



ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

**TESIS DE GRADO PREVIA A LA OBTENCION DEL
TITULO DE INGENIERA COMERCIAL**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN
DE UNA EMPRESA CONSTRUCTORA
INMOBILIARIA EN LA CIUDAD DE LATACUNGA**

AUTORA: ALEXANDRA MARGARITA OSORIO ESPINEL

DIRECTOR: Econ. VICENTE URRUTIA

CODIRECTOR: Ing. JORGE CEVALLOS

SANGOLQUI, MARZO 2008

AGRADECIMIENTO

A Dios que me ha dado fortaleza cuando más lo he necesitado, y me ha concedido la dicha de culminar este trabajo, en el que se ve reflejado todos los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera universitaria.

A la Escuela Politécnica del Ejército sede Sangolquí y sede Latacunga particularmente a la Facultad de Ciencias Administrativas y a todos aquellos quienes conforman el personal docente de esta prestigiosa institución por haberme transmitido generosamente sus conocimientos y sus experiencias.

A mi Director y Codirector de Tesis Economista Vicente Urrutia e Ingeniero Jorge Cevallos quienes me guiaron de la mejor manera e hicieron posible la culminación de esta tesis.

A mis padres, quienes siempre me apoyaron incondicionalmente y han sido la fuerza constante en la cual apoyarme. Para ellos mi más sentido agradecimiento.

Un agradecimiento especial a mis compañeros de tesis Edison, Geovanna y Carolina con quienes tuve la oportunidad de compartir momentos inolvidables.

Un sincero agradecimiento a todos.

ALEXANDRA

DEDICATORIA

La presente tesis representa uno de los trabajos académicos más gratificantes en mi vida, y les dedico de manera especial a mis padres, porque me han apoyado incondicionalmente y me han brindado fortaleza y apoyo sobre todo en los momentos más críticos, sin sus sabios consejos no me hubiese sido posible continuar y sobre todo culminar con éxito este duro reto.

Les dedico este trabajo, el mismo que ha sido fruto de un gran esfuerzo.

ALEXANDRA

DECLARACION DE RESPONSABILIDAD

ALEXANDRA MARGARITA OSORIO ESPINEL.

DECLARO QUE:

La tesis de grado titulada **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA CONSTRUCTORA INMOBILIARIA EN LA CIUDAD DE LATACUNGA”** ha sido desarrollada con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan al pie de las paginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico de esta tesis de grado.

Sangolquí Marzo de 2008

ALEXANDRA MARGARITA OSORIO ESPINEL

AUTORIZACION

Yo, Alexandra Margarita Osorio Espinel. autorizo a la Escuela Politécnica del Ejercito la publicación, en la biblioteca virtual de la Institución del trabajo **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA CONSTRUCTORA INMOBILIARIA EN LA CIUDAD DE LATACUNGA”** cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Sangolquí Marzo de 2008

ALEXANDRA MARGARITA OSORIO ESPINEL

CERTIFICADO

Certificamos que la tesis titulada “**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA CONSTRUCTORA INMOBILIARIA EN LA CIUDAD DE LATACUNGA**”, realizada por la Sra. Alexandra Margarita Osorio Espinel, ha sido dirigida y revisada periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la ESPE, en el Reglamento de Estudiantes de la Escuela Politécnica del Ejercito, por lo tanto se recomienda su publicación.

El mencionado trabajo consta de un documento empastado y un disco compacto, el cual contiene los archivos en formato portátil de Acrobat (PDF). Autorizan a nombre de la autora, Sra. Alexandra Margarita Osorio Espinel, para que se entregue a la señora Ing. Fanny Cevallos Coordinadora de la Carrera de Ingeniería Comercial.

Sangolquí Marzo de 2008

Econ. Vicente Urrutia
DIRECTOR

Ing. Jorge Cevallos
CODIRECTOR

INDICE DE CONTENIDOS

Agradecimiento	i
Dedicatoria	ii
Declaración de Responsabilidad Autorización	iii
Autorización	iv
Certificado	v
Índice de Contenidos	vi
Introducción	
Importancia y Justificación	
Resumen Ejecutivo	
CAPITULO I	
ESTUDIO DE MERCADO	1
1.1. Objetivos del Estudio de Mercado	2
1.1.1 Objetivo General	2
1.1.2. Objetivo Especifico	2
1.2. Identificación del producto	2
1.2.1. Análisis Histórico del Mercado	3
1.2.2. Análisis Actual del Mercado	4
1.2.3. Análisis de las tendencias del Mercado Local	4
1.3. Características del Producto	5
1.3.1. Clasificación por su uso y efecto de los productos	6
1.3.2 Productos sustitutos y/o complementarios	7
1.3.3 Normatividad Técnica, Sanitaria y Comercial	7
1.4 Investigación de Mercado	8
1.4.1 Segmentación	8
1.4.1.1 Segmentación Geográfica	9
1.4.1.2 Segmentación Demográfica	9
1.4.2 Tamaño del Universo	10
1.4.3 Determinación de acierto	10
1.4.4 Tamaño de la Muestra	11
1.4.4.1 Unidad Muestral	11
1.4.4.2 Método de Recopilación	11
1.4.4.3 Formula para calcular el tamaño de la muestra	12
1.4.4.4 Establecimiento de parámetros:	13
1.4.5 Metodología de la Investigación de Campo	14
1.4.5.1 Definición de las Variables	14
1.4.5.2 Elaboración del Cuestionario	15
1.4.5.3 Prueba Piloto	15
1.4.5.4 Aplicación de la encuesta	15
1.4.5.5 Procesamiento de Datos	15
1.4.5.6 Cuadro de Salida	15
1.5. Análisis de la Demanda	16
1.5.1 Tasa de Crecimiento Poblacional	16
1.5.2 Clasificación	17
1.5.3 Factores que afectan a la demanda	17
1.5.3.1 Formas más convenientes de pago	17
1.5.3.2 Medios de comunicación	17

1.5.3.3 Servicio posventa	18
1.5.4 Comportamiento Histórico de la Demanda	18
1.5.4.1 Demanda Actual	19
1.5.4.2 Demanda Potencial	19
1.5.4.3 Proyección de la demanda	20
1.6 Análisis de la Oferta	21
1.6.1 Clasificación	21
1.6.2 Factores que afectan a la oferta	21
1.6.3 Comportamiento histórico de la oferta	22
1.6.4 Oferta Actual	22
1.6.5 Proyección de la Oferta	23
1.7 Estimación de la demanda insatisfecha	24
1.7.1 Demanda insatisfecha proyectada	25
1.8 Análisis de Precios	26
1.8.1 Precios históricos y actuales	26
1.8.2 El precio del producto: método de cálculo o estimación	27
1.8.3 El precio del producto: método de cálculo o estimación	28
1.9 Estrategias de Comercialización	28
1.9.1 Estrategia de Precio	29
1.9.2 Estrategia de Promoción	30
1.9.3 Estrategia de Producto Servicio	30
1.9.4 Estrategia de Plaza	31
CAPITULO 2	
ESTUDIO TECNICO	
2.1 Tamaño del Proyecto	32
2.1.1 Factores determinantes del tamaño	33
2.1.1.1 El mercado	33
2.1.1.2 Disponibilidad de recursos financieros	34
2.1.1.3 Disponibilidad de mano de obra	34
2.1.1.4 Disponibilidad de materia prima	35
2.1.1.5 Definición de las capacidades de producción	36
2.2 Localización del Proyecto	36
2.2.1 Macrolocalización	37
2.2.1.1 Justificación	38
2.2.2 Micro localización	38
2.2.2.1 Criterios de selección de alternativas	39
a) Área	40
b) Plusvalía	40
c) Disponibilidad de recursos propios	40
d) Disponibilidad de servicios básicos	40
e) Cercanía a zonas pobladas	40
f) Estructura Impositiva y Legal.	41
g) Competencia.	41
2.2.2.2 Matriz locacional	41
2.2.2.3 Selección de la Alternativa Óptima	42
2.2.2.4 Plano de Microlocalización	43
2.3 Ingeniería del Proyecto	44
2.3.1 Descripción del Producto	44

2.3.2 Diagrama de flujo	45
2.3.3 Programa de Alternativas	46
2.3.4 Distribución de la planta	55
2.3.5 Estudio de las materias primas	55
2.3.5.1 Clasificación de las materias primas	56
2.3.5.2 Cantidad Necesaria de Matérias Primas	57
2.3.5.3 Producción anual y pronóstico	59
2.3.5.4 Condiciones de abastecimiento	59
2.3.6 Requerimiento de mano de obra	59
2.3.7 Requerimiento de materiales, insumos y servicios	60
2.3.8 Maquinaria y equipo	61
2.3.9 Estimación de los costos de inversión	61
2.3.10 Calendario del Proyecto	62
CAPITULO 3	
ESTUDIO ORGANIZACIONAL	63
3 La empresa y su Organización	63
3.1 Base Legal	64
3.1.1 Nombre o Razón Social	64
3.1.2 Titularidad de Propiedad de la Empresa	65
3.1.2.1 Criterios de Selección	65
3.1.3. Tipo de empresa	66
3.2 Base Filosófica de la empresa	67
3.2.1 Visión	67
3.2.2 Misión	67
3.2.3 Estrategia Empresarial de la Empresa	68
3.2.3.1 Estrategia de Competitividad	68
3.2.3.2 Estrategia de Crecimiento	69
3.2.3.3 Estrategia de Competencia	69
3.2.3.4 Estrategia Operativa	69
3.2.4 Objetivos Estratégicos	69
3.2.4.1 Gerencial	69
3.2.4.2 Mercado	69
3.2.4.3 Producción	70
3.2.4.4 Técnico	70
3.2.4.5 Apoyo Técnico	70
3.2.5 Estrategias Funcionales	70
3.2.5.1 Gerencial	70
3.2.5.2 Mercado	70
3.2.5.3 Producción	71
3.2.5.4 Técnico	71
3.2.4.5 Apoyo Financiero	71
3.2.6 Principios y Valores	73
3.2.6.1 Valores Eticos	73
3.2.6.2 Valores Morales	73
3.2.6.3 Valores Humanos	73
3.2.6.4 Compromiso Laboral	74
3.2.6.5 Calidad de Trabajo	74
3.2.6.6 Talento Humano	74

3.2.6.6 Responsabilidad Social	74
3.3 La Organización	75
3.3.1 Estructura Orgánica	75
3.3.2 Descripción de Funciones	75
3.3.3 Organigrama Estructural	77
3.3.4 Mapa Estratégico	78
CAPITULO 4	
ESTUDIO FINANCIERO	79
4.1 Presupuestos	80
4.1.1 Presupuestos de Inversión	80
4.1.1.1 Activos Fijos	81
4.1.1.2 Activos Intangibles	83
4.1.1.3 Activos Corrientes	84
4.1.1.4 Capital de Trabajo	84
a) Gastos Administrativos	87
b) Gastos Financieros	87
c) Gastos de Venta	88
4.1.2 Cronograma de Inversiones	88
4.1.3 Presupuesto de Operación	89
4.1.3.1 Presupuesto de Ingresos	89
4.1.3.2 Presupuesto de Egresos	90
4.1.3.3 Estructura de Financiamiento	91
4.2 Estados Financieros Proforma	92
4.2.1 Estado de Resultados	92
4.2.2 Flujos Netos de Fondos	93
4.3 Evaluación Financiera	95
4.3.1 Costo promedio ponderado del capital: TMAR	95
4.3.2 Criterios de evaluación	96
4.3.2.1 Tasa Interna de Retorno (TIR)	96
4.3.2.2 Valor Actual Neto (VAN)	96
4.3.2.3 Relación Beneficio Costo (RB/F)	97
4.3.2.4 Período de Recuperación	98
4.3.2.5 Puntos de equilibrio	99
4.3.3 Análisis de Sensibilidad	102
Conclusiones y Recomendaciones	103
Glosario de Términos	110

INDICE DE CUADROS

Capitulo 1	
1.1 Indicadores Geográficos	9
1.2 Indicadores Demográficos	9
1.3 Población Cotopaxi, Latacunga, Censos 2001	12
1.4 Proyecciones de Población	12
1.5 Cálculo de Demanda Potencial	19
1.6 Proyección de Demanda	20
1.7 Permisos de Construcción	22
1.8 Oferta de Vivienda Actual	23
1.9 Proyección estimada de la Oferta	23
1.10 Demanda Insatisfecha	24
1.11 Demanda Insatisfecha Proyectada	25
1.12 Referencia de Precios de acuerdo a la plusvalía	27
Capitulo 2	
2.1 Demanda Insatisfecha	33
2.2 Referencia de Factores y Pesos correspondientes	39
2.3 Matriz Locacional	42
2.4 Diagrama de Flujo	45
2.5 Presupuesto conjunto REYMU	48
2.6 Presupuesto conjunto LAREDO	51
2.7 Presupuesto conjunto QUIRIUS	54
2.8 Descripción de Materia Prima	57
2.9 Cantidad de Materia Prima	58
2.10 Requerimiento de Mano de Obra Directa	60
2.11 Requerimiento de Mano de Obra Indirecta	60
2.12 Presupuesto para Equipo de Computación	60
2.13 Presupuesto para Muebles de Oficina	60
2.14 Estimación de Inversiones	61
2.15 Calendario de Actividades	62
Capitulo 3	
3.1 Resumen Objetivos y Estrategias	72
3.2 Descripción del Cargo	76
Capitulo 4	
4.1 Capital de Inversión	81
4.2 Activos Fijo	82
4.3 Depreciación Activos Fijos	82
4.4 Activos Diferidos	83
4.5 Amortización Activos Intangibles	83
4.6 Capital de Trabajo	85
4.7 Mano de Obra Directa	85
4.8 Mano de Obra Indirecta	85
4.9 Materiales de Construcción	86
4.10 Gastos Administrativos	87
4.11 Gastos Financieros	87

4.12 Gastos de Venta	88
4.13 Cronograma de Inversiones	88
4.14 Inversión de Terrenos	89
4.15 Cantidad de Casas	89
4.16 Precios de las Casas	90
4.17 Presupuestos de Ingresos	90
4.18 Costos de las Casas	90
4.19 Costos Totales	91
4.20 Estructura de Capital	91
4.21 Estado de Resultados	92
4.22 Estado de Flujos	94
4.23 Estado de Flujos TIR	96
4.24 Estado de Flujos VAN	97
4.25 Estado de Flujos Relación Costo- Beneficio	98
4.26 Flujos Acumulados	99
4.27 Costos fijos y Variables	100
4.28 Precios e Ingresos	101
4.29 Punto de Equilibrio	101
4.30 Escenario optimista	102
4.31 Escenario pesimista	102

INDICE DE GRAFICOS

Capitulo 1	
1.1 Proyección de Demanda	20
1.2 Proyección de la Oferta	24
1.3 Proyección de la Demanda Insatisfecha	25
Capitulo 2	
2.1 Cantón Latacunga	37
2.2 Croquis de Ubicación del Terreno	43
2.3 Fotografía del Terreno	44
2.4 Conjunto REYMU	46
2.5 Distribución Interior Conjunto REYMU	47
2.6 Conjunto LAREDO	49
2.7 Distribución Interior Conjunto LAREDO	50
2.8 Conjunto QUIRIUS	52
2.9 Distribución Interior Conjunto QUIRIUS	53
2.10 Distribución de la Oficina	55
Capitulo 3	
3.1 Logotipo de la empresa	64
3.2 Visión de la empresa	67
3.3 Misión de la empresa	68
3.4 Organigrama Estructural	77
3.5 Mapa Estratégico	78
Capitulo 4	
4.1 Punto de Equilibrio	101

LISTA DE ANEXOS

Anexo 1.1

Anexo 1.2

Anexo 1.3

Anexo 2.1

Anexo 2.2

Anexo 3.1

Anexo 4.1

Anexo 4.2

Anexo 4.3

Anexo 4.4

INTRODUCCIÓN

El mercado de los bienes raíces, en la actualidad mueve a muchos otros mercados alternos dando trabajo y contribuyendo al desarrollo de los pueblos, la construcción se ha modernizado y el uso de materiales innovadores hacen que este sector se desarrolle de mejor manera.

Los bienes raíces, en sentido amplio, la tierra y todo aquello que este unido a ésta como son solares, edificaciones, fábricas, y todo aquello que es objeto de transacciones comprende el mercado inmobiliario.

Los bienes raíces pueden arrendarse, traspasarse, cederse o venderse entre individuos, empresas, organizaciones caritativas, religiosas, educativas, fideicomisarios y, en general, entre cualquier persona jurídica reconocida como tal por la ley. Las restricciones relativas a la venta de bienes raíces afectan a menores, personas discapacitadas y algunas corporaciones.

Lo normal es que los bienes raíces se adquieran por compra venta, donación o herencia. Cuando se adquieren a través de una compra venta el vendedor entrega a cambio al comprador una escritura en la que aparece la descripción de la propiedad transmitida; para poder asentarla en el Registro de la propiedad tiene que elevarse a escritura pública, a través de un notario que dé fe de la transmisión.

Por lo común, antes de formalizar la venta mediante escritura, el vendedor y el comprador redactan un contrato, y el comprador abona una cantidad de dinero como señal y adelanto del precio acordado por las partes. El comprador verifica, por sí mismo o contratando a un abogado, para que lo represente y compruebe que el vendedor tiene plenos derechos sobre la propiedad y que ésta no tiene cargas. En este caso, se cerrará la venta y la propiedad pasará al comprador cuando éste desembolse la totalidad del precio convenido.

En este proceso es cuando interviene las Inmobiliarias, poniendo en contacto a vendedores y compradores y tramitando documentos por el pago de una comisión la cual será establecida de antemano por ambas partes.

Una constructora se dedica de manera especial en edificar los bienes raíces, para luego venderlos como individuales o como multifamiliares estos nacen de la multipropiedad, figura jurídica que tuvo su auge en la década de 1990, implica que un conjunto de apartamentos puede ser propiedad de varios individuos

Proporcionar una vivienda no es solo brindar un techo donde vivir sino proporcionar al hombre un hábitat entendiéndose como hábitat a la relación del ser humano con el medio donde se desarrolla sea este físico, cultural, social, laboral y demás.

El estudio de mercado determina que el sector de la construcción, según estadísticas crece a un nivel de 10% cada año, pero en la actualidad se ve de alguna manera frenado por el incremento de las tasas de interés y el sistema bancario solicita garantías para emitir créditos, se busca canalizar los créditos a través de líneas de consumo y permitir una tasa más conveniente, siendo la más baja la destinada a la construcción se pretende optimizar este hecho.

El estudio técnico propone estrategias para promover una venta directa y asesorada desde su proceso inicial hasta su financiamiento mediante la institución de crédito que tenga a bien el cliente con una asesoría personalizada, la cadena productiva será directa.

Se da los lineamientos de constitución en el desarrollo del capítulo organizacional, y su estructura orgánica así como sus componentes económicos dentro del aspecto financiero.

IMPORTANCIA Y JUSTIFICACIÓN

El estudio de factibilidad para la creación de una empresa constructora inmobiliaria en la Ciudad de Latacunga, tiene por finalidad ofrecer un servicio en lo que a vivienda se refiere

En la ciudad de Latacunga se construyen alrededor de 150 casas por año sea a través de proyectos de vivienda, o de manera unipersonal, esto cubre apenas un 10% de las necesidades habitacionales del sector, pues el incremento de centros de educación superior y el avance del sector comercial sobre todo las florícolas, ha hecho que la ciudad se vea pequeña para abastecer el requerimiento de vivienda.

Se ha determinado que gran parte de la población busca obtener una vivienda cuyo costo sea accesible y cuyos planes de financiamiento estén acordes a sus ingresos, ya se ha visto como organismos o colegios asociados se han agrupado y han lotizado terrenos en la zona urbana de la ciudad, el objetivo a través de este proyecto es construir y darles la oportunidad de vivir en un espacio que cuente con todos los servicios y las comodidades que demanda una sociedad como la que estamos viviendo, que ofrezca un hábitat más que vivienda.

Este proyecto busca cubrir no solo la protección a través de la vivienda, sino relacionar a las personas con el ambiente que les rodea es decir en el ámbito físico, social e intercultural, relacionar al medio con el ser humano de manera objetiva para que cumpla su rol sistemático en la sociedad en la que se vive pero no como un ente más sino como una persona que convive perfectamente con su hábitat.

EXECUTIVE SUMMARY

The goods roots at the present time are a market that moves many other alternating markets giving work and development to the towns, the construction she/he has been modernized and the use of innovative materials makes that this it is developed in a better way.

To provide housing is not alone to offer a roof where to live but providing the man a habitat understanding each other as habitat to the human being relationship with the means where it is developed it is this physique, cultural, social, labor and other.

The sector of the construction, according to statistics grows at a level of 10% every year, but at the present time leave somehow braked by the increment of the interest rate and the bank system requests guarantees to emit credits, it is looked for to channel the credits through consumption lines and to allow a more convenient rate, being the lowest the one dedicated to the construction is sought to optimize this fact.

Inside the urban area they have been carried out changes in a drastic way to take advantage in a better way the resources with those that is counted, it is fundamental to design the basic structures, this way it is looked for to make aware to the community to achieve improvements in a quicker and more opportune way.

The strategy will be to promote a direct sale and advised from its initial process until its financing by means of the credit institution that has to well the client by means of personalized consultant ship, the productive chain will be direct.