: Reducción de los sistemas de producción han permitido que en muchos sectores estas herramientas hayan llegado a manos de profesionales independientes e incluso amateurs; (b) Democratización de la distribución: Gracias a Internet, los costes de distribución tienden a 0, sobretodo en productos digitales, lo que hace que cualquiera pueda poner a disposición del público su trabajo.

Además, muchos costes asociados también han caído en el mundo físico, con lo que crear nuevos mercados de nicho es más sencillo y, por último; (c) con la Disminución de los costes para conectar ofertas y demanda dificultad de los negocios basados en nicho es la dificultad de encontrar al público objetivo, pero ahora gracias a las redes sociales, a los buscadores, a las páginas de recomendaciones, los costes para alcanzar al público interesado han caído de manera considerable (Junta Andalucía, 2019).

Tabla 2
Reglas del modelo de negocio Long Tail

<u>Baje sus costos</u>	Regla 1: Modifique los inventarios Regla 2: Deje que los clientes hagan el trabajo Regla 3: Un solo método de distribución no es suficiente
<u>Piense en nichos</u>	Regla 4: Un solo producto no es suficiente Regla 5: Un solo precio no es suficiente Regla 6: Comparta información Regla 7: Piense en “y”, no en “o”
<u>Pierda el control</u>	Regla 8: Confíe en que el mercado hará su trabajo Regla 9: Comprenda el poder de lo gratuito

Nota: tomado de “Manual para Emprender: Andalucía emprende”, *Fundación Pública Andalucía: Consejería de Empleo, Formación y Trabajo Autónomo* por Junta de Andalucía, 2019.

Beneficios de Long Tail

- a) Explica que el futuro del comercio y la cultura no radica en la cantidad de hits ni en el alto volumen de la tradicional curva de demanda, sino en la larga cola de la misma curva;
- b) Permite comprender cómo se produce el pasaje de un mercado de masas a un mercado de nichos;
- c) Demuestra que la economía de la larga cola se aplica a diferentes tipos de negocios. Esto ofrece un claro panorama sobre cómo será la economía del futuro (Anderson, 2006).

1.3 Marco referencial

1.3.1 Estudios de Empresas de Bienes Raíces

El presente documento hace referencia a estudios sobre la creación de empresas de corretaje en el sector de bienes raíces estructurado median un plan de negocio que permita conocer los resultados, objetivos y conclusiones de los trabajos realizados en el sector inmobiliario.

Un estudio realizado por Andrade (2013) el cual tiene como propuesta la creación de una empresa de servicios inmobiliarios diferenciales enfocada al aseguramiento del arriendo en las ciudades de Quito y Guayaquil, tiene como objetivo dar a conocer los atributos y beneficios de los servicios a ofrecer tomando en consideración un mercado inmobiliario poco desarrollado, a través de una análisis de factibilidad financiera el cual permite conocer su beneficio económico, finalmente concluye en los resultados del estudio que las finanzas son altamente positivas, pues

reflejan una rentabilidad mayor a la mínima esperada. Al analizar un escenario pesimista, la rentabilidad esperada es menor, aunque lo suficientemente atractiva para ejecutar el proyecto. Sin embargo, indican que para este negocio no es necesario el uso de muchos recursos ya que, para ejercer la actividad, es importante la calidad del servicio, por tanto, determinan que el proyecto es rentable.

Otro estudio realizado por García (2014) determinó la creación de una empresa consultora y corretaje inmobiliario en Colombia, donde el objetivo principal es crear un servicio personalizado para brindar a los clientes una solución adecuada a sus requerimientos, que diferencie la compañía del resto de las empresas del sector inmobiliario, mediante un relacionamiento personal y el entendimiento de sus necesidades, buscando aprovechar la mejor oferta en términos de propiedades inmobiliarias, utilizando todos los recursos que estén a su alcance, y generando valor agregado a las decisiones inmobiliarias de los clientes en el conocimiento financiero, operativo, técnico y de mercado con asesores profesionales.

Finalmente, el estudio de García respecto a la elaboración del plan le permite identificar grandes oportunidades que existen en el mercado inmobiliario para estructurar y desarrollar una compañía que otorgue valor agregado al cliente final, ya que es un mercado donde se presenta una aparente saturación de empresas de todos los tamaños, pero que presentan la misma oferta con mínimos diferenciales. Por lo tanto, señala la existencia sobre la necesidad entre los clientes de encontrar un servicio inmobiliario que entienda realmente las necesidades del cliente y las razones que lo llevan a buscar una asesoría o una intermediación comercial para suplirlas.

En otro aspecto, Arias y Cortes (2017) establecieron en su estudio la creación de una empresa inmobiliaria, a través de un plan de negocios, el cual para efecto de ello, buscan investigar cual es el comportamiento que ha tenido el sector de la construcción e inmobiliario en las ventas de inmuebles usados en los últimos cinco años, además, detectar cuál es el perfil que tienen las personas que están comprando inmuebles usados, así también la forma de financiación y legal que se determinara para el funcionamiento de la inmobiliaria. No obstante, el proyecto plantea el uso de las TIC's para una mayor eficiencia en costos y recursos. Finalmente concluyen que al no haber competencia en el uso de las tecnologías en el sector inmobiliario y llevarlo a otro nivel, le permite obtener una ventaja competitiva contra la competencia y poder

establecer su negocio de forma virtual. Según Torres (2013) señala el desarrollo de un plan de negocios que le permita evaluar la factibilidad y viabilidad de una empresa de corretaje de propiedades, enfocada en el sub mercado de arriendo de propiedades. El estudio presenta una metodología que consiste en un proceso declarativo, luego realizar el proceso analítico interno y del entorno. Dentro de los objetivos específicos buscan realizar un análisis del entorno, la cadena de valor, para conocer el comportamiento del mercado inmobiliario. Finalmente, el estudio del entorno indicó que Chile posee innegables atractivos para desarrollar alguna empresa. Particularmente el mercado inmobiliario tiene el atractivo que es fomentado por el Estado con franquicias tanto para la oferta como por el lado de la demanda. En pocas palabras, es posible llevar a cabo el plan de negocios e indicar que es factible realizar un proyecto de corretaje de propiedades y que la viabilidad del negocio pasa por el cumplimiento de metas de ventas mínimas.

Tabla 3

Resumen de estudios acerca de la creación de empresas de corretaje inmobiliario

Autor	Año	País	Población	Hallazgos
Israel Andrade	2013	Ecuador	Viviendas Quito: 462 613 Viviendas Guayaquil: 545 514	Todos los entrevistados indicaron en un 100% estar de acuerdo con la creación de una empresa corretaje y respecto al arrendamiento el mayor problema es el atraso en pagos y destrucción de la propiedad, además para lo solución de aquello están de acuerdo en pagar del 7 al 10% por servicios contractuales y soluciones profesionales. La encuesta dirigida a propietarios y arrendatarios señalo que hay falta de honestidad, compromiso acompañado de un mal asesoramiento y desconfianza en un 78% por otro lado el 22% indicaron que ciertas inmobiliarias dicen mentiras, firman contratos sin explicaciones, no hay visitas y contraofertas, hostigamiento para colocar precios bajos del bien, no respetan horas de citas, desconocen del inmueble que ofrecen.
Nicolás García	2014	Colombia	1900 habitantes	

Arias y Cortes	2017	Colombia	15.831 Inmuebles en venta y arriendo para vivienda (nueva y usada)	La falta de intermediación en el 70% del mercado inmobiliario hace al negocio muy atractivo con una rentabilidad cercana al 20% anual. No obstante, solo el 45% tiene intención de acceder al servicio de corretaje inmobiliario. Señala que Chile posee excelentes condiciones para desarrollar una empresa inmobiliaria. No obstante, el resultado del VAN arroja que el negocio tiene un VAN mayor que cero, a una tasa de descuento es 20%. En este sentido se desprende también que a una tasa de descuento de 25% el proyecto arroja un VAN negativo y que a una tasa de descuento de 23% el VAN es cero. Los riesgos del negocio están por el lado de la solvencia en los primeros años de operación, no se vislumbran problemas de liquidez.
Claudio Torres	2013	Chile	Población urbana y rural cliente arrendador	

Nota: información tomada de (Andrade, 2013; García, 2014; Arias & Cortes, 2017; Torres, 2013)

Actividades de las empresas inmobiliarias

Las principales ramas laborables a las que se dedican y prestan sus servicios en nuestro medio las empresas inmobiliarias son: (a) Compraventa de viviendas, departamentos, edificios y lotes; (b) Construcciones; (c) Alquiler; (d) Administración de edificios; (e) Trámites legales y notariales; (f) Peritaje y avalúos; (g) Financiamientos.

1.4 Marco conceptual

1.4.1 Concepto de Corredor

Según Parra (2016) señala al corredor como aquella persona que, por su especial conocimiento de los mercados, se ocupa como agente. También, Sánchez (2019) señala que en el vocabulario jurídico se llama corredor a la persona que, por su especial conocimiento de los mercados, se ocupa como agente intermediario en la tarea de poner en relación a dos o más personas, con el fin de que celebren un negocio

comercial sin estar vinculado a las partes por relaciones de colaboración, dependencia, mandato o representación.

Por lo tanto, se entiende que la correduría es la operación por la cual un intermediario pone en relación a dos personas entre sí, con miras a la celebración de un contrato.

1.4.2 Concepto de Corretaje inmobiliario

Según Espinoza (2012) el corretaje inmobiliario, es aquello cuando cualquiera de las partes vendedor o comprador, e inclusive el intermediario (corredor) puede incurrir en gastos, pérdida de oportunidad y abuso de tiempo para intentar que se lleve a cabo una compraventa de bien inmueble, bien sea urbano o rural.

Además, un estudio realizado por Sánchez (2019) señala que dentro del comercio el negocio inmobiliario es uno de los más antiguos y dinámicos. Por lo tanto, este negocio consiste, principalmente, en la comercialización de inmuebles: casas, terrenos, departamentos, aires, oficinas, centros comerciales, etc.: tanto en la modalidad de compraventa como en la de arrendamiento.

1.4.3 Concepto de arrendador o arrendatario

Según Bruce (2000) la terminología arrendataria se origina de la palabra *freehold* (propiedad) y arrendamiento. (*Fee simple* y *fee simple absolute*) son términos técnicos feudales que son prácticamente sinónimos de *freehold* y propiedad privada. Antiguamente, bajo el régimen de *freehold*, la tierra es poseída sin obligaciones con el estado o la monarquía, lo que en la actualidad se conoce como propiedad privada. El arrendamiento ocurre cuando la tierra es alquilada, durante un periodo específico de tiempo, por alguien que no es el dueño.

Por lo tanto, se entiende que el arrendatario es aquella persona dueña de un bien inmueble o producto materializado y que cede de manera temporal los derechos de uso a otra persona de un bien.

1.4.4 Concepto de Contrato de corretaje

Sydney (1999) indico que el corretaje es el contrato a través del cual una persona denominada proponente o interesado efectúa un encargo material a otra persona

denominada corredor, a fin que se le señale la oportunidad y la persona con quien puede celebrar el negocio jurídico, a cambio de una compensación pecuniaria.

1.4.5 Concepto de mercado inmobiliario

Según Abramo (2011) el mercado inmobiliario es la transformación de las características constructivas a lo largo del tiempo, ya que la transformación de una parte del desequilibrio residencial en inmuebles edificados (en general inacabados) con material permanente pasa a ejercer una atracción para las familias de distintos segmentos o recursos económicos.

También considera que el mercado inmobiliario es la permuta de domicilios entre el conjunto de las casas próxima al barrio, ciudadelas, urbanizaciones, condominios, entre otros. Revelando una característica interesante en la localización de la ciudad que se encuentran ubicadas.

1.4.6 Concepto de contrato de arrendamiento

Según Bigio (1994) en el contenido de la obligación del contrato de arrendamiento de un bien, la prestación, consiste en ceder el uso de ese bien; mientras que en los contratos de prestación de servicios y de obra se tiene como contenido de la obligación la realización de un servicio que involucra el esfuerzo del hombre. Es decir, por el arrendamiento el arrendador se obliga a ceder temporalmente al arrendatario el uso de un bien por cierta renta convenida.

1.4.7 Contrato consensual

Según, Bigio (1994) el arrendamiento es un contrato de carácter consensual, por cuanto se perfecciona con el sólo acuerdo de voluntades y, en consecuencia, genera obligaciones a cargo de las partes; sin que se requiera, a diferencia de los contratos de naturaleza real, de la entrega de la cosa como requisito de formación del contrato. Por consiguiente, el contrato es perfecto cuando se forma el consentimiento mediante la manifestación de voluntad de las partes, esto es, cuando el arrendador acuerda con el arrendatario en cederle temporalmente el uso de un determinado bien a cambio del pago de una renta que éste debe abonarle.

Otro aspecto señala Lecuyer (2010) que el efecto del contrato no se puede separar del acuerdo de voluntades, puesto que es indisociable de la formación del contrato que ese mismo acuerdo ha generado. La creación de una relación obligacional, la constitución de un derecho real, la transmisión de un derecho real o de un derecho.

1.4.8 Satisfacción del cliente

Propone que la satisfacción del cliente se encuentra directamente relacionada con el desempeño de las características del producto o servicio percibidas por el cliente. Se define el desempeño como el nivel de calidad del producto en relación con el precio que se paga por él que percibe el cliente. La satisfacción, por tanto, se equipará al valor, donde el valor es la calidad percibida en relación al precio pagado por el producto y/o servicio (Johnson, Anderson, & Fornell, 1995)

1.5 Marco legal

Todas las empresas se rigen al marco legal dado que es muy importante obtener los siguientes conocimientos: (a) Código civil; (b) Ley de compañías; (c) Código de Comercio del Ecuador; (d) Código Tributario Interno del Ecuador.

En relación a las empresas de bienes raíces, las que ofrecen arrendamiento de locales y viviendas, actualmente existen normativas de leyes y políticas del estado ecuatoriano se los localiza en la siguiente documentación:

1.5.1 Ley de los Corredores de Bienes Raíces

Esta ley entró en vigencia en 1984 publicado en el Registro Oficial No790. Los corredores de Bienes Raíces deben capacitarse en establecimiento del país de nivel superior y que estén protegidos por la ley de defensa profesional, el objetivo principal de esta capacitación es dar un mayor rendimiento a las industrias de construcción y de cuidar los intereses de las personas que solicitan bienes inmuebles (Asociación de Corredores de Bienes Raíces).

Esta ley está conformada por; (a) Capítulo I: De los corredores de bienes raíces; (b) Capítulo II: De la defensa profesional; (c) Capítulo III: Disposiciones generales.

1.5.2 Ley de Inquilinato

La ley de inquilinato fue publicada en el Registro Oficial No 196 del 2000, la misma que ha presentado cambios importantes el 26 de febrero del 2013 que fue aprobada en la Asamblea Nacional. De tal manera que los concejos cantonales serán los encargados de la Oficina de Registro de Arrendamientos.

Además, en la Oficina de Registro de Arrendamientos se deberán registrar los contratos de arrendamiento, la misma se hará responsable de fijar los precios máximos

para los arriendos de viviendas, comercios y talleres. Des mismo modo, el tiempo de inscripción del contrato de arrendamiento en la Oficina de será de 30 días tras su celebración, caso que no se pagará una multa que corresponde al valor del canon mensual de arrendamiento.

De tal manera, el valor de la garantía entregada por el arrendatario deberá ser depositado en una cuenta del Banco Nacional de Fomento, no obstante, en el 2013 cuando se dieron cambios, también la función Ejecutiva, es decir, el Presidente de la República Econ. Rafael Correa, vetó el proyecto de ley y solicitó que una nueva reforma a esta ley sea presentada. Dicha nueva reforma podrá presentarse únicamente después de un año de este veto (Registro Civil, 2015).

Capítulo 2

2.1 Análisis del entorno

Un análisis del comportamiento de las variables como la evolución de ventas de la construcción y el sector inmobiliario permitirá entender la situación económica del país, además del crecimiento anual del PIB y la contribución que aportan como sector a la nación.

2.1.1 Crecimiento Poblacional 2010-2019

En la ciudad Guayaquil durante la última década el crecimiento poblacional proyectado ha sido constante, según información del Instituto Nacional de Estadísticas y Censo; INEC (2019) el cual determinó un promedio de variación poblacional proyectado entre el periodo 2010 al 2019 con tasa de crecimiento anual del 1%.

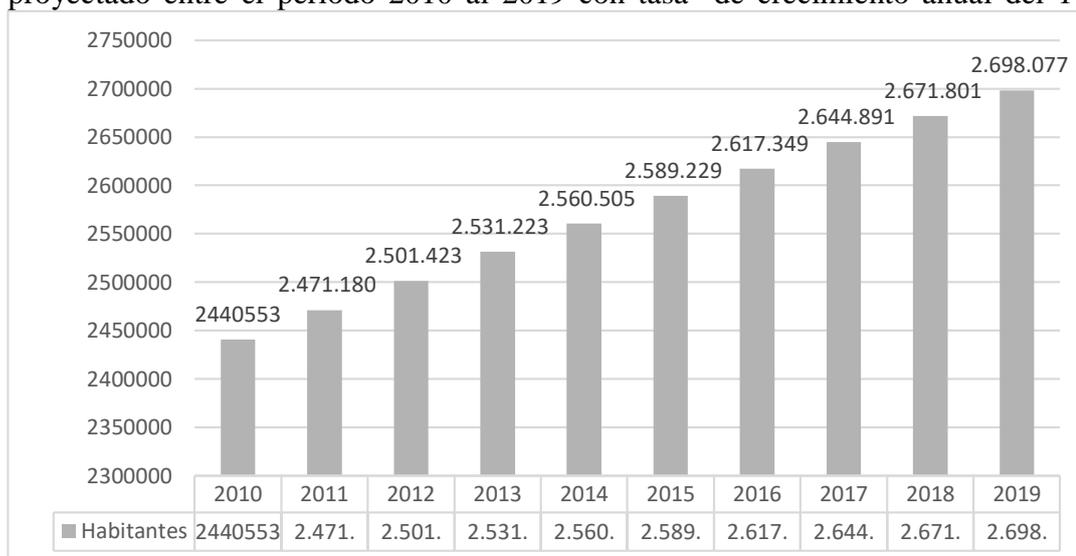


Gráfico 3. Crecimiento poblacional proyectado del 2010 al 2019 en número de habitantes de la ciudad de Guayaquil.

Nota: Información tomada del Instituto Nacional de Estadísticas y Censo 2019, Proyección de la población ecuatoriana.

La figura 2 muestra la proyección de la tendencia poblacional en la ciudad de Guayaquil desde el año 2010 hasta el año 2019, una data otorgada por Instituto Nacional de Estadísticas y Censo; INEC (2019), donde se puede identificar un crecimiento constante cada año, por lo tanto, es parte de la incidencia de un posible crecimiento en ventas y construcción habitacional, generando así, actividades para el desarrollo económico y socio económico. Es así, que por la existencia de un crecimiento poblacional daría apertura a la creación de compañías que brinden el servicio de asesoramiento en la compra, venta o alquiler de un bien inmueble, ya sea por vivienda, edificio, departamento, locales y entre otros.

2.1.2. Comportamiento en ventas inmobiliarias 2010-2018

El análisis del comportamiento de los ingresos por ventas por el sector inmobiliario a nivel nacional, durante el año 2010 al 2018 determino que las ventas percibidas por las empresas de bienes raíces tuvieron un impacto positivo, durante el periodo 2011 con una variación porcentual del 12% a nivel nacional, mismo que representa un valor de \$1 396 millones aproximadamente, como aporte económico al país. Así también en el mismo año hubo un incremento del 4% en la ciudad de Guayaquil, esto se debe al aporte en créditos que genero el Banco del IESS (BIESS) para diversas operaciones en construcción, compras de viviendas, remodelaciones, hipotecarios entre otros.

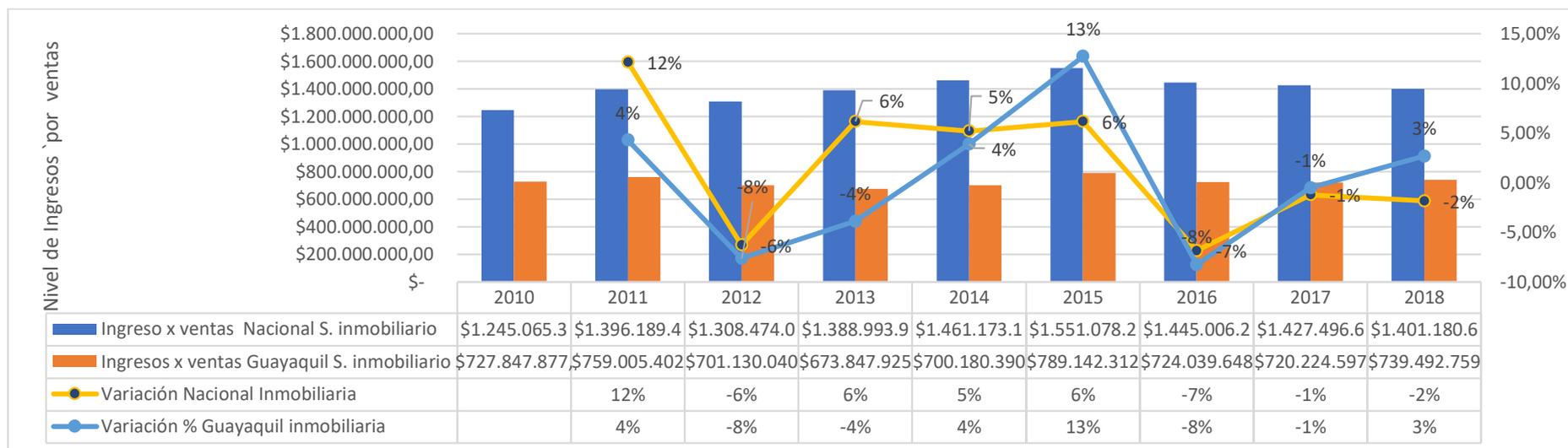


Gráfico 4. Ingresos por ventas del sector inmobiliario del 2010 al 2018

Nota: Información tomada de Superintendencia de Compañías 2019, base de datos tomada del sector societario, en el ranking de empresas por sectorización anual.

Sin embargo, durante el mismo periodo de los 9 años, el sector inmobiliario reflejó dos eventos de decremento en la variación de sus ingresos a nivel nacional, siendo este el año 2012 y el 2016 consecutivamente en 6% y 7%. El primer evento se debió a partir de la Ley Orgánica para la Regulación de los Créditos para la Vivienda y Vehículos aprobada en el año 2012, misma que estableció la regulación de los créditos de viviendas y vehículos contraídos por personas naturales (Romero, Guerra, Simbaña, Escobar, Rivera, Picón, Domínguez, Fernandini, Riquelme, Scheneider & 2018). Debido a ello, se produjo una desaceleración del sector inmobiliario, lo cual determinó el aumento del precio por el cual estarían explicados los aumentos en los costos y en el índice de actividad económica (Macías, Solórzano, & Villa, 2012).

En otro aspecto, la disminución que se evidenció para el 2016, fue a partir de la aprobación de la Ley Orgánica para Evitar la Especulación sobre el Valor de las Tierras y Fijación de Tributos determinada también como ley de plusvalía, y en el mismo año, el IVA subió del 12% al 14% a causa del siniestro por terremoto en el Ecuador, el cual incrementó el costo de los precios de las actividades económicas.

2.1.3 Comportamiento de la construcción 2010-2018

El comportamiento sectorial de la construcción a nivel nacional tiene un impacto económico positivo del 35% para el periodo 2013 que representa un total de \$6 028 843,483.52 como aporte económico a nivel nacional es la tasa más alta de variación durante la última década. Sin embargo, el periodo 2012 fue el año que registró un alto índice de disminución con una tasa negativa del 18%. Por lo tanto, a pesar de que los ingresos anuales por ventas a nivel nacional para el año 2010 no determinaron buenos resultados (-8%), la variación porcentual de Guayaquil respecto a los ingresos por ventas refleja un índice significativo de crecimiento del 339% lo que le permitió recuperarse de forma rápida. Sin embargo, el aporte de la contribución porcentual de la provincia del Guayas con relación a la ciudad de Guayaquil permite conocer el aporte de la ciudad con relación al total generado en ingresos por el sector a nivel de país, siendo este el periodo 2014 el indicador que determinó mayor índice de contribución (43%), durante los diez últimos años, el cual determinó un impacto positivo de contribución y mayor productividad por parte del sector inmobiliario en la ciudad de Guayaquil, tal como podemos observar en la gráfico 5.

Por otro lado, la contribución porcentual de los ingresos generados por ventas de la ciudad de Guayaquil en el sector de la construcción, tuvo una baja contribución porcentual para el año 2018, registrada como el aporte mas bajo de los ultimos diez años, con una tasa porcentual del 23%.

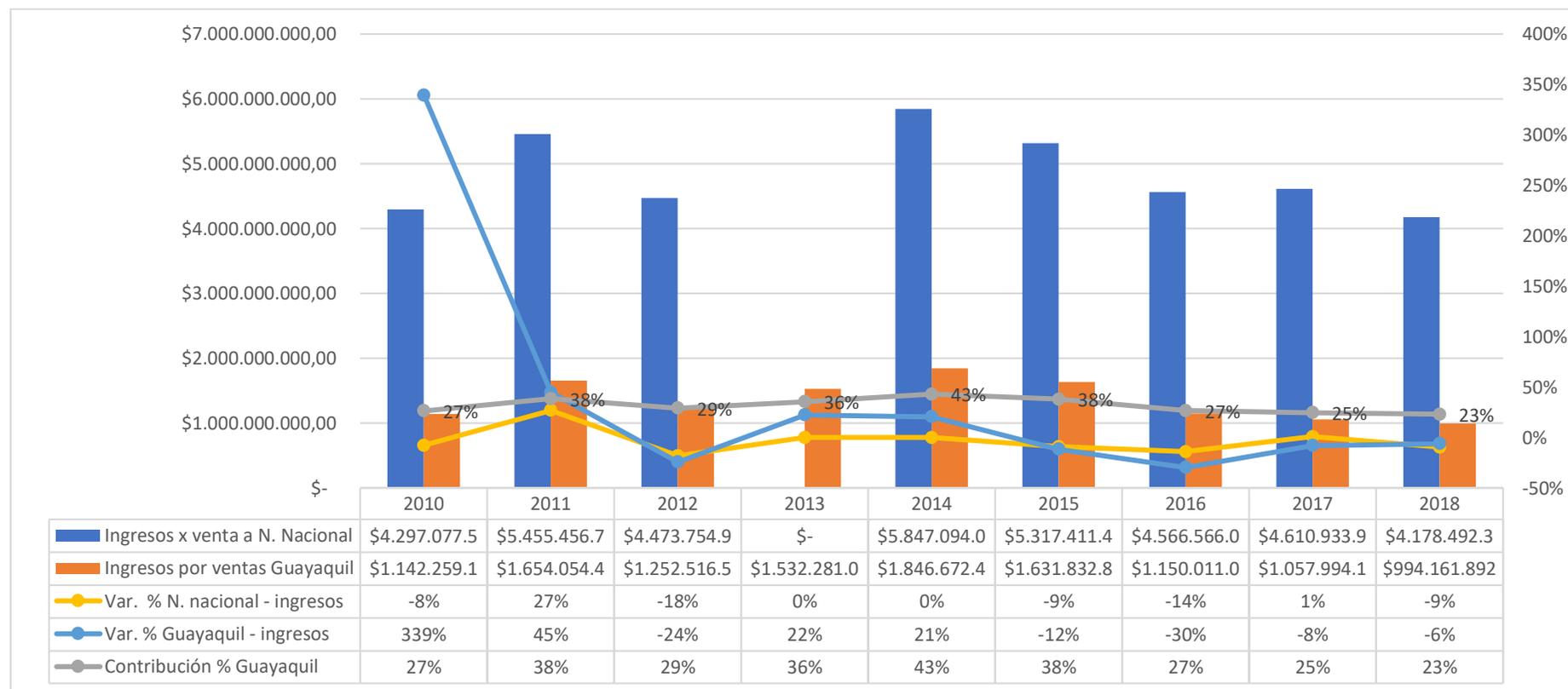


Gráfico 5. Ingresos por ventas del sector de la construcción del 2010 al 2018

Nota: Información tomada de Superintendencia de Compañías 2019, base de datos tomada del sector societario, en el ranking de empresas por sectorización anual.

2.1.4 Representación el sector de la construcción e inmobiliario

El análisis del comportamiento de los sectores de la inmobiliaria y la construcción a nivel nacional respecto a los ingresos por venta permitió entender durante la última década, la evolución de ingresos en el tiempo, por el cual es visible identificar que el sector con mayores niveles de ingresos es la construcción, está por ser un sector que genera mayor niveles económicos, en la participación y desarrollo de proyectos inmobiliarios, construcción de viviendas y edificios, mega obras de construcción gubernamental y social, obras civiles entre otros.

Con base en lo anterior, es importante conocer la evolución y el aporte significativo de cada sector en base al Producto Interno Bruto (P.I.B.) a nivel nacional y conocer el nivel de contribución del sector de la construcción e inmobiliaria a nivel nacional sobre el PIB. Para ello, podemos observar en la siguiente figura 4 que el indicador macroeconómico se expresa en millones de dólares, permitiendo conocer el acumulado de la producción de bienes y servicios a través de los sectores productivos que se desean conocer.

Por lo tanto, el análisis del PIB anual durante el periodo 2010-2018 presentó en el último año una cifra alta de \$108 398,000,000.00 (Datosmacro, 2019) lo cual determina que el sector productivo en el Ecuador en ese año ha tenido mayores niveles de producción por parte de los sectores productivos. Sin embargo, la variación porcentual de crecimiento no es significativa (3.93%) ya que el incremento de la variación con relación al año 2017 disminuyó en 0.43%.

No obstante, para el año 2015 el PIB en el Ecuador presentó un impacto negativo del 2.39% lo que determina que hubo una recesión económica, dando a entender que los sectores productivos sufrieron una contracción de la demanda. Así mismo, durante ese año el sector de la construcción disminuyó sus ventas en un 9% con relación al periodo 2014-2015 y el sector inmobiliario a nivel nacional aumentó sus ingresos en un 6%.

Respecto, al sector de la construcción y la inmobiliaria se conoce que la contribución de la construcción en el nivel de ingresos a nivel nacional es mayor que el sector inmobiliario, ya que aporta significativamente dentro de la economía ecuatoriana. No obstante, el sector inmobiliario en parte depende del sector de la construcción, pero también puede generar otros ingresos a través de la reservación de propiedades o viviendas y concesiones de locales comerciales, oficinas, ente otros.

Según la Súper Intendencia de Compañías, Valores y Seguros; SUPERCIAS (2018) señaló que en el Ecuador, la industria de la construcción a nivel nacional para el año 2013 tuvo una variabilidad de incremento anual del 6.34% mientras que en el 2014 la tasa de crecimiento anual del sector disminuyó al 5.75% , seguido de tasas negativas de crecimiento en los cuatro años consecutivos.

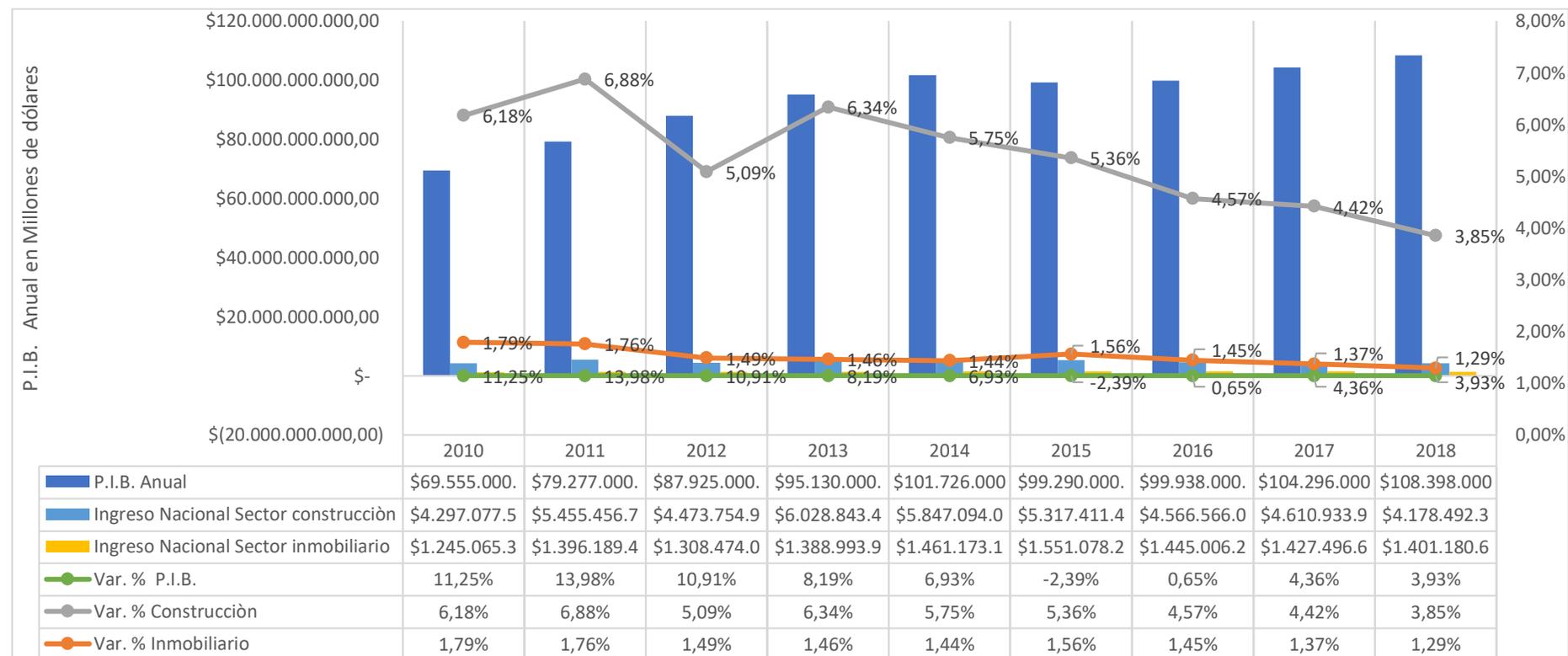


Gráfico 6. Crecimiento anual del PIB y el sector de la construcción e inmobiliaria del 2010 al 2018

Nota: Información tomada de la Superintendencia de Compañías 2019, base de datos tomada del sector societario, en el ranking de empresas por sectorización anual; e información de (Datosmacro, 2019).

Sin embargo, esto se debió a causa de que en el 2015, se produjo una desaceleración del ciclo económico en el Ecuador, por los bajos precios que alcanzó el petróleo a nivel internacional, ya que la sostenida apreciación del dólar afectó especialmente a los sectores con un alto componente exportador e importador y encareció sus productos respecto a países vecinos, así también como las medidas de comercio exterior que se impusieron entre las cuales podemos describir con una caída del sector de la construcción del 1.51% (SUPERCIAS, 2018).

2.1.5 Comportamiento de los créditos hipotecarios 2010-2018

En la siguiente gráfica se observa la evolución de créditos anuales por parte de la banca pública (BIESS) y banca privada, en los tipos de créditos otorgados para la construcción de viviendas de interés público, inmobiliario e hipotecarios. Es importante señalar que los porcentajes correspondientes al total de créditos otorgados por la *banca pública*, a partir del año 2010 al 2014 ha registrado una variación positiva en el crecimiento de los créditos, siendo el año 2014 el de más alto crecimiento y desde ahí la colocación ha venido disminuyendo en concordancia con la situación económica del país.

Sin embargo, la banca privada refleja un comportamiento cíclico en la variación evolutiva de los créditos otorgados a nivel nacional del 2010 al 2018, esto determina que para los dos últimos años el sector privado está cerca de similar sus montos a los niveles de créditos otorgados por el sector público, lo que permitiría dinamizar los créditos a nivel nacional. Adicionalmente, el decrecimiento de los créditos por la banca pública (BIESS) del 2015 al 2018 se debe a una desaceleración en la ralentización del crecimiento económico de los sectores económicos, a causa de la caída de los precios en los mercados internacionales y un aumento agresivo de la deuda pública por el gobierno anterior, en condiciones no favorable para el país.

En otro aspecto, la institución financiera pública a nivel nacional para el año 2010 inicia sus operaciones en la gestión de créditos mediante el Banco del BIESS y su crecimiento se ha mantenido constante hasta el 2014. Sin embargo, el aumento de los créditos tiene como efecto un crecimiento positivo del PIB (Producto Interno Bruto) el cual determina un crecimiento positivo en las actividades económicas del país.

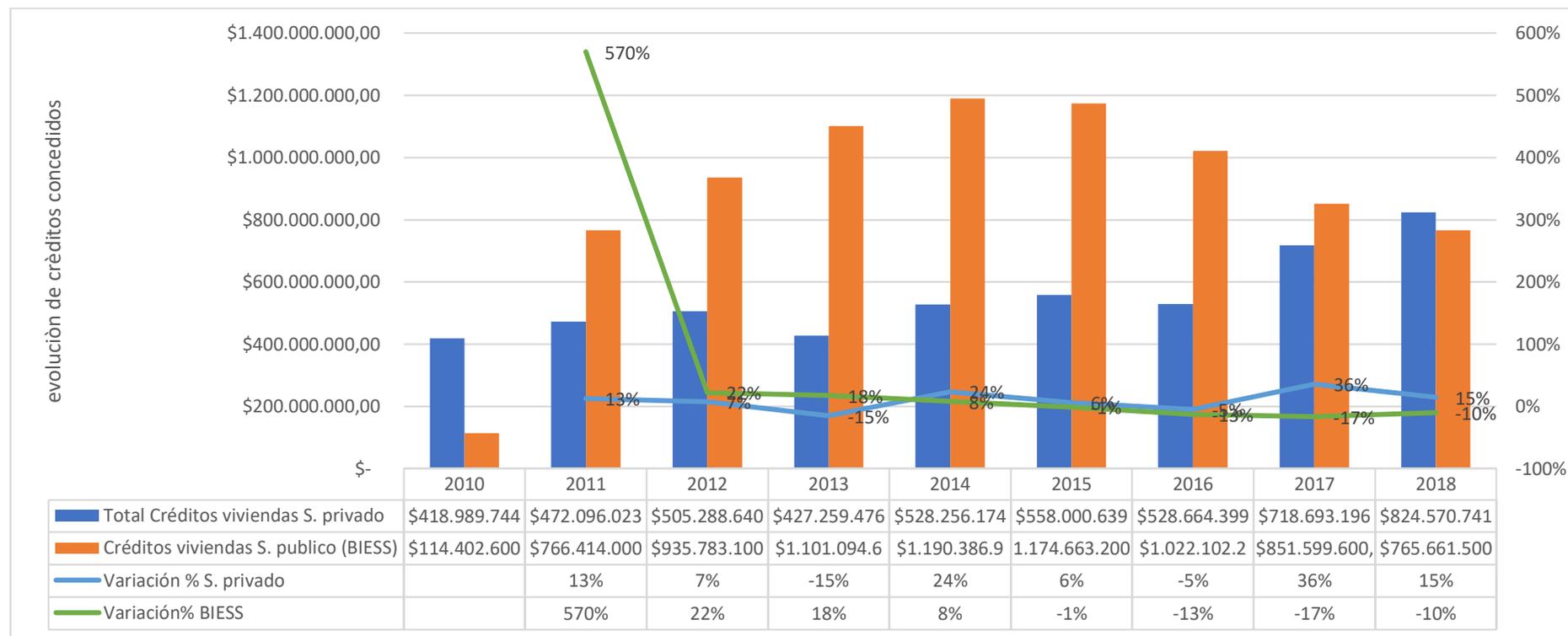
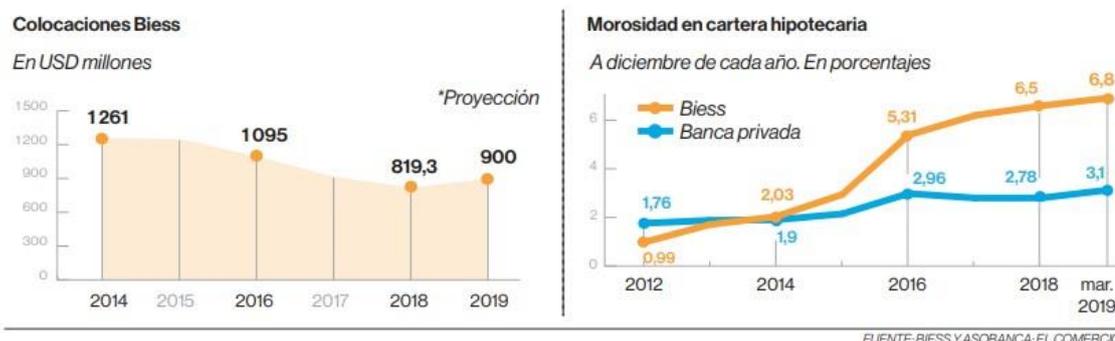


Gráfico 7. Evolución de créditos de banca pública (BIESS) y privada a nivel nacional del periodo 2010 al 2018

Nota: Información tomada de Asobanca 2019 en volumen de créditos, base de datos Datalab y Banco Central del Ecuador 2019.

A partir del 2014 al 2018 la tasa de morosidad del BIESS se incrementó en un 318% y la tasa de crecimiento de morosidad de la banca privada en el mismo periodo fue de 73.16%.

LA MOROSIDAD EN EL BIESS Y LA COLOCACIÓN DE HIPOTECARIOS



2.1.6 El déficit habitacional (propias, alquiladas, en casa de familias)

2.1.6.1 Déficit cualitativo de vivienda

Según INEC (2019) hace referencia a las viviendas particulares que presentan carencias habitacionales en los atributos referentes a la estructura, espacio y a la disponibilidad de servicios públicos domiciliarios y por tanto, requieren mejoramiento o ampliación de la unidad habitacional en la cual viven. Por lo tanto, el déficit habitacional a nivel nacional en el Ecuador tiene una media del 2009 al 2017 del 33% valor que no ha tenido variación con los años y se ha mantenido en ese nivel porcentual.

Tabla 3

Déficit cualitativo de vivienda a nivel nacional

PERIODO	NACIONAL	URBANO	RURAL
DIC-09	35,6%	34,0%	39,0%
DIC-10	36,3%	34,0%	41,2%
DIC-11	34,4%	30,2%	42,5%
DIC-12	33,2%	28,1%	43,4%
DIC-13	32,6%	28,9%	40,7%
DIC-14	33,7%	30,7%	40,5%
DIC-15	32,5%	29,4%	39,7%
DIC-16	33,6%	30,9%	40,0%
DIC-17	33,7%	30,4%	41,4%

Nota: tomado de “Encuesta Nacional de Empleo y subempleo ENEMDU”, *Población y Demografía*, por Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, 2019. Base de datos de los resultados provinciales del censo 2010 Censo de Población y Vivienda, formato XLS, Tabulados Censales.

2.1.6.2 Déficit habitacional cuantitativo de la vivienda

Según INEC se considera Número de viviendas cuyas condiciones habitacionales se consideran irrecuperables (aquella unidad habitacional que necesita ser reemplazada por una nueva) a partir de la combinación, materiales predominantes y el estado de los mismos, expresado como porcentaje del total de viviendas. Podemos observar que a nivel nacional la variación del déficit habitacional cuantitativo ha sido variable, a partir del año 2015 al 2017 su tasa disminuyó y se ha mantenido. Sin embargo, el sector rural presenta un mayor nivel déficit habitacional, esto son de aquellas personas que viven distantes de la ciudad, en el campo donde el acceso es poco limitado.

Tabla 4
Déficit cuantitativo de vivienda a nivel nacional

PERIODO	NACIONAL	URBANO	RURAL
DIC-09	21,2%	11,5%	41,7%
DIC-10	19,3%	10,1%	38,7%
DIC-11	16,5%	7,1%	34,9%
DIC-12	13,7%	5,6%	29,8%
DIC-13	15,6%	9,2%	29,7%
DIC-14	15,2%	9,7%	27,6%
DIC-15	13,4%	8,5%	24,8%
DIC-16	12,3%	7,7%	22,6%
DIC-17	13,4%	8,0%	25,9%

Nota: tomado de “Encuesta Nacional de Empleo y subempleo ENEMDU”, *Población y Demografía*, por Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, 2019. Base de datos de los resultados provinciales del censo 2010. Censo de Población y Vivienda, formato XLS, Tabulados Censales.

Por lo tanto, según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) como nivel socioeconómico a los hogares en el Ecuador, la cual permite identificar los grupos socioeconómicos relevantes. Respecto a ello, el estrato socioeconómico con mayor representación lo tiene la clase media baja que representa el 49,30% de la población, con un nivel de ingresos promedio de \$6000 anuales.

Respecto a las viviendas de interés social el Estado a través del Banco del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (Biess) ha ajustado su programa de créditos hipotecarios, viviendas terminadas, con montos de financiamiento máximos que van desde los USD 90 000 hasta los 460 000. El financiamiento será de hasta 100% del avalúo hasta USD 130 000; si supera ese monto, el porcentaje bajará. Además, la tasa

de interés más baja será 5,99% para los créditos de viviendas de interés públicos (VIP), sin importar el plazo y con montos de hasta 90 000 (El Comercio, 2019).

2.2 Ámbito técnico del sector

Según Rubio (2018) las tecnologías aplicadas al sector inmobiliario en nuestro país aún están en proceso de desarrollo, algunas inmobiliarias ya están aplicando diferentes sistemas básicos en sus productos como lo son; cerraduras electrónicas, cámaras controladas con el móvil, y una variedad de módulos básicos tecnológicos que se encuentran en el mercado.

Así mismo, en Europa este término de tecnologías aplicadas a inmobiliarios se lo conoce como *proptech*, un término acuñado en el mercado anglosajón para puntualizar a toda aquella industria tecnológica que está estableciendo valor al sector inmobiliario: desde portales inmobiliarios, pasando por; el *big data*, la realidad virtual para comercialización, la visualización de inmuebles, el software de gestión, la domótica o el Internet de las cosas. No obstante, en el Ecuador, la entrada de herramientas tecnológicas y servicios inmobiliarios, ofrecida por *Proptech* (compañías con un alto componente tecnológico), será una necesidad, ya que en la actualidad es un hecho y se perfeccionará en un futuro próximo.

2.3 Ámbito Económico financiero del sector

Según la Corporación Financiera Nacional; CFN (2017) para el año 2013 el sector de la construcción presentó una variación PIB del 9.75%, en el periodo 2014 aumentó al 10.05%, en el año 2015 una tasa de 9.86% y 2016 un Producto Interno Bruto de 9.12%. Podemos entender que en el 2014 hubo un ligero aumento en el aporte económico a nivel nacional, siendo este un sector importante dentro de la economía nacional. Por otro lado, según el autor Valdivieso (2017) quien afirma en su artículo en la Revista Mundo Constructor lo siguiente: *“El sector de la construcción es una pieza clave dentro de la economía ecuatoriana, pues representa el 10% de su producto interno bruto”*.

Según Vascones y Villena (2018) señalaron que la economía ecuatoriana atraviesa un periodo recesivo, lo que implica menor producción y actividad en los sectores que la conforman. No obstante, el aporte de la construcción de acuerdo a cifras provisionales del Banco Central del Ecuador es el más afectado, para el periodo 2016

retrocedió -8,9% en su PIB y al finalizar el mismo año disminuyó en total -10,3%. El dinamismo de la construcción se vio afectado pues tiene relación directa con la inversión en obras públicas, así como en la oferta y demanda de vivienda, que se ha contraído por los bajos ingresos del Estado y la contracción en los ingresos de los hogares (Valdivieso, 2017).

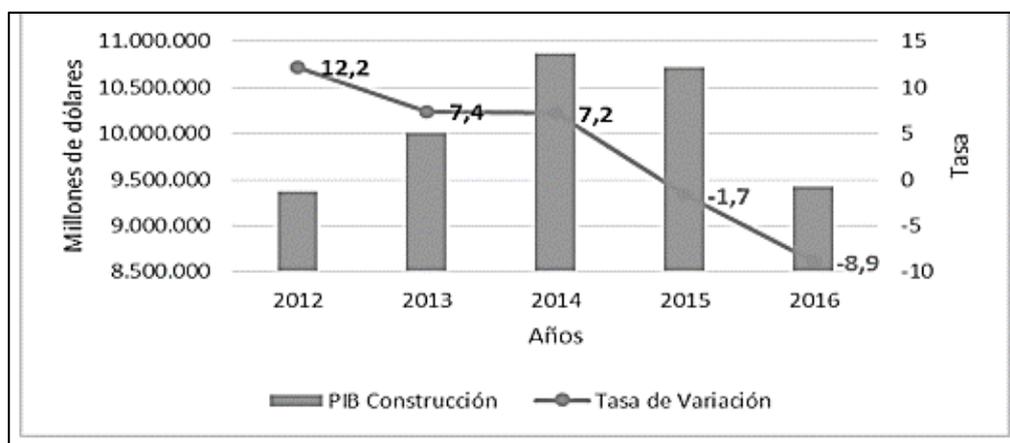


Gráfico 8. PIB del sector construcción (millones de dólares) y su variación
 Nota: Tomado de “Proyecciones del sector constructor”, *Mundo Constructor*, por Valdivieso, 2017.

2.4 Montos otorgados de crédito hipotecario

Según un informe de Ekos en el sector de la construcción e inmobiliaria realizado por Yandún (2017) señaló que las entidades diferentes al IESS se refiere, en el periodo 2012 – 2016, el crédito entregado se concentra en un 40% en Pichincha, un 25% en Guayas Y 11% en Azuay.

Además, el resto de provincias tiene una participación individual menor al 10%, tal como se observa en las cifras presentadas, los desafíos para el sector son visibles. Así mismo, la coyuntura económica no es la más favorable, no obstante, eso no resta la existencia de oportunidades de negocio del sector.

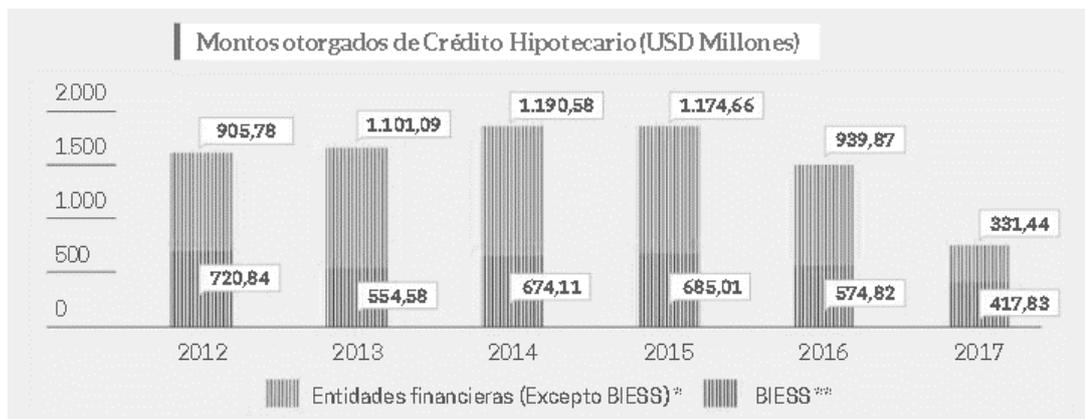


Gráfico 9. Montos otorgados de créditos hipotecarios en millones
 Nota: Información tomada de “Ekos: Sector de la construcción e inmobiliaria” por Yandún, 2017

Según la Súper Intendencia de Bancos de Valores y Seguros; SUPERCIAS (2019) señaló que los préstamos para la vivienda son los destinados a financiar la adquisición, construcción, reparación, remodelación y mejoramiento de la vivienda propia, siempre que se encuentren amparados con garantía hipotecaria. Este tipo de crédito se concede únicamente a personas naturales. Se otorgaron 142 mil operaciones por un monto aproximado de 6 mil millones de dólares en el periodo 2007-2016.

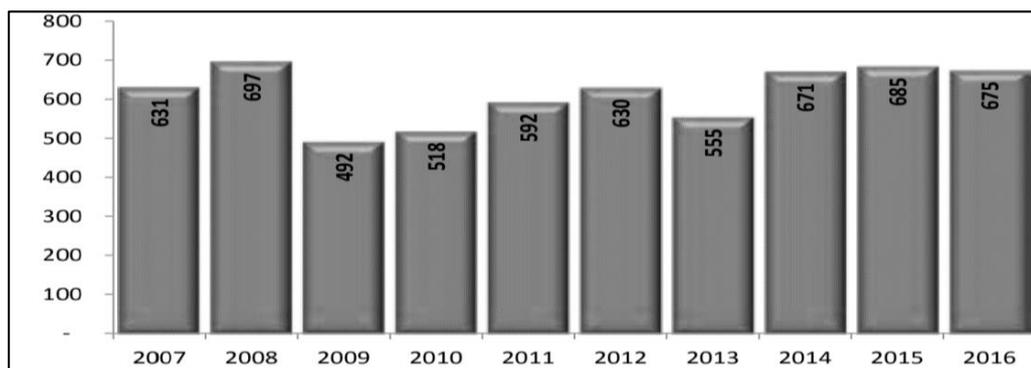


Gráfico 10. Evolución del crédito de vivienda en millones de dólares de 2007 al 2016
 Nota: Tomado de “Volumen de Créditos” Revista Estadística Súper Visión, por Superintendencia de Bancos, 2019.

Así mismo, la Superintendencia de Bancos (2019) señaló que del año 2007 al año 2016 el monto promedio de los créditos concedidos por el subsistema de bancos privados se elevó de 4,3 a 13,5 miles de dólares, el monto promedio del subsistema de sociedades decreció, al igual que el del sistema mutualistas, que se orientó a los créditos de consumo en lugar de vivienda, también se elevó el valor promedio de los créditos concedidos por la banca pública.

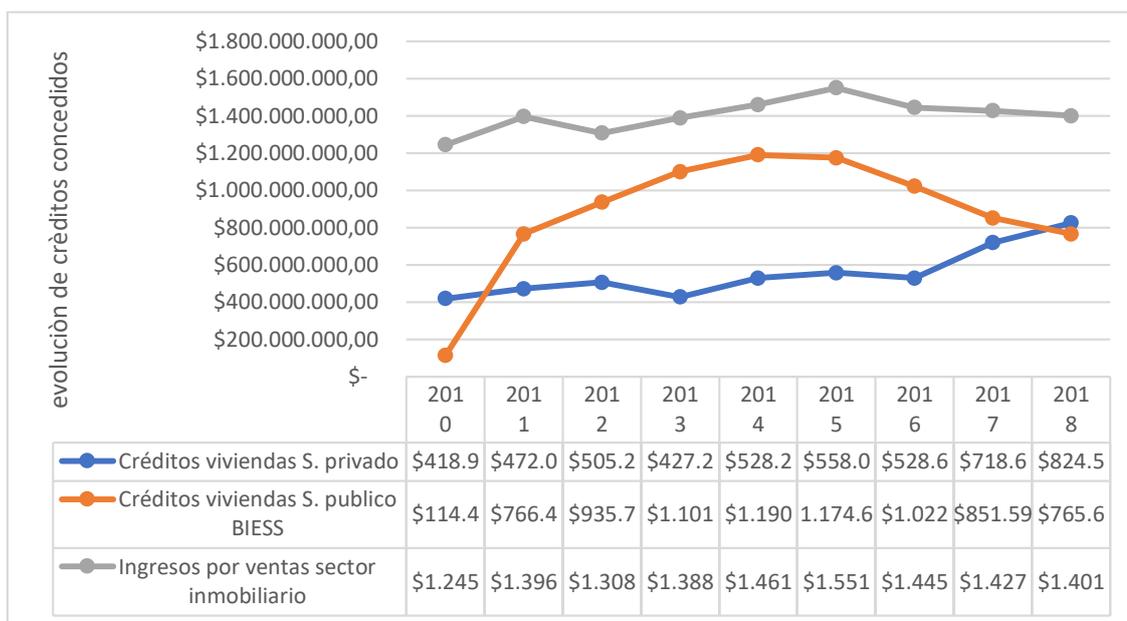


Gráfico 11. Evolución de créditos por financiera privada y pública

Con base en el análisis de los créditos concedidos por el sector público a través del BIESS para la construcción de viviendas, adquisición de terrenos, hipotecas, terminación de casas, adquisición de casas construidas entre otros, se puede observar que los créditos comienzan a decaer a partir del año 2015 hasta el 2018. Sin embargo, la evolución de créditos otorgados por el sector privado se ha mantenido en crecimiento, dentro del análisis de las dos instituciones el sector privado ha mostrado mayores un crecimiento rápido en el otorgamiento de créditos.

2.5. Metodología

2.5.1 Tipo de investigación

La investigación es de alcance descriptivo y se caracteriza basándose en una situación, con el objetivo de establecer el comportamiento del mismo. Por ello, se tiene como objetivo describir la factibilidad en la determinación de un negocio de bienes raíces en la ciudad de Guayaquil.

El estudio tiene un enfoque cualitativo, con base de ello Hernández, Fernández y Baptista (2010) señalaron que es un proceso inductivo contextualizado en un ambiente natural, determinando por una estrecha relación entre participantes, extrayendo opiniones, experiencias, ideologías con el fin de analizar una realidad o

situación, además, utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación. En base a ello, se da el análisis para identificar el proceso de creación de un negocio de bienes raíces en la ciudad de Guayaquil.

No obstante, el estudio presenta un diseño experimental. Según Arias (2006) se da cuando la persona que hace el proyecto opta por hacer una manipulación de las variables o escenarios de estudio para descubrir oportunidades dentro de lo planteado. Esto se alinea para verificar si la creación de un negocio de bienes raíces en la ciudad de Guayaquil es un negocio factible.

Así mismo, el estudio es de lógica inductiva. Según Arias (2006) se da cuando la investigación opta por concentrarse en un caso particular a lo general, tal como se lo hace en el presente proyecto. Este estudio enfocado netamente a la creación de un negocio de bienes raíces en la ciudad de Guayaquil, desde la experiencia personal en materia inmobiliaria hasta la obtención de datos obtenidos a través de estudios económicos macro del Ecuador de las fuentes gubernamentales.

2.5.2 Entrevista

La entrevista es una técnica de investigación para recopilar información mediante una conversación, y es el arte de realizar preguntas y escuchar respuestas. Es un instrumento para recoger datos, y está fuertemente influenciada por las características personales del entrevistador. Este instrumento permitirá recopilar información para obtener una mayor precisión en los resultados a fin de identificar y conocer la situación del sector inmobiliario.

2.5.3 Recopilación de información

La variable independiente corresponde al análisis de factibilidad del negocio a emprender. El análisis de factibilidad tiene un punto clave en el desarrollo del trabajo investigativo ya que es el que permite corroborar si el emprendimiento que se plantea es viable en su ejecución. Se utilizan varios recursos para llevarlo a cabo.

Para su desarrollo, se incluye el uso de herramientas para verificar la viabilidad de todo lo que se está evaluando. A su vez, se utilizan los datos obtenidos a través de

recursos como encuestas para la recopilación de la información que será puesta a consideración para medir la factibilidad. También se hace un estudio del mercado, reconociendo las empresas que ofertan en el medio, así como la predisposición de la población a realizar la venta de sus bienes.

La variable dependiente corresponde a la creación de negocio de ventas en bienes raíces. En el mismo, se considera los aspectos que llevan a cabo la realización de puesta en marcha del negocio. Existe una planificación previa de lo que se realiza, así como el uso de marca y todo el plan de negocios.

El desarrollo de la encuesta es bajo un método probabilístico aleatorio, en donde se consideran los filtros para que las personas comiencen con su ejecución. El objetivo es tener la recopilación de información y conocer la existencia de apertura de los pobladores para la adquisición de viviendas. Este es un indicador clave para determinar la creación de esta idea de negocio que se propone.

2.6. Análisis de entrevistas

A continuación, se establece el análisis de entrevistas dirigido a 12 profesionales expertos en materia de bienes raíces o corretaje inmobiliario, misma que se encuentra resumida en una matriz en el Apéndice A y B. Primero se establece los descriptivos de entrevistados en base al género para conocer el comportamiento estadístico del número de personas. Y después de ello, se señala el análisis de los resultados de la entrevista en el criterio señalado por los participantes expertos del mercado inmobiliario.

Tabla 4.

Estadísticos descriptivos de entrevistados

Ítems	Hombres	%	Mujeres	%	TOTAL NETO	%H-M
Tienen título	2	67%	4	44%	6	50%
No tienen título	1	33%	5	56%	6	50%
TOTAL	3	100%	9	100%	12	100%
Posee ACBIR	0	0%	5	56%	5	42%
No posee ACBIR	3	100%	4	44%	7	58%
TOTAL NETO	3	100%	9	100%	12	100%

Nota: Información recolectada mediante cuestionario a 12 personas expertas en materia de corretaje inmobiliario de la ciudad de Guayaquil.

El análisis indica que el género femenino es el que mayor predomina entre todos los entrevistados con un 75% de representatividad. No obstante, los hombres se

encuentran por debajo con un 25%. Respecto a las personas que indicaron tener título como profesionales, las mujeres indicaron un número alto de personas con título profesional expresándolo en un 33.33% (4 mujeres), mientras que los hombres tienen un menor número de personas preparadas.

En este ámbito podemos identificar que más son las mujeres que se dedican a las actividades inmobiliarias y que cumplen con licencias de corredor. No obstante, también se identifican los asesores inmobiliarios informales que no poseen título y tampoco licencia de corredor inmobiliario, y de los cuales ninguno de los hombres posee licencias para ofrecer las actividades de corredor inmobiliario. Sin embargo, a pesar de que la mitad de entrevistados no poseen título profesional, no se les dificulta ofrecer los servicios ya que la experiencia les permite estar activo dentro del sector. Por otro lado, basado a la recolección de datos se establece el análisis.

Tabla 5.

Participantes que intervienen en una gestión inmobiliaria

N°	Participantes	N°	Participantes
1	Vendedor	13	Corredores independientes formales
2	Comprador	14	Corredores independientes informales
3	Arrendatario	15	Las propiedades de primera mano
4	Arrendador	16	Las propiedades de segunda mano
5	Entidades financieras	17	Los Referidos
6	La tecnología	18	Franquicias inmobiliarias
7	Los municipios	19	Constructores inmobiliarios
8	Registro de la propiedad	20	Promotoras inmobiliarias
9	Los notarios	21	Profesionales
10	Los abogados	22	Los Obreros
11	Las leyes gubernamentales	23	ACBIR
12	Los inversionistas	24	FENACBRE

Con respecto a los precios de las propiedades los expertos nos dicen que su valor depende de algunas variables tales como:

Variables que influyen en el precio

Sector de la ciudad (residencial, comercial e industrial).

Ubicación (esquinera, medianera, frente a:, atrás de; , etc.)

Infraestructura del sector habitacional

Tiempo de construcción
Especificaciones técnicas de la propiedad
Estado de mantenimiento de la propiedad
Precio del mercado (Perito evaluador)
Avaluó catastral del municipio

Mientras tanto con relación a los precios más vendidos en la ciudad de Guayaquil esta entre \$50.000 hasta \$130.000 que comúnmente son propiedades de interés social, por ejemplo, el BIESS ofrece créditos del 100%. No obstante, las ventas del año pasado, el 60% de los entrevistados dijeron que estuvieron en un nivel medio o alto, en cambio el 40% restante mencionaron que estuvieron bajas las ventas cuyo efecto fue causado por la inestabilidad política económica del país, por el desempleo, por un alto índice, por el paro nacional que hubo en el mes de octubre, así mismo están otras variables como viajes fuera del país.

Así mismo, según la visión de los entrevistados mencionan que la actividad de corretaje de bienes raíces es una profesión que trascenderá, en la cual las altas autoridades gubernamentales están pensando en hacer de ella una carrera universitaria, de tal manera, que mientras la población crezca aparecerá una nueva generación con nuevas necesidades, gustos y preferencias en el mercado como son las personas que contraerán matrimonio, las personas adultos mayores que buscan una propiedad más pequeña para vivir, personas que deseen emprender un negocio y van en busca de comprar o alquilar un bien para su negocio, por lo tanto, todo evoluciona o avanza como la tecnología, los conocimientos y las personas las personas van creciendo dando apertura a una nueva demanda buscando todos los días una propiedad ya sea para vivir, alquilar o invertir, en conclusión el corretaje inmobiliario trascenderá ya que siempre tendrá que haber una interacción humana de negociación entre el corredor y el vendedor con el comprador.

Por otra parte, la mayoría de los entrevistados dijeron que el capital para invertir para ser un corredor de bienes raíces depende porque hay corredores que invierten con la ACBIR para tener su licencia de corretaje, invierten en publicidad, en oficina, en tecnología, en afiliaciones de portales inmobiliarios, en capacitación o cursos complementarios a la profesión y por el lado pocos dijeron que no se necesita

un capital sino, solamente la experiencia y el conocimiento para poder ser con corredor.

En el caso de las edades que más compran están entre los 30 a 45 años de edad, pero esto no es todo nos mencionan los expertos ya que para la compra o alquiler de una propiedad no hay una edad fija, pero las financieras para un crédito hipotecario piden mínimo 25 años de edad y tener un sustento económico estable y demostrable ya que la Unidad de Análisis Financiero y Económico (UAFE) solicita un reporte o justificación de sus ingresos para la compra de una propiedad.

En el caso de las personas que alquilan están entre 22 a 35 años ya que son personas que comúnmente son hijos que se independizan de los padres, o personas jóvenes emprendedoras que comienzan a poner su propio negocio. Por lo tanto, se dice que la mayoría de las personas que buscan una propiedad para comprar es exclusivamente para vivir de manera general, pero de manera específica todo depende del sector, ya que hay sectores donde las personas solo buscan para inversión tales como Samborondón, puerto Santa Ana, Kennedy, Urdesa, Ciudad del Sol y estas personas aparte de ser solventes son personas jóvenes también entre los 35 a 50 años de edad.

Según la Ley de Corredores de Bienes Raíces en Ecuador, respalda en el derecho de cobrar sus honorarios, ya que la mayoría de los corredores están cobrando el 3%, otros cobran el 5%, para muchos de los corredores con experiencia cobran la comisión dependiendo a la facilidad o dificultad de venta que presenta la propiedad ya que esto para alguno representa gastos principalmente en publicidad y movilización.

En cambio, para muchos de los corredores entrevistados su fortaleza está en la honestidad, responsabilidad, puntualidad, presencia física y en especial los años de experiencia ya que eso le permite tener un amplio conocimiento para poder competir en el mercado dando apertura al poder de negociación ya sea con el vendedor con el comprado y así mismo, poder conectarse con las necesidades, gustos y preferencia de los clientes, la persistencia al cliente interesado también es parte de la fortaleza de este equipo de entrevistados, también está en la cantidad de contactos o clientes que tiene ya que esto le genera un tráfico de clientes interesados .

Para esto, una de las debilidades está en el tiempo, no todos le dan el 100% de su tiempo a esta profesión ya que tienen otros negocios y otras ocupaciones siendo así que no pueda abastecerse en muchas ocasiones de los nuevos prospectos que han sido referidos por clientes anteriores, otras de sus debilidades es que no todos poseen un sistema o software para llevar el control administrativo y operativo de las ventas, entrevistas, visitas, nivel de captación de clientes por medio de la publicidad en red entre otras gestiones que amerita llevar un buen control.

No obstante, también nos informa que existe una gran cantidad de corredores informales con pocos años de experiencia en la cual desvaloriza al mercado de corretaje cobrando el porcentaje más bajo es decir entre el 3% y 1% de comisiones para poder captar mayor producto sin analizar verdaderamente toda la inversión de tiempo y trabajo que determina realizar una excelente gestión con los clientes sean estos, el vendedor, el comprador y el arrendador, muchos corredores solo están a la mitad de una negociación esto quiere decir que solo están hasta cobrar la negociación y no están hasta el cambio de propietario en las escrituras al nuevo dueño del bien. De otra forma, hay ejecutivos que también dicen que la competencia no es tan mala, ya que ella les ayuda a mejorar o cambiar las estrategias que ha venido ejecutando en su trabajo o empresa.

No todos los corredores tienen un sistema donde puedan llevar el control administrativo y operativo de sus gestiones, así que lo que tienen son poco que eso genera una inversión es por ello que alguno tiene su control de una manera tradicional, esto es en hojas de Excel o en una agenda física. Es por ello que si no se tiene un verdadero control de sus gestiones no se podrá dar un excelente seguimiento a los futuros compradores y a los clientes que ya han comprado, ya que estos clientes que ya han comprado son los que genera más productividad en esta profesión, ya que los clientes refieren a sus amigos, a familiares, conocidos al corredor que verdaderamente le dio una buena asesoría o atención hasta el final de la negociación, así mismo otra de las formas en la cual los corredores captan clientes es por medio de los portales inmobiliarios como plusvalía, viv1, properaty, olex, también tenemos a las redes sociales como Facebook, Instagram y el Whatsapp. Otros corredores tienen página web y también envían información por medio de mail masivo.

Capítulo 3

3. Planificación del modelo de negocio

La presente sesión del proyecto determina la planificación del modelo de negocio con el fin de crear una empresa de bienes raíces que brinde un servicio de corretaje inmobiliario. Para ello, se establece un descriptivo de los datos de la empresa, los socios que aportaran al capital de inversión, y resumen ejecutivo de la presentación del mismo, misma estructura que está determinado bajo el modelo Canvas.

3.1. Datos de la empresa

- a. **Datos de la Empresa (Razón social):** GEOHOME
- b. **Tipo:** servicio
- c. **Sector de la actividad:** Inmobiliario
- d. **Principales productos o servicios que ofrecerá:** Asesoría en venta y compra de bienes raíces.
- e. **Ciudad:** Guayaquil
- f. **Email:** asesoría@geohome.com.ec
- g. **Página WEB:** www.geohome.com.ec
- h. **Situación de la Empresa:** Nueva
- i. **Tipo de Negocio:** Servicio
- j. **Datos del Emprendedor y/o Socios:**

Tabla 6.

Datos del socio 1

Nombre y apellido María Andrea Acosta Moisan	C.I: 0931316798
Lugar de nacimiento Guayaquil	Fecha de nacimiento: 02/12/1993
Dirección Urdenor 1	
Ciudad Guayaquil	País: Ecuador
Teléfonos 0969461955	
E mail ma.andrea_2@hotmail.com	
Redes Sociales	
Formación SUPERIOR	
Experiencia	

Tabla 7.

Datos del socio 2

Nombre y apellido Ivetthe

Alejandra Diaz Alvear

C.I: 0703910653

Fecha de nacimiento: 26 de febrero

Lugar de nacimiento MACHALA

1995

Dirección Cdla. El Paraíso

Ciudad Guayaquil

País: Ecuador

Teléfonos 0996517499

E mail Ivetthe_2695@hotmail.com

Redes Sociales

Formación SUPERIOR

Experiencia

Tabla 8.

Datos del socio 3

Nombre y apellido: Zmary Cumbe

Cedeño

C.I: 0924137532

Lugar de nacimiento: Guayaquil

Fecha de nacimiento: 10/10/1984

Dirección

Ciudad Guayaquil

País: Ecuador

Teléfonos 0996242619

E mail

Redes Sociales

Formación: Superior

Experiencia Ventas bienes raíces 11

Tabla 9.
Formación del capital social

	Nombre de los Socios	Valor del aporte	% de Participación
Socio 1	Zamary Cumbe	\$3.200	30%
Socio 2	María Andrea Acosta	\$3.900	35%
Socio 2	Ivetthe Díaz Alvear	\$3.900	35%
Total		\$11.000	100%

Nota: Número de socios se constituirá en base a la ley de las SUPERCAS que indica con dos socios, como mínimo, según el primer inciso del Artículo 92 de la Ley de Compañías, reformado por el Artículo 68 de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada, publicada en el Registro Oficial No. 196 de 26 de enero del 2006, o con un máximo de quince socios.

3.2 Resumen Ejecutivo

El presente proyecto, se trata de una empresa que busca crear una solución para quienes tienen propiedades inmobiliarias que ofrecer y para quienes buscan una propiedad.

Este proyecto plantea la idea de una empresa que enfocara en aquellas personas que están interesadas en adquirir una propiedad, dándoles un servicio de asesoramiento para que su decisión sea más sencilla.

Los temas de asesoría van desde ubicación, diseño, tamaño de la propiedad, hasta asesoría financiera y legal. Aunque en la actualidad existen algunas empresas que se dedican a la asesoría inmobiliaria, sin embargo, dichas empresas no se preocupan más allá de asesorar en métodos de financiamiento. Lo que este proyecto busca es dar al comprador la mayor tranquilidad y seguridad posible cuando se decida comprar una casa u otra propiedad.

3.3 Gestión Estratégica

3.3.1 Definición de un Negocio

La creación de un negocio de ventas de bienes raíces que se pretende iniciar en la ciudad de Guayaquil, para brindarles a los clientes un mejor asesoramiento. El objetivo es tener una organización que brinde seguridad y satisfacción a la hora de la compra de un bien raíz.

3.3.2 Visión

Ser una de las empresas de asesoría inmobiliaria más confiables del país gracias a la responsabilidad y lealtad con nuestros clientes.

3.3.3 Misión

Somos una empresa de asesoría inmobiliaria preocupada por sus clientes tratando de resolver todas sus inquietudes e inconvenientes al momento de adquirir una propiedad.

3.3.4 Valores

- Transparencia
- Lealtad
- Actitud Positiva
- Empatía
- Responsabilidad
- Confianza

3.4 FODA del Nuevo Negocio

Tabla 10.

Análisis FODA del Nuevo Negocio

MATRIZ FODA	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
F1: Contar con corredores con más de 5 años de experiencia. F2: Actualización de información externa del mercado inmobiliario F3: Habilidad para el cierre de negociación. F4: Servicio personalizado.	D1: Ser nueva empresa en el mercado. D2: Pocos ejecutivos de venta D3: No contamos con una cartera de futuros compradores. D4: poca inversión en recursos tecnológicos y la empresa.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
O1: Asesoría inadecuada de parte de nuestra competencia. O2: La necesidad de las personas de vender, comprar o alquilar una propiedad. O3: Apertura de créditos hipotecarios en las distintas instituciones financieras.	A1: Nuevos competidores que cobran 3% de comisión. A2: Entorno político interno cambiante. A3: Los gastos por impuestos y transacciones legales que conlleva

El FODA como una herramienta es una técnica que permite estructurar los objetivos estratégicos para el área de gestión comercial, operativo, persona, legal y financiero el cual se lo establece en la siguiente tabla.

3.5 Objetivos Estratégicos

Tabla 11.

Objetivos estratégicos según área de gestión

ÁREA DE GESTIÓN	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS
Comercial	Cumplir con las metas de ventas establecidas en el presupuesto anual.
Operativa	Llevar el control de las negociaciones con mi cliente interno y externo.
Personal	Capacitar constantemente al personal de la compañía para actualizar información del mercado.
Legal	Gestionar alianza estratégica con diferentes instituciones financieras que tenga experiencia en asuntos relacionados en compra y ventas de bienes raíces.
Financiera	Realizar convenio de capacitaciones con las distintas entidades financieras del Ecuador

Los objetivos específicos estratégicos permiten una estrategia por cada área de gestión con el fin de establecer una serie de acciones muy meditadas, encaminadas hacia un fin determinado en la creación de la nueva empresa.

3.6 Gestión de Marketing

3.6.1 Estudio de Mercado

Servicio: actividad esencialmente intangible, el cliente se beneficia de la habilidad, experiencia, consejería, destreza, conocimiento; los beneficios pueden durar, pero el servicio en sí posee una duración limitada. Se consideran personas que habitan en la ciudad de Guayaquil. Según datos obtenidos de las fuentes de información secundarias, el número de personas de Guayaquil son de 2`644.891 habitantes. Para ello, se consideran algunos aspectos para tener una población más clara.

Tabla 12.

Número de habitantes en la ciudad de Guayaquil 2017

Habitantes	2 644.891	personas
Porcentaje entre 25 y 70 años	50%	
Personas dentro del rango de edad	1 333.025	personas
Personas sin vivienda propia	38%	
Personas dentro del rango de edad y vivienda	501.217	
Población económicamente activa	68%	
Población de estudio	342.499	personas

Nota: Información tomada de Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, 2017.

Segmento de mercado de la empresa:

El mercado objetivo se enfocará hacia aquellas personas que son solteras, profesionales, inversionistas y familiares.

Competencia directa e indirecta de la empresa:

Competencia directa

Corredores informales

Corredores formales

Inmobiliarias

Competencia indirecta

Los bancos

Duelos de la propiedad

3.7 Mercado Consumidor

El cliente de hoy que decide comprar un bien raíz por lo usual son las personas que tienen solvencia económica, ya sea un profesional, una pareja con planes de casarse y los inversionistas, por lo consiguiente el futuro cliente debe ser bien indagado para conocer sus necesidades a la hora de la busca de la compra de bien raíces, se debe de conocer cuáles son sus ingresos, como esta en la central de riesgo, conocer la estabilidad laboral, es dependiente o independiente, saber si la propiedad es para vivir o para invertir, conocer si la compra la realizara solo o con alguien más, conocer si es soltero o casado, si tiene hijos y hasta con cuantas personas vive, conocer un poco de sus costumbres o gustos en su tiempo libre para así poder guiarlo, ubicarlo en el lugar más indicado según el perfil que presente, con un único propósito, obtener un cliente altamente satisfecho y feliz con la compra y la asesoría brindada.

Los profesionales con una buena solvencia económica comúnmente están ocupados, por lo tanto, son a estos clientes a quienes se les debe de visitar y brindarles comodidad en su entorno de trabajo para así poder presentar las distintas alternativas de propiedad disponible y pueda elegir unas cuantas opciones para que las visite en su tiempo libre y que no divague en el campo a la hora de la busca de la compra de su propiedad.

3.7.1 Segmento de Mercado

Tabla 13.

Perfil del segmento de mercado

Nº	Segmento	Perfil del Segmento
1	Solteros	Solvencia económica. Deseos de independizarse. Tener una edad entre 24 y 28
2	Familias	Solvencia económica. Personas que tengan planes de casarse. Familia constituida con hijos.
3	Profesionales	Solvencia económica. Profesionales presos de su trabajo.
4	Inversionistas	Solvencia económica. Personas con visión de ganancia.

3.8 Mercado Competidor

Las empresas de agentes inmobiliarios aquí en Guayaquil están: Remax, Alfa Bienes Raíces, Possieri Bienes Raíces, Bienes Raíces Catedral. En internet encontramos: Mercado libre, plusvalía.com, OLX, entre otros. La ventaja competitiva que tienen las páginas de internet es que los usuarios pueden publicar gratuitamente sus bienes por lo que no necesitan intermediarios.

3.8.1 Análisis Competitivo

Para identificar qué tipo de competencia tienen las empresas en el mercado y evaluar sus principales características, se lo visualiza con una escala que va del 1 al 5, siendo 1 la calificación más baja y 5 la más alta. No obstante, la suma de los puntajes obtenidos por cada competidor determina la empresa más competitiva del mercado, de esta forma al identificar los puntos débiles, se piensa en estrategias que ataquen dichas debilidades. En base a lo señalado, la escala de Likert de 1 a 5 dentro de la escala de evaluación, se determina como Malo 1 y 5 Excelente.

3.8.1.1. Ventaja Competitiva

Tabla 14.

Competidores principales del mercado inmobiliario

Concepto	Bienes del Pacífico	Cedeño Cabanilla	Alfa Bienes Raíces	Vértice inmobiliaria
Poder de negociación de clientes	5	5	5	5
Poder de negociación de proveedores	5	5	5	5
Corredores con experiencia	5	5	4	3
Calidad en la atención	5	4	5	3
Ubicación del local	5	5	5	5
Aspecto del local	4	5	3	3
Comodidad del local	5	5	4	4
Política de venta	4	4	4	3
Garantías	5	5	5	4
Disponibilidad del producto	5	5	4	4
Imagen	2	2	2	2

Promociones	4	5	4	3
Aplicación TIC*	4	3	2	1
Puntajes	58	49	52	45

Las empresas más competitivas del sector inmobiliario son Bienes del Pacífico ocupando el primer lugar debido a un mayor índice de factores competitivos que cumple, en segundo lugar se encuentra Bienes Alfa Raíces, en tercer lugar se encuentra Cedeño Cabañita, como una empresa con un nivel de aceptación medio en el mercado y con poca aplicación en el uso de tecnologías de la información y comunicación, de las misma forma Vértice inmobiliaria, pero con menor nivel de aplicación en las Tics lo cual reduce su nivel de competencia con relación a las más importantes.

Ventajas competitivas

- Contar con la documentación necesaria para un perfecto análisis para el financiamiento de los clientes.
- Asesoría personalizada presencial o virtual a través de la página web.
- Brindar al cliente confianza para poder realizar su compra y acompañarlo hasta el final del proceso.

3.9 Mercado Proveedor

La relación con los proveedores se debe establecer en función a algunos criterios que se deben negociar y compartir en todo momento; desarrollar una cadena de proveedores que aseguren materias primas o mercaderías, de manera segura, constante, manteniendo el estándar de calidad y una integridad en sus precios. Esto fortalecerá la gestión de compra.

3.9.1 Criterios de Evaluación de Proveedores

Se presentan las principales características de los bienes y el proveedor del 1 al 5, finalmente la suma de la columna e identifica al proveedor con mayor puntaje, de una escala de evaluación que determina Malo 1 2 3 4 5 Excelente.

Tabla 15
Evaluación de principales proveedores

Concepto	Plus valia	OLX	Properati
Nivel de conocimiento de los procesos que determinan una venta o alquiler	4	3	2
Diseño	5	5	5
Descuentos	3	3	3
Disponibilidad	4	4	4
Antigüedad	4	3	3
Variedad	3	4	4
Tipo de construcción	4	4	4
Acabados	5	4	3
Ubicación	5	4	2
Servicios	4	4	4
Reputación	4	3	2
Responsabilidad	4	3	3
Tamaño de construcción	4	3	3
Tamaño de terreno	4	2	2
Puntajes	45	38	34

El resultado del peso de evaluación lo refleja el portal virtual inmobiliario plusvalía con 45 punto como el proveedor más importante por cumplir todas las características.

3.10 Proyección de Ventas

Tabla 16.

Proyección de ventas

	<u>Año 1</u>	<u>Año 2</u>	<u>Año 3</u>	<u>Año 4</u>	<u>Año 5</u>	<u>Año 6</u>	<u>Año 7</u>	<u>Año 8</u>	<u>Año 9</u>	<u>Año 10</u>
Venta propiedades										
Total ventas de propiedades	660.000	780.000	910.000	1.005.000	1.104.000	1.224.000	1.350.000	1.463.000	1.700.000	1.764.000
% de la comisión	3%	3%	3%	3%	4%	4%	4%	4%	5%	5%
Total por comisión por ventas	\$19.800	\$23.400	\$27.300	\$ 30.150	\$44.160	\$48.960	\$54.000	\$58.520	\$ 85.000	\$88.200
Venta alquileres										
Precio	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Cantidad	12	12	13	13	14	14	15	15	16	16
Total de comisión por alquiler	\$4.800	\$ 4.800	\$5.200	\$ 5.200	\$ 5.600	\$5.600	\$6.000	\$ 6.000	\$6.400	\$ 6.400
Total ventas, US\$	24.600	28.200	32.500	35.350	49.760	54.560	60.000	64.520	91.400	94.600

Para las ventas proyectadas durante los 10 años, el precio de venta y el número de casas se determinó en base a la información proporcionada por los entrevistados, respecto al porcentaje de comisión fue estimado con un crecimiento de un punto porcentual cada cuatro años, con el fin de impactar en el mercado de bienes raíces por ser una nueva empresa. Así también en la venta de alquileres se estima un crecimiento de una unidad de alquiler cada dos años.

3.11 Estrategia del Marketing

3.11.1 Estrategia de Producto

La asesoría es caracterizada para poder realizar análisis financieros del cliente con el fin de adquirir el financiamiento de su bien, también para acompañar al cliente hasta el final del proceso. Por lo tanto, el producto es el bien o servicio que ofrecemos o vendemos a los consumidores, entendiendo aquello, podemos establecer estrategias relacionadas al producto como lo son:

- Ampliar nuestra línea de servicios: ofrecer otros servicios en la empresa inmobiliaria, ofreciendo mayor diversidad para que el cliente elija las opciones.

3.11.2 Estrategia de Precios

Las estrategias de precios en GEOHOME es de cobrar en un rango del 1% al 4% de comisión por venta de cada casa, dependiendo del valor del bien. Los servicios de asesoría para bienes inmuebles se estructuran de los siguientes:

- Costo de venta
- Descuento
- Impuesto
- Comisión de venta
- Margen deseado
- Precio de venta

3.11.3 Estrategia de Distribución

La estrategia de distribución de GEOHOME es de establecer en el largo plazo más corredores de bienes raíces para poder acaparar más mercado.

3.11.4 Estrategia de Comunicación

Tabla 17.

Estrategia de comunicación 1

Componentes	Elementos	Presupuesto
Papelería	Tarjetas personales	30.00
	Trípticos o dípticos	50.00
Publicidad	Carteles del local	80.00
	Carteles en vía pública	100.00
	Spot en radio o TV	100.00
	Publicidad en Revista	50.00
	Mailing	20.00
WEB Page	Diseño de mailing	50.00
	Hosting y dominios	50.00
	Diseños de página web	70.00
	Administrador web/ redes sociales	100.00
Redes Sociales	Administrador de red social	200.00
	Diseño	70.00

Apuntes sobre la estrategia de comunicación: la presente estrategia de comunicación de GEOHOME es poder establecerse en la red, ganar mercado a través de la página web, darse a conocer por las redes sociales principalmente. También realizar publicidad a través de medios tradicionales como la radio, carteles en las calles.

3.12 Gestión Operativa

3.12.1 Objetivos de Producción u Operativos

Tabla 18.

Estrategia de comunicación 2

N°	Productos o servicios	Unidad	Cant. mensual	Cant. anual
1	Casa o departamentos Terrenos Condominios Negocios Oficinas	1	1	12
2	Alquileres	1	1	12

Considerando la proyección de ventas para la identificación de los productos o servicios que se ofrecerá en el mes, se define un promedio de servicios o productos vendidos en el año de 12 unidades, todos estos determinantes están alineados con la actividad principal del servicio como corredor inmobiliario.

3.13 Recursos Materiales Necesarios

Tabla 19.

Recursos materiales del servicio

N°	Recursos materiales	Cantidad
1	Transporte	1
2	Trípticos	1
3	Tarjetas de presentación	1
4	Laptop	1

Respecto a los recursos de los materiales, son aquellos que se utilizaran para el proceso del servicio hacia el cliente, el cual determinara la eficiencia del mismo y un excelente procedimiento de trabajo, el mismo que estará contemplado dentro del proceso de costos del plan financiero.

3.14 Capacidad de Producción o Servicio

Tabla 20.

Incremento en la producción trimestral (1° Año)

Producción (unidad)	1° Trim.	2° Trim.	3° Trim.	4° Trim.
Venta de bienes inmuebles	3	3	3	3
Venta de alquileres	3	3	4	4

Incremento de la producción de ventas de bienes inmuebles durante los 4 trimestres determina un crecimiento promedio anual sobre la capacidad de producción.

Tabla 21.

Incremento en la producción anual

Producción (unidad)	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Venta de bienes inmuebles	12	13	14	15	16
Venta de alquileres	12	12	13	13	14

El incremento de la producción anual media durante los 5 años en la venta de bienes inmuebles determina la cantidad de producción anual vendidas en unidades de propiedades.

Tabla 22.

Activos Fijos Inmuebles

N°	Activo Fijo	Área	Característica Técnica	Cantidad
1	Equipos de cómputo	Administrativa y Ventas	Laptop, impresora, escáner	1
2	Muebles de oficina	Administrativa y Ventas	Escritorio, sillas ejecutivas, archivador.	1

Los activos fijos de bienes inmuebles son aquellos activos que se utilizarán dentro de la empresa para las actividades en el servicio del corretaje inmobiliario, las mismas que estarán ubicadas en el área administrativa y ventas de la empresa.

Tabla 23.

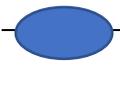
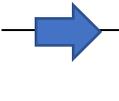
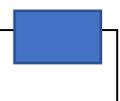
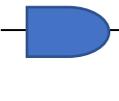
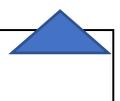
Proceso de Producción o Ciclo del Servicio

Procesos internos	Procesos claves
Procesos operativos	Realizar la documentación necesaria para el correcto análisis financiero de cada futuro comprador.
Procesos administrativos	Realizar la gestión necesaria para tener al día toda la documentación que se realiza para el cliente.
Procesos comerciales	Mantener actualizada la página web con fotos e información sobre los bienes en venta o en alquiler.

El proceso productivo del servicio que brinda la empresa de bienes inmuebles determina procesos internos. Por lo tanto, es importante identificar aquellos procesos operacionales más importantes del negocio para incluir en un flujograma de procesos, indicando los internos y los que serán subcontratados.

3.15 Flujograma de Procesos

Tabla 24.
Diseño del flujo de procesos claves

Ubicación Descripción de la Actividad					
Comunicación	Subir información a la web				
Planificación	Agendar citas con clientes				
Administrativo			Verificar la información de documentación		
Administrativo				Demora en información otorgada por bancos.	
Logística		Movilizarse con los clientes para conocer los bienes.			
Administrativo	Llenar documentos para aplicación de compra.				
operativo			Analizar documentación.		
Actividad 8	Asesoría financiera				
Actividad 9			Dar seguimiento a la gestión con el cliente.		
Actividad 10	Realizar la compra				

El flujograma de proceso determina 10 actividades, las cuales determinan desde el proceso de comunicación que inicia con subir información a la web, hasta el proceso operativo de analizar todos los documentos para el proceso de negociación y tramitología con el cliente y el comprador.

3.16 Localización

Tabla 25.
localización de la empresa

Alternativa 1	Urdesa
Alternativa 2	Samborondón
Alternativa 3	Centro de la ciudad
Alternativa 4	Kennedy

La tabla muestra cuatro alternativas de ubicación estratégica donde existe mayor volumen de bienes inmuebles del sector inmobiliario, mismo en donde se podrán realizar las actividades profesionales, en base a ello podemos evaluar lo siguientes criterios de la respectiva ubicación.

N°	Criterio de localización	Urdesa	Samborondón	Centro de Gye	Kennedy
1	Zona Comercial	4	4	5	4
2	Servicio básicos disponibles	5	5	5	5
3	Acceso de todo tiempo	4	4	4	4
4	Impuestos				
5	Accesibilidad para el personal	5	3	4	5
6	Seguridad	4	5	2	4
7	Estacionamiento para clientes disponibles	3	4	2	4
8	Permiso para operar	4	4	4	4
9	Potenciales riesgos sociales	4	4	3	4
10	Potenciales riesgos ambientales	0	0	0	0
	Puntaje Total	33	33	29	34

En base a los datos de la evaluación donde 1 es (desfavorable) y 5 (altamente favorable) las ubicaciones con mayores criterios para la creación de la empresa y lugar a ubicarla es en la Kennedy, ya que cumple con todos los requerimientos para brindar un excelente servicio al cliente, y como segunda y tercera alternativa esta Urdesa y Samborondón.

3.17 Buenas Prácticas Laborales

Tabla 26.

Normas de prácticas laborales

N°	Buenas Prácticas	Descripción
1	Normas de Seguridad	Contar con la seguridad necesaria para proteger la información que se almacena en las computadoras.
4	Normas Sociales	Ayudar a los clientes en todo el proceso de compra de su bien inmueble, ayudarlos con el análisis respectivo de que bien pueden adquirir según su capacidad de pago.

Las buenas prácticas laborales constituyen una serie de normas y conductas que se deben considerar en el ámbito laboral para garantizar la salud ocupacional, la seguridad interna dentro del establecimiento y garantizar que las operaciones de la empresa sean ambiental y socialmente responsables, mismas que describen brevemente las principales normas y conductas a ser considerada dentro de la empresa.

3.18 Gestión de Personas

3.18.1 Estructura Organizativa

Para organizar la empresa será fundamental dividir las funciones en cada cargo y deslindar con claridad las responsabilidades de cada colaborador. Definir los niveles jerárquicos de la empresa, para cada área de gestión e identificar los cargos

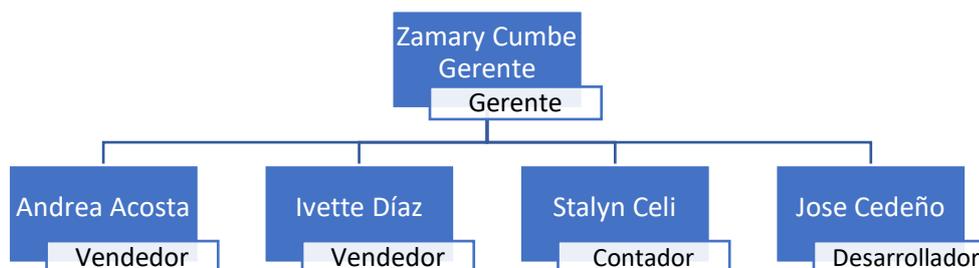


Gráfico 12. Estructura organizacional de la empresa

3.19 Forma de contratación y remuneración para el personal

Tabla 27.

Forma de contratación del personal

Áreas	Cargos	Cant.	Contratación		Remuneración	
			Temporal	Salarial	Comisión	Jornal
Comercial	Vendedor	3			X	
Adminis- trativa	Administrador de redes sociales	1				X
Adminis- trativa	Contador	1				X

Para el procedimiento de selección respecto al pago en la contratación de personal se establece la remuneración de los vendedores será mediante comisiones generados por la cantidad de ventas realizadas en el mes. En el caso del administrador de redes sociales y el contador, su remuneración será jornal a excepción del vendedor que ganará por comisión.

3.20 Principales Funciones

Gestión comercial: El vendedor tiene la responsabilidad, de gestionar 50 clientes diarios, ya sea visitas o citas, así mismo debe vender mínimo 2 casas al mes.

Administrador de redes sociales: El administrador es responsable de mantener la publicidad de los nuevos productos frente a las redes sociales, así mismo debe de posesionarse entre las primeras búsquedas por internet para el posible cliente.

Contador: El Contador llevará el control de los ingresos y egresos, así mismo llevar al día las declaraciones pertinentes de cada venta realizada por cada vendedor.

3.21. Gestión Legal

3.21.1 Tipo de Empresa

Para la fundación de la empresa se decide establecer una empresa de Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.R.L.) debido a que es un tipo de sociedad mercantil, en la cual la responsabilidad está limitada al capital aportado, y, por lo tanto, en el caso de que se contraigan deudas, no responde con el patrimonio personal de los socios, sino al aportado en dicha empresa Limitada.

3.21.2 Requisitos y costos para la Constitución de una Empresa

Tabla 28.

Requisitos y costos para constitución de empresa

Gestiones	Costos
Elaboración del proyecto	1000
Escritura de constitución	500
Gastos de formalización	300
Permisos para operar	500
Registro de marca	200

Las gestiones para la constitución de una empresa son requisitos que le permiten dar vida jurídica a una empresa respaldada bajo la ley ecuatoriana, la cual debe cumplir una serie de requisitos para que legalmente pueda ejercer sus actividades frente a la sociedad.

3.22 Servicios de Consultorías Regulatorias y Legales

3.22.1 Consultas al contador

Al contador que se contrate externamente para los trabajos eventuales tendrá la responsabilidad de llevar el control de los ingresos, egresos y tributarios que se valla generando en el transcurso del tiempo en la compañía, cumpliendo con cada reglamento gubernamental que la ley otorgue según nuestro servicio., de la misma forma aplicar las retenciones y pagos según se requiera, dependiendo el caso que se presente con cada cliente y/o socio.

3.22.2 Consultas al escribano

Uno de los abogados notarios quien trabajen con nosotros dentro de la alianza estratégicas ayudara a la gestión de los tramites notariales de la constitución de la empresa con las 3 socias involucradas, Zmary Cumbe, Andrea Acosta e Ivette Díaz. Así mismo, se realizar alianza estratégica con algunos notarios para agilizar los tramites notariales de cambio de propietario del bien inmueble que adquiera el cliente.

Capítulo 4

4. Evaluación financiera del proyecto

La sección de la evaluación del proyecto determina el conjunto de variables que forman parte de la estructura económica del plan para determinar la viabilidad del negocio inmobiliario. Para ello, se desarrolló la gestión financiera, depreciación y el conjunto de estados financieros con sus respectivas razones financieras.

4.1 Gestión Financiera

4.1.1 Inversión Total

Tabla 29.

Inversión total del proyecto

N°	Inversiones	Financiación		Total
		Propia	Terceros	
1	Activos Fijos			
1.1	Inmuebles	\$ -	\$ -	\$ -
1.2	Construcciones	\$ -	\$ -	\$ -
1.3	Refacciones	\$ -	\$ -	\$ -
1.4	Maquinarias	\$ -	\$ -	\$ -
1.5	Instalaciones	\$ -	\$ -	\$ -
1.6	Muebles	\$ -	\$ 2.300	\$ 2.300
1.7	Equipos informáticos	\$ 1.200	\$ -	\$ 1.200
1.8	Rodados	\$ -	\$ -	\$ -
1.9	Herramienta/ utensilios	\$ -	\$ -	\$ -
1.10	Otros (Print & Desk)	\$ -	\$ 500	\$ 500
2	Inversiones Pre Operativas			
2.1	Elaboración del proyecto	\$ 1.000	\$ -	\$ 1.000
2.2	Constitución Legal	\$ 500	\$ -	\$ 500
2.3	Gastos de formalización	\$ -	\$ 300	\$ 300
2.4	Permisos	\$ -	\$ 500	\$ 500
2.5	Registro de marca	\$ -	\$ 200	\$ 200
2.6	Investigación de mercado	\$ -	\$ 1.500	\$ 1.500
2.7	Capacitación del personal	\$ -	\$ 1.500	\$ 1.500
2.8	Investigación de mercado	\$ -	\$ -	\$ -
2.9	Campaña de marketing inicial	\$ -	\$ 500	\$ 500
3	Capital de Trabajo			
3.1	Stock inicial	\$ -	\$ -	\$ -
3.2	Caja mínima	\$ 500	\$ 500	\$ 1.000
	Inversión Total	\$ 3.200	\$ 7.800	\$ 11.000

Capital de trabajo es el capital necesario para mover el negocio, expresada en valor monetario de dólares de estados norteamericanos, los cuales la empresa necesita para cubrir los costos hasta que las cuentas a cobrar entren en la caja. Corresponde a una reserva inicial disponible para iniciar el negocio.

Caja mínima representa la reserva en dinero necesario para que la empresa financie sus operaciones iniciales.

4.2 Depreciación

Se establece el cálculo la depreciación anual y se la divide por 12 meses para obtener el valor mensual que deberá ingresarse entre los costos fijos mensuales.

Tabla 30.

Depreciación de los activos fijos de la empresa

N°	Activos Fijos	Valores	Vida útil años	Depreciación Anual
1	Muebles	2500	10	225
2	Equipos informáticos	1500	3	450
Total Depreciación Anual (TDA)				675
Total Depreciación Mensual = TDA/12				56,25

El cálculo de la depreciación muestra como resultado el total depreciado de los activos fijos, el cual presenta como resultado una depreciación anual de 83,33

4.3 Presupuesto de Venta

Tabla 31.

Presupuesto de venta del proyecto mensual y anual

MENSUAL		ANUAL	
Precio promedio por casa	55,000.00	Precio promedio por casa	660,000.00
Cantidad mensual	1	Cantidad mensual	12
3% de comisión del Ingreso total mensual	\$1.650	3% de comisión del Ingreso total mensual	\$19.800
Precio promedio por alquiler	\$400	Precio promedio por alquiler	\$400
Cantidad mensual		Cantidad mensual	12
Total comisión por alquiler	\$400	Total comisión por alquiler	\$4.800
Total Neto	\$2050	Total Neto	\$24.600

El presupuesto de venta mensual del conjunto de productos como propiedades y alquiler determinan un total neto de \$2.050 y anual \$24.600 de propiedades estimadas por venta.

4.3.1 Costos Variables (CV)

Tabla 32.

Costo variable del servicio de asesoría

TIPO	U/M	VALOR/MES	VALOR ANUAL
Movilización	mes	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Viáticos	mes	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Publicidad (Portales inmobiliarios)	mes	\$ 120,00	\$ 1.440,00
Publicidad 2 (Redes Sociales)	mes	\$ 50,00	\$ 600,00
		\$ 370,00	\$ 4.440,00

El costo de las comisiones, transporte y detalles para llevar a cabo el proceso de asesoría inmobiliaria según número de veces en el año determina un total de costo variable de \$4.440,00

4.3.2 Costos Fijos (CF)

Tabla 33.

Costo fijo del servicio de asesoría

TIPO	U/M	VALOR/MES	VALOR ANUAL
Energía Eléctrica	mes	\$ 20,00	\$ 240,00
Agua Potable	mes	\$ 10,00	\$ 120,00
Teléfono e Internet fijo	mes	\$ 20,00	\$ 240,00
Plan de celular	mes	\$ 20,00	\$ 240,00
		\$ 70,00	\$ 840,00

El costo fijo del servicio de asesoría inmobiliaria es determinado por un conjunto de factores que se encuentran vinculadas a ellas, por el cual determina un costo total fijo anual de \$840.000

4.4 Estado de Resultado

Tabla 34.

Estado de resultado de la empresa inmobiliaria

ESTADO DE RESULTADOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
VENTAS										
Ventas	24.600,00	28.200,00	32.500,00	35.350,00	49.760,00	54.560,00	60.000,00	64.520,00	91.400,00	94.600,00
TOTAL VENTAS	24.600,00	28.200,00	32.500,00	35.350,00	49.760,00	54.560,00	60.000,00	64.520,00	91.400,00	94.600,00
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS										
Utilidad bruta	24.600,00	28.200,00	32.500,00	35.350,00	49.760,00	54.560,00	60.000,00	64.520,00	91.400,00	94.600,00
TOTAL UTILIDAD BRUTA	24.600,00	28.200,00	32.500,00	35.350,00	49.760,00	54.560,00	60.000,00	64.520,00	91.400,00	94.600,00
Costos fijos	840,00	840,00	840,00	840,00	840,00	840,00	840,00	840,00	840,00	840,00
Costos variables	4.440,00	4.467,08	4.494,33	4.521,75	4.549,33	4.577,08	4.605,00	4.633,09	4.661,35	4.689,79
Gastos administrativos	2.040,00	2.040,00	2.040,00	2.040,00	2.040,00	2.040,00	2.040,00	2.040,00	2.040,00	2.040,00
Gastos de ventas	1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00
UTILIDAD OPERACIONAL	15.840,00	19.412,92	23.685,67	26.508,25	40.890,67	45.662,92	51.075,00	55.566,91	82.418,65	85.590,21
Depreciación	572,50	572,50	572,50	237,50	237,50	237,50	237,50	237,50	237,50	237,50
UTILIDAD ANTES PARTICIPACION	15.267,50	18.840,42	23.113,17	26.270,75	40.653,17	45.425,42	50.837,50	55.329,41	82.181,15	85.352,71
Participación empleados	2.290,13	2.826,06	3.466,98	3.940,61	6.097,98	6.813,81	7.625,62	8.299,41	12.327,17	12.802,91
UTILIDAD ANTES IMP. RENTA	12.977,38	16.014,35	19.646,19	22.330,14	34.555,19	38.611,61	43.211,87	47.030,00	69.853,97	72.549,80
Impuesto a la renta	2.855,02	3.523,16	4.322,16	4.912,63	7.602,14	8.494,55	9.506,61	10.346,60	15.367,87	15.960,96
UTILIDAD NETA	10.122,35	12.491,20	15.324,03	17.417,51	26.953,05	30.117,05	33.705,26	36.683,40	54.486,10	56.588,85
Utilidad Acumulada	10.122,35	22.613,55	37.937,58	55.355,09	82.308,14	112.425,19	146.130,45	182.813,85	237.299,95	293.888,79
<u>Reserva Legal</u>	1.012,24	1.249,12	1.532,40	1.741,75	2.695,31	3.011,71	3.370,53	3.668,34	5.448,61	5.658,88
<u>Dividendos</u>	911,01	5.621,04	6.895,81	7.837,88	12.128,87	13.552,67	15.167,37	16.507,53	24.518,74	25.464,98
Utilidades Retenidas	8.199,11	5.621,04	6.895,81	7.837,88	12.128,87	13.552,67	15.167,37	16.507,53	24.518,74	25.464,98

Con los datos obtenidos en los cuadros anteriores, se estableció el estado de resultado mostrando valores de los ingresos y egresos mensuales y anuales, que se estiman al obtener las ventas y los costos y gastos para conocer la utilidad.

4.5 Indicadores de Viabilidad

4.5.1 Utilidad líquida

Tabla 35.

Indicadores financieros que determinan la viabilidad del proyecto

Liquidez	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
<i>Circulante</i>	4,43	5,70	6,15	6,74	6,12	6,78	7,35	8,00	7,09	7,99
<i>Prueba rápida</i>	4,43	5,70	6,15	6,75	6,13	6,78	7,35	8,00	7,10	7,99
Administración de Activos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
<i>Rotación de los Activos Fijos</i>	7,18	9,88	14,24	17,29	27,53	34,75	45,03	58,92	106,59	152,58
<i>Rotación de los Activos Totales</i>	0,94	0,72	0,65	0,57	0,58	0,52	0,47	0,43	0,46	0,41
Administración de Deudas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
<i>Razón de Endeudamiento</i>	20%	16%	16%	14%	16%	15%	13%	12%	14%	12%
<i>Relación Deuda / Patrimonio</i>	0,24	0,19	0,18	0,17	0,19	0,17	0,16	0,14	0,16	0,14

Nota: Respecto a los indicadores del circulante, se determina como aceptables valores mínimos de entre 1 y 2 que indica que los valores se encuentran por encima de ellos señalando que la empresa está preparada para hacer frente a todos los pagos de sus proveedores y puede financiar sus deudas a corto plazo sin problema, al igual que la prueba acida determina que no hay peligro por caer en insuficiencia de recursos para hacer frente a los pagos. No obstante, el nivel de empleo de todo el activo en la generación de ingresos a través de las ventas va aumentando con cada año, determinando una excelente eficiencia en la administración de activos.

4.6 Evaluación de la Inversión

4.6.1 Flujo de Caja

Tabla 36.

Flujo de ingresos proyectado

FLUJO DE CAJA	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
A. INGRESOS OPERACIONALES											
Ventas	24.600,00	28.200,00	32.500,00	35.350,00	49.760,00	54.560,00	60.000,00	64.520,00	91.400,00	94.600,00	
Total Ingresos Operacionales	24.600,00	28.200,00	32.500,00	35.350,00	49.760,00	54.560,00	60.000,00	64.520,00	91.400,00	94.600,00	
B. EGRESOS OPERACIONALES											
Costos fijos	840,00	840,00	840,00	840,00	840,00	840,00	840,00	840,00	840,00	840,00	840,00
Costos variables	4.440,00	4.467,08	4.494,33	4.521,75	4.549,33	4.577,08	4.605,00	4.633,09	4.661,35	4.689,79	
Gastos administración	2.040,00	2.040,00	2.040,00	2.040,00	2.040,00	2.040,00	2.040,00	2.040,00	2.040,00	2.040,00	2.040,00
Gastos de ventas	1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00
Total Egresos Operacionales	8.760,00	8.787,08	8.814,33	8.841,75	8.869,33	8.897,08	8.925,00	8.953,09	8.981,35	9.009,79	
C. FLUJO OPERACIONAL (A-B)											
	15.840,00	19.412,92	23.685,67	26.508,25	40.890,67	45.662,92	51.075,00	55.566,91	82.418,65	85.590,21	
D. INGRESOS NO OPERACIONALES											
Aporte socios empresa	11.000,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Total ingresos no operacionales	11.000,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
E. EGRESOS NO OPERACIONALES											
Pago participación utilidades		-	2.290,13	2.826,06	3.466,98	3.940,61	6.097,98	6.813,81	7.625,62	8.299,41	12.327,17
Pago impuesto a la renta		-	2.855,02	3.523,16	4.322,16	4.912,63	7.602,14	8.494,55	9.506,61	10.346,60	15.367,87
Reparto utilidades accionistas		-	911,01	5.621,04	6.895,81	7.837,88	12.128,87	13.552,67	15.167,37	16.507,53	24.518,74
Incremento de inventarios		32,31	(16,15)	-	-	-	-	-	-	-	-
Muebles de Oficina	2.500,00										
Equipos de Computación	1.500,00										
Total egresos no operacionales	4.000,00	32,31	6.040,01	11.970,26	14.684,95	16.691,12	25.828,99	28.861,04	32.299,60	35.153,54	52.213,79
F. FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)	7.000,00	(32,31)	(6.040,01)	(11.970,26)	(14.684,95)	(16.691,12)	(25.828,99)	(28.861,04)	(32.299,60)	(35.153,54)	(52.213,79)
G. FLUJO NETO GENERADO (C+F)	7.000,00	15.807,69	13.372,91	11.715,41	11.823,30	24.199,55	19.833,93	22.213,96	23.267,30	47.265,11	33.376,42
H. SALDO INICIAL DE CAJA -		7.000,00	22.807,69	36.180,60	47.896,01	59.719,31	83.918,86	103.752,79	125.966,74	149.234,05	196.499,15
I. SALDO FINAL DE CAJA (G+H)	7.000,00	22.807,69	36.180,60	47.896,01	59.719,31	83.918,86	103.752,79	125.966,74	149.234,05	196.499,15	229.875,57

Nota: El flujo de ingresos proyectados determina que el flujo de crecimiento es constante en cada año, lo que determina que las ventas aportan un crecimiento positivo, y los gastos con los costos se encuentran equilibrados determinando a la empresa una liquidez sustentable para hacer frente a sus deudas.

4.7 Evaluación del Plan de Negocio

Al realizar los estudios para la elaboración de este plan de negocios, hemos podido notar que para tener un mayor flujo de efectivo se debe tratar de mantener la mayor parte de los costos como costos variables para que esto no signifique un mayor desembolso de efectivo. Es un negocio en el cual lo que más se valora es al vendedor y toda la gestión que realiza.

A pesar de presentar gran cantidad de competidores en el mercado, lo importante es enfocarse en el factor que nos hará diferenciar del resto y que permitirá que nos prefieran sobre la competencia. Al no manejar o tener producción nuestros costos son más bajos, lo que provoca que nuestro margen de utilidad sea mayor.

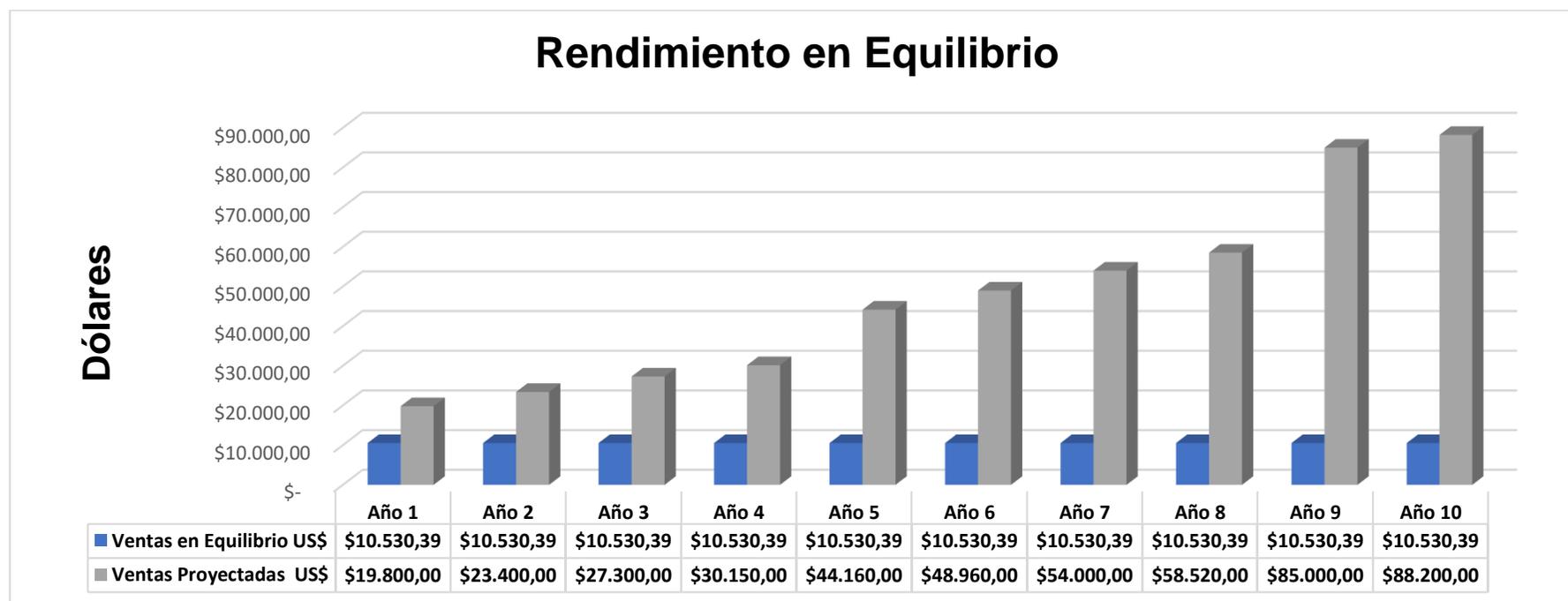
Tabla 37.
Evaluación del proyecto

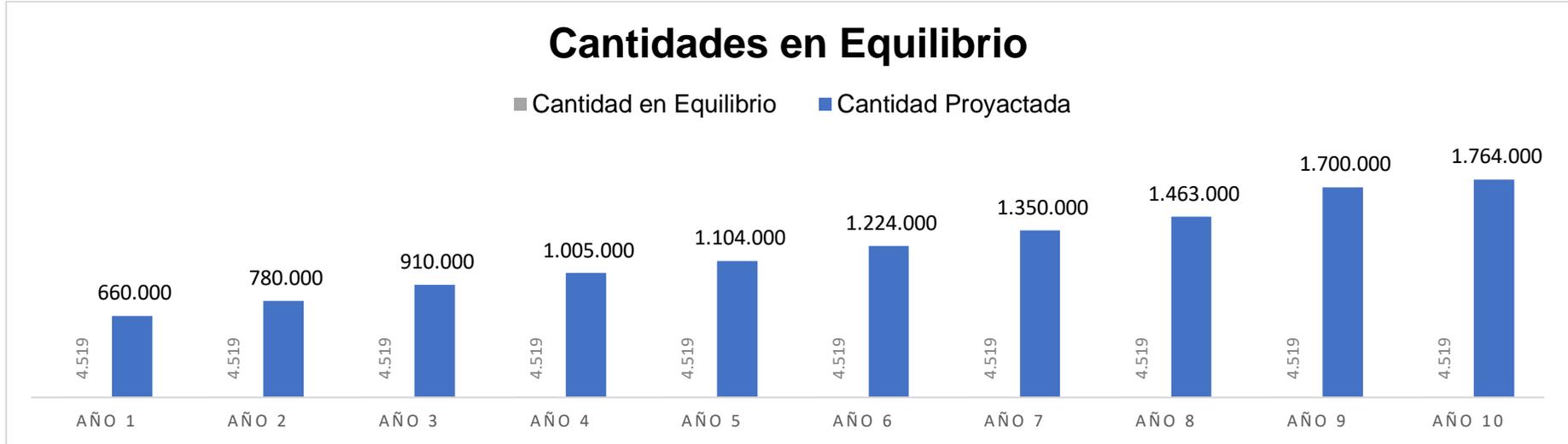
	<u>Año 0</u>	<u>Año 1</u>	<u>Año 2</u>	<u>Año 3</u>	<u>Año 4</u>	<u>Año 5</u>	<u>Año 6</u>	<u>Año 7</u>	<u>Año 8</u>	<u>Año 9</u>	<u>Año 10</u>
Inversión Activos Fijos	(4.000,00)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Fomento/Capital de trabajo	(7.000,00)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Activo Diferido		-	-								
Participación utilidades empleados		(2.290,13)	(2.826,06)	(3.466,98)	(3.940,61)	(6.097,98)	(6.813,81)	(7.625,62)	(8.299,41)	(12.327,17)	(12.802,91)
Impuesto a la Renta		(2.855,02)	(3.523,16)	(4.322,16)	(4.912,63)	(7.602,14)	(8.494,55)	(9.506,61)	(10.346,60)	(15.367,87)	(15.960,96)
Flujo operacional		15.840,00	19.412,92	23.685,67	26.508,25	40.890,67	45.662,92	51.075,00	55.566,91	82.418,65	85.590,21
Valor de recuperación		-	-	-	-	-	-	-	-	-	7.620,00
Inversión Activos Fijos											620,00
Inversión Capital de Trabajo											7.000,00
Flujo neto anual	(11.000,00)	10.694,85	13.063,70	15.896,53	17.655,01	27.190,55	30.354,55	33.942,76	36.920,90	54.723,60	72.066,35

Tasa de Descuento	22,52%	
VAN	\$75.448,71	
TIR	118,9%	
Período de Recuperación	1,03	ANOS

Tabla 38.
Punto de equilibrio

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ventas Proyectadas US\$	\$ 19.800,00	\$ 23.400,00	\$ 27.300,00	\$ 30.150,00	\$ 44.160,00	\$ 48.960,00	\$ 54.000,00	\$ 58.520,00	\$ 85.000,00	\$ 88.200,00
Cantidad Proyectada	660.000	780.000	910.000	1.005.000	1.104.000	1.224.000	1.350.000	1.463.000	1.700.000	1.764.000
Ventas en Equilibrio US\$	\$ 10.530,39	\$ 10.530,39	\$ 10.530,39	\$ 10.530,39	\$ 10.530,39	\$ 10.530,39	\$ 10.530,39	\$ 10.530,39	\$ 10.530,39	\$ 10.530,39
Cantidad en Equilibrio	4.519	4.519	4.519	4.519	4.519	4.519	4.519	4.519	4.519	4.519





Costo promedio ponderado del capital

WACC= $K_O = (W_d * K_d(1 - T)) + (W_S * K_S) = 22,52\%$

$T =$	33,70%	<i>Tasa Impositiva</i>
$W_d =$	0%	<i>Proporción de la deuda</i>
$K_d =$	0,00%	<i>Costo de la deuda después de impuestos</i>
$W_S =$	100%	<i>Proporción del Capital Contable</i>
$K_S = R_F + (E_M - R_F)\beta + \text{Riesgo País}$		<i>Costo del Capital contable común</i>
$K_S =$	22,52%	
$R_F =$	4,13%	<i>Prima de Riesgo</i>
$E_M =$	13,44%	<i>Tasa Libre de Riesgo</i>
$\beta =$	1,03	<i>Beta apalancado</i>
		$\beta_L = \beta_U(1 + (1 - T)\left(\frac{D}{P}\right))$
$RP =$	8,80%	<i>Beta desapalancado de la industria $\beta_U = 0,74$</i>

La evaluación del proyecto determina una inversión inicial de \$11.000 por el cual se determinó el plan a una tasa de descuento del 22,52% mismo que analiza el valor del dinero en el tiempo, trayendo el valor futuro al presente. Por lo tanto, el VAN determino que, para la inversión inicial, en 10 años se obtiene una utilidad de \$75.448,71 con un TIR del 118.9% que determina un alto rendimiento del proyecto y por lo tanto, por ser un proyecto altamente rentable, se lo puede viabilizar, para proceder con la aplicación del mismo. Ya que el tiempo de recuperación de toda la inversión, se refleja a mediados del primer año.

Por lo tanto, el proyecto determina un escenario positivo para ser aplicado y proceder a la construcción del mismo a través del comportamiento financiera el cual señala que el proyecto esta aceptable para considerarlo dentro del mercado inmobiliario ecuatoriano.

Conclusiones

La presente sección, finaliza con el desarrollo de las conclusiones que determinan las reflexiones en base al comportamiento del sector inmobiliario en la viabilidad de crear una empresa de bienes raíces.

La construcción de la fundamentación teórica contribuye a la argumentación y comprensión de los preceptos de satisfacción y calidad del servicio del corredor de bienes raíces, el cual mediante los principios conceptuales se busca conocer e identificar el valor que plantea las actividades del corredor inmobiliario para satisfacer las necesidades del cliente. Así también, las terminologías más frecuentes dentro del mercado inmobiliario para entender el proceso de las negociaciones entre corredores, empresas inmobiliarias y clientes.

El diagnóstico del entorno en el sector inmobiliario, determina que los ingresos por ventas del sector inmobiliario en Guayaquil entre el periodo de 2010 al 2018 contribuyo para el 2015 en un 63%, sin embargo, su aporte disminuyo en cinco puntos para el 2016, debido al problema que afecto en el terremoto el mismo año, ya que dicho siniestro provocó la destrucción de muchas viviendas y bienes inmuebles, además del aumento de impuestos el cual hizo que los ingresos del sector disminuyera ligeramente. Sin embargo, aunque la variación de los ingresos del sector de la construcción a nivel nacional haya disminuido notablemente a partir del 2014 hasta el 2018, a pesar de ello, los ingresos a nivel nacional del sector inmobiliario han sido constantes entre 1.79% hasta 1.29%. Así mismo, aunque los créditos de construcción e inmobiliarias otorgadas por la banca privada disminuyeran a partir del año 2015, la banca pública cubrió la diferencia en un 36%. No obstante, aquello no afectó mucho al sector inmobiliario, ya que existe un mercado creado que con el tiempo su crecimiento es lento y constante, debido a las construcciones que ya fueron generadas por el sector de la construcción. Además, el mercado de los ofertantes es dinámico, ya que tiende a cambiar las características de preferencias de los corredores al momento de seleccionar al profesional para que comercialice la compra, venta y alquiler de las propiedades. Esto quiere decir que también existen propietarios que, si exigen, que sus corredores tengan títulos profesionales o licencias como es el caso de las empresas e inversionistas inmobiliarias.

La investigación de mercado de bienes raíces con relación a sus competidores, determinó que la empresa inmobiliaria Bienes del Pacífico ocupa el primer lugar debido a un mayor índice de factores competitivos que cumple, en segundo lugar, Bienes Alfa Raíces, y en tercero es Cedeño Cabañita, estos dos últimos con poco nivel de aplicación de TIC's demostrando que para llegar eficientemente al público objetivo es mediante el uso e interacción de tecnologías e internet, dándole facilidades en el acceso de comunicación e información respecto a las propiedades y bienes inmuebles que se pueden ofertar. En este factor clave, solo la primera empresa cumple con la mayoría de elementos en el uso de tecnologías. No obstante, aquello es clave para el proceso de innovación del servicio y para competir contra las demás. Por esa razón, plantea como estrategia de comunicación el uso de la red (internet), para ganar mercado a través de la página web, mediante el uso de las redes sociales.

En la evaluación financiera del proyecto para determinar los ingresos y gastos de los flujos se estableció una proyección de diez años, los cuales evidenciaron que la viabilidad del plan financiero obtuvo como resultado un VAN y TIR positivos. Es decir, dio como resultado una tasa de descuento de los flujos de caja futuros de 22.52%, un valor actual neto (VAN) de \$68.721,20; una tasa interna de retorno (TIR) de 143.30% y el año número 1 como un año de recuperación de la inversión del proyecto, cumpliendo así el cuarto objetivo específico del presente plan de negocio. En efecto, el proyecto en discusión arroja un creciente flujo de efectivo en los diez años de proyección dado los bajos costos de venta y pasivos que convierten a este plan de negocio en una inversión muy atractiva y altamente beneficiosa

Recomendaciones

La revisión de nueva literatura y modelos conceptuales teóricos acerca de la satisfacción del cliente en el servicio que oferta el corredor inmobiliario, y los factores que influyen en él como un aporte para desarrollar nuevos estudios a partir de las bases teóricas y contrastar el desarrollo de nuevos proyectos de investigación, con el fin de contribuir al desarrollo del conocimiento y a la construcción de nuevos temas en materia de corretaje inmobiliario, para la académica, profesionales e investigadores que a través de la exploración de fuentes de información, buscan datos que contribuyan como aporte para futuros estudios.

La constancia del sector inmobiliario, en la evolución del tiempo no ha permitido que este sea afectado. Sin embargo, es importante que el sector inmobiliario promueva un crecimiento más rápido del sector, a través de la banca mediante la gestión de créditos hipotecarios a tasas de interés bajas, con montos altos y menos tramitología para la aprobación, a fin de que la sociedad tenga el alcance de obtener una casa propia. Además, de una dinamización de la economía en la generación de mayores plazas de empleo, el cual a través de la afiliación IEES, el empleado, pueda tener la oportunidad de tener su casa propia, mediante la aplicación de nuevos programas gubernamentales enfocados a la adquisición de una casa propia, trabajando de la mano con la banca privada, pública, el sector de la construcción y la inmobiliaria. Además, en tiempos de recesión económica o inflación, el gobierno debe determinar un proyecto de reservas financieras para proteger estos sectores, a fin de que puedan seguir creciendo, ya que el sector de la construcción es uno de tantos sectores importantes que contribuyen al PIB, y también al crecimiento de la oferta del sector inmobiliario.

Actualmente, los propietarios de bienes inmuebles, corredores inmobiliarios, empresas de corretaje, están enlazados y conectados a través de las tecnologías como un medio de comunicación e información, por el cual se informan cuando están buscando la viabilidad de encontrar algo que satisfaga sus necesidades e intereses. Un factor clave de ello, es la interacción del usuario mediante una página web, atrayéndolos con el uso de las redes sociales y el uso de campañas masivas el cual permitirá expandir la información hacia el cliente y darle a conocer el catálogo de productos virtuales que se está ofertando, en una clasificación de precios desde el más

barato hasta el más caro, mediante motores de búsquedas sencillos, el cual permita obtener una excelente experiencia en la página virtual. Además, es importante considerar imágenes virtuales o videos en 360 grados, sobre las estructuras internas y externas de la propiedad inmobiliaria, a fin de que el prospecto pueda experimentar un efecto más realista del lugar y así despertar y captar su interés gracias a la ejecución de tecnologías.

Realizar una proyección financiera, considerando la inflación, y en el caso de requerir algún préstamo financiero, considerar la tasa de interés del banco, así también como las respectivas tasas de impuestos, para la constitución de la empresa. Además, para determinar el uso de equipos o tecnologías o demás recursos que permitan alcanzar y captar los clientes, también se importante establecer un detallado de costos mediante una tabla el cual permita conocer la estructura de la misma para identificar el costo total de lo que determina específicamente en que se destinó el desembolso del dinero.

REFERENCIAS

- Abramo, P. (2011). *La producción de las ciudades Latinoamericanas: mercado inmobiliario y estructura urbana*. Obtenido de <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/57537.pdf>
- Anderson, C. (2006). *The long tail: Why the future of business is selling more for less*. Hyperion.
- Andrade, I. (2013). *Propuesta de creación de una empresa de servicios inmobiliarios diferenciales enfocada al aseguramiento del arrendamiento en las ciudades de Quito y Guayaquil*. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/1161/3/T-UCSG-POS-MDE-25.pdf?fbclid=IwAR2VFsMProxM6hIazTZv1y63Nv11713TyNfgpYsed0IK0mKNVstPlqcX1Oc>
- Arias, & Cortes. (2017). *Plan de negocio para la creación de una empresa inmobiliaria virtual en Colombia 2018- 2023*. Obtenido de http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/22322/11082269_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Arias, F. (2006). *El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica*. Caracas: Episteme. Obtenido de <https://evidencia.com/wp-content/uploads/2014/12/EL-PROYECTO-DE-INVESTIGACION-C3%93N-6ta-Ed.-FIDIAS-G.-ARIAS.pdf>
- Asociación de Corredores de Bienes Raíces. (s.f.). Obtenido de <https://acbir.com.ec/docs/Reglamentacion-de-la-Ley-de-Corredores-de-Bienes-Raices.pdf>
- Belck, R. (2014). You are what you can access: sharing and collaborative consumption online. *Journal of Business Research*, 1595-1600.
- Bigio. (1994). *El contrato de arrendamiento*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5109865.pdf>
- CFN. (2017). *Ficha Sectorial: Construcción*. Obtenido de <https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/2017/09/Ficha-Sectorial-Construccion.pdf>
- Datosmacro. (2019). *PIB del Ecuador*. Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/pib/ecuador#:~:targetText=Ecuador%3A%20El%20PIB%20ascendi%C3%B3%20un%201%2C4%25&targetText=Se%>

- 20trata%20de%20una%20tasa,%E2%82%AC&targetText=%2C%20con%20
lo%20que%20Ecuador%20es,los%20que%20publicamos%20el%20PIB
- De Lama Santos, & De Lama Martín. (2010). *Análisis crítico de los métodos de valoración inmobiliaria: teoría y casos prácticos*. Universidad de Cádiz.
- Ferreira. (2015). El modelo Canvas en la formulación de proyectos. *Innovación social y solidaridad*.
- FLACSO. (1980). *Grupo de Tesis de Estudios Urbanos*. Obtenido de <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/catalog/resGet.php?resId=16807>
- Gansky. (2010). The mesh: why the future of business is sharing. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 2047-2059.
- García. (2014). *Empresa de consultoría y corretaje inmobiliario*. Obtenido de https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/77610/1/empresa_consultoria_inmobiliario.pdf
- González, N. (2006). *La valoración inmobiliaria: teoría y práctica*. La ley.
- Gorán, & DelMar. (2017). Modelos de negocio en la economía colaborativa: síntesis y sugerencias. *Esic Market Economics and Business Journal*, 255-274. doi:10.7200/esicm.157.0482.1e
- Grant, A. (2014). *Dar y recibir: por qué ayudar a los demás conduce al éxito*. Grupo planeta.
- Haya. (2017). *Principales modelos de negocio web*. Obtenido de <https://repositorio.unican.es/xmlui/bitstream/handle/10902/12783/HAYACANOSACARLOS.pdf?sequence=1>
- Heller. (1986). *Teoría de las necesidades de Marx*. Obtenido de <http://www.afoiceemartelo.com.br/posfsa/autores/Heller,%20Agnes/Heller,%20Agnes%20-%20Teoria%20de%20las%20necesidades%20en%20Marx.pdf>
- Hernández, Fernández, & Baptista. (2010). *Metología de la investigación*. México: McGRAW-HILL. Obtenido de https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf
- Hidalgo. (2004). *Teorías y criterios formativos del valor en bienes inmuebles*. Obtenido de <http://eprints.uanl.mx/304/1/1020149936.PDF>

- INEC. (2019). *Encuesta Nacional de Empleo y subempleo ENEMDU*. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Tabulados_directos/122017_Tabulados%20de%20Vivienda.xlsx
- INEC. (2019). *Proyección de la población ecuatoriana*. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Boletines/Proyecciones_poblacionales_cantoniales/proyeccion_cantonal_total_2010-2020.xlsx
- Johnson, Anderson, & Fornell. (1995). Rational and adaptive performance expectations in a customer satisfaction framework. *Journal of consumer research*, 21(4), 695-707.
- Junta Andalucía. (2019). *Manual para emprender*. Obtenido de http://manualparaemprender.andaluciaemprende.es/pdf/manual_para_emprender.pdf
- Lecuyer. (2010). *El contrato: acto de previsión*. Obtenido de <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/derpri/article/view/401/381>
- Méndez. (2003). *El Mercado y su Clasificación*. Mc Graw Hill.
- Osterwalder. (2010). *The Business Model Ontology*. USA: Universite De Lausanne.
- Osterwalder, & Pigneur. (2004). *Generación de modelos de negocio*. España: Deusto.
- Paillacho. (2018). *El Corredor Inmobiliario como Agente de Venta en la Ley de Corredores de Bienes Raíces en el Ecuador*. Obtenido de <http://200.12.169.19/bitstream/25000/17715/1/T-UCE-0013-JUR-148.pdf>
- Registro Civil. (2015). Obtenido de https://www.registrocivil.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/05/Ley_de_Inquilinato.pdf
- Roldán. (2019). *Modelo de negocio de cebo y anzuelo*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/modelo-negocio-cebo-anzuelo.html>
- Romero, P. (2018). Enfoques teóricos sobre el crecimiento de las ciudades. *Pelémika*, 6(1).
- Rubio. (2018). *Factores que influyen en el comportamiento de compra de bienes inmuebles en hombres y mujeres de 30 a 44 años de la ciudad de Guayaquil año 2018, caso doméstica como propuesta de valor en la oferta inmobiliaria*. Obtenido de <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:kTpy4FoPANwJ:rep>

ositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/11164/1/T-UCSG-PRE-ESP-CIM-439.pdf+&cd=2&hl=es-419&ct=clnk&gl=ec#45

- Scholz, Morales, Mena, Meneses, Reinoso, & Cando. (2015). *Informe nacional del Ecuador: Tercera conferencia de las naciones unidas sobre la vivienda y el desarrollo urbano sostenible habitat III*. Obtenido de https://www.habitatyvivienda.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/05/Informe-Pais-Ecuador-Enero-2016_vf.pdf
- Simbaña, R., Escobar, D., Rivera, D., Picón, G., & Romero, P. (2018). *Mercado de bienes raíces en Ecuador: Quito, Guayaquil y Cuenca* (Vol. 6). (1, Trad.) Quito: Ediecuatorial.
- Smith, Ricardo, Malthus, De Almeida, & Fernández. (1978). *A Economía classica textos*. Forense-universitária.
- Super de bancos. (2019). *Super visión; revista estadística, volumen de créditos*. Obtenido de http://estadisticas.superbancos.gob.ec/portalestadistico/portalestudios/wp-content/uploads/sites/4/downloads/2019/01/Revista-SuperVision_No._1.pdf
- SUPERCIAS. (2018). *Productividad en la industria Ecuatoriana de la construcción 2013 - 2017*. Obtenido de https://investigacionyestudios.supercias.gob.ec/wp-content/uploads/2018/10/Productividad_en_la_industria_ecuatoriana_de_la_construccion_2013-2017.pdf
- Torres. (2013). *Diseño plan de negocios de gestión inmobiliaria*. Obtenido de http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/114680/cf-torres_cf.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Valdivieso. (2017). Proyecciones del sector constructor. *Mundo Constructor*.
- Valdivieso. (2017). Proyecciones del sector constructor 2017. *Mundo Constructor*, 42-43.
- Vascones, & Villena. (2018). La industria de la construcción: su participación en el PIB TOTAL del Ecuador durante el periodo 2012 – 2016. *Revista Espacios*.
- Yandún, H. (2017). *Ekos: Sector de la construcción e inmobiliaria*. Obtenido de <https://issuu.com/ekosnegocios/docs/282>
- Zeithaml, & Berry. (1994). Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality. *Implications for Further Research*.

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de entrevistas de 1 a 6

N°	1	2		3	4	5	6
Preguntas	¿Cuál es la estructura del mercado inmobiliario o quiénes son los que intervienen en este sector?	¿De qué depende el precio de una propiedad y cuál es el presupuesto que la mayoría de los clientes buscan para comprar y/o alquilar?		¿Según su percepción en qué nivel estuvieron las ventas y/o alquileres el año pasado, baja, medio ó altas y por qué?	¿Cree usted o no, que el negocio de corretaje inmobiliario trascenderá y por qué?	¿Para iniciar el negocio de corredor de bienes raíces se necesita un capital, sí o no y cuánto?	¿De qué edad son la mayoría de los clientes que compran y alquilan y con qué finalidad buscan más a la propiedad, para vivir o para invertir?
Entrevista 1	Los bancos, las políticas gubernamentales, el vendedor, el comprador y los corredores.	Depende: de los acabados, de las especificaciones técnicas, la antigüedad y el sector.	Entre \$40,000 hasta \$100.00 aproximadamente.	Las metas del año pasado se cumplió en un 70%, porque la falta de liquidez en el país y la inestabilidad económica como el desempleo de las familias.	Si trascenderá, al que hace las cosas bien crece y aún más si se mantiene actualizado en conocimientos y tecnología.	Si, un promedio para invertir como corredor independiente formal son \$40.000 aproximadamente.	Las personas que más compran y/o alquilan son entre 30 o 45 años y buscan la propiedad más para vivir.
Entrevista 2	Las propiedades, las casas, los departamentos, las bodegas, galpones los locales comerciales y terrenos.	El precio de la propiedad depende del sector, del estado físico de la propiedad, los años de construcción.	Entre, \$70.000 hasta \$150.000.	Depende: Las ventas de casas de segunda mano estuvieron bajas, porque los clientes prefieren casas nuevas.	Sí, porque siempre va haber nueva generación con nuevas necesidades, gustos y preferencias.	Si, hay que contar con un capital pero pequeño, que servirá para pagar la movilización, línea telefónica, en si son gastos básicos.	Son las personas de 30 años en adelante y buscan más la propiedad para vivir.
Entrevista 3	La propiedades, los dueños de las propiedades, los compradores, los bancos, el sector público, el sector privado.	Del sector, la antigüedad, el tamaño, los acabados, el estado físico, entre otros.	Las propiedades de interés social entre \$70.000 hasta \$130.000.	Las ventas estuvieron en un nivel medio que fue efecto del paro que hubo en el mes de Octubre.	Si, trascenderá y por mucho tiempo, las cosas van evolucionando así mismo que se dice que el Gobierno hará de esta profesión una carrera universitaria.	No se necesita de un capital significativo.	Las personas que pasan de los 35 años en adelante. Y los clientes en mi sector buscan más para alquilar o invertir..

<p>Entrevista 4</p>	<p>Desde el punto de vista ,empresarial, los socios, las personas que están interesadas en comprar y vender, la tecnología, los contactos entre otros.</p>	<p>Depende del sector donde se encuentre la propiedad, del mantenimiento, números de dormitorios, la funcionalidad.</p>	<p>En alquileres entre \$500 y \$600, en ventas hasta los \$150.000.</p>	<p>Las ventas estuvieron inestables por factor político económico.</p>	<p>Si, ya que todo va evolucionando y así mismo siempre habrá una nueva generación que desee hacer cambio de mejora en su vida.</p>	<p>Si se requiere un capital, que aproximadamente podría ser entre \$10.000 a \$20.000, esto es depende de cómo valla a ser la estructura y/o administración del negocio.</p>	<p>La Edad es depende, porque las personas a partir de los 25 años ya son sujeto de crédito. Las personas más buscan las propiedades para vivir.</p>
<p>Entrevista 5</p>	<p>Las oportunidades crediticia, las política del país, las personas interesadas en comprar y vender y las leyes de plusvalía.</p>	<p>Depende los beneficios que ofrezca el sector, los acabados .</p>	<p>El rango de precios puede estar entre los \$40.000 hasta los \$90.000.</p>	<p>Estuvieron bajas por los diferentes factores externos como la economía del país.</p>	<p>Si trascenderá. Ya que cada vez hay más corredores en el mercado y así mismo más necesidades y requerimientos que demanda la nueva generación.</p>	<p>Sí, pero el principal capital es poseer excelentes referencias propias, el caso de dinero no se requiere de una cantidad exuberante.</p>	<p>Los clientes de 30 años en adelante son los que más compran, no hay en si una edad determinada y su necesidad es para vivir.</p>
<p>Entrevista 6</p>	<p>Es la oferta y la demanda, que son los compradores y los vendedores, las leyes gubernamentales.</p>	<p>Depende del sector, los acabados, tiempo de construcción, en qué estado o condiciones físicas se encuentra,</p>	<p>Son las propiedades de interés social, entre \$70.000 hasta \$130.000.</p>	<p>Las negociaciones estuvieron en nivel medio; ni altas, ni bajas, en el caso del mes de diciembre fueron bajas porque las personas esta dedicadas a las fiestas.</p>	<p>Si trascenderá, la cantidad de corredores han aumentado, la cantidad de habitantes aumenta, las familias aumentan.</p>	<p>Si se necesita capital para la movilización, para tener una buena presencia, para el viatico, teléfono , internet y para promocionarse.</p>	<p>Los clientes que compran o alquilan son para vivir, y son de una edad promedio de 35 años de edad en adelante</p>

<p>Entrevista 7</p>	<p>Los que intervienen son: el asesor inmobiliario, el propietario y los clientes que están interesados en adquirir una propiedad</p>	<p>para mi depende de las condiciones como se encuentre el bien, la antigüedad y sobre todo la ubicación.</p>	<p>a mí me salen clientes mayormente que buscan propiedades a partir de los \$20.000 en adelante</p>	<p>Las ventas estuvieron bajas por la economía del país que es inestable.</p>	<p>si trascenderá, esto no se acaba ya que todos los días hay personas buscando propiedades ya sea para casarse o para independizarse</p>	<p>si se necesita un capital, Yo empecé con una capital de \$2.000.</p>	<p>clientes que compran para invertir y son entre 40 y 60 años de edad, mientras mis clientes que alquilan es para vivir y son entre 20 y 40 años de edad y mis clientes</p>
<p>Entrevista 8</p>	<p>Conforma cualquier tipo de persona que quiera adquirir, vender o alquilar un bien.</p>	<p>depende primero de la zona donde esté ubicada, que cavados tiene, la cantidad de metros cuadrados, los años que tiene la propiedad,</p>	<p>por lo general es más fácil vender casas de \$140.000, \$150.000 hasta \$200.000 y pico que casas de un millón de dólares, pero también hay clientes que buscan casas de \$40.000</p>	<p>El año pasado su bajaron las ventas por motivo del paro que hubo en octubre 2019 que paralizó todas las inversiones del país en cambio los alquileres fueron lo que resultaron los últimos meses.</p>	<p>si va a trascender porque la gente se da cuenta que todo tiene que actualizarse en el mundo y hay muchas personas que no tiene idea como vender una propiedad</p>	<p>Si, se necesita un capital</p>	<p>a partir de los 30 años y generalmente son parejas las cuales ya están casadas, señores que se cambian cuando sus hijos ya son grandes</p>
<p>Entrevista 9</p>	<p>las empresas, constructoras, inversionistas, banca o mutualistas, profesionales los corredores, compradores y vendedores</p>	<p>El precio de una propiedad depende de donde este la ubicación y en qué ciudad este, la ubicaciones</p>	<p>El rango de precios más asequible de mis clientes esta entre los \$50.000 hasta los \$200.00 en el mercado mayoritario</p>	<p>yo opino que es medio y no bajo porque es muy alta la oferta de casas y el cliente tiene mucho de donde elegir</p>	<p>claro que va a trascender como en toda profesión Por lo tanto el corredor no creo que pueda desaparecer porque siempre tiene que haber una interacción personal</p>	<p>si se necesita de un capital</p>	<p>son de 30 hasta 50 años de edad y mis clientes más buscan una propiedad para vivir que para alquilar</p>

Entrevista 10	lo conforman los oferentes que son los propietarios que posee los departamentos, casas, que requieren alquilar o	En la experiencia del mercado laboral el precio de alquiler se estima entre un 9 al 12% de renta	Para mi percepción las ventas se mantuvieron en un nivel medio, esto quiere decir que estuvo dentro del	Para mi percepción las ventas se mantuvieron en un nivel medio, esto quiere decir que estuvo dentro del rango esperado	Si trascenderá, porque es un servicio en el que se hace el nexo entre cliente y ofertante.	No es necesario un alto capital ya que es un servicio de intermediación	Entre 30 a 60 años aproximadamente y los clientes más buscan una propiedad para vivir
Entrevista 11	corredores con o sin licencia en los que los que no tienen licencia no se han visto en la necesidad de sacar alguna y también los	de la capacidad de endeudamiento En cuanto al precio depende de muchos factores, la plusvalía., si el	esto son casas de \$70.000 que le dan créditos del 100%	en mi opinión son muy buenas por las altas de ventas de inmuebles que tuve el año pasado	Si creo que trascenderá el negocio inmobiliario porque está evolucionando gracias a las franquicias ya que esto ayuda a que las personas se formalicen con la documentación	Creo que principalmente se necesita es ganas	entre unos 50 y 70 años de edad
Entrevista 12	Las personas que están interesadas en comprar y vender la propiedad.	El precio de una propiedad se rige básicamente por el avalúo de la misma.	No hay respuesta	Las ventas y alquileres estuvieron bastante flojas	Si va a trascender porque siempre hay personas comprando y otras vendiendo.	Si, se necesita, para publicidad, movilidad propia o alquilada, tener excelente presentación ya que usted vende imagen, celular, internet	Actualmente es más fácil para la gente joven adquirir un bien inmueble porque hay más facilidades de crédito. Inversionistas siempre están buscando oportunidades de invertir su dinero ya sea en oficinas o departamentos de

Anexo 2. Matriz de preguntas de 7 a 12

N°	7	8	9	10		11	12			
Preguntas	¿En la actualidad los dueños de las propiedades prefieren buscar corredores	¿Qué comisión están cobrando los corredores de bienes raíces y de que depende el porcentaje que cobra?	¿Qué conocimientos debe tener un vendedor de bienes raíces?	¿Cuál cree usted que son las fortalezas y debilidades de un corredor de bienes raíces?		¿Cuál es su percepción frente a su competencia (otros corredores de bienes raíces)?	¿Por medio de qué o quienes captas los clientes y en qué tiempo concreta una venta?			
Entrevista 1	Si, hay propietarios que prefieren vender directamente pero en menor cantidad.	En general el mercado está cobrando el 3% al 5% de comisión.	Tener actitud para las ventas, conocer bien al comprador y al vendedor, de la misma forma conocer bien	Fortaleza: Seriedad, seguridad, conocer bien las necesidades del cliente y los años de experiencia en el sector inmobiliario.	Debilidad: Tiene pocos corredores en la fuerza de ventas.	La competencia nos ayuda a mejorar, porque por ellas también se toman las decisiones ya sea para un corredor	Portales inmobiliarios : Plusvalía .com y Olx.com	Redes sociales: Facebook e Instagram.	Por referidos de otros clientes	Depende, de algunos factores, pero podría estar en un rango de 1 a 7 meses aproximadamente.
Entrevista 2	Si hay propietarios que desean vender sus propiedades para no tener que pagar comisión,	La mayoría cobran el 3% para abajo, yo trato de cobrar siempre desde el 4% y pidiendo exclusividad de 15 días.	Conocer las características de la propiedad, qué relación tiene la persona con la propiedad esto quiere decir si es	Fortaleza: es dar una atención personalizada a mis clientes.	Debilidad: Es no ser constante.	La competencia es desleal, están siempre cobrando el mínimo de comisión menos del 3% sin dar un	Portales inmobiliarios : Plusvalía .com	Internet, información periódica y por Whatsapp	Por referidos de otros clientes	Para lograr un alquiler entre 1 mes mínimo y para la venta 1 mes si es que el cliente está interesado.

Entrevista 3	Si hay cliente que prefieren ellos gestionar la venta de su propiedad.	3% dentro de la ciudad y 5% fuera de la ciudad.	Conocimiento tributación, legal, temas municipales, en avalúo comercial entre otros.	Fortaleza: Un conocimiento amplio, la experiencia. La persistencia.	Debilidades: Es querer abarcar mucho y no tener el tiempo disponible.	La competencia es importante porque motiva a mejorar y prestar mejor servicio. Pero el vendedor que quiere	Portales inmobiliarios : Plusvalia.com	Redes sociales: Facebook e Instagram.	Por referidos de otros clientes	Puede durar menos de 1 mes o más.
Entrevista 4	Si hay propietarios que prefieren vender ellos mismo su propiedad pero son pocos.	La mayoría de los corredores cobran el 3% de comisión, yo cobro el 5%.	Debe de gustarle la profesión, debe de gustarle el producto, tener desarrollado las habilidades	Fortaleza: Es poseer muchos contactos, también le ofrezco servicio posventa.	Debilidades: No poder atender a tantos clientes por factor tiempo.	Hay personas que entran a este mercado solo por hobby y no le dan el 100% del tiempo a esta profesión, por lo tanto	Portales inmobiliarios : plusvalia.com y olex.com.	Redes sociales: Facebook, Instagram y Wjatsapp.	Por referidos de otros clientes	Mínimo un mes es lo que puede demorar concretar una venta.
Entrevista 5	Si hay propietarios que prefieren vender directos al cliente, pero en menor cantidad,	La mayoría cobran una comisión el 3% y el 5%	Debe de poseer valores como la integridad, honestidad, actitud positiva, conocedor de estrategias,	Fortaleza: tener un conocimiento amplio y extenso sobre el tema para evitar malos entendidos dentro de la negociación.	Debilidad: No poseer un sistema para llevar el control administrativo y operativo de sus ventas.	Existe deslealtad por medio de otros corredores y cobran una comisión muy baja del 3% hacia abajo, sin valorar	Portales inmobiliarios : Plisvalia.com y Ols.com.	Redes sociales: Facebook e Instagram.	Por referidos de otros clientes	El tiempo para realizar la venta depende del precio, de donde se encuentre la propiedad.

Entrevista 6	Sí, hay propietarios que prefieren gestionar la venta de su propiedad solos, pero son pocos.	El 3% de comisión, el cobro de la comisión depende de la calidad de trabajo que se realice y se negocie con el dueño de la	Conocer bien al producto, tiempo de construcción, tamaño de la propiedad, área de terreno, distribución, si tiene	Fortaleza: La experiencia, la honestidad, la responsabilidad, la puntualidad	.No hay respuesta.	Existe corredores desleales, que se te cogen las propiedades o los clientes.	Portales inmobiliarios : Plusvalia.com y Olx.com.	Redes sociales: Instagram.	Por referidos de otros clientes.	El tiempo de ventas es depende, pero esta entre 1 mes o más.
Entrevista 7	prefieren contratar a un profesional en corretaje ya que por sí solos es más difícil	lo ideal es cobrar el 5%, pero la mayoría se logra concretar con el 3% de comisión	conocer todo lo que podamos de la propiedad, así mismo le pregunto al cliente cuales es la razón por la cual desea alquilar o	Fortaleza: constancia, perseverancia, oratoria y presencia.	Debilidades: ser negativo, tener miedo escénico, no tener disciplina económica	El mercado ecuatoriano tiene la cultura de cobrar el 3% de comisión y es difícil convencer al propietario para cobrar	Portales inmobiliarios : olx.com y plusvalia.com	Redes sociales: facebook	Por referidos	Me puedo demorar entre una y dos semanas, en cambio con el tema de las ventas se suele demorar entre 1 mes y
Entrevista 8	cada vez más el propietario o busca a los corredores de bienes raíces para que les ayude a	está acostumbrado a cobrar un 3%, pero eso ya está cambiando, el corretaje que nosotros cobramos como inmobiliaria es el 5% más IVA	saber si la propiedad está al día con los impuestos prediales, si las escrituras están en orden y actualizadas	Fortaleza Las energías que pones para concretar la venta, ofreciendo seriedad y transparencia de información al cliente	Debilidades: es la impuntualidad entre otras	es un mercado donde existe deslealtad de otros corredores por no cumplir a cabalidad lo que buscan	Portales inmobiliarios :	Redes sociales: uso todas las redes sociales	Por referidos	De 1 a 4 meses por lo general

Entrevista 9	mayormente prefieren contratar a un agente de corretaje que hacerlos ellos	por lo general están acostumbrados a cobrar del 3 al 5%	captar propiedad sea cual sea, terreno, casa, apartamento, departamento, oficina, bodega,	Fortaleza Los corredores que están bien preparados y que pueden transmitir una buena comunicación transformándose así en confianza, seguridad para que el cliente	Debilidades: : La falta de conocimiento por la cual debilita a un corredor, ya que no está bien preparado para expresar sus argumentos	La competencia es buena, ya que existe para que uno pueda mejorar y superarse uno mismo.	Portales inmobiliarios : plusvalia.com, vive1.com, propetati.com	Redes sociales	Por referidos	De 6 meses a 1 año
Entrevista 10	los agentes permiten que las transacciones de mayo confianza por eso eligen a un	El 8% comisión en contrato arriendo anual. Y 4% en compra y venta	Debe conocer que los precios estén acorde al mercado. La licitud de fondos conociendo al comprador y vendedor	Fortaleza. Estructura que no requiere activos monetarios para gestionar	Debilidad. Suelen generarse intervenciones por otras personas que dañan la negociación	La competencia ayuda a que se mejoren los servicios.	Portales inmobiliarios : olx.com properaty.com plusvalia.com	Redes sociales: whatapp	Por referidos	De 15 a 30 días, en la casa de una venta se prolonga en muchas ocasiones más tiempo entre unos 2, 3, 4 meses
Entrevista 11	los agentes existen con el fin de poder dar una excelente asesoría al inicio y al final de la	cobramos es el 3% mínimo hasta el 8% máximo dependiendo si es venta o alquiler anual o mensual respectivamente	debe tener conocimientos generales de la casa a vender y todos los documentos legales y en regla de la misma así	La fortaleza de un corredor es que se capacite constantemente	Debilidades: sobre confianza en corredores que por tener mucha experiencia creen que lo saben todo	hay la competencia mala la que te quita los clientes, te quita las propiedades, proponiendo cobrar menos del 3% en un	Portales inmobiliarios :	Redes sociales y mail masivos	Por referidos	Si es una venta, se puede dar enseguida o a partir de la tercera semana en adelante, en el caso del alquiler se

<p>Entrevista 12</p>	<p>La mayoría de los dueños prefieren buscar profesionales que los ayuden en la venta de su</p>	<p>El corredor profesional de bienes raíces cobra el 5% por venta y el primer mes de arriendo de cualquier propiedad.</p>	<p>Poner todas las características de la propiedad, el por qué lo alquilan o venden, conocer el perfil del</p>	<p>Fortalezas: conocer a fondo el mercado inmobiliario. Conocer precios por metro cuadrado de construcción de propiedades nuevas y antiguas., aspectos crediticios y comerciales., conocer</p>	<p>Debilidades: Es no poseer información actualizada.</p>	<p>Somos amigos, compartimos comisión, trabajamos de la mejor forma posible dentro de un marco de honradez y</p>	<p>Portales inmobiliarios : plusvalia.comy Olx.</p>	<p>Redes sociales: Facebook e instagram.</p>	<p>Por referidos</p>	<p>Depende de la negociación, pueden ser rápidas y otras si se toman su tiempo, entre 1 semana a 7 mes</p>
---------------------------------	---	---	--	--	---	--	---	--	----------------------	--

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Ketty Zamy Cumbe Cedeño** con C.C: # 0924137532 autora del trabajo de titulación: **Diseño de un plan de negocio para la creación de una empresa de corredores de bienes raíces en la ciudad de Guayaquil** previo a la obtención del título de **Ingeniera Comercial** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 2 de marzo de 2020

f. _____

Ketty Zamy Cumbe Cedeño

C.C: 0924137532



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA			
FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN			
TEMA Y SUBTEMA:	Diseño de un plan de negocio para la creación de una empresa de corredores de bienes raíces en la ciudad de Guayaquil		
AUTOR(ES)	Ketty Zmary Cumbe Cedeño		
REVISOR/TUTOR	Ing. Erick Paul Murillo Delgado Mgs/Ing. Xavier Omar Jácome Ortega PhD.		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas		
CARRERA:	Administración de Empresas		
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniera Comercial		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	2 de marzo de 2020	No. DE PÁGINAS:	95 páginas
ÁREAS TEMÁTICAS:	Emprendimiento, Plan de negocio.		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Bienes raíces, corretaje inmobiliario, corredores, plan de negocios		
RESUMEN/ABSTRACT: El presente estudio tuvo como objetivo el diseño de un plan de negocio para la creación de una empresa de corredores de bienes raíces en la ciudad de Guayaquil, este proyecto se desarrolló debido a la falta de estudio de la percepción de los corredores de bienes raíces acerca del sector inmobiliario con la necesidad que tienen los dueños de las propiedades y los futuros compradores a la hora de buscar un corredor para la transacción sea esta de compra, venta o alquiler del bien inmueble, el cual utilizó la técnica de entrevista para recopilar información mediante un cuestionario de preguntas, que se dirigieron a 12 expertos en materia de bienes raíces. Además, los resultados que se obtuvieron en el proceso de contrastación de datos determinaron que la evaluación del proyecto refleja para la inversión inicial \$11.000 mismo que obtuvo una recuperación del 0.03 lo que determina una rápida recuperación de la inversión dentro del primer año, con un TIR del 118.9% que significa un excelente resultado y un VAN que determina una ganancia en los 10 años \$75.448,71. por lo tanto, el proyecto es viable para ser aplicado.			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR:	Teléfono: 045064885 - 0996242619	E-mail: zmarycumbe@gmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE):	Nombre: Econ. Danny Arévalo AVECILLAS, Ph.D.		
	Teléfono: 0996242619		
	E-mail: danny.arevalo@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO:			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			