



**UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES
ESPÍRITU SANTO**

FACULTAD DE ECONOMÍA Y CIENCIAS EMPRESARIALES

**TRABAJO DE TITULACIÓN QUE SE PRESENTA COMO
REQUICITO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

TEMA

**PROPUESTA DE DIVERSIFICACIÓN DEL NEGOCIO DEL
CONSTRUCCIÓN DE LA EMPRESA CANTERSA.**

AUTOR

MANUEL PAUL VIVAR VACA

TUTOR

ING. JOSE MACUY CALLE

SAMBORONDÓN, 03 DE AGOSTO DEL 2012

Agradecimiento

En primer lugar agradezco a Dios por sus bendiciones, por darme fuerzas y salud para luchar día a día y conquistar mis metas, a mis padres por el ejemplo que me han dado cada día de mi vida, por el respeto, la comprensión, el apoyo moral y fe en mis actos; también quiero agradecer a mi hermana por su compañía y apoyo a lo largo de este proceso de la elaboración de la investigación. Agradecer infinitamente a mi Tutor que con su conocimiento y orientación me guio y me inspiro confianza en cada parte de la realización de este trabajo de investigación.

Agradezco al Arq. Marco Estupiñan, al Ing. Carlos Ponce, al Ing. Alejandro Sandoval, los mismos que me asesoraron y orientaron en la parte administrativa y técnica de este trabajo colaborando con entrevistas, con consejos y conocimientos ganados con la experiencia de los años. Agradezco a todos mis profesores por impartirme sus conocimientos, los mismos que me han sido muy útiles para llevar a cabo este trabajo; agradezco a mis amigos que me apoyaron incondicionalmente dando fueras y confianza para iniciar y culminar con éxito este trabajo.

ÍNDICE

CONTENIDO	PÁG.
Agradecimiento	
Resumen	iv
Introducción.....	1
Capitulo 1	3
Planteamiento del problema.....	3
1. OBJETIVOS.....	4
1.1 Objetivo General	4
1.2 Objetivos Específicos.....	4
2. JUSTIFICACIÓN.....	4
Capitulo 2.....	6
3. MARCO REFERENCIAL.....	6
3.1 Antecedentes.....	6
3.2 Marco Teórico.....	7
3.2.1 Negocios.....	7
3.2.2 Tipos de negocios.....	7
3.2.3 Diversificación como estrategia.....	8
3.2.4 Empresas de Construcción.....	9
3.2.5 Servicios Inmobiliarios.....	9
3.2.6 Oferta, Demanda del Mercado.....	9
3.3 Marco Conceptual.....	10
4. MARCO METODOLOGICO.....	12
Capitulo 3.....	13
Análisis de la empresa CANTERSA.....	13
Empresa CANTERSA.....	13
Resultado de Focus Group.....	21
Capitulo 4 Inmobiliaria.....	26
Mercado inmobiliario.....	26
Promotoras Inmobiliarias.....	27
Constructoras y Promotoras Inmobiliarias.....	27
Corretaje Inmobiliario.....	27
Que es una empresa inmobiliaria.....	28

En qué consiste la administración de una empresa inmobiliaria.....	28
El proceso de administración en una empresa inmobiliaria	30
La planeación de la empresa inmobiliaria.....	31
Porque hacer mercadotecnia en un negocio inmobiliario.....	31
La segmentación del mercado y la estimación del tamaño del mercado...	32
Porque es importante un estudio de proyecto de inversión en bienes raíces.....	32
Fideicomiso Inmobiliario.....	32
Capitulo 5 Análisis de la propuesta.....	35
Propuesta.....	35
Como está el mercado inmobiliario en Esmeraldas	35
Es viable la implementación de una empresa inmobiliaria en Esmeraldas.....	37
Alianzas con instituciones financieras.....	38
Créditos Bancarios.....	39
BIESS – Préstamos Hipotecarios	39
Banco del Pichincha – Crédito Habitar.....	40
Banco de Guayaquil – Casa Fácil	40
Los beneficios que brinda el Banco de Guayaquil a sus clientes	41
Alianzas estratégicas	41
Publicidad.....	42
Recursos tecnológicos.....	42
Estrategia publicitaria.....	42
Fortalezas	42
Oportunidades	42
Debilidades.....	42
Amenazas	42
Conclusiones.....	56
Recomendaciones.....	57
Bibliografía.....	58

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Grafico #1: Perfil económico del Cantón Esmeraldas.....	2
Gráfico #3: Organigrama CANTERSA	15
Grafico # 4: Organigrama de una Empresa Inmobiliaria.....	29
Gráfico #5: Maqueta de la propuesta	35
Grafico # 6: Monto de Créditos Hipotecarios Colocados	40
Gráfico # 6: Nuevo Organigrama de CANTERSA.....	44

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla #1: Materiales Pétreos metálicos	10
Tabla #2: Materiales Pétreos no metálicos	11
Tabla # 3: Concesiones mineras de CANTERSA.....	13
Tabla # 4: Materiales Pétreos producidos por CANTERSA	16
Tabla # 5: Requisitos para acceder al crédito de vivienda del Biess.....	38
Tabla # 6: Las Cinco Fuerzas de Porter.....	43
Tabla # 7: préstamos hipotecarios otorgados por el Biess actualizado.....	46
Tabla # 8: total de viviendas en esmeraldas.....	47
Tabla # 9: tipo de vivienda particular por área.....	47
Tabla#10: información general de los hogares en esmeraldas.....	48
Tabla # 11: vivienda propia en esmeraldas.....	48
Tabla # 12: estructura poblacional de esmeraldas.....	49
Tabla #13: Proyección de la población de esmeraldas. Periodo 2005 – 2011.....	50

Resumen

El presente trabajo está orientado a analizar la posibilidad de implementar una área dedicada a realizar la función de promotora inmobiliaria en la empresa CANTERSA domiciliada en la ciudad de Esmeraldas, con el objetivo de diversificar sus servicios e incursionar en el área inmobiliaria promocionando proyectos de viviendas, colaborando de esta manera con el desarrollo urbanístico de la ciudad y provincia; generando nuevas oportunidades de trabajo lo cual permitiría a CANTERSA realizar alianzas estratégicas con los constructores para recuperar su posición en el mercado e incrementar sus ingresos.

Se analizaron los objetivos específicos y concluimos que en Esmeraldas no existe una empresa que se dedique a brindar el servicio de promotora inmobiliaria, por lo que la mayoría de los proyectos de viviendas avanzan lentamente, pues los constructores a parte de construir tienen que salir a vender para recuperar el capital para seguir invirtiendo; con esta información recomendamos a la empresa CANTERSA que implemente el servicio de promotora inmobiliaria.

**PROPUESTA DE DIVERSIFICACIÓN DEL NEGOCIO DE
CONSTRUCCIÓN DE LA EMPRESA CANTERSA.**

Introducción



<http://www.codeso.com/TurismoEcuador/MapaEsmeraldas02.html>

La provincia de Esmeraldas tiene una superficie de 15,954 km² y cuenta con una población de 534.092 habitantes, de los cuales 262.780 son mujeres y 271.312 son hombres; En la actualidad, la ciudad de Esmeraldas y sus cantones más cercanos como Tonsupa, Atacames, Sua, Same, Muisne, han tenido un gran crecimiento en el área de la construcción, como hotelera, proyectos de vivienda, departamentos debido a la migración y al turismo, lo cual la empresa CANTERSA ve como una gran oportunidad de mercado y está analizando la posibilidad de expandir su oferta de servicios.

La ciudad de Esmeraldas cuenta con un total de 189.504 habitantes, 97.428 son mujeres y 92.076 son hombres; cuenta con un puerto comercial y artesanal; un aeropuerto, posee la Refinería Estatal de Esmeraldas que viene a ser la de mayor capacidad del país, la planta termoeléctrica y el terminal petrolero de Balao.

Esmeraldas marca un movimiento productivo y portuario significativo para la provincia. La economía de Esmeraldas se fundamenta en el turismo, la producción y comercialización agrícola, siendo sus principales productos:

- Tabaco.
- Banano.
- Café.

- Palma africana.
- Cacao.
- Varias frutas tropicales.

Otras fuentes importantes de ingresos para la provincia son:

- La explotación de madera.
- La pesca.
- El turismo.

<http://www.municipioesmeraldas.gob.ec/portal/index.php/provincia>

Por el puerto de Esmeraldas se exporta esencialmente madera y astilla; además de banano y otros productos agropecuarios; dentro de las especies forestales están:

- Chanul
- Balsa
- Laurel
- Sande
- Guayacán
- Tangaré

Otros rubros que son importantes para la economía de Esmeraldas son los recursos marinos como el atún, pargo, corvina, etc.; además de la cría de ganado vacuno y porcino. (Administrador, 2010)

<http://www.municipioesmeraldas.gob.ec/portal/index.php/provincia>

Grafico# 1: PERFIL ECONÓMICO DEL CANTON ESMERALDAS



Fuente: <http://www.inec.gov.ec/cenec/>

El censo económico del año 2010 nos indica que el Cantón Esmeraldas cuenta con 5.787 establecimientos económicos, los mismos que generaron un total de \$982'000.000,00 de dólares de ingresos por ventas; según el perfil económico del Cantón Esmeraldas 23.013 personas fueron empleadas y se invirtió en activos fijos un total de \$11'100.000,00 dólares.

Capítulo 1

Planteamiento del problema



Fuente: CANTERSA

Actualmente, la empresa CANTERSA se dedica a la producción y comercialización de materiales pétreos tales como: Ripios de 1" (una pulgada), de $\frac{3}{4}$ " (tres cuartos de pulgada), de $\frac{1}{2}$ " (media pulgada) y de $\frac{3}{8}$ " (tres octavos de pulgadas); Arenas, tales como: Fina, Gruesa y para Sandblasting; Base y Sub-Base para carreteras; Roca, Piedra Bola; Lastre: Azul, Amarillo y Cascote; y compite en el mercado con cuatro empresas locales (La Victoria, Gersam, Florida Mutile, Velásquez Solórzano), que han generado una guerra de precios vendiendo los materiales, en muchas ocasiones, a un precio inferior a lo establecido en el mercado, lo cual ha generado pérdidas de participación en el mercado para CANTERSA.

Adicionalmente, CANTERSA diversifica sus servicios mediante el alquiler de maquinaria pesada para el sector de la construcción; sin embargo la disminución de la demanda de éste se ve reflejada drásticamente en los estados de resultado de la empresa, provocada principalmente por empresarios que cambiaron su actividad comercial para dedicarse al alquiler informal especialmente de tractores, cargadoras, retroexcavadoras, grúas y hormigoneras de pequeña capacidad que ya venían cumpliendo sus años de vida útil y son alquiladas a un precio menor al establecido por el mercado.

Las leyes actuales también generan grandes preocupaciones en el ámbito minero, puesto que el Estado está por instalar La Empresa Minera Nacional, lo que ocasionaría que las pequeñas empresas dedicadas a la minería dependan parcialmente de ella.

5.OBJETIVOS

1.1 Objetivo General

Analizar la factibilidad para la implementación del servicio inmobiliario en la empresa CANTERSA, con la finalidad de que la empresa, aparte de proveer material pétreo, diversifique su línea de servicio promocionando proyectos de vivienda.

1.2 Objetivos Específicos

1. Determinar fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que tiene la empresa CANTERSA.
2. Identificar las necesidades principales y primordiales del mercado de la construcción para así determinar las características que debe tener la oferta de este nuevo servicio.
3. Realizar alianzas estratégicas con constructores, ingenieros y arquitectos de la zona para promover y promocionar sus proyectos inmobiliarios.

6. JUSTIFICACIÓN

El propósito de esta investigación es analizar la posibilidad de implementar en la oferta actual de la empresa CANTERSA, el servicio inmobiliario en la provincia de Esmeraldas, que permita incursionar en la promoción de proyectos de viviendas y venta de bienes inmuebles enfocados en el bienestar social y la familia así como también al sector turístico y hotelero en potencia, sin descuidar el medio ambiente.



www.lajoya.ec/



www.manta.olx.com.ec

Una oportunidad para la empresa CANTERSA dentro de esta propuesta de implementar una área promotora inmobiliaria sería el diversificar los

productos y servicios que ofrece la empresa, generar nuevas oportunidades de trabajo, mejorando los ingresos de la empresa, recuperar su posición en el mercado de Esmeraldas realizando alianzas con constructores de la zona, colaborando a su vez con el desarrollo urbanístico de la ciudad; a más de ser el abastecedor principal de los materiales pétreos requeridos para la ejecución efectiva y de calidad, cuenta con la maquinaria pesada y vanguardista que los proyectos de construcción requieren en la actualidad, lo cual se convierte en el factor competitivo en comparación a las constructoras existentes que no cuentan con minas propias, permitiendo a CANTERSA un mayor margen de ganancia y captación de nuevos clientes.

Finalmente, la improvisación en el abastecimiento de vivienda ha generado un descontento en la sociedad esmeraldeña , provocando el anhelo de contar con propuestas de proveedores vistas en otros mercados como Manta, Santo Domingo e Ibarra que tienen características similares al de Esmeraldas pero que sin duda logran identificar las necesidades de las familias y clientes potenciales que están en la constante búsqueda del confort, seguridad, tranquilidad y sobretodo propuestas que se adapten a las realidades del medio.

Capítulo 2

7. MARCO REFERENCIAL

3.1 Antecedentes



www.revistaminera.wordpress.com

A la pequeña minería en los países en desarrollo muchas veces se le reprocha explotar la riqueza nacional sin que su contribución a la economía nacional del país respectivo sea de importancia, lo que sucede en el nuestro pese a las Leyes y reglamentaciones existentes. A pesar de estas condiciones generales, a escala mundial los gobiernos se vieron ante un renacimiento de la pequeña minería que les obligó a reconocerla como realidad social y tratar de controlar, organizándola y tratando de tecnificarla para que no sea un problema sino una solución social, específicamente en el área de la explotación minera, como ha sucedido en este tiempo con las áreas de explotación ilícitas tanto en lo que respecta a la explotación de oro como de los recursos no renovables como materiales de construcción que se explotan en los placeres de los ríos de nuestra provincia.

La minería es la obtención selectiva de los minerales y otros materiales de la corteza terrestre. También se denomina así a la actividad económica primaria relacionada con la extracción de elementos de los cuales se puede obtener un beneficio económico. Dependiendo del tipo de material a extraer la minería se divide en metálica y no metálica, la misma que abastece a la construcción civil; en Ecuador existen muchas empresas mineras no metálicas siendo las más conocidas Canteras Hércules, Canteras San Luis (Guayaquil); Cantera Sto. Domingo (Sto. Domingo). Esmeraldas cuenta actualmente con

cinco empresas mineras legalmente formadas entre las más conocidas están La Victoria y CANTERSA.

CANTERSA como pionera en esta actividad, consta en el catastro minero como la primera concesionaria en la provincia y es miembro de la Cámara de la Pequeña Minería del Ecuador, CANTERSA es una empresa privada dedicada a la producción de materiales de construcción, comercialización y servicio de transporte de dichos agregados para la preparación de hormigón.

A partir del año de 1988 se da por terminada la sociedad y cambia su nombre a CANTERSA de propiedad de Robertson Vivar, a partir de ese año optimiza sus instalaciones y pasa a ser un importante proveedor de materiales pétreos para compañías, contratistas, arquitectos, distribuidores y clientes finales. Para comercializar sus productos cuenta con dos puntos de venta: la oficina principal que está ubicada en el centro de la ciudad y la planta de producción o cantera. CANTERSA ha participado en varios proyectos industriales como Refinería, Puerto Marítimo, Central Termo-Eléctrica entre otros.

Como política mantiene una relación armónica con las comunidades del sector creando plazas de trabajo, aplicando las normas ambientales que le permitan un trabajo responsable preservando el medio ambiente, para ello cuenta con la contratación de asesoramiento minero calificado, lo cual es un requisito indispensable para la presentación de informes auditados. (CANTERSA, 2011)

3.4 Marco Teórico

3.4.1 Negocios

Proviene de (**Non ocio** = no es ocio), los Romanos fueron los primeros en usar esta palabra. Son todas las actividades mercantiles que persiguen una ganancia, brindando a su vez beneficios a otras personas, ya sea ofreciéndoles bienes o servicios, por lo que podemos decir que es todo lo que es objeto de una ocupación lucrativa. (Negocios, 2009)

3.4.2 Tipos de negocios:

- **Negocios de servicios:** Se dedican a la prestación de servicios por ejemplo el sector turístico como restaurantes, hoteles, agencias de viajes, agencias inmobiliarias, las entidades bancarias y financieras.
- **Negocios de producción o manufactura:** Estos son los que se dedican a convertir la materia prima en producto terminado.
- **Negocios de extracción:** Estos básicamente se dedican a extirpar los recursos naturales, ejemplos de estos negocios serian las empresas dedicadas a la pesca, minería y petroleras.

- **Negocios de ventas al por menor:** Son conocidos como minoristas; éstos compran artículos e insumos con la finalidad de venderlo al público como las redes de farmacias, mini mercados, las tiendas
- **Negocios de ventas al por mayor:** Conocidos como mayoristas, ellos compran a las fábricas o productoras grandes cantidades de producto para venderlos a los minoristas, por ejemplo las distribuidoras. (Negocios, 2009)

3.4.3 Diversificación como estrategia

La diversificación es una estrategia arriesgada puesto que incluye una salida simultánea de productos y mercados familiares, frente a la estrategia de expansión de penetración en el mercado (crecimiento del negocio en el mismo producto mercado), de desarrollo del mercado (crecimiento en base de búsqueda de nuevos mercados con el mismo producto) o de desarrollo del producto (crecimiento a través de ofrecer nuevos productos al mismo mercado). (Cuesta V., 2006)

“Dado que la decisión de diversificar o no, representa un hito importante en el desarrollo de la empresa será útil el estudiar, de forma general, las razones por las cuáles diversifican las empresas” (ANSOFF, 1976, págs. 145- 147) (Cuesta V., 2006)

La diversificación hacia nuevos negocios es uno de los fenómenos más característicos del progreso empresarial, durante los últimos tiempos un gran número de empresas se han visto incitadas a seguir una estrategia de diversificación con el propósito de crecer y generar resultados financieros efectivos y que garanticen la supervivencia de la empresa.

Una organización diversifica cuando las oportunidades de cambio apuntan a una rentabilidad superior o cuando su rentabilidad sobrepasan el mínimo requerido de las necesidades, pues la diversificación implica nuevos conocimientos, nuevas técnicas y nuevas instalaciones o remodelar las instalaciones anteriores, es decir, que se necesita realizar cambios físicos y organizativos en la empresa y esto demanda de disponibilidad económica.

La diversificación puede ser de tres maneras:

- **Diversificación horizontal:** Esta estrategia radica en ofertar productos nuevos, los mismos, que no tienen relación con los ya existentes.
- **Diversificación en conglomerado:** Esta estrategia radica en vender los nuevos productos ofertados para atraer clientes nuevos.
- **Diversificación concéntrica:** Esta estrategia radica en implantar productos similares a los existentes, para llamar la atención de nuevos de clientes. (Tompson, 2006)

3.4.4 Empresas de Construcción

Las empresas de construcción están dedicadas a elaborar y ejecutar proyectos de construcción, su principal objetivo es construir obras ya sean grandes o pequeñas; a demás proyectan, planifican y ejecutan obras como conjuntos residenciales, viviendas, áreas de recreación, edificios, pasos a desnivel, construcción de escuelas, obras sanitarias; también realizan perforaciones, movimientos de tierra, demoliciones, construcción de túneles, autopistas; también realizan instalaciones eléctricas, fontanería, restauraciones, decoración de interiores.

3.4.5 Servicios Inmobiliarios

Los servicios inmobiliarios radican en la adquisición de bienes inmuebles y terrenos con la finalidad de ofrecerlos y obtener una rentabilidad sobre su inversión; el alquiler o venta de apartamentos y casas, propiedades; locales que sirvan para industrias, negocios, oficinas, residencias; remodelación de edificaciones.

Por ende podemos decir, que las empresas inmobiliarias operan sobre los bienes remodelando sus características, imagen y presentación; para luego ofrecerlos al mercado buscando satisfacer las necesidades de la sociedad. (Antoni Montaña, 2001)

3.4.6 Oferta, Demanda del Mercado

La oferta es el monto total de artículos que pueden ser vendidos por una persona u ofertante. En la oferta al incrementarse el precio de los artículos acrecienta la cantidad ofrecida y si su precio disminuye, así mismo disminuye su oferta.

La curva de la oferta se desplaza por:

- Variación de precios de los factores de producción
- Cambios en la tecnológica
- Variación en el numero de productores

La demanda es el total de artículos o bienes y servicio que los compradores están preparados para adquirir; si el precio de un bien aumenta, su demanda disminuye y si su precio baja su demanda aumenta.

La curva de demanda se desplaza por:

- Ingresos de los consumidores cambian
- Cambian los gustos o las preferencias
- Cambios en los valores tanto de los bienes sustitutos como complementarios. (Nicholson, 2006)

3.5 Marco Conceptual

Para comprender la presente investigación, se definirán a continuación algunos conceptos y términos relacionados con el tema de investigación.

- **Gestión Inmobiliaria:** La gestión inmobiliario consiste principalmente en asesorar de manera profesional a todos aquellos individuos que pretenden adquirir, ceder o alquilar una propiedad; todo esto con la finalidad de satisfacer las necesidades de los clientes dentro del mercado inmobiliario. Las empresas inmobiliarias se dedican a la gestión de administrar residencias o viviendas, es decir, que construyen, alquilan y venden; además gestionan los créditos hipotecarios. (Antoni Montaña, 2001)
- **Avalúo:** Cálculo del costo de una propiedad a precios comerciales, efectuada por un experto o empresa especialista en bienes raíces.
- **Valor de Mercado:** Es el valor más elevado en términos monetarios que un inmueble puede alcanzar si este se pone a la venta en un mercado abierto, en el cual un vendedor lo negocia a un comprador libres de presión de parte y parte como pudiera ser una quiebra, venta forzosa u obligatoria. (Ochoa, 2000)
- **Empresas Mineras:** Se las considera dentro del grupo de las extractivas, pues se encuentran ligadas a la extracción, producción y comercialización de recursos minerales con el fin de obtener beneficios económicos; dependiendo del tipo de material a extraer, la minería se divide en metálica y no metálica.

Tipos de empresas mineras:

Las empresas mineras se dividen dos tipos que son:

- **Empresas Mineras Metálicas.-** Son las que se dedican a la extracción y explotación de metales tales como:

BASICOS	FERROSOS	PRECIOSOS	RADIOACTIVOSOS
Cobre	Hierro	Oro	Plutonio
Plomo	Manganeso	Plata	Uranio
Zinc	Molibdeno	Platino	Radio
Estaño	Cobalto		Torio
	Titanio		
	Cromo		

Tabla# 1: Materiales Pétreos metálicos

- **Empresas Mineras No Metálicas:** Es a cielo abierto y son las que se dedican a la extracción de materiales tales como:

Piedras (Rocas)
Piedra Caliza
Arenas Y Gravas
Arcilla Yeso
Yeso

Tabla # 2: Materiales Pétreos no metálicos



Gráfico 2: Materiales Triturados

Fuente: www.agregadospalmares.com

- **Material Pétreo:** Proviene de la palabra Petreus que significa Pedregoso; son materiales naturales provenientes de rocas, los mismos que son utilizados para obras civiles y arquitectónicas. Estos materiales son extraídos y comercializados a través de las empresas mineras no metálicas. (Herrera, 2011)

8. MARCO METODOLOGICO

La presente investigación se realizará de forma cuantitativa, puesto que se va a proceder realizar una investigación que nos ayude a fijar las necesidades de viviendas en Esmeraldas y sus cantones.

La Información se obtendrá por medio de entrevistas a profesionales del área de inmobiliaria y a los constructores del medio. También se realizarán Focus Group con los trabajadores de CANTERSA para conocer el diagnostico del FODA.

El tipo de investigación será descriptiva porque se va a describir la oferta y demanda del mercado de la construcción y de campo, debido a que se buscara un acercamiento con el grupo potencial.

Adicionalmente dentro de esta investigación se entrevistara a profesionales del área inmobiliaria de Guayaquil, Quito y Manta, para conocer cómo funcionan y como operan las empresas inmobiliarias.

Capítulo 3 Análisis de la empresa CANTERSA

3.5.1 Empresa CANTERSA

En 1972 nace la empresa minera VIVALDI, producto de una sociedad entre los señores Robertson Vivar y Jack Vidal. A partir del año de 1988 se da por terminada la sociedad y cambia su nombre a CANTERSA de propiedad de Robertson Vivar.

CANTERSA es una empresa privada esmeraldeña, pionera desde hace más de 34 años en su rama, desarrolla actividades en el procesamiento de agregados para hormigón, vías y todo tipo de obras civiles.

Para su desarrollo empresarial CANTERSA cuenta con 5 áreas mineras en la Provincia de Esmeraldas, las mismas que cuentan con sus respectivas concesiones, otorgadas por el Ministerio de Energía y Minas y con los Estudios y Planes de Manejo Ambiental debidamente aprobados.

Lo que permite realizar sus actividades mineras bajo los parámetros legales, respaldar y garantizar el abastecimiento de las necesidades y la continuidad de los trabajos de las empresas constructoras.

Tabla # 3: Concesiones mineras de CANTERSA

CONCESIONES	CODIGO
Área CANTERSA	400365
Área CANTERSA 2	400366
Área La Isla	400693
Área Priscila	6810
Área San Sebastián	401202

Misión

“ Proveer al cliente materiales pétreos con alto estándar de calidad y especificaciones técnicas requeridas para la industria de la construcción de viviendas, vías, puentes y otros, trabajando con honestidad, responsabilidad social y respeto al medio ambiente, enmarcados en parámetros y especificaciones técnicas requeridas, logrando la satisfacción y la fidelidad del cliente a través de un servicio eficiente y oportuno que permita el desarrollo de proyectos urbanísticos y habitacionales para las familias esmeraldeñas.”

(CANTERSA, 2011)

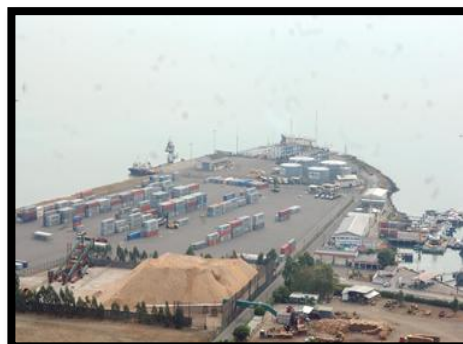
Visión

“Ser a partir del año 2012, la empresa líder en la producción y comercialización de materiales pétreos en la provincia de Esmeraldas, cumpliendo con estándares de calidad, brindando el mejor servicio y siendo socialmente responsable, convirtiéndonos en generadores de progreso.”
(CANTERSA, 2011)

Como productores de agregados CANTERSA pertenece a la Cámara de la Pequeña Minería, Cámara de la Construcción y Cámara de Comercio de la Provincia de Esmeraldas. A lo largo de su trayectoria empresarial ha participado como proveedor en obras de gran trascendencia tales como:



<http://esmeraldas.volosite.com/industria.php>



<http://esmeraldas.volosite.com/puerto.php>

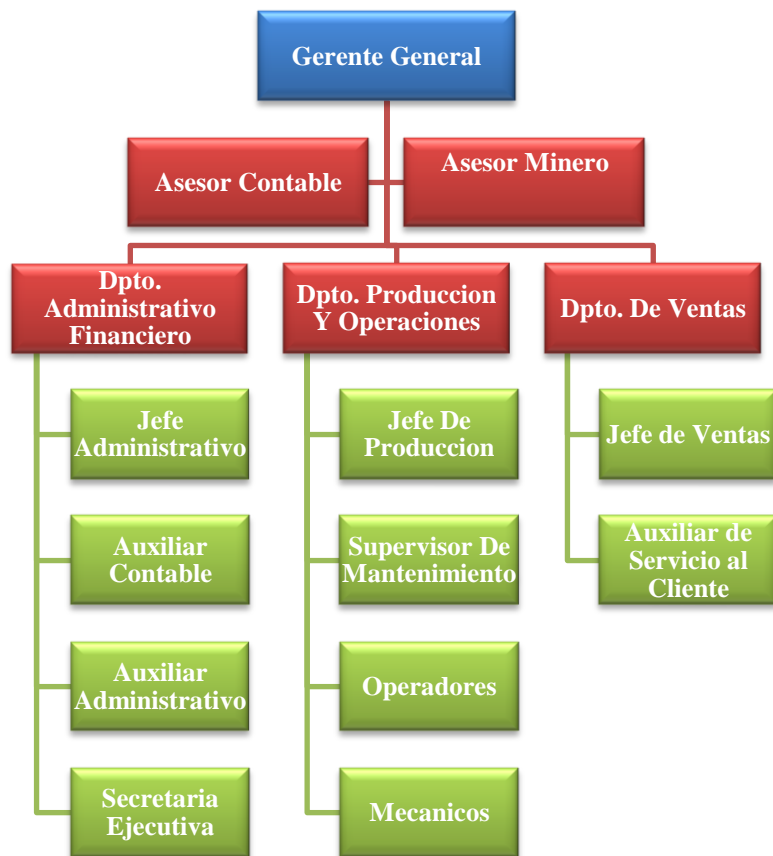
Obras:

- Refinería de Esmeraldas: Movimiento de tierra, excavaciones, rellenos y suministros de materiales pétreos para preparar hormigón.
- Proveedores para la Compañía Chiyoda en la construcción de Refinería.
- Puerto de Esmeraldas: Alquiler de maquinarias y suministros de materiales pétreos. Proveedores para la compañía CEPA y TECHINT
- Central Termoeléctrica de Esmeraldas: Venta de agregados para preparar hormigón. CIA. SICON.
- Construcción de Oleoducto de Crudos Pesados de Esmeraldas: Proveedores de materiales pétreos para las compañías Techint, Edeconsa, OCP, Grupo Azul S.A. (Urazul- Conazul).
- Terminal Petrolero de Balao
- Ampliación de la Refinería.
- Proveedores para la Compañía Técnicas Reunidas y Santos CMI
- Capitanía del Puerto y Terminal Marítimo
- Hospital Delfina Torres y Clínica del IESS
- Planta Provincial de Agua Potable.
- Puente Colgante en San Mateo
- Aeropuerto General Rivadeneira Esmeraldas
- Batallón GFE 25 Esmeraldas
- Batallón de Policía Esmeraldas.
- Miduvi Esmeraldas

CANTERSA a lo largo de su historia empresarial ha abastecido de material pétreo a muchas empresas y clientes como:

- Gerencia Oleoducto Petroecuador
- Grupo Azul S.A. (Urazul – Conazul)
- Expoforestal
- Edeconsa
- Servicios y Construcciones
- Termoesmeraldas
- EAPA San Mateo
- Constructora del Pacifico
- Ministerio de Obras Públicas
- Consejo Provincial de Esmeraldas
- Municipio de Río Verde
- Municipio de Muisne

CANTERSA está estructurada de la siguiente manera:



Gráfico# 3: Organigrama CANTERSA
Fuente: Elaborado por: CANTERSA

CANTERSA cuenta con una planta de trituración primaria y secundaria con capacidad de 45 m³/hora, actualmente se encuentra en proceso la instalación de la nueva planta trituradora con una capacidad de producción de 83 m³/hora. Está ubicada a 21Km de la ciudad en la vía Esmeraldas – Quininde, sus oficinas principales se encuentran ubicadas en el centro de la ciudad de Esmeraldas para brindar mayor facilidad a sus clientes.

Productos:

RIPIO	ARENA	ROCA	BASES	LASTRE
Ripio 1 ½ a 2”	Arena Gruesa	De Escollera	Base	Azul
Ripio 1 ½”	Arena Fina	Piedra Bola	Sub Base	Amarillo
Ripio 1”	Sandblasting			Cascote
Ripio ¾				
Ripio ½				
Ripio 3/8				

Tabla # 4: Materiales Pétreos producidos por CANTERSA



Los productos cumplen con los más altos estándares de calidad ya que es la única empresa que cuenta con proceso de lavado del material que le permite eliminar las impurezas.

Las maquinarias con la que cuenta CANTERSA son las siguientes:

- 1 Draga 12”x10” motor Fiat AIFO de 550 HP + 150 HP. Desintegrador PUMPJET, Succión 12 a 15 metros de profundidad. Producción arena 250m³/hora
- 1 Tractor Fiat Allis 16B
- 1 Tractor CAT D8H
- 1 Cargadora Frontal CASE W-36
- 1 Cargadora Frontal Jhon Deere 844 L
- 1 Retroexcavadora Komatsu PC 200 - 3
- 4 Volquetes de 8 y 12m³
- 1 Tráiler Volvo White equipado con 1 Hitech con capacidad de 16m³

- 1 Cama Baja CAP 50 Ton.

En cuanto a los servicios que presta CANTERSA se encuentran:

- Producción y comercialización de materiales pétreos
- Movimientos de tierra
- Desalojo, relleno
- Alquiler de maquinaria

ANALISIS FODA.

El análisis FODA de la empresa CANTERSA es el siguiente:

Fortalezas

- Buena relación con los proveedores y pobladores del sector.
- Empresa legalmente constituida que cumple con todos los requisitos y normativas establecidas.
- Contar con instalaciones y equipos adecuados para la actividad que se ejerce.
- Posibilidad de responder sin problemas a un incremento de la demanda.
- Tiene el 40% de participación en el mercado.
- Experiencia en el manejo del negocio (24 años).
- Vinculación con el gremio.
- La ubicación de la oficina es céntrica.

Debilidades.

- Disponibilidad de capital de trabajo.
- Formación y capacitación al personal.
- Poca promoción y publicidad.
- No contar con un número mínimo de vehículos para el transporte de material pétreo en el proceso de extracción y comercialización.
- Manual de funciones y procedimientos.

Amenazas.

- Competencia desleal.
- Cambios climáticos.
- Incremento tributario al sector minero (regalías).
- Cambios constantes en la legislación y normativa del sector.

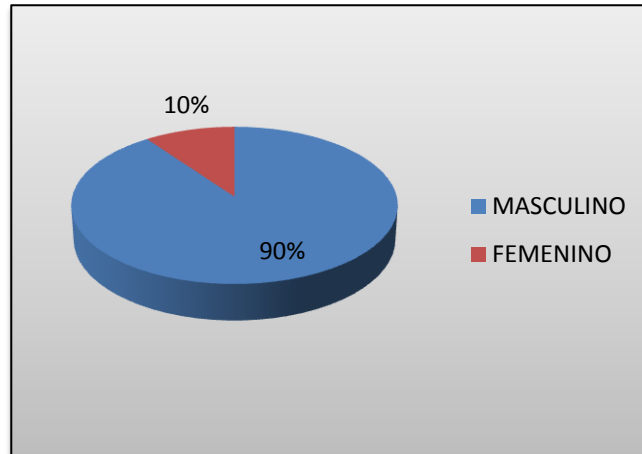
Oportunidades.

- Políticas de crédito diferenciadas para el sector minero.
- Mercado creciente.
- Facilidad de contratación mano de obra en el sector.
- Recursos mineros cerca de los centros de consumo.

Resultados de las encuestas a los clientes.

1.-) Sexo:

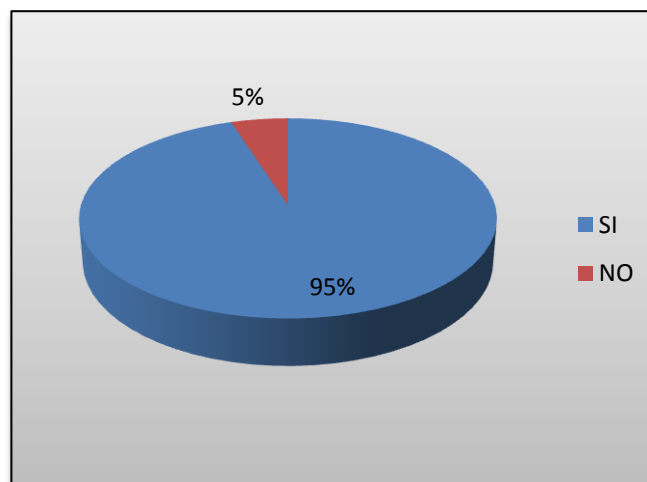
	Numero	%
Masculino	18	90%
Femenino	2	10%



Se realizo una encuesta a 20 clientes, la misma que nos indica que el 90% de los clientes son hombres y 10% son mujeres.

2.-) Acude con frecuencia a comprar a esta Cantera?

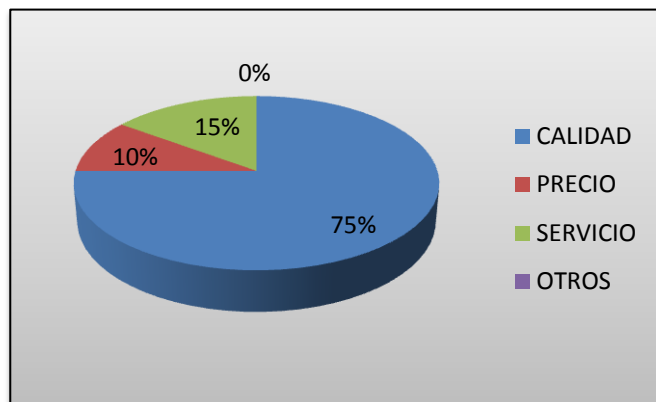
	Numero	%
Si	19	95%
No	1	5%



La encuesta nos indica que 95% son clientes fijos y 5% son clientes ocasionales.

3.-) Al momento de comprar este tipo de productos, que es lo primero que toma en cuenta?

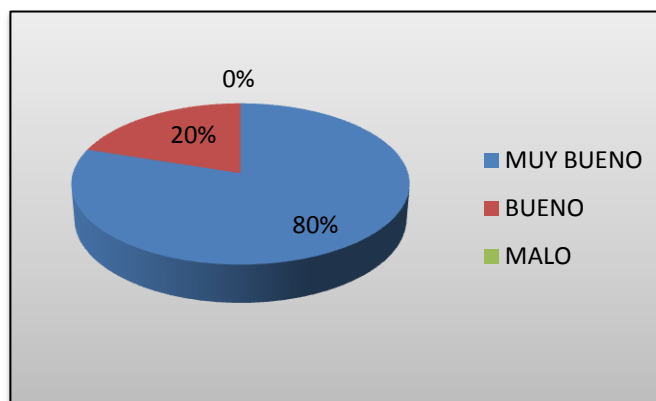
	Numero	%
Calidad	15	75%
Precio	2	10%
Servicio	3	15%
Otros	0	0%



De los clientes encuestados, el 75% toman en cuenta la calidad de sus productos, el 15% toman en cuenta el servicio y el 10% restante se fijan en los niveles de precio.

4.-) Cree usted que nuestros productos son de calidad?

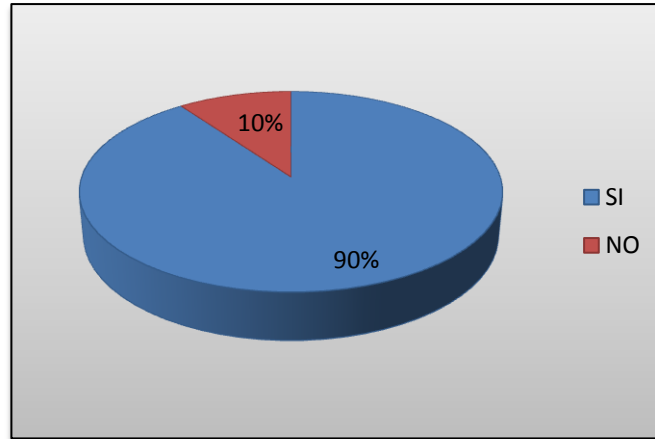
	Numero	%
Muy Bueno	16	80%
Bueno	4	20%
Malo	0	0%



Para el 80% de los clientes encuestados de CANTERSA indican que su material es de muy buena calidad, el 20% restante indica que la calidad de sus productos es buena.

5.-) Estaría dispuesto a comprar arena fina lavada?

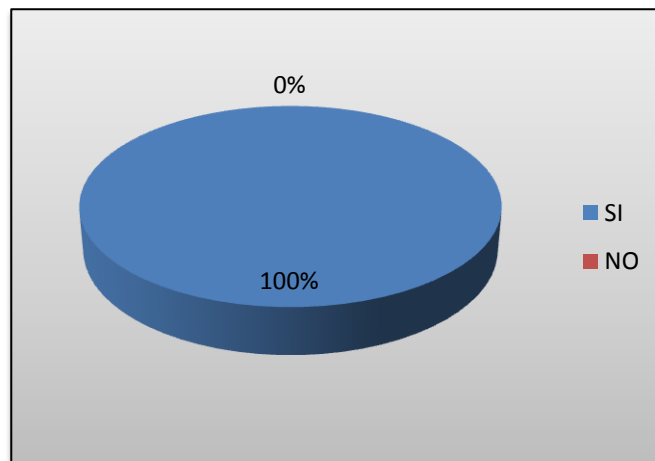
	Numero	%
Si	18	90%
No	2	10%



De los 20 clientes encuestados 18 estarían dispuestos a comprar arena fina lavada y 2 dicen que no debido a su alto costo.

6.-) Estaría dispuesto a comprar piedra bola?

	Numero	%
Si	20	100%
No	0	0%

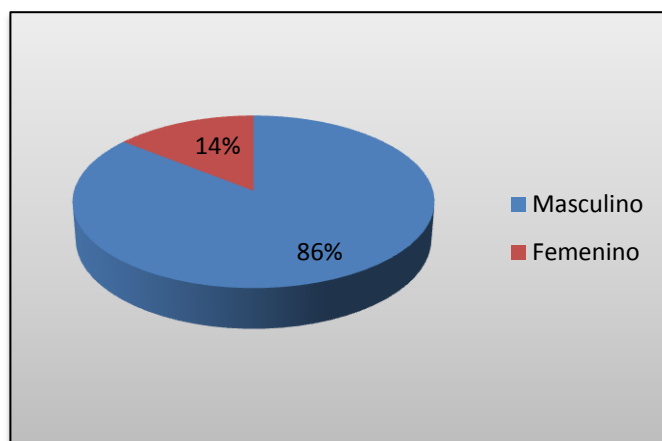


El 100% de los encuestados estarían dispuestos a comprar piedra bola, debido a la nueva clasificadora instalada en la planta de trituración.

Resultado de Focus Group

1.-) Sexo

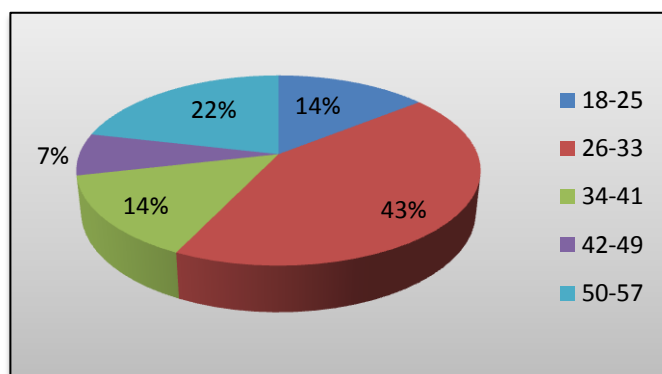
	Numero	%
Masculino	12	86%
Femenino	2	14%



Se realizó un Focus Group en el cual el 86% de los participantes son hombres y el 14% mujeres.

2.-) Edad

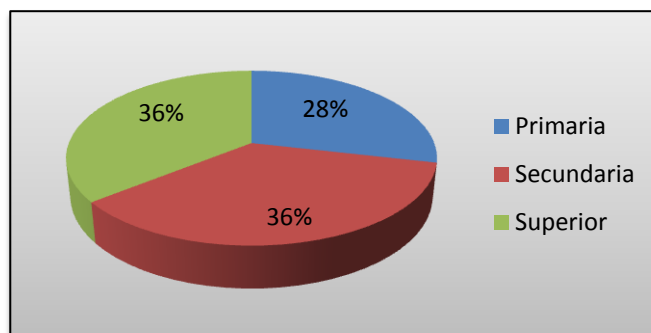
Edad	Numero	%
18-25	2	14%
26-33	6	43%
34-41	2	14%
42-49	1	7%
50-57	3	22%



Este cuadro nos indica que el 43% de los trabajadores están entre los 26-33 años, el 22% están entre 50-57 años, un 14% están entre 18-25 años, otro 14% están entre 34-41 años y un 7% están entre 42-49 años.

3.-) Instrucción

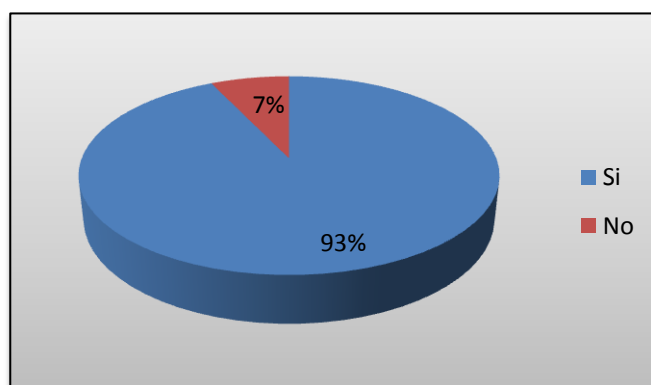
	Numero	%
Primaria	4	28%
Secundaria	5	36%
Superior	5	36%



Este cuadro nos indica que del 72% de trabajadores la mitad tienen una educación superior, la otra mitad solo llegaron a terminar la secundaria y el 28% restante solo termino la primaria.

4.-) Cree usted que existe compañerismo dentro de la empresa?

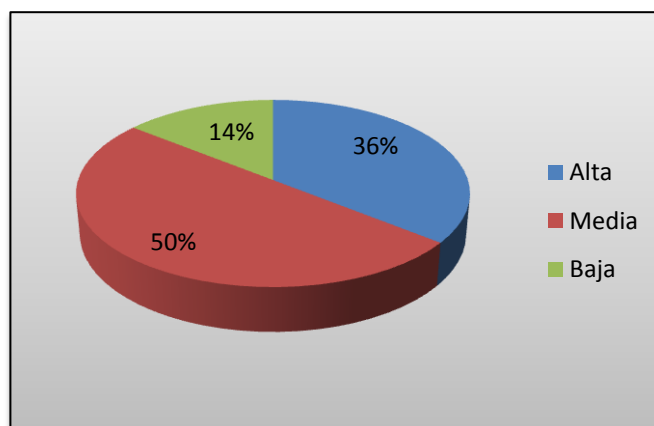
	Numero	%
Si	13	93%
No	1	7%



Según la información del cuadro el 93% de los trabajadores aseguran que en la empresa existe compañerismo y el 7% que dice que no.

5.-) Cuál es su nivel de confianza para con la empresa?

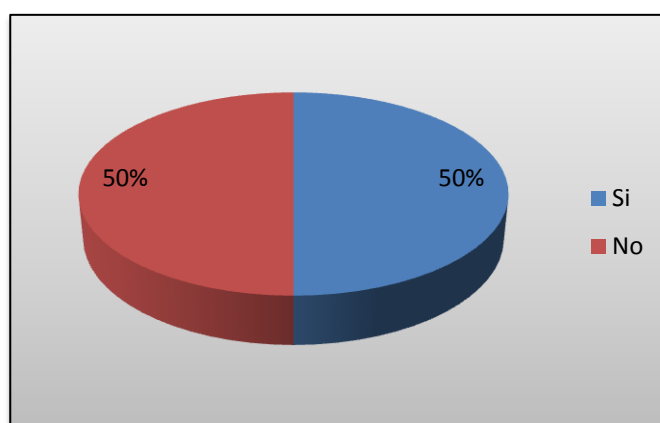
	Numero	%
Alta	5	36%
Media	7	50%
Baja	2	14%



El cuadro nos muestra que el 36% de los trabajadores tienen un alto nivel de confianza para con la empresa, para el 50% el nivel de confianza es medio y para el 14% el nivel de confianza para con la empresa es bajo.

6.-) Usted considera que la compañía cuenta con todas las herramientas necesarias para poder trabajar?

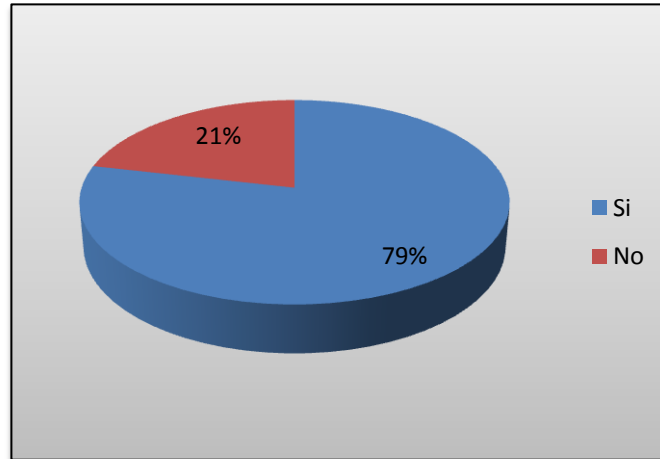
	Numero	%
Si	7	50%
No	7	50%



El cuadro nos indica que para el 50% de los trabajadores CANTERSA cuenta con todas las herramientas necesarias y para el otro 50% a la empresa le faltan herramientas.

7.-) Se Siente usted con la libertad de comunicarle a sus superiores lo que piensa?

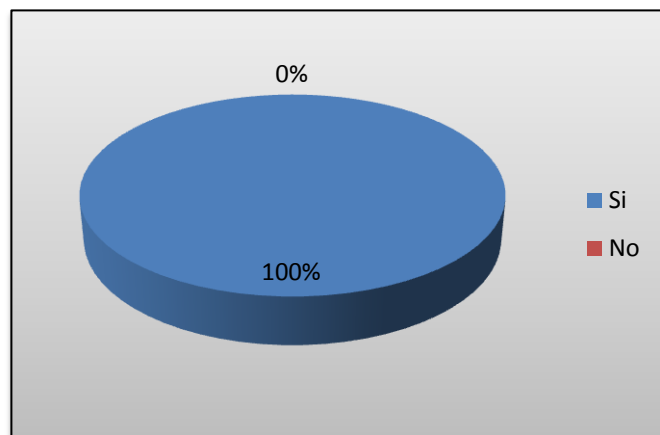
	Numero	%
Si	11	79%
No	3	21%



El cuadro nos demuestra que el 79% de trabajadores si se sienten libres de comunicar sus pensamientos a sus superiores y el 21% no lo percibe así.

8.-) Se Siente usted orgulloso de su trabajo?

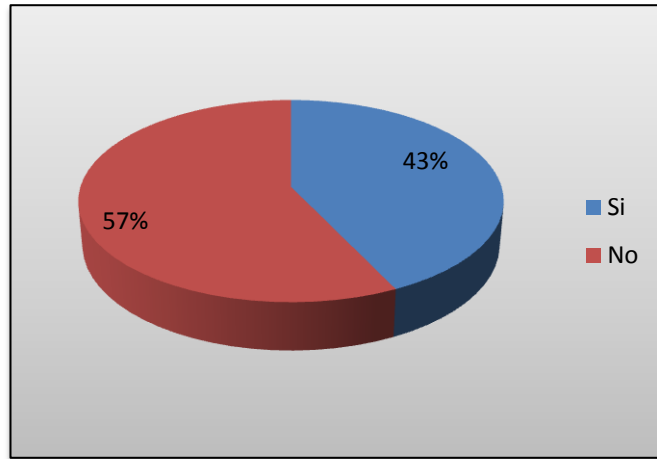
	Numero	%
Si	14	100%
No	0	0%



Este cuadro nos indica que el 100% de los trabajadores si se sienten orgullosos de su trabajo.

9.-) Cree usted que hay favoritismo en el área de trabajo?

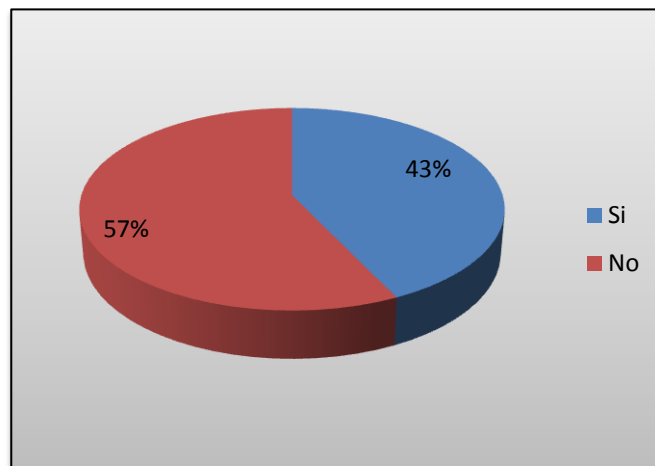
	Numero	%
Si	6	43%
No	8	57%



Este cuadro nos indica que para el 57% de trabajadores no existe favoritismo y para el 43% si existe favoritismo dentro de la empresa.

10.-) Cree usted que su lugar de trabajo ha mejorado en comparación del año anterior?

	Numero	%
Si	6	43%
No	8	57%



Este cuadro nos muestra que para el 57% de los trabajadores su lugar de trabajo se mantiene igual, mientras que para el 43% de los trabajadores su lugar de trabajo si ha mejorado en comparación al año anterior.

Capítulo 4 Inmobiliaria

Los bienes inmuebles aparecen a partir del momento en que el hombre deja de ser nómada y pasa a ser sedentario; buscando siempre satisfacer sus necesidades de abrigo aprovechando los recursos naturales y brindándoles seguridad ante el medio natural (la intemperie, los fenómenos naturales) y social.

Con el asentamiento de los grupos es que se da inicio a la convivencia, lo cual dio paso al crecimiento de la sociedad, se formaron las comunidades y con el paso del tiempo y en búsqueda del confort se transformaron en grandes ciudades; por lo que decimos que las empresas inmobiliarias están directamente relacionadas con el desarrollo urbano de las ciudades.

Cabe recalcar que los tiempos cambian y que nada es estándar en el mundo de la construcción, pues las ciudades están en constantes cambios, desarrollo y siempre están creciendo; debido a esto los proyectos siempre deben ser innovadores para poder satisfacer las nuevas necesidades de los habitantes.

Administración de Empresas Inmobiliarias

“El desempeño del mercado inmobiliario ecuatoriano ha sido positivo en los últimos años, principalmente por el notable crecimiento de la economía y las facilidades de financiamiento que ofrecen actualmente las instituciones financieras y el Banco del IESS. En el año 2010 el Producto Interno Bruto de la construcción en Ecuador creció 6.65% y las previsiones del Banco Central para el 2011 avizoraban un 14%, porcentaje similar al que muchos analistas consideran que tendrá el 2012” (Achi, 2012)

En el Ecuador según los datos de la Superintendencia de Compañías a nivel nacional existen 67 empresas inmobiliarias y 2719 empresas constructoras.

Las empresas inmobiliarias ya sean promotoras o constructoras mueven mucho dinero dentro del sector empresarial, debido a que este mercado siempre está en constante movimiento, pues en los proyectos de vivienda intervienen aseguradoras, bancos, ingenieros, arquitectos, obreros y proveedores en general de bienes y servicios.

Para asegurarse un crecimiento y permanencia dentro de un mercado las empresas inmobiliarias deben realizar una buena gestión en cuanto a la administración de recursos para lo cual es necesario contar con personal experimentado en gerencia de recursos y gestión de servicio inmobiliario, ya que este es un mercado donde existe mucha competencia.

Mercado inmobiliario

El mercado inmobiliario se refiere a todas las negociaciones monetarias que buscan adquirir o vender bienes inmuebles, por lo que las transacciones que se realizan en estos mercados son de arrendamiento y de compra-venta. Las empresas inmobiliarias deben saber cuáles son las necesidades y los

requerimientos del mercado para tomar decisiones de inversión en proyectos inmobiliarios, por ejemplo en la actualidad la nueva tendencia de las inmobiliarias en el Ecuador está dirigida a propiedades para el estrato medio y medio bajo.

En el negocio inmobiliario existen varios tipos de empresas inmobiliarias como:

- **Promotoras Inmobiliarias:** Las mismas que diseñan, promocionan y venden sus proyectos, este modelo de inmobiliaria no construyen ellos contratan a las empresas constructoras para que edifiquen sus proyectos, en este grupo encontramos por ejemplo a Pronobis, ASV Capital, Decapolis y Metros Cuadrados (M²).
- **Constructoras y Promotoras Inmobiliarias:** Estas construyen y venden sus proyectos, estas empresas tienen mucho personal bajo su cargo como diseñadores, arquitectos, ingenieros, etc. En este grupo encontramos a Conbaquerizo, Inmoplus, Clave Inmobiliaria, Covigon y Furoiani entre otros.
- **Corretaje Inmobiliario:** Solo se dedican a vender, es decir son las que unen al vendedor con el comprador para cerrar las negociaciones de compra-venta y cobran una comisión por la gestión. En este grupo encontramos a Bienes Raíces EC, Santorbe e Inmobiliaria Caracol entre otras.

El negocio inmobiliario en el Ecuador está en boga gracias a las facilidades de préstamos, tanto para la construcción como para la adquisición de viviendas, a pesar de la propuesta de una nueva ley de hipotecas no podemos asegurar que esta vaya a afectar al mercado, pues la misma se la ha creado con la intención de evitar una futura burbuja inmobiliaria.

Generalmente las empresas inmobiliarias trabajan con dos tipos de vendedores como son de planta o fijos y los de comisión que son los corredores independientes. Los vendedores de planta son pocos 2 o 3 porque estos están en los roles y tienen que pagarles un sueldo fijo, afiliarlos al seguro y todos los beneficios de ley en cambio a los corredores independientes solo les pagan una comisión en el momento que realicen una venta.

Para el marketing de los proyectos inmobiliarios las empresas contratan directamente medios para sus anuncios, stands en ferias, gente de marketing y diseño gráfico para la publicidad, ya que el éxito del proyecto depende mucho del marketing que se le haga.

En cuanto al financiamiento se utiliza la figura del fideicomiso depende del alcance del proyecto y del nivel de liquidez de la inmobiliaria, los proyectos pequeños por lo general se realizan con financiamiento propio en este caso diríamos que es un proyecto auto gestionado y la figura del fideicomiso se lo utiliza cuando son proyectos a gran escala, ya que en estos intervienen diferentes personas aportando con bienes, derechos de propiedad y cantidades de dinero por lo que necesitan una figura legal que los respalde.

Para calcular el valor del metro² se toma en cuenta el costo del m² del terreno más los costos del m² del diseño de construcción mas los costos indirectos (legales, administrativos, marketing y ventas) mas el margen de ganancia que se halla establecido en la venta del proyecto y este resultado se lo divide por el total de m² del inmueble; en relación al cálculo de las alcúotas estas se calculan con el costo de mantenimiento del edificio o área residencial mas el costo de personal de limpieza mas el costo de alumbrado y recolección de basura, luego dicho valor lo dividimos para el total de m² del proyecto; el valor a pagar por cada residente se lo calcula según los m² que tenga su residencia.

Las empresas que se dediquen al sector inmobiliario deben caracterizarse por mostrar seriedad, confianza cumplir con las normas legales requeridas, contar con un buen respaldo legal, mantener buenas relaciones y aprobaciones con los municipios por los permisos de construcción y tener buenas prácticas ambientales. (Sandoval, 2012)

Que es una empresa inmobiliaria

Una empresa inmobiliaria es aquella que está dirigida a la venta o alquiler de bienes inmuebles como son terrenos, edificios, casas, comercios, etc.; además brindan servicios de asesoría inmobiliaria, valoraciones de inmuebles, ayudan a tramitar créditos hipotecarios, entre otros. (Ponce, 2012)



(Fotografía #1)



(Fotografía #2)



(Fotografía #3)

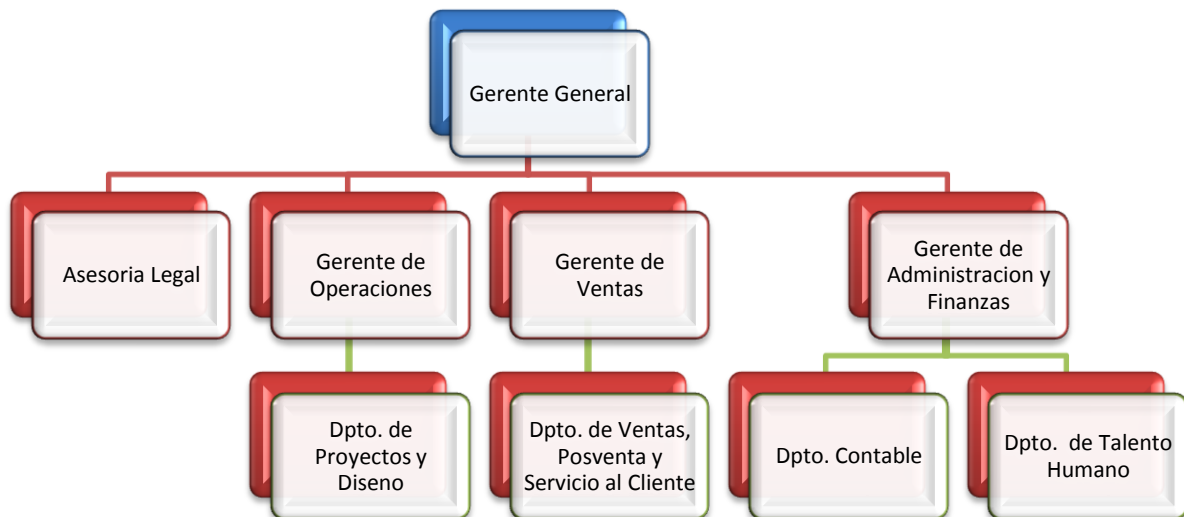
En qué consiste la administración de una empresa inmobiliaria

El gerente general debe tener una licencia para operar en el mercado inmobiliario, debe revisar los parámetros de costos (gastos de instalación, costos directos, costos de operación), debe conocer y defender el parámetro de utilidad para mantener y hacer crecer la empresa, también mantener un control sobre los costos indirectos; siempre en esta labor es necesario la colaboración del jefe de ventas.

Generalmente las empresas inmobiliarias cobran entre el 2% al 3% en ventas de bienes inmuebles en volumen como urbanizaciones, ciudadelas, edificios de departamentos, lotes de terrenos, locales comerciales, estos precios ya están establecidos en el mercado inmobiliario; cuando se tratan de ventas individuales, de poca cantidad o venta única como por ejemplo haciendas, mansiones, casas, estas empresas cobran entre el 5% al 6% aquí las reglas las establecen quienes intervienen en la negociación.

El asesor inmobiliario debe ser una persona preparada para gestionar, aconsejar, efectuar valoraciones y ser mediador en las negociaciones inmobiliarias. (Ponce, 2012)

Gráfico # 4: Organigrama de una empresa inmobiliaria



Elaborador por: El autor

Gerente General

Es el responsable de orientar, dirigir y planificar las estrategias para el negocio, transformar la materia prima en resultados; en el mercado inmobiliario deben ser en ciertos momentos intuitivos con los posibles cambios del entorno; designa los diferentes puestos gerenciales, proyecta y desarrolla metas a corto y largo plazo, fija los objetivos, organiza las tareas y actividades a realizarse, evalúa y controla los logros alcanzados y que se cumplan las metas establecidas de manera eficiente y efectiva

Asesor Legal

Asesora y solucionar los diferentes problemas laborales que se pueden presentar dentro de la empresa, asesorar legalmente a la organización sobre todas las novedades legales del sector, los diferentes tipos de contratos, las tasas de interés para la comercialización de los bienes inmuebles y conocer todo lo referente a las escrituras públicas. (Estupinan D. C., 2012)

Gerente de Operaciones

Es el gerente de proyectos, es el encargado de dirigir y controlar el departamento de proyectos y diseño, su trabajo es muy amplio, pues controla todos los recursos, materiales y personal que están destinados para la realización de un proyecto, que el mismo se lleve a cabo dentro del tiempo estimado en el cronograma y que el proyecto no exceda el presupuesto planificado.

Dpto. de Proyectos y Diseño

Recopila y evalúa todas las ideas planteadas con el propósito de transformarlas en proyectos reales y viables, los mismos cubran las necesidades del mercado y que le representen un ingreso a la organización, para luego proceder a realizar los diseños de los modelos de viviendas y/o conjuntos residenciales.

Gerente de Ventas

El gerente de ventas es el que organiza y dirige el departamento de ventas, postventa y servicio al cliente; es una persona entrenada y formada para relacionarse con los diferentes clientes. Debe saber anticipar cuales son las nuevas necesidades del mercado, mantener buenas relaciones con los clientes actuales y los potenciales brindándoles una atención personalizada, la misma que le ayude a cumplir su objetivo principal que es vender.

Dpto. de Ventas y Servicio al Cliente

Este departamento se encarga de hacerles un seguimiento detallado a los clientes y posibles clientes con la finalidad de conocer sus gustos, necesidades y preferencias para satisfacerlas; además también tiene como función brindarle al cliente asesoramiento.

Gerente Administrativo y Financiero

Supervisa el departamento contable y el departamento de personal; esta encargado de optimizar el proceso administrativo y financiero de la empresa, es el responsable de analizar las decisiones que afecten las finanzas de la organización y de los proyectos, realiza los presupuestos anuales, analiza los flujos de efectivo del negocio, negocia con los proveedores en cuanto a compras se refiere para tratar el asunto de los créditos, descuentos y formas de pago; también negocia con los clientes los diferentes tipos de créditos y sus respectivas formas de pago y lleva un control estricto de todos los registros contables y administrativos. (Villamar, 2012)

Dpto. Contable

Este departamento es el encargado de llevar los registros contables de la empresa, evalúa los presupuestos, suministrar información confiable de las finanzas de la empresa para la correcta toma de decisiones para futuros proyectos.

Dpto. de Talento Humano

Colabora con la empresa prestando servicios, asesorando tanto a los gerentes como a los empleados, describen las funciones y los perfiles para cada puesto de trabajo, son los encargados de realizar evaluaciones constantes al personal de trabajo para medir su rendimiento, manejan todo lo referente a las capacitaciones.

El proceso de administración en una empresa inmobiliaria

Los procesos son puntos muy importantes dentro de la administración de una empresa de servicios inmobiliarios, los mismos que varían de acuerdo al criterio del gerente general; a continuación detallamos cada uno de los puntos:

- Políticas de ventas que se establecen para mantener una disciplina en las ventas, es decir, son las reglas del juego.
 - Establecer los parámetros de costos y descuentos.
 - Establecer el proceso de calificación del cliente.
 - Establecer los procesos de documentación para aplicar a los créditos.
 - Establecer los procesos de entrega.
 - Establecer los procesos de pos-venta.
- (Ponce, 2012)

La planeación de la empresa inmobiliaria

En toda empresa la planeación es importante, puesto que nos ayuda establecer los objetivos que deseamos conseguir, que técnicas vamos a utilizar, establecer las acciones, recursos y las responsabilidades que se deben asignar para alcanzar el resultado deseado; también nos permite identificar el mercado objetivo al cual la empresa se va a dirigir, ya sea este de clase alta, media o baja, luego seccionarlo y ubicarlo mejor, para así poder determinar con exactitud qué tipo de viviendas se va a construir y a su vez conocer cuáles serán las estrategias que se necesitan establecer para vender dichas viviendas. (Ponce, 2012)

En la planeación de la empresa se desarrollan los siguientes puntos:

- Elaboración de la misión y visión.
- Análisis estratégico.
- Definición de estrategias.
- Definición de objetivos.
- Planeación táctica.
- Planeación operativa.

En la planeación táctica y operativa se deben realizar evaluaciones periódicas para saber que estrategias cambiar, implementar, eliminar, aumentar o disminuir.

La planeación táctica se desarrolla en los mandos medios, está alineada al futuro inmediato por lo que establece cursos de acción y organiza la toma de decisiones, el seguimiento y control parcial de los planes de acción, por lo que debe de ser flexible a los cambios.

La planeación operativa se da en los empleados, los mismos que ejecutan todas las diferentes actividades y operaciones necesarias para alcanzar los objetivos planteados dentro de la planificación se enfoca por el que y como hacer encaminado a mejorar y maximizar los resultados.

Porque hacer mercadotecnia en un negocio inmobiliario

El marketing estratégico nos va a ayudar a establecer las promociones que va a lanzar la empresa al mercado, que estrategias vamos a utilizar para captar clientes, las alianzas con los diferentes tipos de proveedores y con las entidades financieras ya sean estas privadas o del estado.

En este punto se planea el proceso de venta, para comercializar con mayor eficiencia ahorrando tiempo, recursos, por consiguiente se incrementaran nuestras utilidades.

El marketing es el conjunto de técnicas indispensables para maximizar las ventas de una empresa o negocio, sirven para identificar las demandas, deseos y necesidades de los clientes para satisfacerlas; además nos permite persuadir, informar y recordar al cliente las bondades, beneficios y atributos de un producto o servicio. (Estupinan I. J., 2012)

Es importante complementar el marketing con las ventas, pues el marketing se dedica a unir al cliente con el vendedor y por el otro lado las ventas se dedican a cerrar las negociaciones entre las partes.

La segmentación del mercado y la estimación del tamaño del mercado.

La segmentación nos sirve para conocer a los consumidores, para saber que segmentos de mercado existe (de viviendas: Casas, Villas, Departamentos); (Industriales: Galpones y terrenos), nos ayuda a dividir el mercado en varios grupos pequeños conocidos como nichos. Saber qué capacidad tiene ese mercado para poder entrar, esto lo establece la Ley de la Oferta y la Demanda. (Ponce, 2012)

“La segmentación de mercados es posible e ineludible en los mercados de bienes y servicios; la segmentación responde a la presencia de elites y estratos sociales; por esto las empresas constructoras e inmobiliarias diversifican sus productos construyendo residencias de diferentes clases.” (Ortiz, 2007, págs. 30-31)

Porque es importante un estudio de proyecto de inversión en bienes raíces.

Porque en el estudio de proyecto se evalúan todos los parámetros como tipos de productos, utilidad que se espera, los gastos, los parámetros de comisiones para los vendedores, los parámetros en porcentajes de costos de publicidad, se evalúa el estudio de mercado para ver el tamaño de mercado y la sección de mercado en la cual se quiere entrar. Se establece la viabilidad y la rentabilidad del proyecto; aquí se ve cómo vamos a financiar el proyecto:

- Apalancamiento bancario.
- Dinero propio.
- Financiamiento directo.
- Fideicomiso administrativo.
- Fideicomiso de encargo fiduciario.

(Ponce, 2012)

Fideicomiso Inmobiliario

Este tipo de cesión se presenta cuando el beneficiario recibe del fiduciante una propiedad con la finalidad de disponer del mismo, para realizar un proyecto de edificación o de viviendas para vender. (Valleta, 2000)

En el instante de la celebración del fideicomiso el bien pasa a ser administrado por una institución fiduciaria, la misma que puede ser una persona física o jurídica; este tipo de fideicomiso se caracteriza por ceder propiedades para que en ellas se lleven a cabo proyectos de construcción; también por transferir dinero para la realización de un proyecto inmobiliario.

Valorización de la tierra

Para poder darle un valor a la tierra debemos conocer si es un terreno rural o urbano, su ubicación, que o cual va ser el uso que se le va a dar (oficinas comerciales, de actividades financieros, casas, edificios de departamentos) y que estrato social la va a ocupar; el avalúo es solo un pronóstico, pues se fundamenta en negociaciones reales recientes, el monto de un bien lo fija el mercado de oferta y demanda. (Ochoa, 2000)

Para valorizar un bien depende mucho de los costos directos como son los acabados, los materiales, la mano de obra, el tamaño del inmueble, el entorno que lo rodea; los costos indirectos los servicios con los que cuenta (teléfono, internet, cobertura del servicio de cable), honorarios profesionales de los ingenieros y arquitectos; pagos de impuestos, seguros, garantías; costos administrativos y de ventas y los costos financieros en caso de que exista un crédito de por medio. (Ochoa, 2000)

En balance el sector de la construcción ha crecido en los últimos 5 años en cuanto a demanda de viviendas y oportunidades de negocio, por lo que para las empresas constructoras y promotoras inmobiliarios ha sido excelente.

El gobierno ha ayudado mucha al desarrollo del negocio de la construcción abriendo créditos a los constructores a través de la Corporación Financiera Nacional; también existe fácil acceso a créditos por parte del Biess lo cual ha incentivado a que la banca privada también otorgue créditos de vivienda a plazos más largos.

En la actualidad lo que las personas buscan al momento de adquirir una casa es que tenga una buena ubicación, es decir que tenga cerca un supermercado, colegios, hospitales, clínicas o casas de salud; otro factor que buscan es la seguridad del sector y en lo posible que quede cerca de su trabajo. (Meza, 2012)

Para Fernando Soria de la Cámara de la Construcción de Quito el incremento del sector de la construcción ha sido significativo en los 3 últimos años, del 2008 al 2009 su incremento fue del 5.37%; del 2009 al 2010 su incremento fue del 6.6% y del 2010 al 2011 el sector de la construcción tuvo un crecimiento casi del 26.94% el mismo que es alto en comparación a los años anteriores.

El desarrollo del sector de la construcción e inmobiliario ha sido estimulado por el Gobierno dando prestamos para invertir en la construcción de proyectos de viviendas debido a la demanda existente en el mercado, siendo la clase media y media baja la que más viviendas ha adquirido gracias a los créditos hipotecarios y a los bonos del MIDUVI que hoy en día están en \$5,000 dólares, por lo que invertir en construcciones y bienes raíces en la actualidad serán inversiones seguras. (Soria, 2012)

Como factores primordiales para el desarrollo del mercado inmobiliario situamos a la dolarización y a los créditos hipotecarios que otorgan la Banca privada y el Biess, los mismos que han facilitado expandir la construcción de diferentes tipos de viviendas; en nuestro caso la mayor demanda existente en la actualidad es la construcción de viviendas de clase media a media baja. Este segmento de mercado busca que se les brinde seguridad, calidad en los materiales de construcción, contar con servicios básicos, que las casas tengan buenos acabados y a precios módicos, por lo que podríamos decir que el mercado inmobiliario está en constante crecimiento. (Nevarez, 2012)

Un dato muy importante que debemos conocer y tomar en cuenta es que la nueva ley de hipotecas que aprobó la Asamblea Nacional el 19 de Abril del 2012 no afecta al mercado inmobiliario, puesto que esta ley trata de evitar que en un futuro se dé una burbuja inmobiliaria como ocurrió en España, lo cual sería algo perjudicial para este mercado.

Esta ley propone que los créditos para la compra de la primera casa lleguen hasta \$146.000,00 dólares, es decir 500 salarios básicos unificados y la gran cantidad de los créditos otorgados por el BIESS están entre \$30.000,00 y \$60.000,00 dólares, más bien esto va a influir en que el monto del crédito promedio aumente beneficiando a los sectores de estrato medio bajo, bajo e incluyendo a los jóvenes profesionales que están recién entrando en el ámbito laboral. (Barrera, 2012)

“El desarrollo del sector está íntimamente atado a la disponibilidad de crédito hipotecario. En este sentido, la activa participación del BIESS, que ha logrado acaparar más del 50% del mercado, juega un papel tranquilizador de gran importancia. Estamos en una economía en crecimiento, lo que genera mayor demanda de vivienda y, por ende, mayor necesidad de crédito hipotecario que está siendo atendida satisfactoriamente.” (Barrera, 2012)

Ante esta nueva ley la banca privada va a conservar su posición moderada y precavida como de costumbre, manteniendo sus políticas actuales de financiar entre el 60% y el 70% del monto total del inmueble y que el cliente cubra el 30% o el 40% restante y el BIESS seguirá también con sus mismas políticas con las que ha alcanzado a acaparar entre el 50% y el 54% de la demanda de créditos hipotecarios a nivel nacional.

Capítulo 5 Análisis de la propuesta

Propuesta



Gráfico #5: Maqueta de la propuesta

El mercado inmobiliario es una de las actividades principales que influye positivamente en la economía de un país por la cantidad de personas que participan en él; los productos y servicios que pueden ofrecer son amplios, van desde la compra, construcción, ampliación hasta la remodelación de bienes inmuebles.

Gracias a la disponibilidad de mayores recursos para créditos hipotecarios el sector de la construcción se encamina hacia una fase de consolidación por la diversificación del mercado de viviendas, oficinas, centros comerciales y el desarrollo del sector turístico.

En estos momentos los escenarios de los créditos hipotecarios a largo plazo para la adquisición de nuevas viviendas conlleva a que el sector inmobiliario se desarrolle como una industria con un crecimiento sostenido motivado por la demanda existente de unidades de viviendas gracias a la nueva visión del Gobierno.

Debido a que en Esmeraldas no existe una empresa inmobiliaria la propuesta de diversificación del negocio de construcción de la empresa CANTERSA se enfoca a la creación de una área que se desenvuelva como Promotora Inmobiliaria para atender las crecientes exigencias del mercado, colaborando con el sector inmobiliario de manera profesional, transparente y eficiente; escuchando las necesidades de los clientes, analizando sus gustos y requerimientos para poder presentar varias alternativas que cubran sus intereses.

Pues con el paso del tiempo las ciudades capitales tienden a expandirse, ya sea, por el desarrollo económico, por la demanda de empleos, por la búsqueda de mejores ingresos, la búsqueda de viviendas que cubran y satisfagan sus

necesidades, mejorar su nivel de educación y alcanzar un mejor nivel de vida, generando una migración hacia estas ciudades y por lo tanto un incremento demográfico; esto se debe gracias al desarrollo de los sectores comerciales, de servicios e industriales.

La migración y el crecimiento demográfico impulsan los precios en cuanto a los arriendos de casas, villas o departamentos, lo cual crea la necesidad de adquirir viviendas propias por parte de los primeros migrantes, ya que generalmente a los nuevos su economía les permite solamente arrendar pero son posibles compradores a futuro por lo que siempre hay que tenerlos presentes. En nuestro medio el sistema financiero nos da dos opciones de financiamiento para compra de viviendas: el financiamiento del BIESS que cubre el 100% del valor de la vivienda hasta \$100,000 y la banca privada que financia hasta el 70% del valor de la vivienda nueva.

Ejemplo:

“Habitualmente las personas compran un carro que represente la tercera parte del precio de su residencia, esta información nos ayuda a calcular un valor aproximado de lo que podrían pagar por una vivienda nueva.

En el caso de la clase de estrato popular y estrato medio que aplican a un financiamiento por medio de la banca privada, ellos venden su vehículo para costear la cuota inicial del 30% de la cuantía de la nueva vivienda y luego por medio del mismo banco aplican a un crédito para un carro nuevo y de esa manera mantienen su medio de transporte.” (Ochoa, 2000)

Como está el mercado inmobiliario en Esmeraldas

Hoy en día el mercado inmobiliario en Esmeraldas se encuentra en crecimiento, debido a la necesidad que se presenta por el crecimiento poblacional que tiene la ciudad y provincia de Esmeraldas dándose hace unos años atrás las primeras urbanizaciones permitiendo que la ciudad se expanda de una forma acelerada.

Ante las facilidades que hoy en día da la banca estatal y privada, los esmeraldeños nacidos y residentes pueden adquirir un terreno, casa, finca y/o hacienda, ya que con recursos propios era muy difícil realizar sus sueños de obtener una propiedad, debido a la situación económica que se vivía en aquellos tiempos.

En la actualidad se encuentra más departamentos y casas alquiladas, por la falta de proyectos de viviendas; la presencia de muchos profesionales de otras provincias que vienen a vivir por asuntos de trabajos ven la necesidad de adquirir una propiedad y sobre todo la llegada de muchos extranjeros que vienen a Esmeraldas por el clima y por las oportunidades que da nuestra provincia se convierte en un mercado muy atractivo que debe ser atendido.

Es viable la implementación de una empresa inmobiliaria en Esmeraldas.

Bueno como lo hemos dicho anteriormente en Esmeraldas no existe competencia en este mercado, además que la implementación de una empresa de servicios de gestión inmobiliaria permitirá a la empresa CANTERSA recuperar terreno en el mercado de la construcción. Los habitantes o posibles clientes tendrían la oportunidad de conocer de una manera más detallada los proyectos de viviendas y tendrán a la mano toda la información que ellos requieran acerca de dichos proyectos cumpliendo siempre con el objetivo de satisfacer al cliente.

El grupo objetivo al cual se enfocaría es a personas y matrimonios de clase media y media baja que no tengan casa propia, que busquen vivir en un lugar seguro para ellos y su familia; las necesidades a satisfacer del mercado son viviendas dignas construidas con materiales de calidad pero que tengan precios razonables para el mercado.

En la actualidad la vivienda popular se encuentra en auge, antes las personas de estrato medio bajo y bajo vivían con sus familiares o alquilaban departamentos multifamiliares por su bajo costo pero hoy en día todo el mundo compra una casa, pues aprovechan la existencia de créditos y financiamientos y en el mercado de la vivienda popular la decisión de adquirir una casa es rápida; es considerado un sector de muy buena paga.

Los habitantes de bajos recursos siempre han deseado tener una casa propia donde vivir, por lo que este sector es el de mayor déficit, por lo que el sistema actual de vivienda popular está siendo apoyado por los municipios, entidades financieras tanto privadas como estatales, el Gobierno Nacional y las constructoras privadas.

Por otro lado CANTERSA planea en el futuro enfocarse en el mercado de los ecuatorianos migrantes en Estados Unidos, pues todos los migrantes tienen el sueño de volver a su país teniendo una casa propia; en la actualidad los migrantes aun son ignorados por los constructores nacionales sin darse cuenta que estos son una gran oportunidad de negocio al punto que ahora ya existen créditos hipotecarios para los migrantes, inclusive el Biess actualmente concede créditos hipotecarios a los migrantes mediante la afiliación voluntaria.

Cuando fue la crisis económica en Estados Unidos los migrantes aun seguían mandando dinero a sus familiares en Ecuador, pues para ellos no fue muy complicado enfrentar la crisis, ya que ellos en su mayoría brindan servicios, los mismos que son bien pagados, son personas ahorradoras que se preocupan por su familia y además en algunos casos tenían más de un trabajo lo que les genera un ingreso extra.

Como ventaja competitiva diferencial CANTERSA contaría con agentes inmobiliarios capacitados en bienes raíces y urbanismo legalizados con licencia de corredores de bienes raíces y mantenerlos en constantes capacitaciones.

La experiencia relacional afectiva (ERA) que aplicaría CANTERSA sería lograr que el cliente sienta que es lo más importante para la empresa, que la

empresa trabaja para satisfacer sus necesidades y requerimientos, brindando a los clientes un servicio de seguimiento y asesoría para lograr la obtención de los créditos hipotecarios, ya sean estos por medio de la Banca privada o por la Banca estatal; establecer promociones atractivas para los clientes.

Alianzas con instituciones financieras

El comercio inmobiliario en la actualidad se encuentra apuntalado por los créditos hipotecarios del Banco del Instituto de Seguridad Social Biess y la banca privada; las cantidades de créditos hipotecarios colocados en el año 2011 son:

- Biess 21.512 créditos
- Banca privada 18.051 créditos

(Universo, 2012)

Realizar alianzas estratégicas con las instituciones financieras sería una estrategia fundamental, aquí podríamos encontrar un buen nicho de clientes que tengan acceso a créditos hipotecarios con el Biess y los que no cuentan con los créditos del Biess los asesoraríamos para que obtengan su crédito con la banca privada.

Desde el inicio de sus actividades en el mes de octubre del 2010, el Banco del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, ha apoyado a sus afiliados y jubilados a obtener una vivienda propia; en los tres primeros meses del año 2012 el Biess ha entregado un total de 6.052 créditos por un monto total de \$220'287.797 de dólares. (Bienes Raices Magazine, 2012)

Tabla # 5: Requisitos para acceder al crédito de vivienda del Biess

Requisitos Generales	Afiliados	Jubilados
Aportaciones		
36 aportaciones mínimas Individuales o solidarias con cónyuge y/o unión libre reconocida legalmente	✓	
12 últimas aportaciones consecutivas Aplica a cada uno de los solicitantes	✓	
Calificación		
El afiliado o jubilado no debe tener obligaciones En el IESS o Biess	✓	✓
El empleador no debe encontrarse en mora con el IESS	✓	
Estar en goce de la pensión de vejez del IESS		✓
Capacidad De Endeudamiento		
Ingresos netos 40% de ingresos netos, una vez deducidas las deudas reportadas por el Buró de crédito	✓	✓
Valor de ingresos	Se calcula en base a los últimos 6 meses de sueldo reportados al IESS	Se calcula en base a la pensión que recibe del IESS mensualmente

(Bienes Raices Magazine, 2012)

Créditos Bancarios

BIESS – Préstamos Hipotecarios

El Biess entrega préstamos para obtener casas, departamentos y viviendas multifamiliares listas para habitar; las condiciones de financiamiento para la compra de viviendas terminadas son las siguientes:

- Financiamiento del 100% del valor de la vivienda hasta \$100,000.
- Financiamiento del 80% del valor de la vivienda si el valor es igual o mayor a \$125,000.
- Tasa de interés oscila entre 7.90% y 8.56% según el plazo.
- El plazo es de hasta 25 años, depende de la edad del afiliado.

Las condiciones de financiamiento para la compra de terreno y construcción de vivienda son las siguientes:

- Financiamiento del 100% del valor del terreno y construcción de vivienda hasta \$100,000.
- Financiamiento del 80% si el valor es mayor a \$125,000.
- El plazo es de hasta 25 años, depende de la edad del afiliado.
- Tasa de interés oscila entre 7.90% y 8.56% según el plazo.

Las condiciones de financiamiento para la adquisición de oficinas, locales comerciales y consultorios son las siguientes:

- Financiamiento del 100% del valor del bien hasta \$100,000.
- Financiamiento del 80% si el valor del bien es mayor a \$125,000.
- El plazo es de hasta 12 años, depende de la edad del afiliado.
- Tasa de interés oscila entre 9.87% y 10.86% según el plazo.

<http://www.biess.fin.ec/index.php/productos/prestamos-hipotecarios>

En el año 2011 el Biess otorgo 21.512 préstamos, siendo \$35,000.00 dólares el promedio de los créditos hipotecarios por persona en el Biess (Universo, Diario El, 2012)

”En el 2011, el Biess colocó unos \$ 767 millones, es decir, el 52,5% de los créditos hipotecarios en el país, mientras las demás instituciones entregaron un total de \$ 694 millones, el 47,5%, según un estudio de la consultora de mercados MarketWatch. Esta proporción era inversa hasta el 2010, cuando el sistema financiero tenía el 58,5% y el Biess el 41,5%.” (Universo, Diario El, 2012)

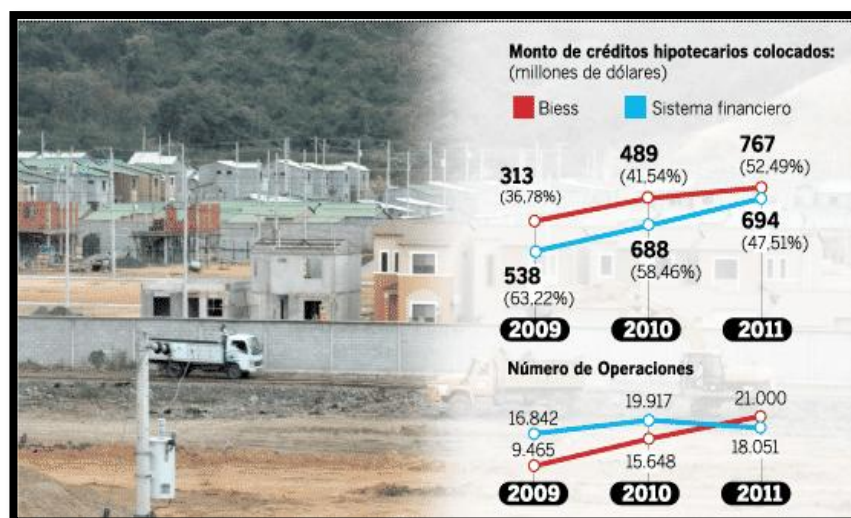


Grafico # 6: Monto de Créditos Hipotecarios Colocados
Fuente: (MarketWatch, 2012)

En febrero del 2012 el Biess llegó a la cima en la entrega de créditos hipotecarios, pues en 1 año y 4 meses ha entregado \$1,019 millones de dólares. www.biess.fin.ec

Con esta información podemos guiarnos en relación a los precios en que se pueden vender las viviendas.

Banco del Pichincha – Crédito Habitar

El crédito habitar se enfoca hacia la compra de vivienda nueva o usada, ampliación, remodelación, terminación y construcción. La forma de financiamiento es de la siguiente manera:

- Compra de casa nueva se financia el 70%
- Compra de casa usada se financia el 70%

En ambos casos el monto mínimo a costear es \$5,000 y el monto máximo es de \$150,000 y el plazo es de 3 a 20 años. Si el cliente quiere realizar la compra de la vivienda desde el extranjero, el monto mínimo es de financiamiento es \$3,000 y el monto máximo es de \$60,000; para los emigrantes el plazo es de 3 a 12 años.

Para la compra de vivienda vacacional:

- Financiamiento hasta el 70% del precio de la vivienda.
- El monto mínimo es de \$3,000 y el monto máximo es de \$120,000.
- El plazo es de 3 a 10 años.

<http://www.pichincha.com/web/servicios.php?ID=48>

Banco de Guayaquil – Casa Fácil

El banco de Guayaquil en busca de satisfacer las necesidades de los clientes, ofrece más opciones en planes de financiamiento para:

- Adquisición de vivienda nueva.
- Adquisición de vivienda usada.
- Adquisición de terrenos.
- Adquisición de vivienda vacacional.
- Crédito para la construcción.
- Crédito para ampliar, remodelar y terminar una vivienda.
- Financiamiento de oficinas o locales comerciales

Los beneficios que brinda el Banco de Guayaquil a sus clientes son:

- Financiamiento del 70% del valor de la vivienda.
- Precalificación en el momento.- Rapidez en la aprobación.
- Día de pago.- Flexibilidad en la fecha de pago. Usted escoge el día que desea pagar sus cuotas.
- Hasta 2 meses de gracia.- Las dos primeras cuotas no se pagan. Usted puede destinar esos recursos para cubrir otros gastos.
- Año de 11 meses.- Usted puede escoger un mes al año en el cual no paga la cuota, así podrá planificar sus gastos de mejor manera.
- Seguro de vida y póliza de incendio.- Seguro de vida para el deudor y cónyuge. En caso de siniestro, la compañía de seguros cancela el saldo por pagar y el Banco de Guayaquil devuelve a los beneficiarios el valor pagado.
- Financiamos Seguros y gastos legales.- Todos los costos y gastos que incurren los créditos son financiados.
- Paquete de productos.- Al financiar su vivienda con el Banco de Guayaquil, usted es beneficiario de una cuenta corriente, Tarjeta Efectiva y las Tarjetas Visa, Mastercard o American Express.

<http://www.bancoguayaquil.com/bg/casafacil.html>

Alianzas estratégicas

CANTERSA cuenta con 24 años de experiencia, la reputación que tiene CANTERSA en el mercado de Esmeraldas es de una empresa seria; además se realizaron alianzas con empresas constructoras, ingenieros civiles y arquitectos de la zona, con la finalidad de promocionar los diferentes proyectos de viviendas que estos vayan a desarrollar. Se han mantenido conversaciones con la Constructora EV (Arq. Marco Estupiñan); Constructora Hernández (Ing. Leonardo Hernández) y con la Constructora PACHIVAR S.A (Ing. Patricio Chica Vivar).

Otra alianza estratégica sería afiliarse a la Cámara de la Construcción de Esmeraldas, los mismos que apoyan con cursos de capacitación para el personal de ventas, corredores y administradores para que de esta manera ellos estén debidamente preparados, capacitados y formalizados con licencia de agente inmobiliario; a futuro el área de promotora inmobiliaria sería la única encargada de promocionar los proyectos de construcción de CANTERSA.

Publicidad

Como publicidad para darnos a conocer la inmobiliaria utilizaría:

- **Recursos tecnológicos**
 - Pagina web propia
 - Correos electrónicos
 - Internet

- **Estrategia publicitaria**
 - Anuncio en periódico local
 - Participación en ferias locales
 - Distribución de tarjetas a clientes
 - Afiliarse a la cámara de construcción y cámara de comercio
 - Enviar cartas de presentación a clientes potenciales.

Para saber si es viable la propuesta de diversificación del servicio de la empresa CANTERSA respecto a la creación de una empresa de servicio inmobiliario se realizo el siguiente análisis FODA:

Fortalezas

- Costos mínimos de infraestructura e instalaciones.
- Conexión con Gerentes y jefes de crédito en bancos locales.
- Contar con el nombre comercial de CANTERSA.

Oportunidades

- El mercado inmobiliario es abierto.
- No existe competencia en la actualidad.
- El medio carece de agentes inmobiliarios legalmente registrados.
- Existe una gran demanda de viviendas.
- El mercado inmobiliario se encuentra en constante crecimiento.
- No existen empresas inmobiliarias locales.
- Financiamientos para proyectos de construcción.
- Créditos hipotecarios en auge.
- Agentes inmobiliarios acreditados.
- Contar con lista de contactos o posibles clientes.

Debilidades

- Restricciones en el capital inicial.
- Capacitación de personal en urbanismo.
- CANTERSA aun no cuenta con la rama de construcción.

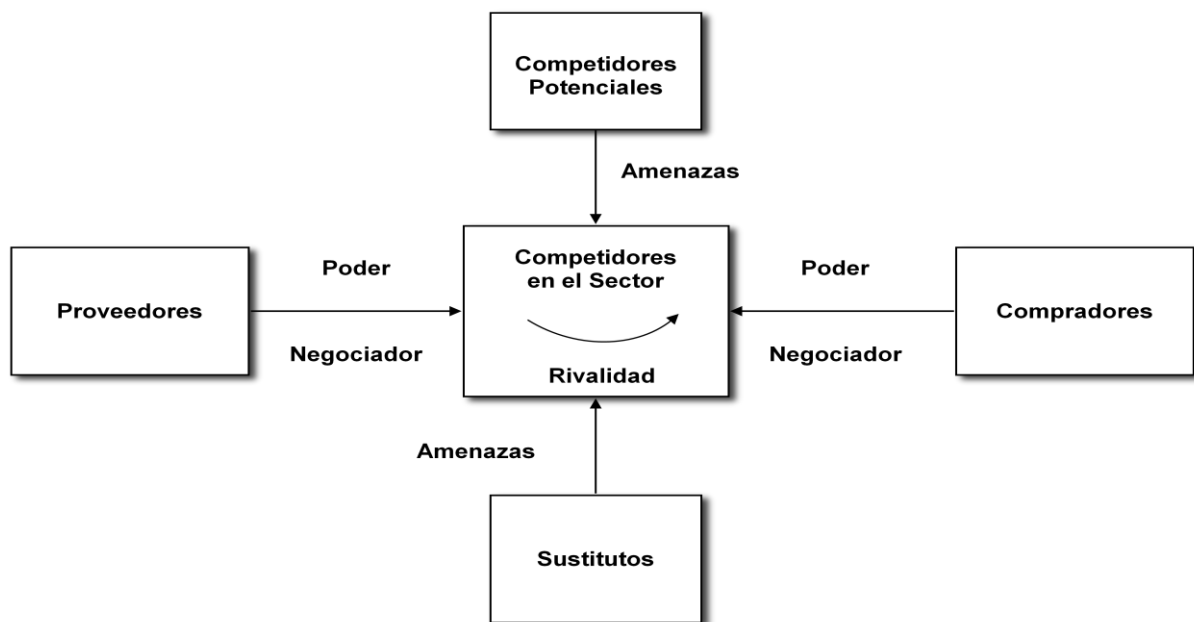
Amenazas

- Competencia desleal de vendedores informales.
- Cambios en la economía.

- Cambios en las políticas de gobierno que afecten al mercado inmobiliario.
- Poca credibilidad en el oficial inmobiliario.
- Incremento de precios en materiales de construcción.
- Incursión en el mercado de inmobiliarias con poderío económico.

La inversión extranjera y las remesas de los ecuatorianos que residen en el exterior impulsan el crecimiento inmobiliario, ya que promueven el desarrollo de los sectores comerciales, turísticos, lo cual crea la necesidad de mayor infraestructura.

Tabla # 6: Las Cinco Fuerzas de Porter



Según el análisis de Porter la intensidad de la competencia actual es muy baja, debido a que en Esmeraldas no existen empresas inmobiliarias locales; las empresas que están son de la sierra y estas construyen para vender los departamentos a los mismos habitantes de la sierra, pues en Esmeraldas no cuentan con oficinas sino más bien todo lo hacen directamente desde Quito, su nicho de mercado es gente de clase media alta a alta y sus construcciones son específicamente en la playa de Tonsupa tal es el caso de Diamond Beach, Playa Almendro, Torre Sol, etc.

Hace dos años estuvo una empresa de Manta llamada MANAPROINSA pero se fueron de la ciudad debido a que su proyecto no tuvo la acogida que ellos esperaban; por lo tanto en la actualidad el negocio inmobiliario en Esmeraldas está libre de competidores potenciales y directos.

Sustitutos

En la actualidad lo que existe en Esmeraldas son personas que se dedican a construir máximo tres casas para luego ponerlas a la venta y lo hacen de una manera muy informal, no realizan estudios de mercados previos, es decir no existen proyectos de viviendas.

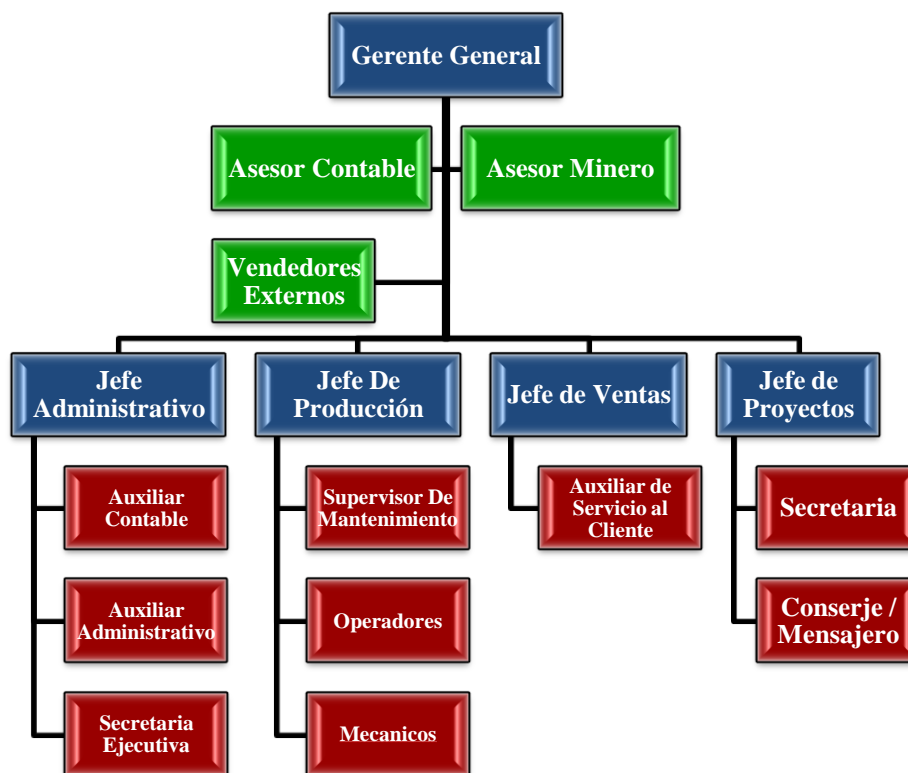
El poder negociador de los clientes

El poder de negociación está con la balanza a favor del mercado empresarial debido a que hay un mercado a quien atender, este mercado no ha sido atendido correctamente y en la actualidad no hay quien lo haga, por lo tanto no hay exceso de oferta de viviendas.

El poder de negociación de los proveedores

El poder de negociación con los proveedores no sería un problema para CANTERSA, pues en Esmeraldas existen muchos proveedores de materiales de construcción tanto en la ciudad como en la periferia; a demás CANTERSA cuenta con la materia prima como son los materiales pétreos y está realizando alianzas estratégicas con proveedores como CARPINTEC, empresa que le ofrece todos los acabados con madera MDF y laminados, Almacenes EV que serian los proveedores de todos los acabados de baños, baldosas y cerámicas, IMCOVIT que sería el proveedor del hierro y en la actualidad CANTERSA está pensando en incursionar en el negocio de distribuidor autorizado de Disensa.

Gráfico # 7: Nuevo Organigrama de CANTERSA



Elaborador por: El autor

Gerente General

Es el representante legal de la organización, estar encargado de dirigir y administrar todos los negocios que la empresa lleve a cabo, avalar los proyectos presentados por el Gerente de proyectos, aprobar estrategias de acción y tomar decisiones que beneficien a la empresa y la ayuden a crecer; es el encargado de

implantar los planes, las políticas y los objetivos de la empresa con los demás jefes de áreas.

Asesor Legal Inmobiliario

Es el abogado de la empresa, brinda asesoría legal a todas las áreas de la empresa, además que representa a la empresa en todos los asuntos jurídicos y soluciona los diferentes problemas laborales que se pueden presentar dentro de la empresa.

Contador

El contador es quien elabora y analiza la información financiera de la empresa con la finalidad de conocer como están las finanzas de la empresa, así poder emitir recomendaciones si estas son necesarias y asesorar a la gerencia con datos reales para los proyectos futuros. (Avellan Mina, 2012)

Vendedores Externos

La empresa en sus inicios va a contratar los servicios de vendedores externos, a los mismos que se les reconocerá una comisión por venta más no un sueldo fijo; los vendedores se encargaran de acercar al cliente con la empresa y generar utilidades y ganancias a la empresa.

Secretaria

Es la mano derecha del Gerente, pues es quien le organiza la agenda, le programa las reuniones, recibe las diferentes solicitudes dentro de la empresa; trata con los proveedores, clientes. Mantiene al Gerente informado de todo lo que sucede dentro de la empresa por lo que se convierte en la persona de confianza de la gerencia, es la persona responsable del envío y recepción de archivos y documentos.

Gerente de Proyectos

El gerente de proyectos es clave dentro de la planificación de los proyectos, ya que es el encargado de ejecutarlos y llevar un control de los proyectos para conseguir los objetivos propuestos. Administra los recursos, para los proyectos, maneja los plazos de entrega y busca como reducir costos; brinda asesoría a los clientes sobre los proyectos, es quien representa el proyecto ante los subcontratistas, clientes y proveedores; realiza ventas y negociaciones con los clientes.

Conserje / Mensajero

Es el encargado de vigilar el acceso a personas, recepta y reparte las comunicaciones, encomiendas, correos, documentos, información; se encarga del mantenimiento y limpieza del área de oficina, principalmente colaboran transportando los diferentes tipos de documentos a las entidades o a varios destinatarios.

La empresa inmobiliaria sería una parte de la empresa CANTERSA, la idea del Sr. Robertson Vivar es formar un grupo empresarial, el mismo que lo conformarían CANTERSA como empresa minera, ROBERTSON CONSTRUCTION como constructora, TRANSPORTES RV como empresa de transporte de material.

La oficina donde funcionaria la inmobiliaria es en la misma instalación donde funciona la oficina de CANTERSA, queda en el centro de la ciudad de Esmeraldas con una dimensión de 8mt de frente x 15mt de fondo.

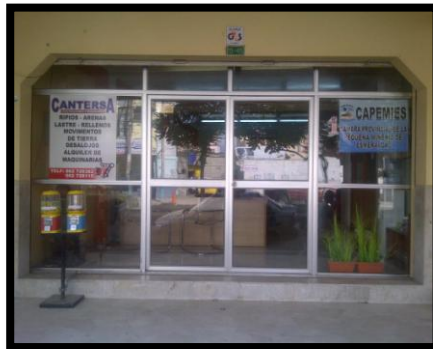


Tabla # 7: PRÉSTAMOS HIPOTECARIOS OTORGADOS POR EL BIESS ACTUALIZADO

PRESTAMOS HIPOTECARIOS						
TOTAL PRESTAMOS HIPOTECARIOS						
FECHA	OPERACIONES	VALOR TRANSFERIDO	OPERACIONES REVERSADAS	VALOR REVERSADO	OPERACIONES NETAS	VALOR TRANSF NETO
OCTUBRE 2010	620	21.743.136,82	16	403.078,21	604	21.340.058,61
NOVIEMBRE 2010	1.125	38.144.451,09	19	580.426,93	1.106	37.564.024,16
DICIEMBRE 2010	1.765	56.758.394,82	36	1.259.839,73	1.729	55.498.555,09
ENERO 2011	1.442	50.375.605,88	35	1.347.904,51	1.407	49.027.701,37
FEBRERO 2011	1.671	59.264.563,90	40	1.244.149,55	1.631	58.020.414,35
MARZO 2011	1.472	50.222.263,13	36	1.060.169,43	1.436	49.162.093,70
ABRIL 2011	1.653	58.372.383,92	39	1.348.061,38	1.614	57.024.322,54
MAYO 2011	1.750	63.480.429,46	49	1.485.073,45	1.701	61.995.356,01
JUNIO 2011	1.960	75.052.196,55	48	2.108.794,34	1.912	72.943.402,21
JULIO 2011	1.554	50.209.593,51	30	1.187.313,49	1.524	49.022.280,02
AGOSTO 2011	1.952	70.009.788,66	59	2.283.477,20	1.893	67.726.311,46
SEPTIEMBRE 2011	2.074	75.967.368,81	66	2.493.650,33	2.008	73.473.718,48
OCTUBRE 2011	2.446	89.808.554,88	63	2.309.917,42	2.383	87.498.637,46
NOVIEMBRE 2011	2.178	76.662.774,35	45	1.451.511,24	2.133	75.211.263,11
DICIEMBRE 2011	1.934	67.855.484,70	64	2.546.972,25	1.870	65.308.512,45
ENERO 2012	1.973	70.392.012,45	53	2.019.280,65	1.920	68.372.731,80
FEBRERO 2012	1.968	71.267.568,55	46	2.067.504,90	1.922	69.200.063,65
MARZO 2012	2.274	85.484.355,52	64	2.769.353,08	2.210	82.715.002,44
ABRIL 2012	1.931	70.837.905,50	67	2.671.541,26	1.864	68.166.364,24
TOTAL	33.742	1.201.908.832,50	875	32.638.019,35	32.867	1.169.270.813,15

(Cueva, 2012)

Este cuadro nos indica todas las transacciones realizadas de créditos hipotecarios a nivel nacional por el Biess desde el mes de octubre del 2010 hasta el mes de abril del 2012.

Este año la banca estatal conseguirá brindar una mayor cantidad de créditos hipotecarios gracias a la eficiencia del sector de la construcción que tiene un crecimiento anual entre un 8% y 10%, pues la circulación de dinero en el mercado inmobiliario y las facilidades de créditos para los afiliados y jubilados del IESS impulsa cada vez más a la creación de nuevos proyectos de vivienda. (Diario El Comercio, 2012)

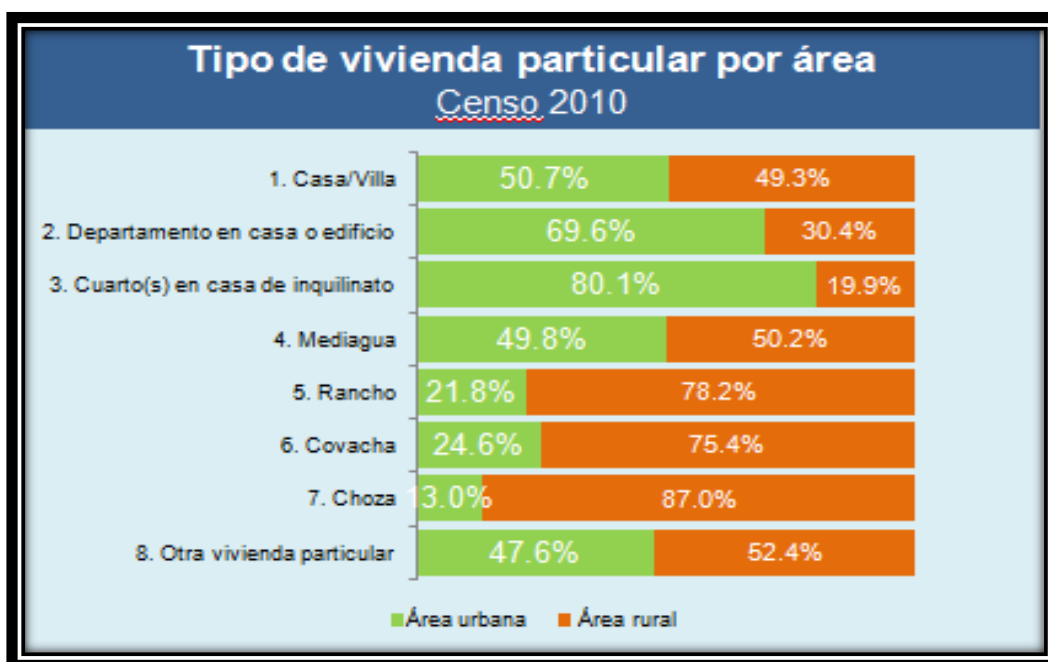
Tabla # 8: TOTAL DE VIVIENDAS EN ESMERALDAS

	2001			2010			Aumento de viviendas
	Área urbana	Área rural	Total provincial	Área urbana	Área rural	Total provincial	
Total Viviendas	39.720	60.900	100.620	76.137	83.274	159.411	58,4%
Viviendas Particulares	39.627	60.789	100.416	76.095	83.230	159.325	58,7%
Viviendas Ocupadas	37.287	52.203	89.490	69.127	71.435	140.562	57,1%
Viviendas Desocupadas	1.501	6.510	8.011	4.419	8.997	13.416	67,5%
Viviendas En Construcción	839	2.076	2.915	2.549	2.798	5.347	83,4%
Viviendas Colectivas	93	111	204	42	44	86	-57,8%

FUENTE: INEC, Censo de Población y Vivienda (2010)

El cuadro nos muestra que existe un crecimiento del 5.87% anual en la adquisición de viviendas particulares en Esmeraldas; a demás que existe también un crecimiento del 8.34% anual en la construcción. Notamos que existe un decrecimiento en las viviendas colectivas del 5.78%, por lo que concluimos que las personas quieren vivir en casas propias y no en viviendas tipo departamento o multifamiliares.

Tabla # 9: TIPO DE VIVIENDA PARTICULAR POR ÁREA



FUENTE: INEC, Censo de Población y Vivienda (2010)

El cuadro nos indica que el área urbana en cuanto a casas y villas tenemos un 50.7% y en el área rural tenemos un 49.3%; en departamentos en casas o edificios tenemos un 69.6% en el área urbana y en el área rural tenemos un 30.4%; en casas de inquilinato tenemos un 80.1% en el área urbana y en el área rural tenemos un 19.9%. Por lo tanto haciendo un análisis podríamos detectar que nuestros posibles clientes potenciales estarían entre los que se encuentran en departamentos en casas o edificios y los que alquilan

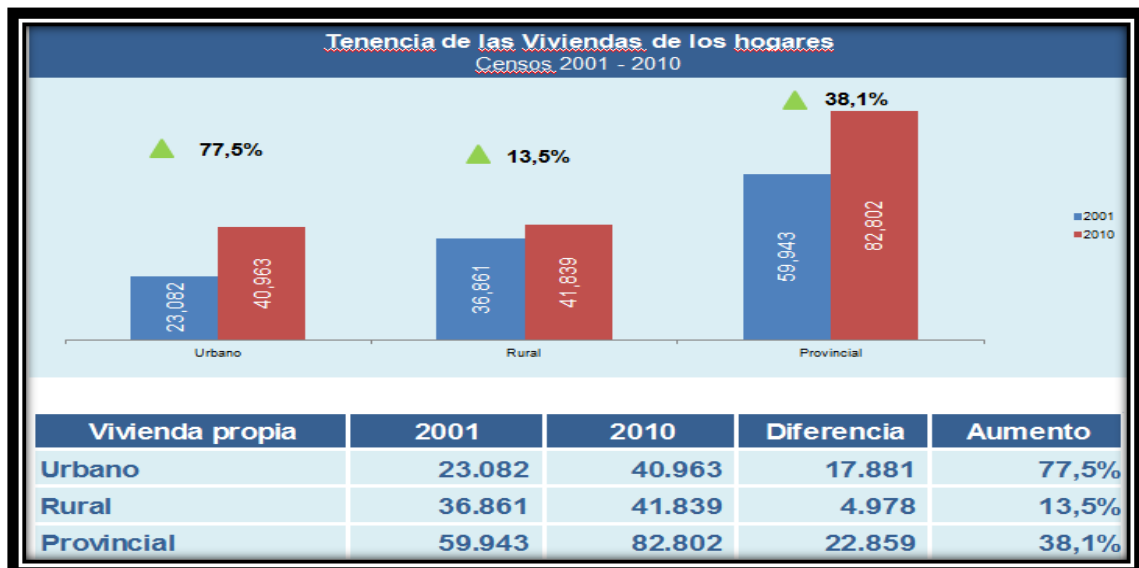
Tabla#10: INFORMACIÓN GENERAL DE LOS HOGARES EN ESMERALDAS

Hogares	2001			2010			Aumento provincial	Aumento área urbana	Aumento área rural
	Área urbana	Área rural	Total provincial	Área urbana	Área rural	Total provincial			
	35.634	48.690	84.324	66.229	63.310	129.539	53,6%	85,9%	30,0%

FUENTE: INEC, Censo de Población y Vivienda (2010)

Observando el grafico podemos afirmar que el 51.13% de la población de Esmeraldas vive en el área urbana y que el 48.87% de la población vive en áreas rurales. Los hogares en el área urbana desde el año 2001 al 2010 aumentaron en un 85.9% lo cual nos da un crecimiento anual del 8.59% y el área rural observamos un aumento del 30%, lo cual nos da un crecimiento del 3% anual.

Tabla # 11: VIVIENDA PROPIA EN ESMERALDAS



FUENTE: INEC, Censo de Población y Vivienda (2010)

Por medio del cuadro podemos observar que desde al año 2001 al 2010 existe un crecimiento en viviendas urbanas propias del 77.5%, lo cual nos representa un crecimiento anual del 7.75% y en el área rural observamos un crecimiento del 13.5% lo cual nos representa un crecimiento anual del 1.35%.

Tabla # 12: ESTRUCTURA POBLACIONAL DE ESMERALDAS

Estructura de la población					
Censo 2010					
% 2001	Grupo quinquenal	ABSOLUTO			% 2010
		Hombre	Mujeres	Total	
6.3%	95 a 99	130	179	309	5.1%
	90 a 94	245	359	604	
	85 a 89	591	697	1,288	
	80 a 84	1,369	1,365	2,734	
	75 a 79	2,188	2,042	4,230	
	70 a 74	4,087	3,515	7,602	
	65 a 69	5,544	5,066	10,610	
55.9%	60 a 64	6,680	5,954	12,634	58.0%
	55 a 59	9,214	8,153	17,367	
	50 a 54	10,422	9,511	19,933	
	45 a 49	12,892	11,864	24,756	
	40 a 44	13,438	13,145	26,583	
	35 a 39	15,334	15,342	30,676	
	30 a 34	17,327	17,737	35,064	
	25 a 29	20,230	21,548	41,778	
	20 a 24	22,354	22,920	45,274	
15 a 19	28,031	27,577	55,608		
37.8%	10 a 14	33,520	31,443	64,963	36.9%
	5 a 9	34,876	32,705	67,581	
	0 a 4	32,840	31,658	64,498	
	Total	271,312	262,780	534,092	

FUENTE: INEC, Censo de Población y Vivienda (2010)

Según la estructura poblacional de Esmeraldas en los últimos 10 años ha habido una variación en el grupo poblacional de 65 a 99 años en el cual hemos notado un decrecimiento del 1.2%; al contrario de lo que sucede con el grupo poblacional de 15 a 65 años, en el cual se ha dado un incremento del 2.1%. Este cuadro nos permite analizar que nuestro mercado futuro está en la gente joven de la ciudad de Esmeraldas.

El último censo poblacional demostró que el 57.98% de la población de Esmeraldas que está entre 15 a 64 años se encuentra en relación de dependencia; el 5.13% que está entre los 65 a 99 años se encuentra en relación de dependencia. La edad promedio es de 26 años y la edad mediana es de 21 años; el número promedio de matrimonios por año es de 50 y la población económicamente activa es el 48.60%.

Fuente: INEC, Censo de Población y Vivienda (2010)

**Tabla #13: PROYECCION DE LA POBLACIÓN DE ESMERALDAS.
PERIODO 2005 – 2011**

	Año	Año	Año	Año	Año	Año	Año
Provincia	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Esmeraldas	423,564	430,792	438,576	446,161	453,557	460,668	477,390

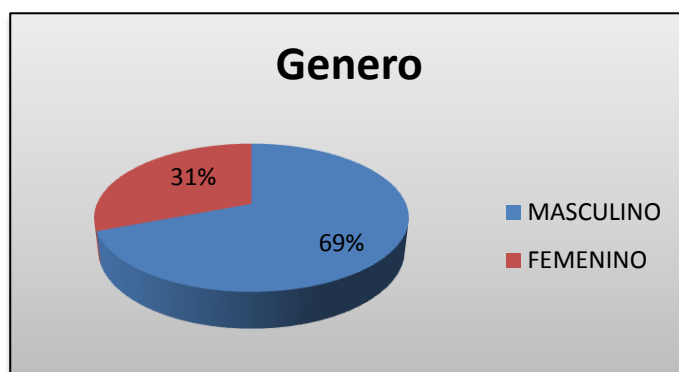
Fuente de datos: INEC; Cuadro elaborado por el autor

Este cuadro nos muestra una proyección del crecimiento poblacional de Esmeraldas, pues según datos del INEC el crecimiento de la población es de un 3.63% anual.

Resultados de la Encuesta para la Empresa Inmobiliaria

1. Sexo:

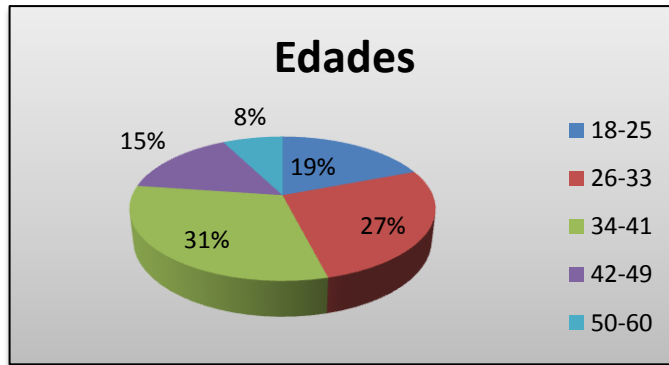
	Numero	%
Masculino	173	69%
Femenino	77	31%



Se realizó una encuesta a 250 personas en la ciudad de Esmeraldas para determinar si es viable la implementación de una empresa de servicios inmobiliarios de las cuales el 69% son hombres y el 31% restantes son mujeres.

2. Edad:

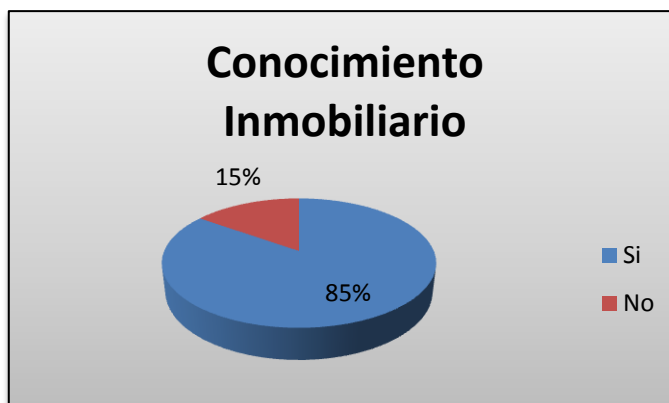
Edad	Numero	%
18-25	48	19%
26-33	67	27%
34-41	78	31%
42-49	38	15%
50-60	19	8%



Este cuadro nos indica que el 19% de los encuestados están entre los 18-35 años, el 27% están entre 36-49 años, un 31% están entre 34-41 años, otro 15% están entre 42-49 años y un 7% están entre 50-60 años. En la encuesta se decidió tomar en cuenta a las personas entre 18-25 años porque son nuestro mercado futuro.

3. Conoce usted cual es la función de una empresa de servicio inmobiliario? Si su respuesta es no por favor no continúe con la encuesta.

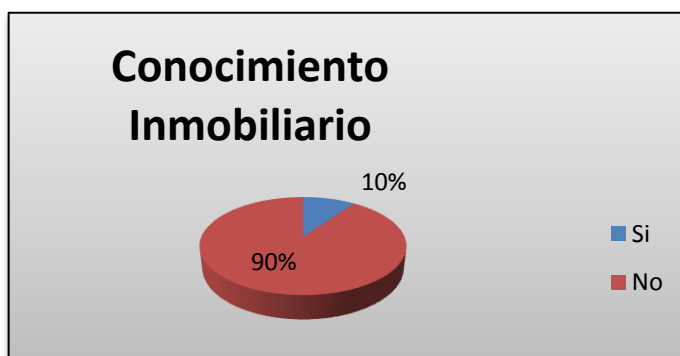
	Numero	%
Si	224	90%
No	26	10%



De las 250 personas encuestadas en la ciudad de Esmeraldas el 85% conocen las funciones de una empresa de servicios inmobiliarios y el 15% no conoce lo que nos da un total de 26 encuestas anuladas para las siguientes preguntas.

4. Conoce usted alguna empresa de servicios inmobiliarios en Esmeraldas?

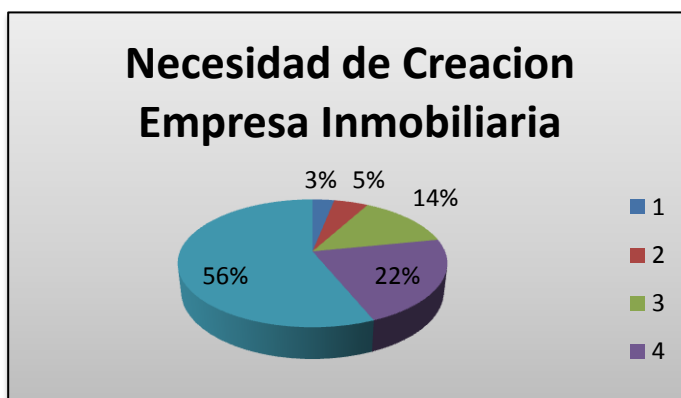
	Numero	%
Si	22	10%
No	202	90%



De las 224 personas que continuaron con la encuesta el 10% conocen una empresa inmobiliaria en Esmeraldas y el 90% restante no conoce. Esto se da debido a que en el mes de Junio del 2012 se abrió una oficina de avalúos y corretaje inmobiliario.

**5. En una escala del 1 al 5, donde 5 es "muy necesario" y 1 es "nada necesario".
¿Cuán necesario considera Ud. La creación de una empresa inmobiliaria en el sector?**

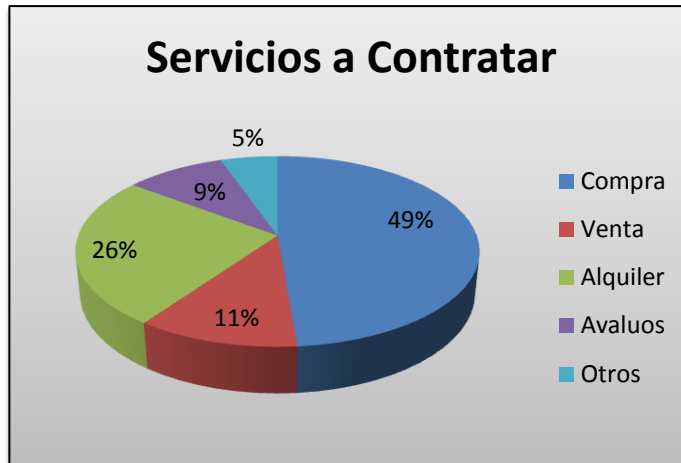
Escala				
1	2	3	4	5
7	11	31	49	126
3%	5%	14%	22%	56%



El siguiente cuadro nos indica que el 56% de los encuestados están convencidos que si es necesario la creación de una empresa inmobiliaria en Esmeraldas, mientras el 3% no lo considera así.

6. ¿Para qué tipo de servicio usted contrataría una empresa de servicios inmobiliarios?

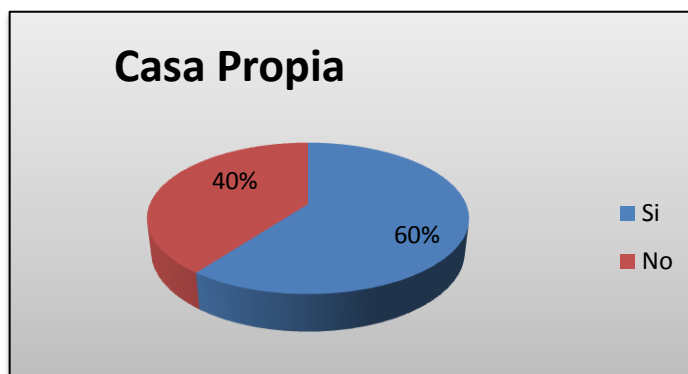
Compra	Venta	Alquiler	Avalúos	Otros
109	25	57	21	12
49%	11%	25%	9%	5%



Segun esta información el 49% contrataría los servicios para comprar, el 11% para vender, el 25% para alquilar o arrendar, el 9% para que les den un avaluo y el 5% para otras actividades relacionadas.

7. ¿Usted tiene casa propia?

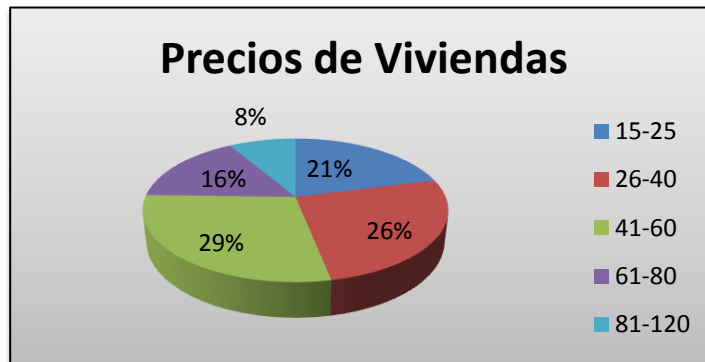
	Numero	%
Si	135	60%
No	89	40%



El 60% cuentan con casa propia y el 40% no; esto nos indica que existe un mercado desatendido al cual la empresa inmobiliaria se podría dirigir, además el mercado que ya tiene casa propia puede vender o arrendar para adquirir una vivienda nueva.

8. ¿Usted cuanto está dispuesto a pagar por una vivienda? (En miles de dólares)

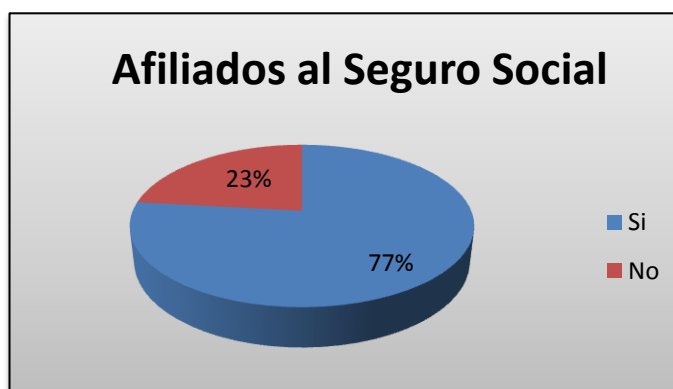
Dólares	Numero	%
15-25	47	21%
26-40	58	26%
41-60	64	29%
61-80	36	16%
81-120	19	8%



Los datos nos indican que las mayoría de las personas están dispuestas a pagar por una vivienda valores entre \$15.000 - \$60.000 dolares; dicho mercado se divide de la siguiente manera, el 21% de las personas están dispuestas a pagar valores entre \$15.000 - \$25.000; el 26% están dispuestas a pagar valores entre \$26.000 - \$40.000 dolares y el 29% están dispuestos a pagar valores entre \$41.000 - \$60.000.

9. ¿Se encuentra usted afiliado al seguro social?

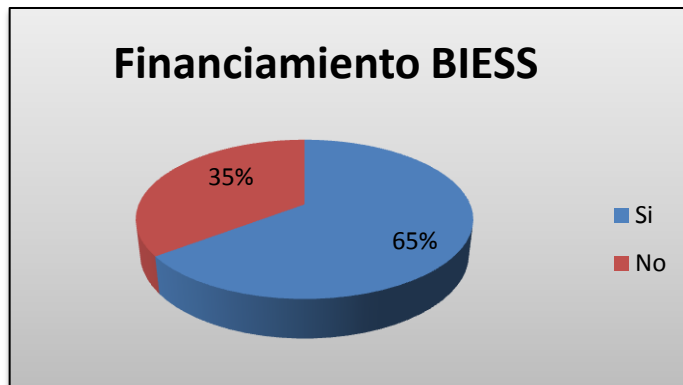
	Numero	%
Si	172	77%
No	52	23%



El resultado de la encuesta nos indica que el 77% están afiliados al Seguro Social y que el 23% restante no lo esta.

10. ¿Está usted dispuesto a financiar su vivienda por medio del BIESS?

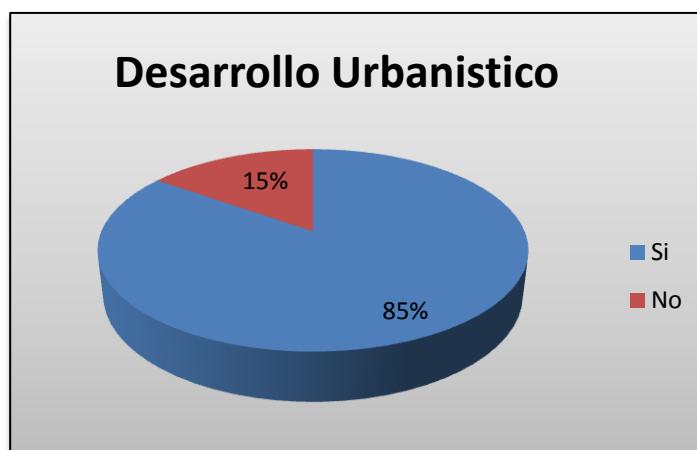
	Numero	%
Si	145	65%
No	79	35%



El 65% de la población esta dispuesta a financiar su vivienda por medio del BIESS, lo cual se convierte en una oportunidad gracias al apoyo del Gobierno hacia los créditos hipotecarios; el 35% restante estarían dispuestos a financiar su vivienda por medio de l banca privada o por recursos propios.

11. ¿Considera usted que una empresa inmobiliaria impulsaría el desarrollo urbanístico de Esmeraldas?

	Numero	%
Si	190	85%
No	34	15%



El 85% de la población considera que la creación de una empresa de servicios inmobiliarios impulsaria positivamente el desarrollo urbanistico de Esmeraldas; mientras el 15% restante no creen que favorezca al desarrollo urbanistico de Esmeraldas.

Conclusiones

1. CANTERSA tiene 24 años a la provincia de Esmeraldas en el mercado de la extracción, producción y comercialización de materiales pétreos para la construcción, cumpliendo con todos los requisitos y normativas para este tipo de explotación minera; tiene sus fortalezas y es una empresa reconocida en el mercado de Esmeraldas.

2. Como podemos observar en los cuadros de crecimiento de las viviendas, existe un nicho que no ha sido explotado correctamente y en la actualidad en la provincia de Esmeraldas no hay una empresa promotora inmobiliaria que se dedique a presentar y promocionar proyectos de viviendas.

3. Concluimos que por la falta de una empresa promotora inmobiliaria la ciudad de Esmeraldas los proyectos de viviendas avanzan lentamente y en ocasiones se estancan por la falta de promoción.

Recomendaciones

1.Reducir las debilidades que se encontraron en el estudio del FODA como es contar con un número mínimo de vehículos para así mejorar el servicio de transporte de material pétreo en el proceso de extracción y comercialización. Diseñar un manual de funciones y procedimiento para establecer las normas y tareas de cada trabajador, así como sus responsabilidades y obligaciones de cada una de las unidades de trabajo, sus requisitos y perfiles.

2.Se recomienda la implementación de la rama de servicio de promotora inmobiliaria en la empresa CANTERSA; a demás debe de aprovechar el posicionamiento que tiene CARTERSA en la provincia de Esmeraldas.

3.Se recomienda poner en marcha el proyecto realizar alianzas con las constructoras EV, PACHIVAR, Hernández y Palma Real; constructoras que han hecho proyectos exitosos en Esmeraldas.

9. Bibliografía

Trabajos citados

- Achi, A. (2012). Editorial. *Magazine Bienes Raices*, 4.
- Administrador. (5 de Octubre de 2010). Provincia de Esmeraldas. Esmeraldas, Esmeraldas, Ecuador.
- Antoni Montaña, M. C. (2001). *Economía y Organización de Empresas de Construcción*. Valencia: Ed. Universidad Politécnica.
- Avellan Mina, E. F. (20 de 06 de 2012). Funciones de los contadores en las empresas. (M. P. VivarVaca, Entrevistador)
- Barrera, D. P. (2012). Proyecto de Ley de Credito Hipotecario. *Clave Bienes Raices*.
- Bienes Raices Magazine. (2012). Biess Muchos sueños. Un banco. *Bienes Raices Magazine*, 40.
- Biess. (2 de Mayo de 2012). www.biess.fin.ec. Obtenido de www.biess.fin.ec: http://www.biess.fin.ec/images/pdf/REPORTE_ESTADISTICO/Biess-Reporte-Estadistico_a_Marzo%2019.pdf
- CANTERSA. (2011). Esmeraldas.
- Cuesta V., P. (2006). www.eumed.net. Obtenido de www.eumed.net: <http://www.eumed.net/tesis/2006/pcv/2j.htm>
- Cueva, O. S. (30 de Abril de 2012). <http://omarserranocueva.com>. Obtenido de <http://omarserranocueva.com>: <http://omarserranocueva.com/cifras-biees/operaciones-concedidas-al-27-de-abril-de-2012>
- Diario El Comercio. (11 de Febrero de 2012). <http://blog.asiess.org.ec>. Obtenido de <http://blog.asiess.org.ec>: <http://blog.asiess.org.ec/index.php/noticias/mas-plata-para-creditos-hipotecarios/> Estupinan, D. C. (12 de Junio de 2012). Funcion de un Asesor Legal Inmobiliario. (M. Vivar, Entrevistador)
- Estupinan, I. J. (2 de Marzo de 2012). Mercadotecnia en un negocio inmobiliario. (M. P. Vivar, Entrevistador)
- Herrera, N. (2011). www.arqhys.com. Obtenido de www.arqhys.com: <http://www.arqhys.com/articulos/petres-materiales.html>
- INEC. (3 de 5 de 2010). www.inec.gov.ec. Obtenido de www.inec.gov.ec: <http://redatam.inec.gob.ec/cgi-bin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CPV2010&MAIN=WebServerMain.inl>
- Llinares, M. C. (2001). *Economía y Organización de Empresas Constructoras*. Valencia: Universidad Politecnica de Valencia.
- Meza, C. (2012). El dinamico sector de la Construcción. *IPSA RESEARCHERS*, 7.

- Negocios, C. (28 de Agosto de 2009). *Crece Negocios.com*. Obtenido de Crece Negocios.com: <http://www.crecenegocios.com/tipos-de-negocios/>
- Nevarez, F. (2012). El dinamico sector de la Construcción. *IPSA RESEARCHERS*, 7.
- Nicholson, W. (2006). Razones por las que se desplazan las curvas de oferta y demanda. En W. Nicholson, *Teoria Macroeconomica: Principios Basicos Y Ampliaciones* (pág. 290). Mexico D.F.: Cengage Learning Editores.
- Ochoa, O. A. (2000). *Avaluos De Inmuebles Y Garantias*. Bogota: Bhandar Editores Ltda.
- Ortiz, J. A. (2007). *Monologo de Un Vendedor: 5 Temas de Marketing Integral Tecnico-Empresarial*. Espana: Diaz de Santos.
- Ponce, I. C. (22 de Marzo de 2012). Empresas Inmobiliarias. (M. P. Vivar, Entrevistador)
- Sandoval, A. (25 de Abril de 2012). Empresas Inmobiliarias. (M. Vivar, Entrevistador)
- Soria, F. (2012). El dinamico sector de la Construcción. *IPSA RESEARCHERS*, 9.
- Tompson, I. (Mayo de 2006). *Promo Negocios*. Obtenido de Promo Negocios: www.promonegocios.net/mercados/estrategias-mercado.html
- Universo, D. E. (15 de 02 de 2012). El norte concentra el 40.3% de oferta de viviendas nuevas. *El norte concentra el 40.3% de oferta de viviendas nuevas*.
- Universo, Diario El. (30 de Enero de 2012). El Biess gana terreno a banca privada en nicho hipotecario. *El Biess gana terreno a banca privada en nicho hipotecario*, pág. 10.
- Valino, P. C. (2006). *Estrategias de Crecimiento de las Empresas de Distribucion Comercial*. Espana.
- Valleta, L. (2000). Fideicomiso inmobiliario. En L. Valleta, *Diccionario De Derecho Comercial/ Commercial Law Diccionar* (pág. 191). Buenos Aires: Valletta Ediciones SRL, 2000.
- Villamar, I. M. (7 de Mayo de 2012). Funciones del Gerente Administrativo y Financiero. (M. Vivar, Entrevistador)

10. Anexos

6.1 PRESUPUESTO PROYECTO INMOBILIARIO		
<u>Gastos Administrativos</u>	Precio Unitario	Total
Gasto de Personal		
Jefe de Proyectos		\$ 500,00
Secretaria		\$ 300,00
Mensajero		\$ 292,29
TOTAL		\$ 1.092,29
<u>Gastos de Oficina</u>		
Muebles & Enseres		
Consumo telefónico		\$ 80,00
Luz		\$ 20,00
Plan de celulares		\$ 130,00
Escritorios (3)	\$ 120,00	\$ 360,00
Sillas de oficina (6)	\$ 25,00	\$ 150,00
Varios papelería		\$ 300,00
Equipo de Oficina		
Computadores (4)	\$ 710,00	\$ 2.840,00
Impresora (1)	\$ 133,00	\$ 133,00
Calculadoras (3)	\$ 5,00	\$ 15,00
LCD	\$ 792,76	\$ 792,76
Sistema de Audio	\$ 131,16	\$ 131,16
TOTAL		\$ 4.951,92
<u>Gastos de Publicidad</u>		
Diseño de pagina web		\$ 520,00
Afiliación anual a google		\$ 140,00
Letrero		\$ 485,00
Volantes a color (1000)		\$ 280,00
Publicidad en Revista Cámara de la Construcción		\$ 150,00
Publicidad en Revista Cimientos		\$ 200,00
Folletos (1000)		\$ 700,00
TOTAL		\$ 2.475,00
TOTAL DE GASTOS		\$ 8.519,21

6.2 GASTO FIJO MENSUAL PROYECTO INMOBILIARIO		
Gastos Administrativos	Precio Unitario	Total
Gasto de Personal		
Jefe de Proyectos		\$ 500,00
Secretaria		\$ 300,00
Mensajero		\$ 292,29
Consumo telefónico		\$ 80,00
Consumo de luz		\$ 20,00
Planes de celulares		\$ 130,00
TOTAL		\$ 1.322,29

DATOS	
INGRESOS	
VENTAS	\$1.200.000,00
Unidades Vendidas	20
Precio	\$ 60.000,00

6.3 FLUJO DE CAJA CANTERSA AREA INMOBILIARIA	
Comisión Promotora Inmobiliaria (3%)	\$ 36.000,00
TOTAL DE INGRESOS	\$ 36.000,00
EGRESOS	
Sueldos y Salarios	\$ 1.092,29
Gastos de Depreciación	\$ 73,70
Servicios Básicos (Plan Cel, Luz, Teléfono)	\$ 230,00
Gastos de Publicidad (10% Total de Ingresos)	\$ 3.600,00
Gastos de Venta (3% Comisión Vendedores)	\$ 2.160,00
TOTAL DE EGRESOS	\$ 7.155,99
FLUJO ANTES DE IMPUESTOS	\$ 28.844,01
Participación de los trabajadores (15%)	\$ 360,55
Impuesto a la Renta (23%)	\$ 545,93
Depreciación (+)	\$ 73,70
FLUJO NETO	\$ 28.011,23

6.4 PREGUNTAS FOCUS GROUP (TRABAJADORES CANTERSA)

Quienes administran CANTERSA, con el fin obtener datos e información que nos permitan conocer y corregir las condiciones laborales y procesos de nuestras actividades, solicitan a usted responder al siguiente cuestionario.

Fecha: 2 de Febrero del 2012

1. Sexo:

Masculino

Femenino

2. Edad:

18 - 25

26 - 33

34 - 41

42 - 49

50 - 57

3. Instrucción:

Primaria

Secundaria

Superior

4. ¿Cree usted que existe compañerismo dentro de la empresa?

SI

NO

5. ¿Cuál es su nivel de confianza para con la empresa?

Alto

Medio

Bajo

6. ¿Usted considera que la compañía cuenta con todas las herramientas necesarias para poder trabajar?

SI

NO

7. ¿Se Siente usted con la libertad de comunicarle a sus superior lo que piensa?

SI

NO

8. ¿Se Siente usted orgulloso de su trabajo?

SI

NO

9. ¿Cree usted que hay favoritismo en el área de trabajo?

SI

NO

10. ¿Cree usted que su lugar de trabajo ha mejorado en comparación del año anterior?

SI

NO

Agradecemos su participación...

6.5 ENCUESTA INMOBILIARIA

Quienes administran CANTERSA, con el fin obtener datos e información que nos permitan conocer si es factible la implementación de una empresa de servicios inmobiliarios en Esmeraldas, solicitan a usted responder al siguiente cuestionario.

Fecha: 12 de Junio del 2012

1. Sexo:

Masculino

Femenino

2. Edad:

18 - 25

26 - 33

34 - 41

42 - 49

50 - 60

3. Conoce usted cual es la función de una empresa de servicio inmobiliario?

Si

No

4. Conoce usted alguna empresa de servicios inmobiliarios en Esmeraldas?

Si

No

5. En una escala del 1 al 5, donde 5 es "muy necesario" y 1 es "nada necesario".

¿Cuán necesario considera Ud. La creación de una empresa inmobiliaria en el sector?

1

2

3

4

5

6. ¿Para qué tipo de servicio usted contrataría una empresa de servicios inmobiliarios?

Compra

Venta

Arriendo

Avalúos

Otros

7. ¿Usted tiene casa propia?

SI

NO

8. ¿Usted cuanto está dispuesto a pagar por una vivienda? (En miles de dólares)

15 - 35

36 - 49

50 - 61

62 - 79

80 - 120

9. ¿Se encuentra usted afiliado al seguro social?

SI

NO

10. ¿Está usted dispuesto a financiar su vivienda por medio del BIESS?

SI

NO

11. ¿Considera usted que una empresa inmobiliaria impulsaría el desarrollo urbanístico de Esmeraldas?

SI

NO

Agradecemos su participación...

6.6 ENCUESTA A CLIENTES

Fecha:

1. **Sexo:**

Masculino

Femenino

2. **¿Acude con frecuencia a comprar a la cantera?**

SI

NO

3. **¿Al momento de comprar este tipo de productos, que es lo primero que toma en cuenta?**

Calidad

Precio

Servicios

Otros

4. **¿Cree usted que nuestros productos son de calidad?**

Muy Bueno

Bueno

Malo

5. **¿Estaría dispuesto a comprar arena fina lavada?**

SI

NO

6. **¿Estaría dispuesto a comprar piedra bola?**

SI

NO

7. **¿Valore en escala de 1 al 10 nuestra atención?**

8. **¿Según su criterio que deberíamos implementar para satisfacer su necesidad?**

9. **¿Existe alguna sugerencia que le gustaría decirnos para lograr una mejor relación comercial entre el cliente y al empresa?**

10. **¿Estaría usted dispuesto a pagar con tarjeta de crédito?**

SI

NO

Agradecemos su participación...

6.7. Anexo.

Foto Materiales Pétreos Ibarra – Ecuador.



www.ibarra.olx.com.ec

6.8. Anexo.

Foto de Equipo de Trituración.



www.bogotacity.olx.com.com

6.9. Anexo

Foto de Cantera en Ambato



www.lahora.com.ec

9.4. Anexo

Población total de la provincia de Esmeraldas.



<http://www.inec.gov.ec/cpv/>

6.10. Anexo

Población total de la ciudad de Esmeraldas.



Resultados Censo de Población

Provincias Cantones:

2010

ESMERALDAS

ESMERALDAS

Consultar

Total	189.504
Mujeres	97.428
Hombres	92.076

<http://www.inec.gov.ec/cpv/>

6.11. Anexo

Tasa de crecimiento por provincias

Mayores	
Ciudad	Tasa de crecimiento inter censal
Orellana	5,08
Esmeraldas	3,63
Sucumbios	3,48
Pastaza	3,41
Galápagos	3,32

Fuente: INEC, Censo de Población y Vivienda (2010)

GLOSARIO

Canteras: Una cantera es un lugar de donde se extrae piedra y otros materiales usados en la construcción.

Normas Ambientales: Normas que la sociedad acuerda para proteger la salud de las personas y el medio ambiente. Existen normas generales, normas de calidad primaria y secundaria, y normas de emisión.(RM, 2009)

Diversificación: Se conoce como diversificación al proceso por el cual una empresa pasa a ofertar nuevos productos y entra en nuevos mercados, por la vía de las adquisiciones corporativas o invirtiendo directamente en nuevos negocios.(NEGOCIOS, 1999, pág. 202)

Bienes Muebles: Son aquellos que pueden trasladarse de un lugar a otro. (Ochoa, 2000)

Bienes Inmuebles: Son aquellos que no se pueden trasladar de un lugar a otro por ejemplo: tierras, edificios, minas. (Ochoa, 2000)