

“PROYECTO DE CREACIÓN DE UNA EMPRESA EN EL ÁREA DE ASESORÍA DE BIENES RAICES PARA ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE OTRAS PROVINCIAS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Autores:

Carmen Lilibeth Vega Honores
Marcel Gabriel González Mastarreno
Diana Marisela Sánchez Merchán

Facultad de Economía y Negocios

Escuela Superior Politécnica del Litoral

Ec. Giovanni Bastidas

Resumen

Actualmente la migración de jóvenes estudiantes universitarios a la ciudad de Guayaquil está teniendo un crecimiento considerable debido a varias razones, entre ellas tenemos la calificación de las universidades de todo el país y la gratuidad de la educación a nivel superior. El presente proyecto se fundamenta principalmente en satisfacer las necesidades de los estudiantes de las provincias de El Oro y Manabí que desean realizar los estudios universitarios en la ciudad de Guayaquil, consiste en brindarles servicio de asesoría de bienes raíces, es decir indicaciones para su estadía, dándoles a conocer los diferentes departamentos, casas, condominios, pensionados disponibles para ser arrendados con sus respectivas características físicas internas y externas demostradas mediante fotografías, dirección, precio, pagos de garantía. El objetivo principalmente es ahorrar dinero en movilización, alimentación y tiempo a los estudiantes de otras provincias que les corresponde viajar hasta Guayaquil para buscar vivienda. Facilitar el proceso de arrendamiento tanto para el arrendador como para el arrendatario brindando seguridad y compromiso.

Palabras claves: vivienda, estudiantes universitarios, El Oro, Manabí, asesoría y alquiler

Abstract

Currently the migration of young college students to the city of Guayaquil is having a considerable growth due to several reasons; among them are the classification of universities around the country and the free education at senior level. This project is based primarily on meeting the needs of students from the provinces of El Oro and Manabi who want to do university studies in the city of Guayaquil, it provide counseling service of real estate, it means suggestions for your stay, letting them know the different kind of apartments, houses, buildings, hostels available to be rent with their respective internal and external physical characteristics showing them by photographs, and letting them know the address, price, warranty payments. The main objective is to save money on mobilization, food and time for students from other provinces who have to travel to Guayaquil to find housing. To make easy the rental process for both the landlord and the tenant to provide security and compromise.

1. Antecedentes

Desde sus inicios la ciudad de Guayaquil ha crecido considerablemente en muchos aspectos comparados con las otras ciudades de nuestro país, uno de esos aspectos es el nivel académico que se puede encontrar en las universidades de nuestra ciudad, ya que debido a la falta de inversión en educación en nuestro país, son pocas las ciudades que cuentan con universidades correctamente estructuradas en el plano académico y de infraestructura, es por ello que las personas que viven en otras provincias al momento de elegir donde seguir sus estudios universitarios escogen la ciudad de Guayaquil.

Por otra parte el año anterior el gobierno nacional propuso y logró calificar a través de la CONEA (Consejo Nacional de Evaluación y Acreditación de la Educación Superior) todas las universidades del Ecuador lo cual aumentó el número de estudiantes que migraron a Guayaquil en busca de una educación de calidad, al encontrarse en la penosa situación de que en sus provincias o ciudades existían pocas universidades y las que existían tenían una pésima calificación.

Otro aspecto que debe tomarse en cuenta es el pensum de estudio que ofrecen ciertas universidades con respecto a las carreras cuyo problema también está en que los jóvenes no encuentran la carrera que desean en la universidad local.

Según una encuesta piloto realizada sólo el 30% de las personas que deciden trasladarse a estudiar en Guayaquil tienen familiares o personas conocidas en dicha ciudad, el resto no poseen información alguna, desconociendo aspectos fundamentales como lo son, la ubicación de la universidad, el costo promedio de arrendar una casa dependiendo de su ubicación y tamaño, el costo del transporte, en general, el estilo y costo de vida que se maneja en la ciudad de Guayaquil.

2. Justificación

Debido a la necesidad y al posible crecimiento del mercado de estudiantes de otras provincias a la ciudad de Guayaquil, se propone esta idea de negocio para satisfacer dicha necesidad, brindando un servicio de calidad para los estudiantes y propietarios de las viviendas.

3. Alcance

El servicio de bienes raíces es útil a nivel global ya que el nivel económico para algunas familias no les permite adquirir una propiedad. Pero como todo negocio tiene un ciclo para desarrollarse inicialmente ubicaremos oficinas en la ciudad de Guayaquil y un punto de información en las provincias de Manabí y El Oro que son de donde se originan la mayoría de estudiantes.

De acuerdo a la evolución que tengamos, podríamos expandirnos a las ciudades de Los Ríos, Santa Elena,

Cuenca y Quito pero sería dentro de algunos años, ya que estos destinos también son bastante demandados por la calidad de educación y grandes oportunidades de crecimiento profesional que ofrecen a los estudiantes.

4. Oportunidades

De acuerdo a la necesidad que existe en el mercado podemos decir que existe oportunidad de negocio puesto que el servicio que vamos a ofrecer tiene sus ventajas competitivas y su diferenciación, el mercado de bienes raíces no es un mercado que está saturado sin embargo, los que actualmente ofrecen este servicio no se han enfocado en satisfacer las necesidades reales de las personas, es decir facilidad, ahorro de tiempo, ahorro de dinero, los gustos, preferencias entre otros, los cuales constituyen el motivo principal de encontrar el lugar adecuado para vivir.

La barrera de entrada no es difícil debido a que la competencia no tiene una ventaja de diferenciación y de imagen o marketing por lo cual se puede ingresar y competir pues no han conseguido la fidelidad de los clientes y no son muy conocidas debido a que su publicidad no es agresiva.

Para comenzar este proyecto no requiere de una fuerte inversión, los costos no son altos. La inversión se la puede recuperar a corto plazo, una vez que nos hayamos posesionado con imagen, excelente servicio y vayamos creciendo como empresa debido a la demanda, entonces se procederá a realizar inversiones más costosas las mismas que harán que se incrementen nuestra cartera de clientes.

5. Objetivo general

Establecer la empresa y optimizar el proceso de arrendamiento para las personas de otras provincias que desean radicarse en Guayaquil.

5.1 Objetivos específicos

- Determinar a nuestros consumidores potenciales y enfocarnos en sus exigencias y expectativas.
- Dar apertura de una nueva oficina dentro de 5 años.
- Determinar la factibilidad de brindar este servicio.
- Contar con un corredor profesional como parte de la compañía.
- Componer un plan estratégico y de marketing versátil de acuerdo al comportamiento del mercado.
- Determinar y optimizar los costos de operación junto con la inversión inicial.

6. Investigación de Mercado

6.1 Población Objetivo

Estudiantes universitarios de otras provincias o cantones que actualmente residen en Guayaquil, estudiando en la universidad Estatal, Católica o ESPOL de la ciudad que no cuentan con casa propia o no viven con familiares quienes si la tengan, y los estudiantes del último año de secundaria de las provincias de El Oro (Machala, santa Rosa y Pasaje) y Manabí(Portoviejo, Chone, Jipijapa, Manta) que van a realizar el pregrado en Guayaquil.

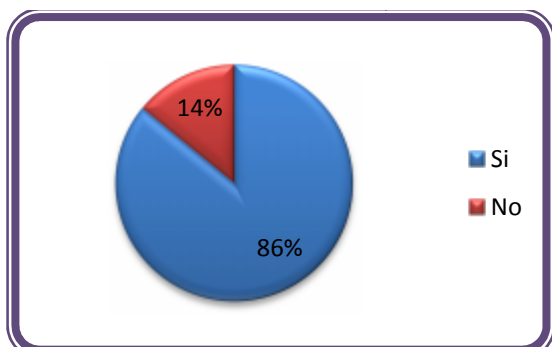


Gráfico 1. Porcentaje de aceptación

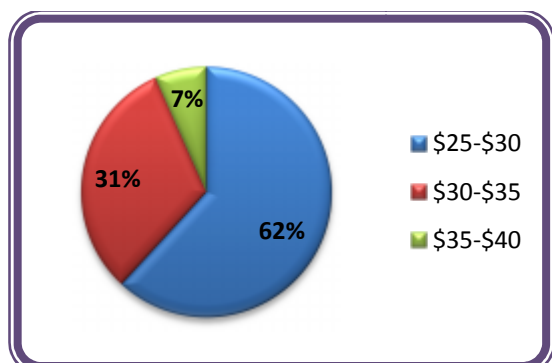


Gráfico 2. Precio

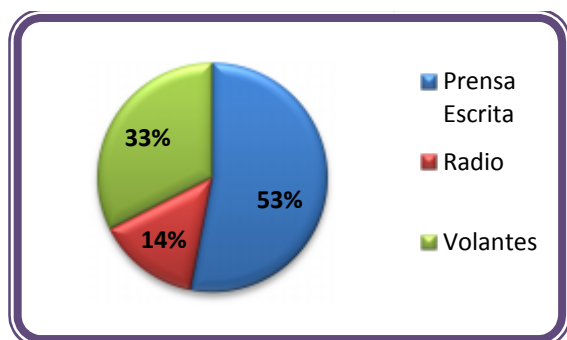


Gráfico 2. Medio de publicidad

Tabla 1. Asignación de factores respecto al grado de importancia

Factor	Muy Imp.	Imp.	Indif.	poco imp.	nada imp.
Sector	87	123	26	2	12
Precio	121	98	30	3	6
Estructura Interna	50	129	37	37	8
Entorno Social	36	74	106	29	13
Cercanía a la u	23	96	45	62	32
Cerca a la principal	55	53	55	83	12
Seguridad	144	68	25	6	15
Forma de Pago	63	76	89	20	10

6.2 Conclusiones de investigación de mercado

- En realidad resulta complicado para los estudiantes que recién entran a la universidad encontrar una vivienda en un sector seguro a un precio cómodo y en un sector cercano a la universidad.
- El medio más apropiado y al que frecuentemente recurren las personas para buscar domicilio es la prensa escrita, clasificados del diario.
- El tipo de vivienda más demandada es la de 3 dormitorios ya que los estudiantes viven con 2 personas más, ya sean amigos o familiares
- Para los estudiantes de tercero bachillerato de las provincias de Manabí y El Oro les pareció una idea súper interesante ya que se los asesorará en el momento preciso, y es primera vez que contarán con esta alternativa.

6.3 Marketin Mix

Servicio: El servicio que ofrecemos es el de corretaje de propiedades exclusivamente de alquiler el cual vamos a ofrecer por medio de una base de datos de todas las viviendas es decir apartamentos, casa, cuartos, condominios etc. que se encuentren en la ciudad de Guayaquil disponibles para ser arrendados.

Este servicio será prestado de la siguiente manera en la que muestra una de las principales ventajas competitivas: Para los jóvenes que van a venir a estudiar a la ciudad de Guayaquil y que se encuentren aun viviendo en Manabí y El Oro se ofrecerá el servicio con anticipación para lo cual serán los oficiales de información quienes laborarán en estas provincias y quienes serán supervisados por los agentes de bienes raíces que también ofrecerán el servicio para nuestro mercado objetivo en Guayaquil.

Logotipo:



Precio: \$25

Plaza: Para iniciar contaremos con tres cómodas oficinas en la provincia del Guayas, El Oro y Manabí.

Promoción:

- Servicio excepcional
- página web
- Clasificados en Internet
- Volantes
- Charlas
- Voz a voz
- Clasificados en prensa

7. Estructura organizacional

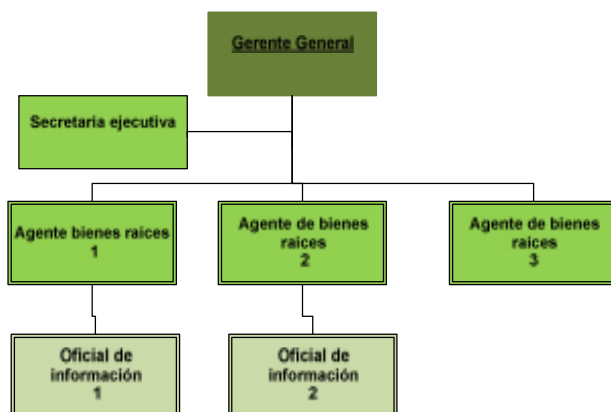
7.1 Visión

Ser la primera opción de las personas al momento de decidir arrendar una vivienda a nivel nacional, que se distinga por proporcionar calidad de servicio a sus clientes y responsabilidad ante la comunidad en el servicio prestado

7.2 Misión

Nuestra misión es facilitar el proceso de arrendamiento de vivienda, servicio de mudanza para los estudiantes inmigrantes en otras provincias brindando servicio de asesoría e intermediación con el propietario del inmueble hasta lograr satisfacer al cliente.

7.3 Organigrama



7.4 Análisis FODA

Fortalezas:

- Un Servicio innovador.
- Fácil Ingreso al mercado.
- Servicio necesario para satisfacer una necesidad.
- Aceptación del servicio por parte del mercado objetivo.
- Disponibilidad de los recursos necesarios para crear e implantar el negocio.
- Facilidad de encontrar el Servicio en lugares donde los clientes lo requieran.
- No se requiere de una fuerte inversión.

Oportunidades:

- En el mercado no existe alguien que preste el Servicio que nosotros ofrecemos.
- Apertura para todas las provincias del Ecuador.
- Alta demanda de clientes con gran aceptación del Servicio.

Debilidades:

- Un nuevo tipo Servicio en el mercado.
- Competencia indirecta por parte de quienes a través de otros medios acaparan parte del mercado.

Amenazas:

- Ingreso de nuevos competidores que incursionen en el mercado.
- Factores económicos, socioeconómicos y leyes que afecten al sistema de arrendamiento.

7.5 Naturaleza jurídica

Para ser corredor de bienes se requiere:

- a) Ser mayor de edad y hallarse habilitado para ejercer el comercio
- b) Obtener la licencia de corredor profesional
- c) Haber tenido negocio o corretaje de bienes raíces por lo menos durante un año de actividad y obtener el certificado correspondiente del Ministerio de Educación, según el caso
- d) Cumplir lo dispuesto en el artículo 77 del Código de Comercio (prestar juramento de desempeñar fiel y legalmente el cargo y rendirán fianza o hipoteca, el presidente designará el monto de ésta según la importancia de las plazas de comercio donde los corredores deben desempeñar sus funciones)
- e) Los demás requisitos contemplados en las diversas leyes.

8. Estudio Técnico

Localización

Existen 3 oficinas para brindar este servicio, que estarán ubicada en la ciudad de Guayaquil, Machala y Portoviejo.

Guayaquil: Ciudadela Kennedy Av. Carlos Luis Plaza Dañín Mz.1 Villa 6

Machala: 9 de Octubre y Junín

Portoviejo: Morales entre Pedro Gual y 9 de Octubre

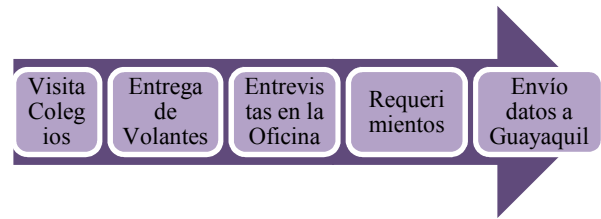


Gráfico 5. Proceso con estudiantes de Manabí y El Oro

Tabla 2 Área de las oficinas

Ciudad	Área
Guayaquil	7m x 6m
Machala	4m x 7m
Portoviejo	4m x 7m

8.1 Diagramas de procesos

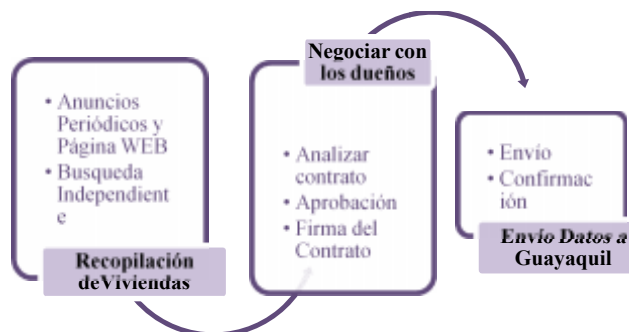


Gráfico 3. Proceso con proveedores

8.2 Activos fijos necesarios

Tabla 3. Requerimiento de activos

Cant.	Activo
5	computadoras
3	impresoras
7	escritorios
7	sillas tipo secretaria
7	teléfonos
8	sillas de espera
3	medidores de luz
	suministros de oficina
1	dispensador de agua
1	ventilador
1	archivador

8.2.1 Depreciación

- 10 años para mobiliario y equipo de oficina
- 5 años para gastos pre-operativos: constitución, investigación, permisos, organización.
- 3 años para equipo de computación.

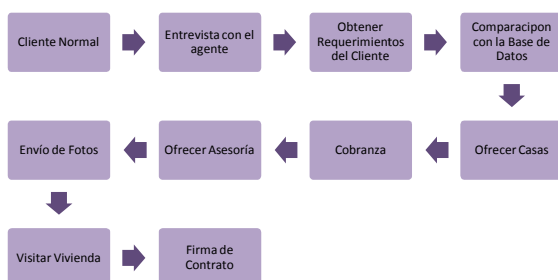


Gráfico 4. Proceso con clientes

Tabla 4. Reposición de activos

cuadro de reposición en un horizonte de planeación de 5 años					
activo	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
equipo de computación			X		
impresoras			X		

9. Estudio Financiero

9.1 Inversión

La inversión total de un proyecto abarca lo que se refiere a la inversión inicial más el capital de trabajo requerido. En si podríamos definir el dinero necesario para arrancar con el negocio y para cubrir el déficit monetario operacional de los meses del primer año de actividades.

Inversión total= inversión inicial + capital de trabajo	\$14764.21
--	------------

Tabla 5. Inversión inicial

Cant.	Activo	Costo unitario	Costo total
5	computadoras	\$ 504.0	\$ 2520.0
3	impresoras	\$ 60.0	\$ 180.0
7	escritorios	\$ 100.0	\$ 700.0
7	sillas tipo secretaria	\$ 45.0	\$ 315.0
7	teléfonos	\$ 18.0	\$ 126.0
8	sillas de espera	\$ 6.0	\$ 48.0
3	medidores de luz	\$ 40.0	\$ 120.0
	suministros de oficina	\$ 80.0	\$ 80.0
1	dispensador de agua	\$ 50.0	\$ 50.0
1	ventilador	\$ 18.0	\$ 18.0
1	archivador	\$ 90.0	\$ 90.0
	pagina web		\$ 241.0
	publicidad		\$ 3000.0
	gastos de constitución		\$ 2660.0
Total			\$ 10148.0

9.1.1 Capital de trabajo

El método que utilizamos para el cálculo respectivo es el *déficit máximo acumulado* el cual nos originó un valor de \$ 4616.21 que refleja los gastos del mes de diciembre en el cual nos limitaremos a realizar los contactos con los proveedores para elaborar la base de datos. Las operaciones al público se abrirán en el mes de enero.

Tabla 6. Segmentación de ingresos mensuales para el capital de trabajo

Guayaquil			
viviendas	ingresos mes	ing. Año	
2	338.94		
3	645.6		
1	338.94		
6	\$ 1323.48	\$ 15881.76	ing. Por mes
ing. Provincias	\$ 4256.65	\$ 51079.82	\$ 12769.96
total		\$ 66961.58	

Tabla 7. Gastos operativos

rubro	parcial	total por mes	anual
teléfono	\$ 70.0	\$ 70.0	\$ 840.0
luz	\$ 37.0		
agua	\$ 15.0		
servicios básicos		\$ 52.0	\$ 624.0
alquileres		\$ 830.0	\$ 9960.0
internet		\$ 85.0	\$ 1020.0
movilización		\$ 90.0	\$ 1080.0
sueldos			\$ 44175.0
Mantenim. pag web		\$ 5.0	\$ 60.0
dominio pagina web			\$ 36.0
Publicidad		\$ 112.0	\$ 2982.333
suminist de oficina		\$ 30.0	\$ 360.0
total		\$ 1204.0	60297.333

Tabla 8. Depreciación de activos fijos

#	activo	costo	vida util	dep. mensual	dep. anual
5	computadoras	\$ 2520.0	3	70	840
3	impresoras	\$ 180.0	3	5	60
7	escritorios	\$ 700.0	10	6	70
	sillas tipo				
7	secretaria	\$ 315.0	10	3	32
1	archivador	\$ 90	10	1	9
total				\$ 84.21	1010.50

Tabla 9. Valor de desecho

Al fin del horizonte de planeación se debe corregir un valor en cuanto a la venta de tus activos a esa fecha, el cual lo determinamos a través del método contable que se detalla a continuación

valor de desecho: método contable						
activos	costo	V util	D anual	años depre c	DA	valor libros
mueb y eq.ofic	1105.00	10	110.50	5	552.50	552.50
equip. comp	2700.00	3	900.00	2	1800.00	900.00
depreciación acumulada (\$)			2352.50	valor de desecho		1452.50

Tabla 10. Payback

PAYBACK				
PERI	inversión inicial	FLUJO DE CAJA	flujo de caja acumulado	recuperación de la inversión
0	14.764.21	0.00	0.00	0.00
1		354.04	354.04	-14.410.16
2		997.98	1.352.02	-13.412.19
3		3.338.66	4.690.68	-10.073.53
4		5.983.89	10.674.57	-4.089.64
5		10.503.88	21.178.45	6.414.24

Este método es útil para conocer el plazo en el cual recuperamos la inversión realizada al inicio de las actividades. En el caso de nuestro proyecto la recuperamos en el quinto año

9.2 Tasa de descuento

La tasa apropiada del proyecto es esperar un mínimo rendimiento tal como el de la industria en la cual incursionaremos que sería la de actividades inmobiliarias realizadas a cambio de una retribución o por contrato como la clasifica la superintendencia de compañías y seguros del Ecuador, la cual se encuentra en el **26.98%**.

9.3 VAN y TIR

TMAR	26.98%
VAN	629.79
TIR	29.66%

Siguiendo el criterio de VAN y TIR podemos concluir que el proyecto es viable y es recomendable invertir en este sector ya que rinde una TIR superior a la TMAR y un VAN positivo

9.4 Análisis de sensibilidad

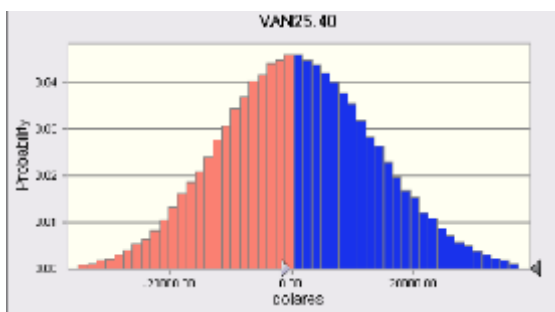
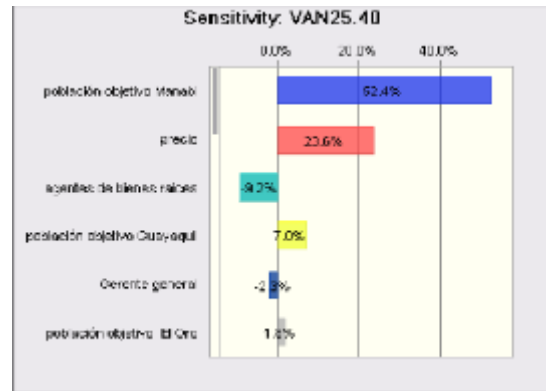


Gráfico 6. Riesgo del proyecto

Según el gráfico luego de realizar la simulación correspondiente podemos notar que hay el 47.43% de probabilidad que el VAN sea negativo, es decir existe una posibilidad casi igual de ganar y perder por esto la rentabilidad exigida del accionista es del 41.76% como se determinó con el método CAPM, esto también se ve reflejado en la TMAR del proyecto

Gráfico 5.2 Sensibilidad del VAN respecto a las variables



Según el análisis de sensibilidad podemos notar que el VAN es bastante sensible a la población de las provincias, es decir a la participación y captación que tenemos en estos lugares, esto nos da pauta a concluir que la publicidad debe ser fuerte y convincente para esta población.

Como segundo factor importante encontramos el precio con un 23.6% de influencia sobre el VAN.

CONCLUSIONES

- La implementación del proyecto según los estudios y análisis realizados si es factible ya que en el estudio financiero se pudo determinar que el proyecto presenta una TIR de 29.66% la cual es superior a la TMAR (Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento) de 25.40% y un VAN de \$1035.83.
- Por otra parte se pudo concluir que la cantidad de estudiantes que provienen de las provincias analizadas (El Oro y Manabí) aumenta año a año, lo cual influiría directamente en los ingresos y en la estabilidad de la empresa a largo plazo.
- Según el análisis de sensibilidad realizado el proyecto demuestra que es altamente sensible al comportamiento de la población objetivo de Manabí, lo que significa que hay que mantener un control constante sobre dicha variable.
- Después de realizar la investigación de mercado correspondiente se pudo determinar que en

Guayaquil únicamente se le cobrará el primer canon de arrendamiento a los dueños de las casas y en las provincias se les cobrará a los estudiantes un monto de \$25.

- El proyecto reflejó 52.57% de probabilidad de presentar un VAN positivo, lo que quiere decir que el proyecto presenta casi la misma probabilidad de éxito como de fracaso debido a su alta sensibilidad por la población.
- En el sector de bienes raíces el medio más utilizado para conseguir viviendas es el periódico.
- El periodo de recuperación de la inversión es en el año 5, debido a que los costos fijos y operacionales son altos.
- Se pudo concluir que la rotación de nuestros clientes se da aproximadamente en un lapso mayor a un año y menor a dos años.

RECOMENDACIONES

- Se debe hacer el esfuerzo por contratar un personal humano capaz y sacrificado por las causas de la empresa, el cual debe de trabajar honestamente siendo correctamente incentivados.
- Se debe de ser paciente en cuanto a la rentabilidad del proyecto ya que si bien es cierto no es muy alta y tarda 5 años en recuperar la inversión, las proyecciones de ingresos debido al aumento de los estudiantes que vienen de otras provincias son muy positivas.
- Se recomienda que tomando en cuenta la alta sensibilidad que muestra el proyecto por la población objetivo de Manabí, se realice estrategias especiales enfocadas a trabajar dicho mercado, como realizar campañas publicitarias que ayuden a manejar ese riesgo que muestra la alta sensibilidad a favor de la empresa.
- Se podría ir adelantando estudios para comprobar la factibilidad de aplicación del proyecto en otras provincias, para de esta forma captar más mercado a nivel nacional.

AGRADECIMIENTO

Este trabajo lo llevamos a cabo con la colaboración de los autores y el tutor del proyecto el Ec. Giovanni Bastidas que fue el encargado de revisar el trabajo periódicamente.

Se le agradece también al Sr. Gustavo, presidente de la Asociación de Corredores Bienes Raíces quien nos ayudó con cierta información y directrices para realizar el trabajo con éxito.

REFERENCIAS

- [1] www.vistazo.com/webpages/pais/?id=7926 (año 2009)
- [2] www.espol.edu.ec
- [3] www.educacion.gov.ec
- [4] reportes.educacion.gov.ec/ReportServer/Pages/ReportViewer.aspx?/reportes20072008/aluxnivel&rs:Com mand=Render
- [5] www.monografias.com/.../Image27851.gif
- [6] Ley de los corredores de bienes raíces y código de comercio ecuatoriano
- [7] Reglamento de los corredores de bienes raíces
- [8] www.indexmundi.com/g/g.aspx?c=ec&v=24&l=es
- [9] www.p2.pichincha.com/web/temas.php?ID=82
- [10] finance.yahoo.com/bonds/composite_bond_rate
- [11] espanol.finance.yahoo.com/q/ks?s=CSGP
- [12] www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=riesgopai
- [13] Departamento de planificación estudiantil universidad de Guayaquil
- [14] Departamento de cómputo de UCSG
- [15] Biblioteca INEC
- [16] Código de comercio
- [17] acbir.org/
- [18] www.supercias.gov.ec/paginas_htm/societario/indicadores.htm
- [19] www.google.com
- [20] Wikipedia