



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ESCUELA DE INGENIERÍA EN MARKETING

CARRERA INGENIERÍA COMERCIAL

TESIS DE GRADO

Previa la obtención del Título de:

INGENIERA COMERCIAL

TEMA

“DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CONSTRUCTORA PROMOTORES INMOBILIARIOS CONTRERAS VEGA CIA.LTDA PARA EL PROYECTO HABITACIONAL LOS JARDINES DE LA CIUDAD DE BABAHOYO. PERÍODO ENERO – JUNIO 2014”

POR: DENISSE ESTEFANÍA HERNÁNDEZ MONTENEGRO

LÉNIN ENRIQUE VALVERDE SÁNCHEZ

RIOBAMBA - ECUADOR

2015

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo de investigación sobre el tema “DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CONSTRUCTORA PROMOTORES INMOBILIARIOS CONTRERAS VEGA CIA.LTDA PARA EL PROYECTO HABITACIONAL LOS JARDINES DE LA CIUDAD DE BABAHOYO. PERÍODO ENERO – JUNIO 2014” previo a la obtención del título de Ingenieros Comerciales ha sido desarrollado por la Srta. Denisse Estefanía Hernández Montenegro y el Sr. Lenin Enrique Valverde Sánchez, ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

Ing. Jenny Lilian Basantes Avalos

DIRECTOR DE TESIS

Ing. Javier Alonso Viñán Carrera

MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS

CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD

Nosotros, Denisse Estefanía Hernández Montenegro y Lénin Enrique Valverde Sánchez, estudiantes de la Escuela de Ingeniería en Marketing de la Facultad de Administración de Empresas, declaramos que la tesis que se presenta es auténtica y original. Somos responsables de las ideas expuestas y los derechos de autoría corresponden a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Denisse Hernández M.

Lénin Valverde S.

AGRADECIMIENTO

Queremos agradecer primeramente a Dios por ser nuestra guía espiritual y la fuerza interior que nos impulsa a seguir adelante para culminar uno de nuestros primeros sueños.

Queremos expresar un profundo y reconocido agradecimiento a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Administración de Empresas, Escuela de Ingeniería en Marketing, por los valiosos conocimientos aportados durante el desarrollo de la carrera universitaria.

A nuestros padres por el apoyo incondicional que nos han brindado, por su paciencia, comprensión, empeño, fuerza y amor. Gracias...

A la Ing. Jenny Basantes e Ing. Javier Viñan por su esfuerzo, dedicación, por compartir sus conocimientos y por alentarnos como amigos, sembrando en nosotros responsabilidad para llevar a cabo este proyecto.

A todas aquellas personas que de una u otra manera hicieron posible la culminación de este trabajo de graduación.

Denisse y Lénin

DEDICATORIA

A mi padre Luis Hernández, por ser quien a pesar de las dificultades ha estado siempre ahí dándome la fuerza necesaria para seguir adelante, por ser el vivo ejemplo de valentía, esfuerzo, perseverancia y triunfo, por haberme convertido en la mujer que soy.

A mi madre, quien a pesar de la distancia y en el lugar que se encuentre sé que me estará bendiciendo. Le dedico este triunfo.

A mis abuelitos Piedad Sandoval y Luis Montenegro, por estar conmigo y ser el amor, la comprensión, el apoyo y la fuerza, por ser quienes me impulsaron a salir adelante haciéndome comprender que los obstáculos son parte de la vida y que con esfuerzo podemos cumplir nuestros sueños.

A mi hermana Carolina Hernández, por ser mi mejor amiga, por asumir la tarea tan grande de guiar mi vida, por acompañarme en los buenos y malos momentos y luchar siempre junto a mí.

A mis sobrinos Martín, María Paz y Emilio, por ser el motor y la esencia de mi vida, por inspirarme a continuar siendo una mejor persona.

Denisse

A mis padres, Ángel Valverde y Elita Sánchez quienes estuvieron, están y estarán en los momentos pequeños y grandes de mi vida. Gracias a las palabras de mi padre y sus experiencias que me han ayudado a formar mi camino y no cometer errores. Mi madre quién siempre ha cuidado y logrado lo que el día de hoy soy, un hijo de Dios.

A mis hermanas, Paola Valverde y Vanessa Valverde por crecer junto a mí y darme la fortaleza para entender que la vida tiene un propósito.

A mis sobrinos, Ariana y Miguel Jácome porque desde el día que supe de sus nacimientos me dieron más ganas de vivir y enseñarles lo hermosa que es la vida cuando se lucha por sus sueños.

A Dios, por ser el guía y Padre Eterno.

Lénin

RESUMEN

Se ha desarrollado el diseño de un “Plan de Negocios para la Constructora Promotores Inmobiliarios Contreras Vega Cía. Ltda., para el Proyecto Habitacional Los Jardines de la Ciudad de Babahoyo, con el objetivo de realizar un análisis de la situación actual de la empresa para identificar sus fortalezas, debilidades que permitan potenciar sus oportunidades y evadir las amenazas que se pudieran presentar. Se ha utilizado la investigación de campo, documental y descriptiva para observar la potencial acogida del proyecto, los métodos empleados son el inductivo, deductivo y analítico. Como resultado se espera básicamente que la constructora pueda obtener mayor número de clientes a través de la correcta difusión de sus productos, y también a manejar las distintas áreas que posee de manera atinada lo que ayudará al desarrollo de la empresa. Como conclusión podemos ver que la población de Babahoyo tiene una respuesta positiva en cuanto a las viviendas, al precio y a las características del conjunto habitacional que la constructora ofrece. Se recomienda la aplicación del presente Plan de Negocios para que se pueda continuar con el enfoque de los objetivos que se han planteado en la organización, su aplicación práctica dependerá en gran medida del nivel de colaboración e integración que demuestren cada uno de los socios y de las personas involucradas en los procesos y actividades que la empresa desarrolla.

ABSTRACT

It has been developed the design of a Business Plan for the Construction Company “Promotores Inmobiliarios Contreras Vega Cía. Ltda”., for the housing Project “Los Jardines” in the city of Babahoyo, which objective is to conduct an analysis of the current situation of the company to identify its strengths and weaknesses that allow enhance their opportunities and avoid threats that may arise. To observe the potential host of the Project, field, documentary and descriptive research were used. The methods employed are: inductive, deductive and analytical. As a result it is basically expected that the Construction Company can get more customers by using effective dissemination of its products, and also to handle the different areas that possesses in a correct manner which will help the development of the company. In conclusion we can see that the population of Babahoyo has a positive answer to housing, price and characteristics of the housing complex that the builder offers. The application of this Business Plan is recommended so that it can continue with the approach of the objectives that have been raised in the organization, its practical implementation will depend largely on the level of collaboration and integration that each of the partners and the people involved demonstrate in the processes and activities that the company develops.

ÍNDICE GENERAL

Portada.....	I
Certificación del Tribunal.....	II
Certificado de Responsabilidad.....	III
Agradecimiento	IV
Dedicatoria	V
Resumen.....	VII
	VIII

Abstract	VIII
Capítulo I: Generalidades	1
1.1. Reseña histórica.....	1
1.2. Ubicación geográfica.....	3
1.3. Misión.....	5
1.4. Visión.....	5
1.5. Valores institucionales.....	5
1.6. Calidad del producto	6
1.7. Organigrama estructural y funcional.....	6
1.8. Tema	10
1.9. El Problema.....	10
1.10. Justificación.....	11
1.11. Objetivos	12
Capítulo II: Marco Teórico - Conceptual	14
2.1 Fundamentación teórica.....	14
2.1.1. Definición de plan de negocios.....	14
2.1.2. Para que sirve el plan de negocios	15
2.1.3. Importancia del plan de negocios.....	16
2.1.4. Elementos del plan de negocios.....	18
2.2. Marco conceptual	20
2.3. Hipótesis o idea a defender.....	23
2.4. Esquema tentativo del contenido de la tesis	24
Capítulo III: Marco metodológico.....	27
3.1. Modalidad de la investigación	27
3.2. Tipos de investigación.....	27
3.3. Métodos, técnicas e instrumentos.....	27
3.4. Población y muestra	28
3.5. Interpretación de datos.....	30
3.6. Análisis FODA.....	53
Capítulo IV: Marco Propositivo	54
4.1. Título	54

4.2. Contenido del plan de negocios	54
4.2.1. Resumen ejecutivo	54
4.2.2. Descripción del producto o servicio	55
4.2.3. Mercado potencial del proyecto.....	62
4.2.4. Entorno competitivo.....	62
4.2.5. Modelo del negocio	63
4.2.6. Organización y equipo directivo	64
4.2.7. La empresa	65
4.2.8. Plan de Implementación	66
4.2.8.1. Plan de Marketing.....	66
4.2.8.2. Plan Operativo.....	72
4.2.8.3. Plan Financiero	86
4.2.8.4. Plan de Recursos Humanos.....	90
Capítulo V: Conclusiones Y Recomendaciones	100
5.1. Conclusiones.....	100
5.2. Recomendaciones.....	100
5.3. Bibliografía.....	102
5.4. Anexos.....	103

ÍNDICE DE CUADROS

No. 1 Análisis FODA	53
No. 2 Desarrollo POA.....	72
No. 3 Balance de pérdidas y ganancias	87
No. 4 Flujo de efectivo.....	88
No. 5 Perfil de cargo jefaturas	91
No. 6 Perfil de cargo trabajadores.....	92
No. 7 Perfil de cargo vendedores	92
No. 8 Requerimiento de personal jefaturas	93
No. 9 Requerimiento de personal trabajadores	94
No. 10 Requerimiento de personal vendedores	95
No. 11 Calificación de aspirantes	96
No. 12 Política de sueldos.....	97
No. 13 Cuadro de capacitación	98

ÍNDICE DE GRÁFICOS

No. 1 Sexo del cabeza de familia	30
No. 2 ¿Cuántas personas habitan en la vivienda?	31
No. 3 Superficie de la vivienda	32
No. 4 Antigüedad de la vivienda.....	33
No. 5 Tipo de vivienda.....	34
No. 6 Número de años de residencia en la vivienda	35
No. 7 Régimen de tenencia de la vivienda	36
No. 8 Grado de satisfacción de la vivienda	37
No. 9 Según su opinión el precio de las viviendas	38
No. 10 Principales soluciones al problema de la vivienda	39
No. 11 A quién corresponde dar solución al problema de la vivienda	40
No. 12 Ayuda del gobierno para compra de vivienda.....	41

No. 13 Esta de acuerdo con que una constructora construya viviendas que brinde comodidad.....	42
No. 14 Dinero que se pueda destinar para compra de vivienda.....	43
No. 15 ¿Cuál es el precio máximo para la compra de una vivienda?.....	44
No. 16 ¿Cómo piensa financiar la vivienda?	45
No. 17 Que % de crédito supondría al respecto del precio de la vivienda	46
No. 18 Ha abierto una cuenta de ahorro-vivienda	47
No. 19 ¿Cuál es su situación laboral?	48
No. 20 Personas que contribuirían con el financiamiento de la vivienda.....	49
No. 21 Ingresos netos de las personas que colaboraran en la adquisición de la vivienda	50
No. 22 Considerando los factores, diría Ud. que está en posibilidades de cambiar de vivienda	51
No. 23 Cree Ud. que en el mercado existen viviendas con características y precios adecuados a sus posibilidades económicas	52

ÍNDICE DE FIGURAS

No. 1 Símbolos utilizados.....	73
No. 2 Canales de distribución.....	75
No. 3 Utilización de medios de comunicación	77
No. 4 Hojas volantes	79
No. 5 Diseño de página web	81
No. 6 Promoción.....	83
No. 7 Política de formación	85

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

No. 1 Modelo de trípticos	67
No. 2 Modelo de hojas volantes	68
No. 3 Modelo de pagina web.....	70

CAPÍTULO I

1. GENERALIDADES

1.1 Reseña Histórica

1.1.1 CONSTRUCTORA

Promotores Inmobiliarios Contreras Vega Cía. Ltda., es una compañía constituida el 10 de Agosto del 2005 ante el Notario Décimo Sexto del Cantón Quito, Doctor Gonzalo Román Chacón, e inscrita en el Registro Mercantil del mismo cantón el 17 de Noviembre de 2005.

La propuesta de la constructora nace de la iniciativa empresarial y profesional de los socios fundadores, con el objetivo principal de brindar a la población no solo de la ciudad de Quito, sino del país, viviendas que cumplan con los altos estándares de calidad, eficiencia, cumplimiento y seguridad que este tipo de empresas exige.

La empresa continúa con un proceso de crecimiento y desarrollo, dedicada a la construcción de obras, diseño, estructuración y ejecución de proyectos inmobiliarios, para lo cual contamos con un equipo de jóvenes profesionales con una gran trayectoria, capital humano que supera los 7 años de experiencia en desarrollo inmobiliario.

Nuestro primer proyecto urbanístico de gran magnitud es la Urbanización “Los Jardines”, el cual se va a ser desarrollado en la provincia de Los Ríos, ciudad de Babahoyo, es un proyecto que llama la atención debido a la innovación que proponen, en donde se combinan casas, áreas deportivas, áreas comerciales, guarderías dentro de un mismo sitio, con una excelente ubicación y una arquitectura moderna.

Con la finalidad de brindar un mejor producto a la ciudadanía, la constructora pretende alcanzar un proceso de acreditación en el Sistema de Gestión de Calidad ISO, lo que nos llevará a ser cada vez más competitivo a nivel nacional e internacional.

1.1.2 PROYECTO HABITACIONAL

El MIDUVI dentro de su política habitacional viene implementado la concesión de un bono para la construcción de viviendas en los sectores urbano, urbano marginal y rural para todas las familias que cumplan con los requisitos establecidos.

El terreno destinado para el presente proyecto habitacional consta de 44.52 hectáreas, ubicadas en la Parroquia Clemente Baquerizo del Cantón Babahoyo, en la Provincia de Los Ríos, en el mismo se proyectado la construcción de la Urbanización LOS JARDINESI, como un aporte para reducir el déficit habitacional en el Cantón Babahoyo.

Considerando el carácter estructural de nuestro sistema socio- económico, sumando al escaso desarrollo de la tecnología en el área de la construcción de vivienda en la ciudad de Babahoyo, situación que determina un déficit actual de viviendas en el área urbana de la ciudad, consecuentemente el conocimiento de este problema. Tendra a contribuir en menguar esta vital necesidad social.

El alcance fundamental del proyecto pretende una contribución para reducir el déficit que se va acumulando año tras año, en consideración también a que los organismo gubernamentales encargado de resolver este problema como el B.E.V y el MIDUVI, no han enfrentado con propuestas y soluciones concretas esta grave situación al no existir políticas de estado sino políticas de gobiernos de turno que improvisaron soluciones, parches, debemos señalar que el desaparecido Banco Ecuatoriano de la Vivienda en la ciudad de Babahoyo únicamente ejecuto programas de viviendas que son:

- 1.-El cafetal con 60 soluciones habitacionales en el año 1969.
- 2.-El Mamey con 45 soluciones habitacionales en el año 1978.
- 3.-Los Perales con 102 soluciones habitacionales en el año 1994.
- 4.-Los Tulipanes (El Salto) con 28 soluciones habitacionales en el año 1992.
- 5.-Bloques Multifamiliar del MÁS. En el año 1997.
- 6.-Bloques Multifamiliar de Emelrios. En el año 1997.

A más de estas soluciones habitacionales el BEV, también entregó créditos para la construcción de viviendas en terrenos propios, que estuvo vigente hasta el cierre de la Agencia Babahoyo.

En la actualidad existen conjuntos de viviendas particulares construyéndose en lado oeste en la vía que conduce a Guayaquil, como son las Urbanización Ciprés y Urbanización Ximena 4, en total aproximadamente 100 soluciones habitacionales, con un costo sumamente elevado y que no satisfacen las necesidades de las familias numerosas.

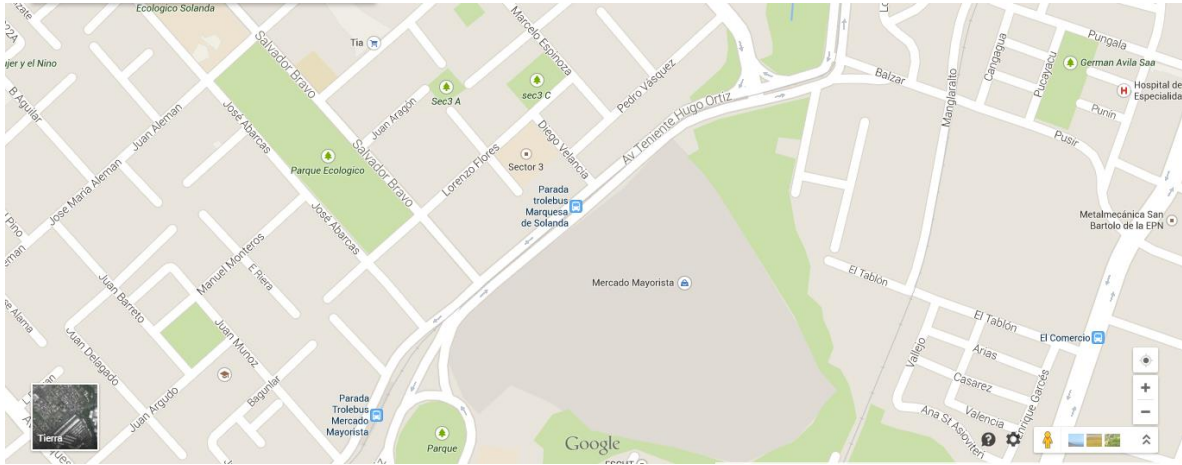
1.2. Ubicación Geográfica

MATRIZ: Av. Teniente Hugo Ortiz OE5-108 y Av. Mariscal Sucre

Quito

Pichincha

Ecuador

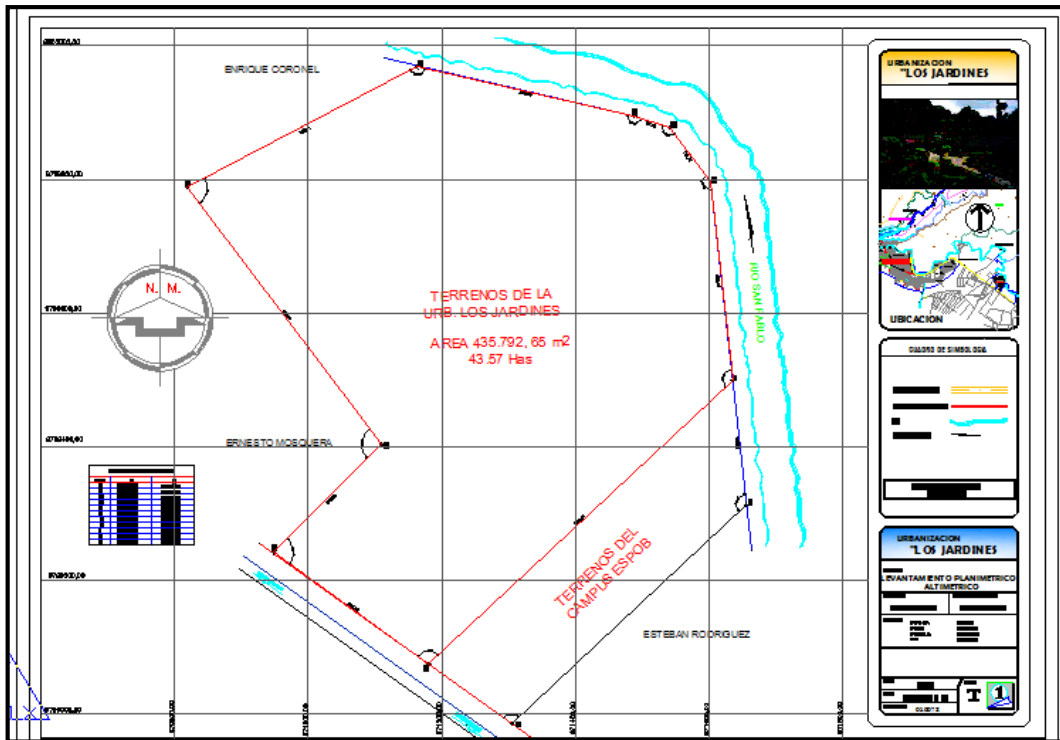


PROYECTO HABITACIONAL: Km 7 vía a Montalvo, Sector San Pablo

Babahoyo

Los Ríos

Ecuador



1.3 Misión

Construir y ejecutar proyectos inmobiliarios que ofrezcan viviendas acordes a una vida digna para esta sociedad, a través de una investigación de las necesidades de los usuarios, estableciendo normas y controles de calidad que garanticen la eficiencia de nuestro servicio, para contribuir en el desarrollo económico, social y cultural de la comunidad.

1.4 Visión

Ser una empresa líder en la construcción y ventas de viviendas, con alta rentabilidad, confianza y credibilidad de nuestro servicio reconocida a nivel nacional, brindando bienestar a clientes y empleados, enfrentando los desafíos y retos que presenta el mercado de bienes y servicios en general y de esta forma impulsar el desarrollo socioeconómico de la comunidad.

1.5 Valores Institucionales

- **Honestidad.-** Actuamos con la debida transparencia entendiendo que los intereses de la comunidad deben prevalecer para lograr conseguir los propósitos propios.
- **Lealtad.-** Velamos por la confiabilidad y el buen nombre de la empresa.
- **Respeto.-** Comprendemos las diferencias entre seres humanos y respetamos sus derechos y obligaciones en pro de un constante proceso de mejora.
- **Pertenencia.-** Realizamos nuestro proyecto de vida compatible con el proyecto laboral, para de esta manera aportar al desarrollo institucional mediante nuestra capacidad intelectual y física.
- **Integridad.-** Actuamos con transparencia y responsabilidad.
- **Compromiso.-** Tenemos sentido de pertenencia que nos motiva a cumplir las metas propuesta.

- **Liderazgo.**- Nuestra fuerza nos permite transformar las ideas en resultados.

1.6 Calidad del Producto

El proyecto inmobiliario Urbanización “Los Jardines” ofrece a la población un conjunto habitacional, donde cada vivienda constará de:

- Dos dormitorios
- Un baño General
- Cocina
- Sala
- Comedor
- Lavandería
- Área de jardín

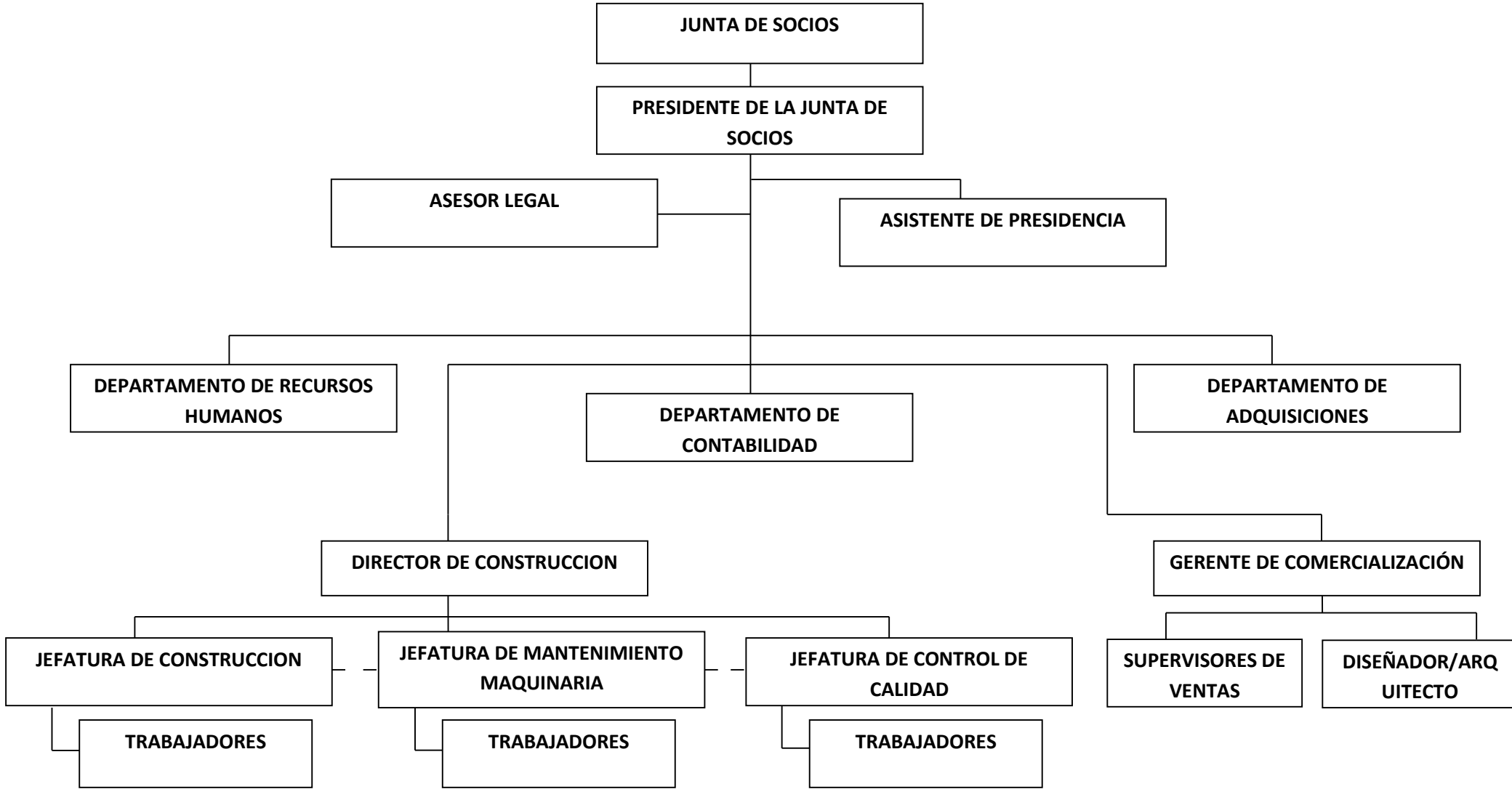
Además de las viviendas, la urbanización constará con todos los servicios básicos y distintas áreas independientes como:

- Hospital
- Comisariato
- Complejo Deportivo, las mismas que ayudarán al entretenimiento y mejora de la calidad de vida del mercado potencial.

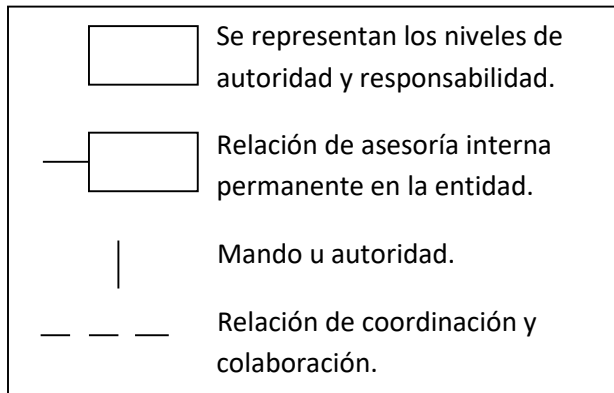
1.7 Organigrama Estructural y Funcional

1.7.1 Organigrama Estructural

La constructora Contreras VEGA Cía Ltda., carece de una estructura organizacional definida, en virtud de lo cual proponemos la siguiente:



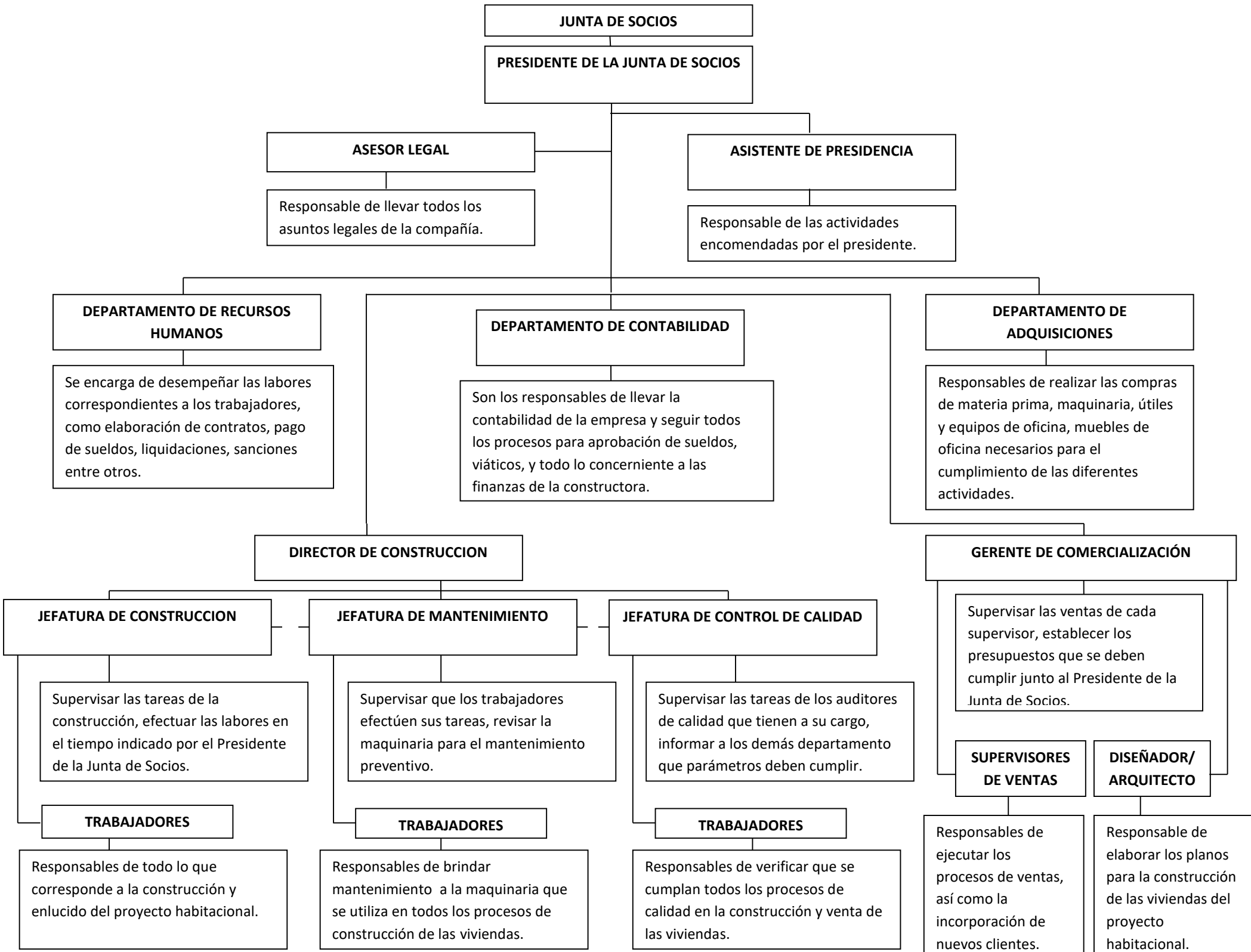
Cuadro de Referencia



1.7.2 Organigrama Funcional

El organigrama funcional de una empresa, muestra principalmente las funciones que tiene cada departamento y la relación que existe entre cada uno de ellos.

En el caso de la constructora Contreras VEGA Cía Ltda, proponemos el siguiente organigrama funcional:



1.8. TEMA

Diseño de un plan de negocios para la constructora PROMOTORES INMOBILIARIOS CONTRERAS VEGA CIA.LTDA para el proyecto habitacional LOS JARDINES de la ciudad de Babahoyo. Período Enero – Junio 2014

1.9. PROBLEMA

1.9.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Con el incremento de las necesidades de infraestructura civil, la industria de la construcción ha tenido que aumentar la intensidad de sus operaciones, es por ello que muchas empresas constructoras deben tener una planificación de actividades a seguir para la ejecución correcta de sus proyectos, por esto es necesario la elaboración de un plan de negocios que servirá para la administración interna de la empresa como instrumento clave, la constructora PROMOTORES INMOBILIARIOS CONTRERAS VEGA CIA.LTDA lo empleará para la realización de sus actividades, con el fin de llegar a ser una empresa competitiva dentro de la industria de la construcción.

La Constructora PROMOTORES INMOBILIARIOS CONTRERAS VEGA CIA.LTDA se ha destacado por la importancia de sus proyectos, ha tenido una larga trayectoria con clientes satisfechos por su calidad, técnica constructiva, seriedad y cumplimiento de obras. La empresa se ha desarrollado formando un gran equipo con aporte de gente joven, abierta y creativa, con capacidad de satisfacer a clientes clásicos y modernos, ofreciendo una variedad de proyectos.

A pesar de los éxitos alcanzados la constructora PROMOTORES INMOBILIARIOS CONTRERAS VEGA CIA.LTDA, tiene la oportunidad de poner en marcha un proyecto de mayor alcance, debido a la magnitud del mismo, es necesario reestructurar la gestión de procesos operativos, administrativos, financieros y de

recursos humanos para la consecución del proyecto habitacional LOS JARDINES de la ciudad de Babahoyo.

1.9.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuál es la consecuencia de la elaboración de un plan de negocios para la constructora PROMOTORES INMOBILIARIOS CONTRERAS VEGA CIA.LTDA enfocado en la ejecución del conjunto habitacional LOS JARDINES de la ciudad de Babahoyo?

1.9.3. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

ESPACIO: Esta investigación se llevará a cabo en la empresa constructora PROMOTORES INMOBILIARIOS CONTRERAS VEGA CIA.LTDA, ciudad de Quito, Provincia de Pichincha.

TIEMPO: Período Enero – Junio 2014

1.10. JUSTIFICACIÓN

Quienes están al frente de una empresa, se preguntan cómo mejorar la productividad, cómo lograr más clientes, cómo mejorar la imagen corporativa, cómo potenciar nuestro producto, cómo rendir las finanzas, cómo motivar al talento humano, cómo satisfacer a los clientes, cómo ser mejores? Obviamente las respuestas no son fáciles, pero lo importante es empezar por tomar la decisión de cambiar, y ese cambio es ahora, cómo?, pues implementando un plan de negocios que sobre la base de un diagnóstico de la situación actual de la empresa constructora CONTRERAS VEGA CIA.LTDA nos permita sugerir cursos de acción efectivos que contribuyan a lograr su anhelada competitividad.

Si la empresa constructora CONTRERAS VEGA CIA.LTDA implementa un plan de negocios asegurará que su negocio tenga sentido financiero y operativamente sea

más eficiente y efectivo, creará un marco que le permita identificar y evitar potenciales problemas antes de que ellos ocurran, será posible prever necesidades de recursos y optimización del tiempo, entre otros serán los principales beneficios corporativos.

La implementación del plan de negocios que se propone para la Constructora CONTRERAS VEGA CIA.LTDA permitirá dinamizar la economía de la zona de influencia, es decir de Babahoyo, tanto desde la generación de fuentes de empleo como la satisfacción de la demanda habitacional existente en el sector.

1.11. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

- ✓ Diseñar un plan de negocios para la empresa constructora PROMOTORES INMOBILIARIOS CONTRERAS VEGA CIA.LTDA.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Realizar un análisis de la situación actual de la industria de la construcción y de la empresa constructora CONTRERAS VEGA CIA.LTDA. para identificar sus fortalezas, debilidades que permitan potenciar sus oportunidades y evadir las amenazas que se pudieran presentar.
- ✓ Elaborar un plan de mercado que identifique el grupo objetivo, posicionamiento, fuerza de ventas, publicidad, promociones, entre otros.
- ✓ Desarrollar un plan operativo que especifique los procesos de la empresa, logros a alcanzar y problemas a enfrentar.
- ✓ Proponer un plan financiero que posibilite tomar decisiones prudentes y efectivas.

- ✓ Plantear un plan de recursos humanos que motiven al talento humano a asumir el compromiso de llevar al éxito corporativo de la empresa CONTRERAS VEGA CIA.LTDA.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO – CONCEPTUAL

2.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1.1. DEFINICIÓN DE PLAN DE NEGOCIOS

Un plan de negocios es una guía para el emprendedor o empresario. Se trata de un documento donde se describe un negocio, se analiza la situación del mercado y se establecen las acciones que se realizarán en el futuro, junto a las correspondientes estrategias que serán implementadas, tanto para la promoción como para la fabricación, si se tratara de un producto.

De esta manera, el plan de negocios es un instrumento que permite comunicar una idea de negocio para venderla u obtener una respuesta positiva por parte de los inversores. También se trata de una herramienta de uso interno para el empresario, ya que le permite evaluar la viabilidad de sus ideas y concretar un seguimiento de su puesta en marcha; una plataforma de análisis y pruebas, en la que pueden quedar archivados muchos proyectos que no necesariamente sean pobres, sino que quizás necesiten más tiempo y dedicación para conseguir el éxito esperado.

Dado que señala los objetivos a cumplir, un plan de negocios debe incluir el detalle del plan de acción necesario para alcanzarlos. Por otra parte, es importante que el plan de negocios esté elaborado de forma tal que permita ser actualizado con los cambios propios del dinamismo del mercado y de la situación de la empresa.

La elaboración de planes supone uno de los aspectos más importantes de la gestión empresarial. El hecho de contar con una guía es una especie de seguro ante los

inconvenientes que surgen durante el trabajo cotidiano, ya que ofrece posibles soluciones y alternativas.

En todos los planes, es importante que el empresario o emprendedor incluya información veraz; las predicciones que realice sobre ingresos del negocio deben ser conservadoras, de modo que la sostenibilidad del negocio esté prevista en el plan de negocios sin grandes números. Siempre es preferible que las ventas superen las previsiones y no viceversa.¹

2.1.2. PARA QUE SIRVE UN PLAN DE NEGOCIOS

El plan de negocios es pues un documento único en donde se muestran todos los aspectos de un proyecto, con el fin de:

- Que los superiores de una empresa los aprueben.
- Para convencer un inversionista de que puede con toda tranquilidad, invertir en nuestro negocio.
- Para en caso de pedir un préstamo, respaldarlo con la efectividad del negocio mostrado en el Plan.
- Para presentar un oferta de compraventa.
- Para conseguir una licencia o una franquicia de una compañía nacional o extranjera.
- Para despertar el interés de invertir en el negocio por un socio potencial.
- El plan de negocio sirve también para reevaluar su negocio, buscar alternativas, poner en práctica acciones y así reorientarlo.

El plan de negocios reúne en un documento toda la información necesaria para evaluar el proyecto y los lineamientos generales para ponerlo en marcha. Presentar

¹ Plan de Negocios, revisado el 28-04-2014, disponible en: <http://definicion.de/plan-de-negocios/>

este plan es fundamental para buscar financiamiento, socios o inversionistas, y sirve como guía para quienes están al frente de la empresa.

En el proceso de realización de este documento se interpreta el entorno de la actividad empresarial y se evalúan los resultados que se obtendrán al accionar sobre ésta de una determinada manera. Se definen las variables involucradas en el proyecto y se decide la asignación óptima de recursos para ponerlo en marcha.

Según sea la magnitud del proyecto, la realización del plan puede llevar unos días o varios meses, ya se trata de redactar un documento con imaginación y poner a prueba toda una estructura lógica (¿Se puede vender esta cantidad a este precio? ¿Con esta estructura se puede responder a esta demanda? ¿Es esta la inversión suficiente para este crecimiento proyectado?) .

Es importante destacar que si bien los aspectos financieros y económicos son fundamentales, un plan de negocios no debe limitarse solo a plantillas de cálculo y números. La información cuantitativa debe estar sustentada en propuestas estratégicas, comerciales, de operaciones y de recursos humanos.²

2.1.3. IMPORTANCIA DE UN PLAN DE NEGOCIOS

Para muchos emprendedores la elaboración del Plan de Negocio se convierte en una de las tareas más difíciles de abordar, ya que se trata de convertir en números y letras la idea de negocio que tiene en su mente el emprendedor. Una tarea que erróneamente no se presta mucha atención o se deja para al final. El Plan de Negocio es la piedra angular de nuestro proyecto. Nos da una base real sobre la que trabajar. Puede que una vez puesto en marcha el proyecto, el resultado final difiera mucho de lo previsto inicialmente en el Plan de Negocio, pero eso es parte del crecimiento de cualquier idea empresarial. Como organismo vivo que es, un

² Utilidad del Plan de Negocios, revisado el 10-05-2014, disponible en: http://www.trabajo.com.mx/que_es_un_plan_de_negocio_y_para_que_sirve.htm

proyecto está sujeto a rectificaciones, mejoras o cambios de estrategia, pero necesitamos del Plan de Negocio para construir con cimientos sólidos ese proyecto. De forma sucinta, diremos que el Plan de Negocio es:

- La carta de presentación con la que intentaremos convencer a los financiadores para que inviertan en el proyecto empresarial.
- Sirve para detectar las debilidades del proyecto empresarial, y que así seamos capaces de ponerle remedio, para hacerlo mucho más competitivo y atractivo para los inversores.
- Nos ayudará a establecer un calendario de trabajo con los aspectos esenciales a seguir para la creación del proyecto empresarial, de forma que dispongamos también de un Plan Estratégico.
- Los expertos coinciden en que los puntos esenciales de un buen Plan de Negocio se sustentan en que:
- Tiene que ser creíble: Todas las cuestiones relativas a la financiación del proyecto deben ser reales. De nada sirve hacer proyecciones financieras o de ventas al alza o exagerar.
- Estar centrado en el cliente: La tentación de todo Plan de Negocio es desarrollar con detalle la originalidad de los productos y/o servicios del proyecto, dejando de lado el cómo se va a llegar a los potenciales clientes/compradores. Y eso es un error. El enfoque principal debe estar centrado en el mercado, dar respuesta a las preguntas de: ¿Quién es el mercado? ¿Cómo vamos a vender el producto/servicio? ¿Qué estrategia de comercialización vamos a seguir? Y cualquier otra cuestión que surja relacionada con el mercado. Si somos capaces de responder todas estas cuestiones, tendremos gran parte del trabajo hecho.
- Claridad y sencillez: Un Plan de Negocio debe ser fácil de entender por cualquier persona que lo lea. Gracias al atractivo de la propuesta de negocio, seremos capaces de atrapar en su lectura a los potenciales inversores.³

³ Importancia del Plan de Negocios, revisado el 18-05-2014, disponible en: <http://encuentracapital.es/web/es/la-importancia-del-plan-de-negocio/>

2.1.4. ELEMENTOS DEL PLAN DE NEGOCIOS

El plan de negocios tiene 9 componentes principales que ayudan para que el mismo se desarrolle de una manera eficaz y efectiva. Los elementos de los que hablamos son:

1. RESUMEN EJECUTIVO.- En este se hace una síntesis en general de todo el plan de negocios, con el fin de captar la atención al lector e invitarlo a indagar aún más en profundidad sobre algún aspecto en particular.

El resumen ejecutivo si bien es cierto va de primero en un plan de negocios, es lo último que se hace, ya que se debe tener toda la información de la que se dispone en el documento.

2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO/SERVICIO.- Lo importante de esta sección del plan de negocios, es que debe dar claridad sobre aspectos como: cuáles son los beneficio que ofrece tu producto/servicio, cuáles son las necesidades que este producto/servicio satisface, cuál es el valor distintivo por el cual el consumidor a de preferirte, cuáles son los atributos y funcionalidades del producto/servicio, y finalmente cuál es el público al que va dirigido.

Para la realización de la descripción del producto/servicio resulta útil mirar las características demográficas o psicográficas, como el estilo de vida de tu cliente, su personalidad o el comportamiento del consumidor en el mercado.

3. MERCADO POTENCIAL DEL PROYECTO.- Para su elaboración se debe establecer el segmento y tamaño del mercado, este último se dimensiona en ventas, en su rentabilidad y en la tendencia que se ha identificado en ese mercado.

4. ENTORNO COMPETITIVO.- Lo que pretende esta sección es establecer cuáles son los competidores que se han detectado para ese mercado. Muy importante es identificar las fortalezas y debilidades así como las barreras de entrada al mercado.

5. MODELO DE NEGOCIO.- Esto consiste en escribir la forma como se han de obtener los ingresos para llevar adelante el negocio.

6. ORGANIZACIÓN Y EQUIPO DIRECTIVO.- Se trata de dar respuesta a preguntas como: ¿quién va a estar detrás del proyecto?, ¿cuáles son sus capacidades, experiencias?, ¿cómo ha de relacionarse el talento humano entre sí?, ¿cuál ha de ser el rol de los fundadores de la empresa cuando ya el proyecto esté en marcha de manera formal?

Igualmente, se establece cuáles son las áreas funcionales de la empresa, la forma cómo éstas se relacionan entre sí, y la delegación de responsabilidades por parte del talento humano que dirige las mismas.

7. LA EMPRESA.- En cuanto a este punto, la idea es establecer cuáles son las fortalezas y debilidades, cuáles son los recursos propios que tiene la empresa, que le puedan representar una ventaja competitiva en ese segmento o mercado que se ha seleccionado.

8. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN.- Con esta sección se quiere saber en qué estado se encuentra el producto/servicio, y los pasos para la elaboración del producto o la prestación del servicio.

9. ESTRATEGIA DE MARKETING Y VENTAS.- Lo que se trata es de establecer el posicionamiento del producto/servicio en el mercado, cómo ha de posicionarse en la mente del consumidor, cuáles son las estrategias que se han de utilizar desde el punto de vista del producto, del precio, de la estrategia promocional y la comunicación; todo esto con el fin de generar una imagen de marca y el plan de acción con sus políticas de ventas.

Finalmente, bien sea porque se trate de analizar una idea de negocios y llevarla a la creación de una empresa, o el plan de incursión en un nuevo mercado, en término

de la expansión de su negocio, o la implementación de una nueva tecnología en su proceso productivo; usted debe hacer su plan de negocios. Esto permitirá tener total claridad de lo que se quiere, a través del establecerse un plan de acción que le evite en un futuro no muy lejano la pérdida de tiempo y dinero.⁴

2.2. MARCO CONCEPTUAL

ANÁLISIS INTEGRAL.- El análisis Integral es un estudio general, tanto interno como externo de la Organización, con el objetivo de detectar oportunidades de mejora.

Está realizado por un grupo de evaluadores expertos, objetivos, con valores y principios compartidos, que a través de encuestas, observaciones, tabulaciones y análisis, diagnostican el estado actual de la institución, proporcionando las recomendaciones adecuadas para su implementación y solución de los problemas encontrados. Aquí se hace énfasis en que el evaluador nunca debe calificar (bueno o malo) ninguno de los aspectos encontrados en la investigación.

CLIENTES.- Personas o unidades empresariales que compran (cliente real) o pueden comprar un producto (cliente potencial). Presupone necesidad / deseo del producto, capacidad para tomar la decisión de compra y posibilidad de pago. El cliente es el centro de la actividad de marketing. Al conjunto de los clientes se le denomina mercado. (Real o potencial).

COMPETENCIA.- Conjunto de empresas (competidores) que ofertan al mercado un producto/ servicio de características similares y que cubre la misma necesidad.

COMPETITIVIDAD.- Características de una empresa que la hace potencialmente más fuerte que sus competidores en un mercado.

⁴ Elementos del Plan de Negocios, revisado el: 26-05-2014, disponible en:
<http://crearunaempresaya.wordpress.com/2011/03/29/10-elementos-importantes-de-un-plan-de-negocios/>

DEMANDA.- Petición que el litigante que inicia un proceso formula y justifica en el juicio. Escrito en que se ejercitan en juicio una o varias acciones ante el juez o el tribunal competente. En Marketing, tendencia a desear o plan de adquirir un bien o conjunto de bienes, productos o servicios, sujeto a variables tales como precio, disponibilidad, existencia de productos sustitutivos, etc.

EMPRENDEDOR.- Emprendedor es un término derivado de la palabra francesa Entrepreneur y es comúnmente usado para describir un individuo que organiza y opera una empresa o empresas, asumiendo un riesgo financiero.

ESTRATEGIA.- Habilidad y técnica de combinar los diferentes medios y líneas de actuación, que tiene la empresa para alcanzar los objetivos fijados.

EXPECTATIVAS.- Una expectativa es lo que se considera lo más probable que suceda. Una expectativa, que es una suposición centrada en el futuro, puede o no ser realista. Un resultado menos ventajoso ocasiona una decepción, al menos generalmente. Si algo que pasa es completamente inesperado suele ser una sorpresa. Una expectativa sobre la conducta o desempeño de otra persona, expresada a esa persona, puede tener la naturaleza de una fuerte petición, o una orden, y no solo una sugerencia.

IMPLEMENTACIÓN.- Una implementación es la realización de una aplicación, instalación o la ejecución de un plan, idea, modelo científico, diseño, especificación, estándar, algoritmo o política.

INVERSIONISTAS.- Persona física o jurídica que utiliza sus disponibilidades económicas para adquirir Acciones o títulos negociables en el Mercado Financiero.

MERCADO POTENCIAL.- Aquel al que puede dirigirse la oferta comercial de la empresa o conjunto de posibles clientes de la misma.

MONITOREO.- Monitoreo es una evaluación continua de una acción en desarrollo. Es un proceso interno coordinado por los responsables de la acción. El sistema de monitoreo debe ser integrado en el trabajo cotidiano.

NEGOCIO.- Un negocio consiste en una entidad creada o constituida con la finalidad de obtener dinero a cambio de realizar actividades de producción (por ejemplo, una fábrica de muebles), comercialización (por ejemplo, una tienda de repuestos de autos o una distribuidora) o prestación de servicios (por ejemplo, un restaurante o un taller de mecánica), que beneficien a otras personas.

SATISFACCIÓN.- La satisfacción es un estado del cerebro producido por una mayor o menor optimización de la retroalimentación cerebral, en donde las diferentes regiones compensan su potencial energético, dando la sensación de plenitud e inapetencia extrema.

Cuando la satisfacción acompaña a la seguridad racional de haberse hecho lo que estaba dentro del alcance de nuestro poder, con cierto grado de éxito. Esta dinámica contribuye a sostener un estado armonioso dentro de lo que es el funcionamiento mental.

SINERGIA.- La sinergia se podría definir como la capacidad de una empresa para generar, al unir varias fuentes de recursos, unos beneficios superiores a los que supondría la suma de beneficios generados por cada recurso por separado.

SOCIOS.- Socio, o socia, es la persona que recibe cada una de las partes en un contrato de sociedad. Mediante ese contrato, cada uno de los socios se compromete a aportar un capital a una sociedad, normalmente con una finalidad empresarial con la capacidad de tener más capital.⁵

2.3. HIPÓTESIS O IDEA A DEFENDER

⁵ Conceptos, revisado el: 01-06-2014, disponible en: <http://gestion.pe/empleo-management/consejos-basicos-desarrollar-plan-negocio-2060566%20http://webs.ono.com/nachovaldes/lbrsinergia.htm>

GENERAL

- ✓ La implementación del Plan de Negocios para la empresa constructora PROMOTORES INMOBILIARIOS CONTRERAS VEGA CIA.LTDA contribuirá a la consolidación de la empresa como un ente competitivo en su mercado.

ESPECÍFICAS

- ✓ El análisis de la situación actual de la industria de la construcción y de la empresa constructora CONTRERAS VEGA CIA LTDA. permitirá identificar sus fortalezas, debilidades, potencializar sus oportunidades y evadir las amenazas que se presentaren.
- ✓ La elaboración de un plan de Mercado hará posible identificar el grupo objetivo, posicionamiento, fuerza de ventas, publicidad, promociones, entre otros.
- ✓ El desarrollo de un plan operativo especificará los procesos de las empresas, así como los logros a alcanzar y problemas a enfrentar.
- ✓ El plan financiero que se proponga posibilitará tomar decisiones prudentes y efectivas
- ✓ La propuesta de un plan de recursos humanos motivarán al talento humano a asumir el compromiso de llevar al éxito corporativo de la empresa CONTRERAS VEGA CIA. LTDA.

2.4. ESQUEMA TENTATIVO DEL CONTENIDO DE LA TESIS

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Formulación del Problema

1.1.2 Delimitación del Problema

1.2 JUSTIFICACIÓN

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo General

1.3.2 Objetivos Específicos

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

2.1.1 Antecedentes Históricos

2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.3 HIPÓTESIS

2.3.1 Hipótesis General

2.3.2 Hipótesis Específicas

2.4 VARIABLES

2.4.1 Variable Independiente

2.4.2 Variable Dependiente

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

- 3.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN
- 3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA
- 3.4 MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
- 3.5 RESULTADOS
- 3.6 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO

- 4.1 TÍTULO
- 4.2 CONTENIDO DEL PLAN DE NEGOCIOS
 - 4.2.1 RESUMEN EJECUTIVO
 - 4.2.2 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO
 - 4.2.3 MERCADO POTENCIAL DEL PROYECTO
 - 4.2.4 ENTORNO COMPETITIVO
 - 4.2.5 MODELO DE NEGOCIO
 - 4.2.6 ORGANIZACIÓN Y EQUIPO DIRECTIVO
 - 4.2.7 LA EMPRESA
 - 4.2.8 PLAN DE IMPLEMENTACIÓN
 - Plan de Mercado
 - Plan Operativo
 - Plan Financiero
 - Plan de Recursos Humanos
 - 4.2.9 ESTRATEGIAS DE MARKETING Y VENTAS

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Mediante los instrumentos de investigación Cualitativos como son la observación y los sondeos, coadyuvando a la investigación cuantitativa como encuestas, entrevistas, que más adelante las especificamos.

Se obtendrá como resultado una investigación cuali-cuantitativa.

3.2. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

El diseño que se va a emplear será la investigación de campo, documental y descriptiva. De campo porque se realizará la investigación para observar la potencial acogida de los habitantes de Babahoyo hacia el proyecto habitacional Los Jardines.

Descriptiva porque se recopilará datos para el desarrollo del plan de negocios propuesto. Documental, porque se recurrirá a información primaria y secundaria.

3.3. MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

3.3.1. MÉTODOS

MÉTODO INDUCTIVO.- Se utilizará para realizar el marco teórico. Mediante la identificación de las variables, desde lo particular a lo general. Se analizará la realidad del sector de influencia del proyecto habitacional para luego inferirlo en forma general.

MÉTODO DEDUCTIVO.- En la medida que se analice la realidad habitacional de la provincia y luego se particularice en la zona objeto de estudio.

MÉTODO ANALÍTICO.- Se utilizará en el marco teórico, con el fin de conocer sobre el plan de negocios y sus componentes para de esa manera aplicarlo en la

constructora, y conseguir la óptima utilización de los recursos, logrando así, la obtención oportuna de las obras planteadas en el proyecto.

3.3.2. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Entrevista: Se mantendrá un diálogo directo con el administrador de la constructora para evaluar la realidad de la misma y plantear nuestra propuesta.

Encuesta: Técnica destinada a obtener datos acerca de la aceptación del conjunto habitacional Los Jardines a ser aplicada a los habitantes del sector de influencia.

Observación: Es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno de estudio en nuestro caso observaremos la realidad sobre la situación habitacional del sector y las perspectivas de funcionamiento de nuestro proyecto, para en base a ello tomar información y registrarla para su posterior análisis.

3.3.3. INSTRUMENTOS

Los instrumentos que utilizaremos serán fichas y documentos electrónicos, para recabar información concerniente a la elaboración de planes de negocios.

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

Población:

47.141 habitantes. Población Económicamente activa de la ciudad de Babahoyo.
INEC 2010

Muestra

$$N= 47.141$$

$$\sigma^2= 0,5$$

$$Z^2= 1,96$$

$$e=0,05$$

$$n = \frac{(N) * (\sigma)^2 * (Z)^2}{(e)^2 * (N - 1) + (\sigma)^2 * (Z)^2}$$

$$n = \frac{(47.141) * (0.5)^2 * (1.96)^2}{(0.05)^2 * (153.776 - 1) + (0.5)^2 * (1.96)^2}$$

$$n= \frac{45.255,36}{118,81}$$

$$n= 381$$

Fuente: INEC, Censo 2010.

La muestra para realizar el estudio de mercado y así comprobar la aceptación del Proyecto Habitacional “Los Jardines” en la ciudad de Babahoyo, es la que corresponde a la Población Económicamente activa de la ciudad, con un número de 381 personas para ser encuestadas. Se ha escogido esta muestra debido a que necesitamos conocer cuántas personas están en capacidad de adquirir una vivienda y tienen la estabilidad económica para conseguirlo.

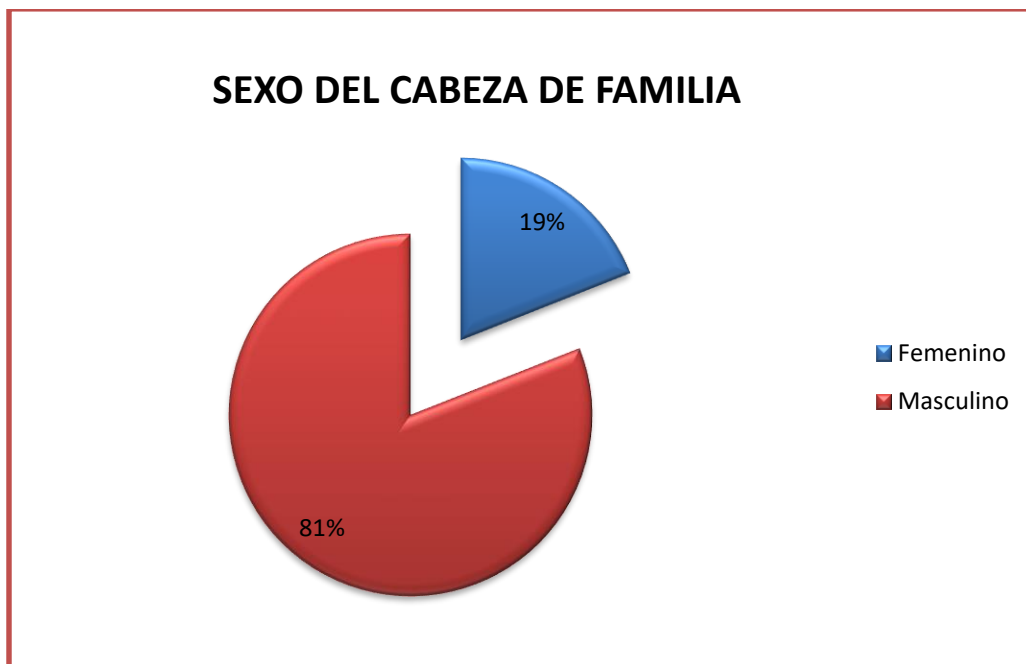
3.5. INTERPRETACIÓN DE DATOS

COMPOSICIÓN FAMILIAR Y CARACTERÍSTICAS DE LA VIVIENDA (ACTUAL)

PREGUNTA 1

- SEXO DEL CABEZA DE FAMILIA

Gráfico No. 1



Fuente: Población de Babahoyo

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

De acuerdo a la información proporcionada, podemos ver que el 81% de la muestra encuestada respondió que el sexo del cabeza de familia que predomina en la ciudad de Babahoyo es el sexo masculino.

PREGUNTA 2

- ¿CUÁNTAS PERSONAS Y DE QUÉ EDAD HABITAN EN LA VIVIENDA?

Gráfico No. 2



Fuente: Población de Babahoyo

Elaborado por: Los autores

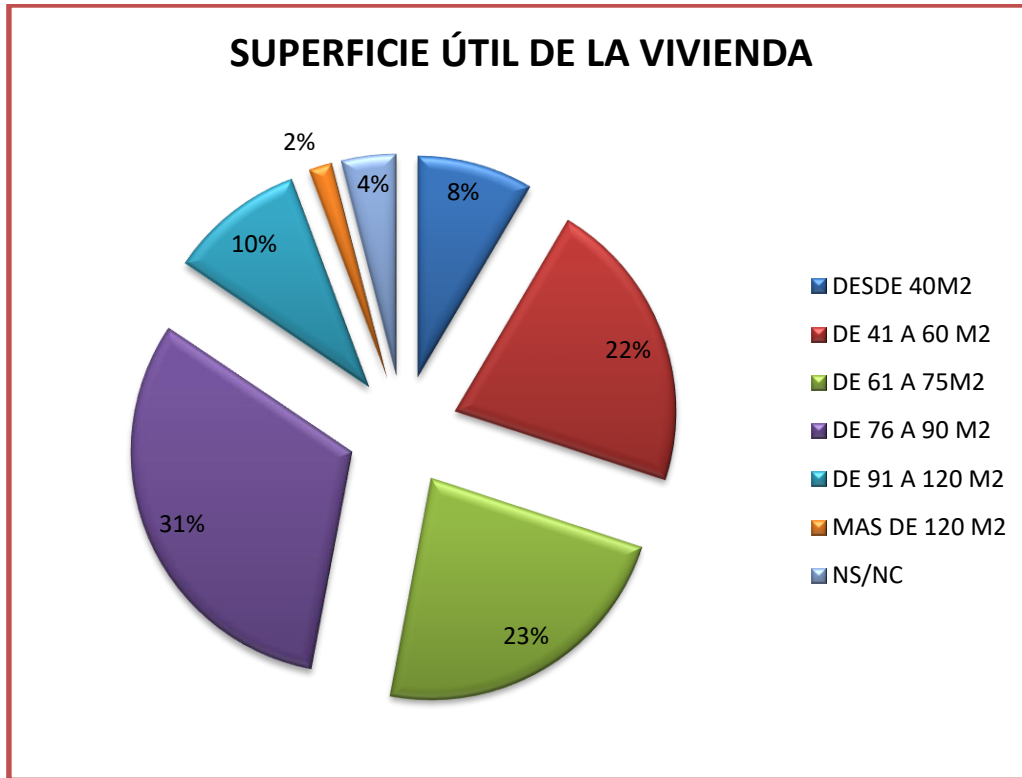
Interpretación:

La información procesada permitió distinguir que el 34% de las personas encuestadas respondió que habitan en las viviendas en la ciudad de Babahoyo tienen una edad promedio entre 18 a 34 años.

PREGUNTA 3

- **SUPERFICIE ÚTIL DE LA VIVIENDA**

Gráfico No. 3



Fuente: Población de Babahoyo

Elaborado por: Los autores

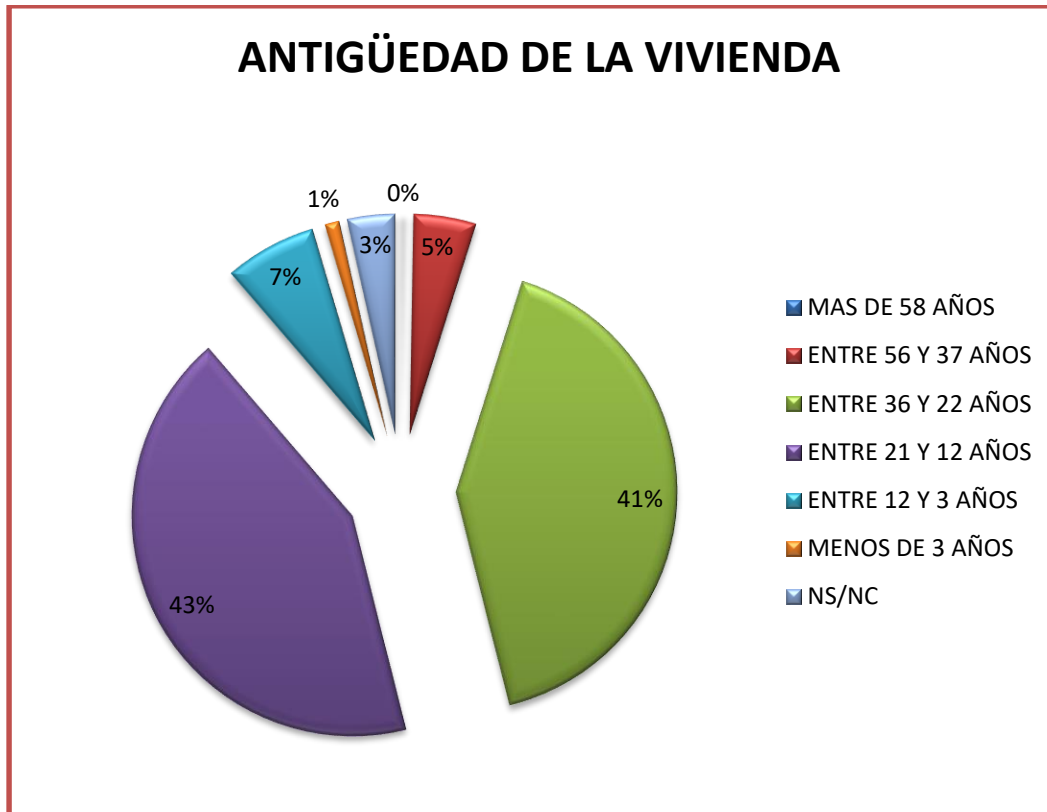
Interpretación:

En cuanto a la superficie útil de las viviendas en la ciudad de Babahoyo, se pudo determinar que el 31% de las personas encuestadas respondió que sus viviendas cuentan con una superficie de 76 a 90m2.

PREGUNTA 4

- **ANTIGÜEDAD DE LA VIVIENDA**

Gráfico No. 4



Fuente: Población de Babahoyo

Elaborado por: Los autores

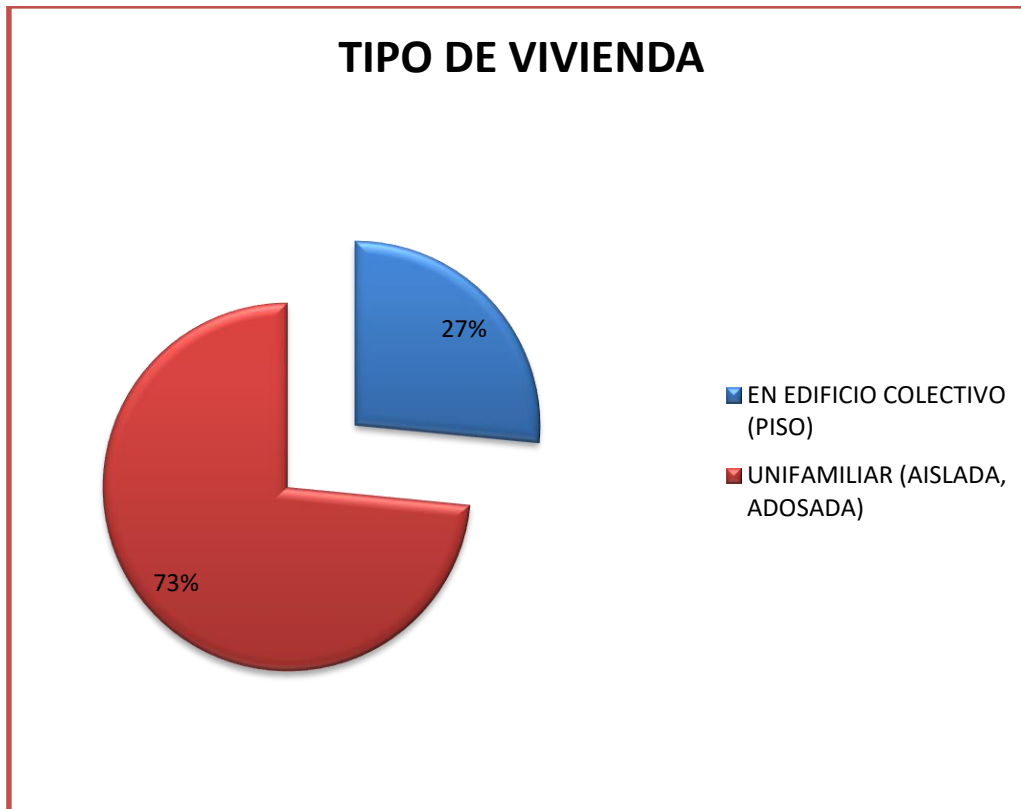
Interpretación:

Con respecto a la antigüedad de las viviendas en la ciudad de Babahoyo, el 43% de las de las personas encuestadas coinciden en que la vivienda tiene entre 21 y 12 años de antigüedad.

PREGUNTA 5

- TIPO DE VIVIENDA

Gráfico No. 5



Fuente: Población de Babahoyo

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

La posición adoptada por la muestra que se encuestó, la cual corresponde al 73% supo contestar que la vivienda en la que habitan es de tipo Unifamiliar (Aislada, adosada).

PREGUNTA 6

- **N° DE AÑOS DE RESIDENCIA EN LA VIVIENDA**

Gráfico No. 6



Fuente: Población de Babahoyo

Elaborado por: Los autores

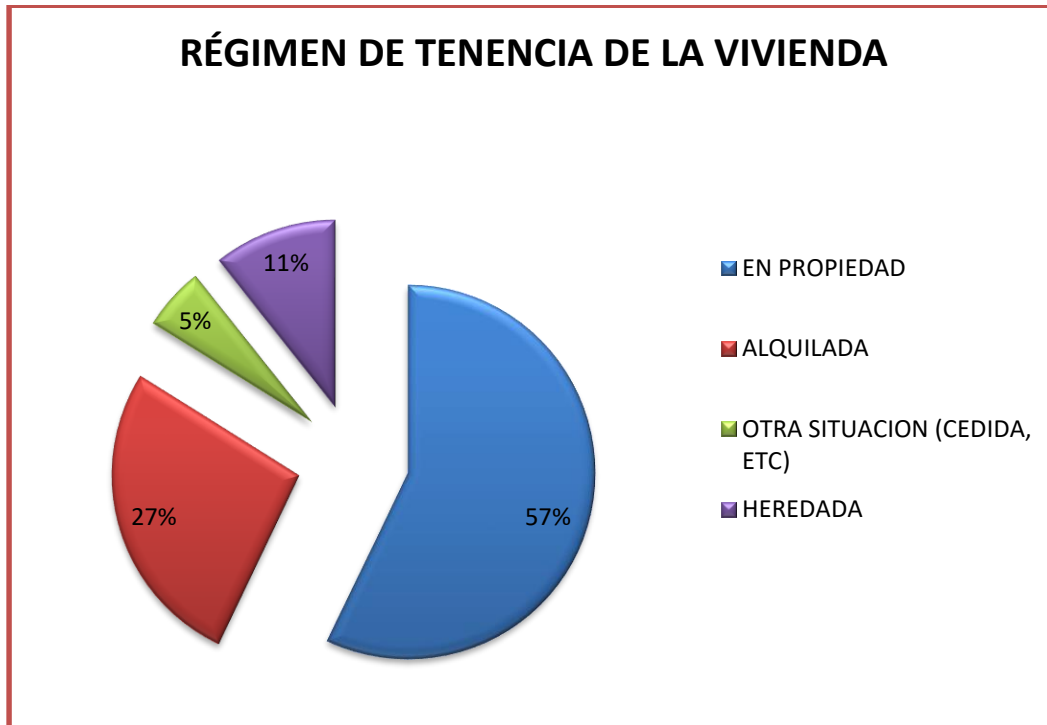
Interpretación:

Acorde con el 65% de la población encuestada, podemos establecer que el número de años de residencia en la vivienda está entre 10 y más años.

PREGUNTA 7

- **RÉGIMEN DE TENENCIA DE LA VIVIENDA**

Gráfico No. 7



Fuente: Población de Babahoyo

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

Con respecto al régimen de tenencia de la vivienda, la posición que ha adoptado el 57% de la población es que la vivienda en la que habitan es de propiedad de los encuestados.

PREGUNTA 8

- EN TÉRMINOS GENERALES ¿CUÁL ES EL GRADO DE SATISFACCIÓN CON LA VIVIENDA?

Gráfico No. 8



Fuente: Población de Babahoyo

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

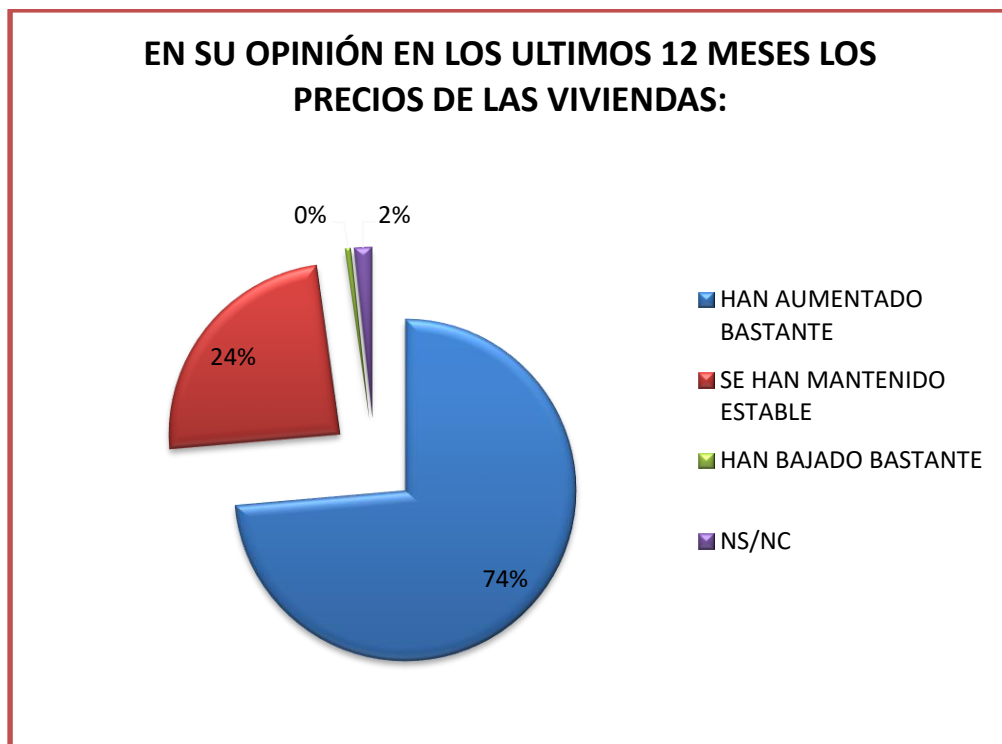
Con respecto al grado de satisfacción de la vivienda, el 38% de las personas encuestadas mantiene la idea de que su grado de satisfacción tiene un nivel bajo.

POLÍTICA DE VIVIENDA

PREGUNTA 1

- EN SU OPINIÓN EN LOS ULTIMOS 12 MESES LOS PRECIOS DE LAS VIVIENDAS:

Gráfico No. 9



Fuente: Población de Babahoyo

Elaborado por: Los autores

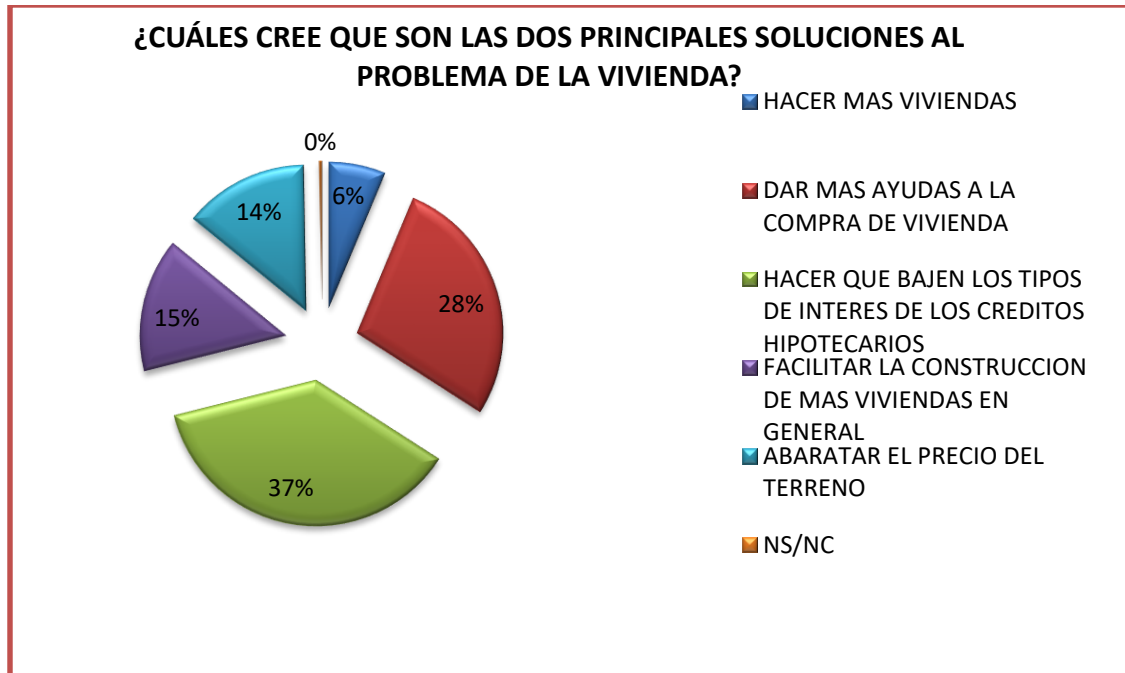
Interpretación:

La posición adoptada por el 74% de la ciudadanía confirma que los precios de las viviendas acordes a su experiencia han aumentado de manera significativa en los últimos 12 años.

PREGUNTA 2

- **¿CUÁLES CREE QUE SON LAS DOS PRINCIPALES SOLUCIONES AL PROBLEMA DE LA VIVIENDA?**

Gráfico No. 10



Fuente: Población de Babahoyo

Elaborado por: Los autores

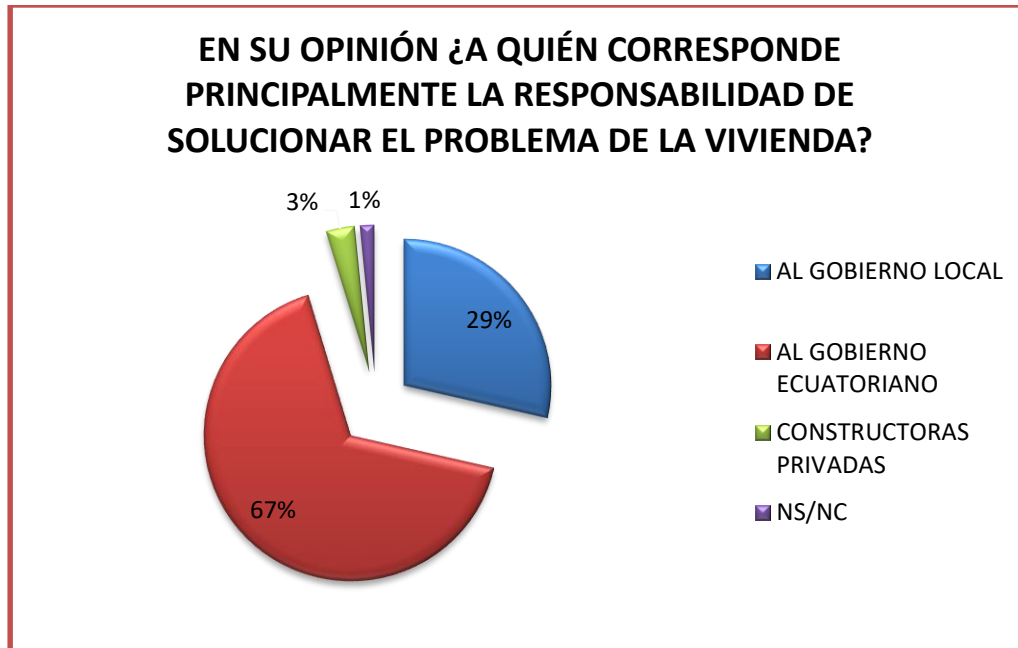
Interpretación:

De acuerdo a la información proporcionada, y con un 37% del total de encuestados podemos ver que la gente considera que la principal solución al problema de la vivienda es hacer que los tipos de intereses de los créditos hipotecarios bajen.

PREGUNTA 3

- EN SU OPINIÓN ¿A QUIÉN CORRESPONDE PRINCIPALMENTE LA RESPONSABILIDAD DE SOLUCIONAR EL PROBLEMA DE LA VIVIENDA?

Gráfico No. 11



Fuente: Población de Babahoyo

Elaborado por: Los autores

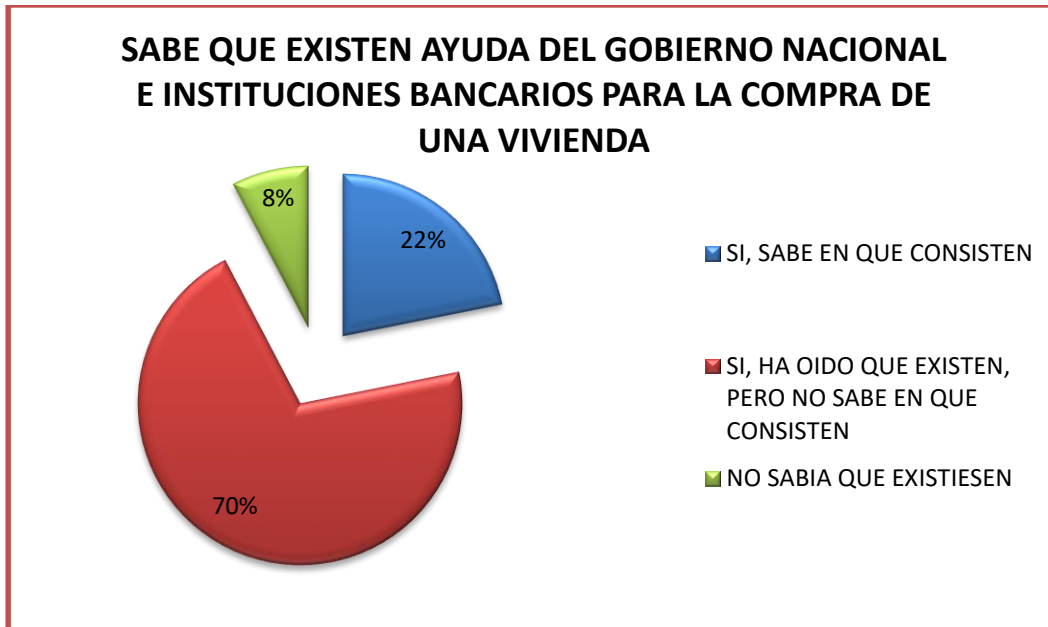
Interpretación:

La información procesada permitió distinguir con un 67% que la población encuestada considera que la responsabilidad de solucionar los problemas de las viviendas corresponde al Gobierno Nacional Ecuatoriano.

PREGUNTA 4

- **SABE QUE EXISTEN AYUDA DEL GOBIERNO NACIONAL E INSTITUCIONES BANCARIOS PARA LA COMPRA DE UNA VIVIENDA**

Gráfico No. 12



Fuente: Población de Babahoyo

Elaborado por: Los autores

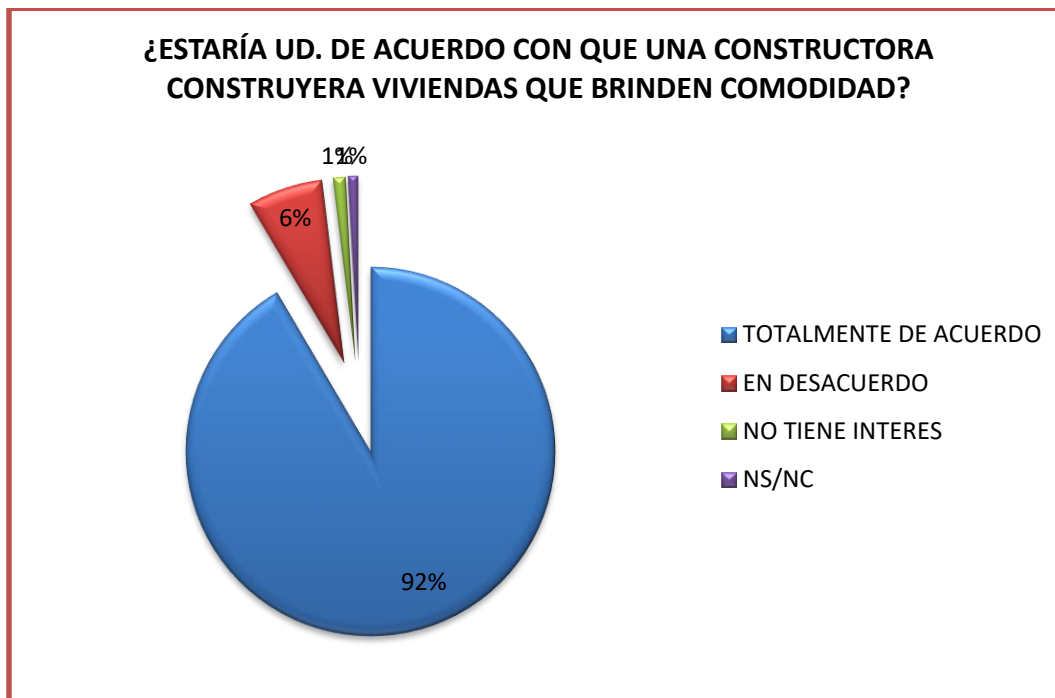
Interpretación:

Respecto al conocimiento sobre la ayuda que ofrece el gobierno nacional y las instituciones bancarias para la compra de la vivienda, el 70% del total encuestado respondió que sí ha escuchado que existen estas ayudas pero no saben en qué consisten.

PREGUNTA 5

- ¿ESTARÍA UD. DE ACUERDO CON QUE UNA CONSTRUCTORA CONSTRUYERA VIVIENDAS QUE BRINDEN COMODIDAD?

Gráfico No. 13



Fuente: Población de Babahoyo

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

La posición adoptada por la ciudadanía encuestada, reflejada en un 92% de la muestra, es que están totalmente de acuerdo con que una constructora se encargue de la construcción de viviendas que brinden comodidad.

DEMANDA DE VIVIENDA

PREGUNTA 1

- ¿CUÁNTO DINERO CREE QUE PUEDE/PODRIA DESTINAR AL MES A LA COMPRA DE VIVIENDA?

Gráfico No. 14



Fuente: Población de Babahoyo

Elaborado por: Los autores

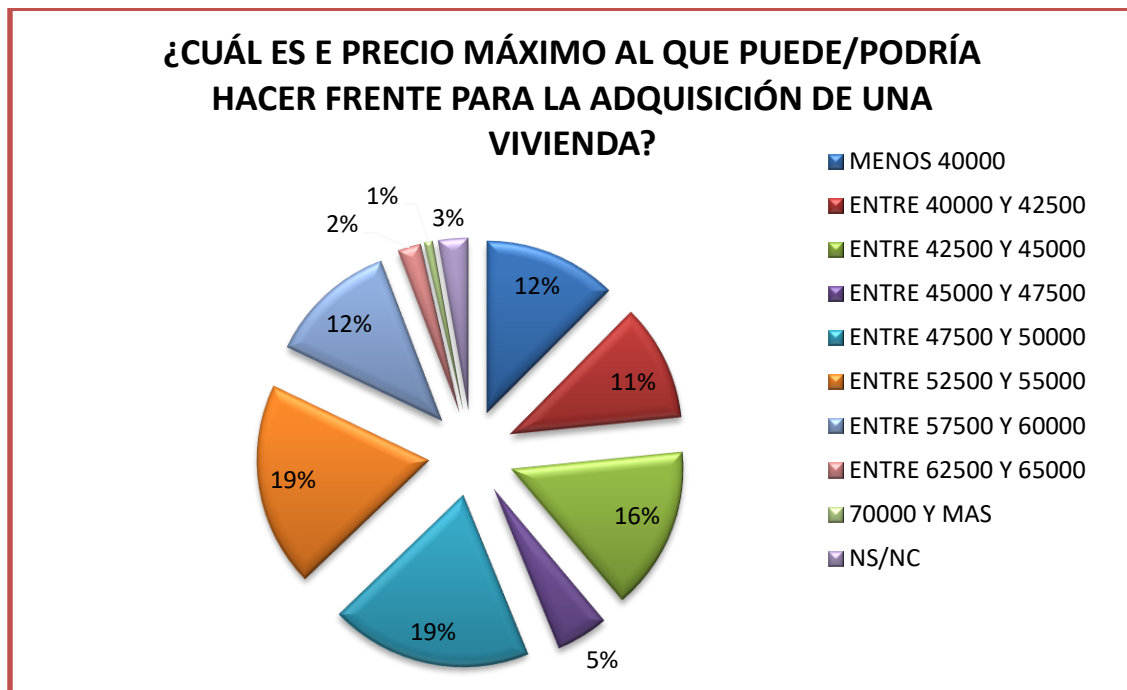
Interpretación:

Con respecto al dinero que se podría destinar para la compra de una vivienda, el 46% de la población encuestada respondió que consideraría destinar de \$400 a \$500.

PREGUTA 2

- ¿CUÁL ES E PRECIO MÁXIMO AL QUE PUEDE/PODRÍA HACER FRENTE PARA LA ADQUISICIÓN DE UNA VIVIENDA?

Gráfico No. 15



Fuente: Población de Babahoyo

Elaborado por: Los autores

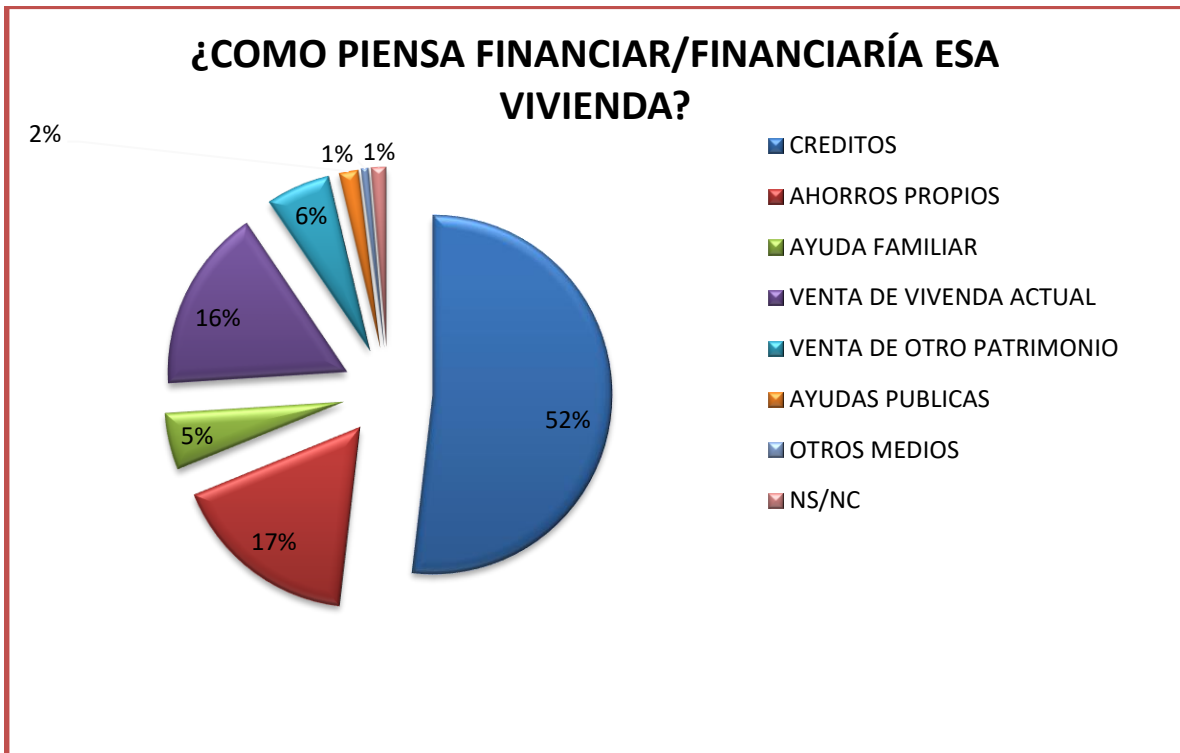
Interpretación:

En cuanto al precio máximo de la vivienda, el 19% de los encuestados coincidieron en que podrían afrontar entre \$47.500 y \$50.000 o entre \$52.500 y \$ 55.0 00 como precio de la vivienda que desean adquirir.

PREGUNTA 3

- ¿CÓMO PIENSA FINANCIAR/FINANCIARÍA ESA VIVIENDA?

Gráfico No. 16



Fuente: Población de Babahoyo

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

La información procesada nos permitió conocer que el 52% de la población que se encuestó piensa que la manera en la que adquiriría su vivienda, es a través de la realización de créditos.

PREGUNTA 4

- PUEDE DECIRME EL % QUE SUPONE/SUPONDRÍA EL CRÉDITO RESPECTO AL PRECIO DE LA VIVIENDA

Gráfico No. 17



Fuente: Población de Babahoyo

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

Con respecto al porcentaje que suponría el crédito respecto al precio de la vivienda podemos ver que el 75% de la muestra encuestada respondió que está entre el 75% y 100% de interés.

PREGUNTA 5

- HA ABIERTO UNA CUENTA AHORRO-VIVIENDA

Gráfico No. 18



Fuente: Población de Babahoyo

Elaborado por: Los autores

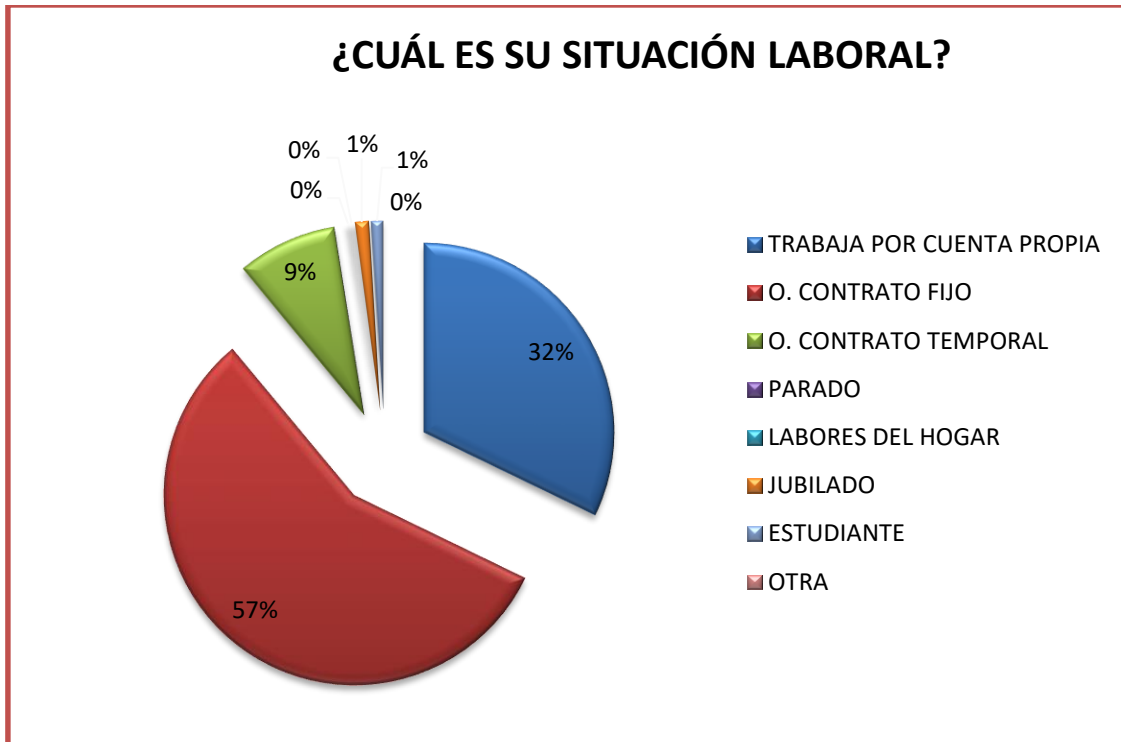
Interpretación:

La posición adoptada por la ciudadanía encuestada, la cual se refleja en un 82% de la muestra, es que no tiene una cuenta de ahorro-vivienda, pero que piensa abrirla próximamente.

PREGUNTA 6

- ¿CUÁL ES SU SITUACIÓN LABORAL?

Gráfico No. 19



Fuente: Población de Babahoyo

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

De acuerdo con la información proporcionada, podemos ver que el 57% del total de los encuestados responde que la situación laboral actual de la persona que desea adquirir la vivienda es ocupado contrato fijo.

PREGUNTA 7

- N° DE PERSONAS CON INGRESOS QUE CONSTRIBUIRÍAN A LA FINANCIACIÓN DE LA VIVIENDA

Gráfico No. 20



Fuente: Población de Babahoyo

Elaborado por: Los autores

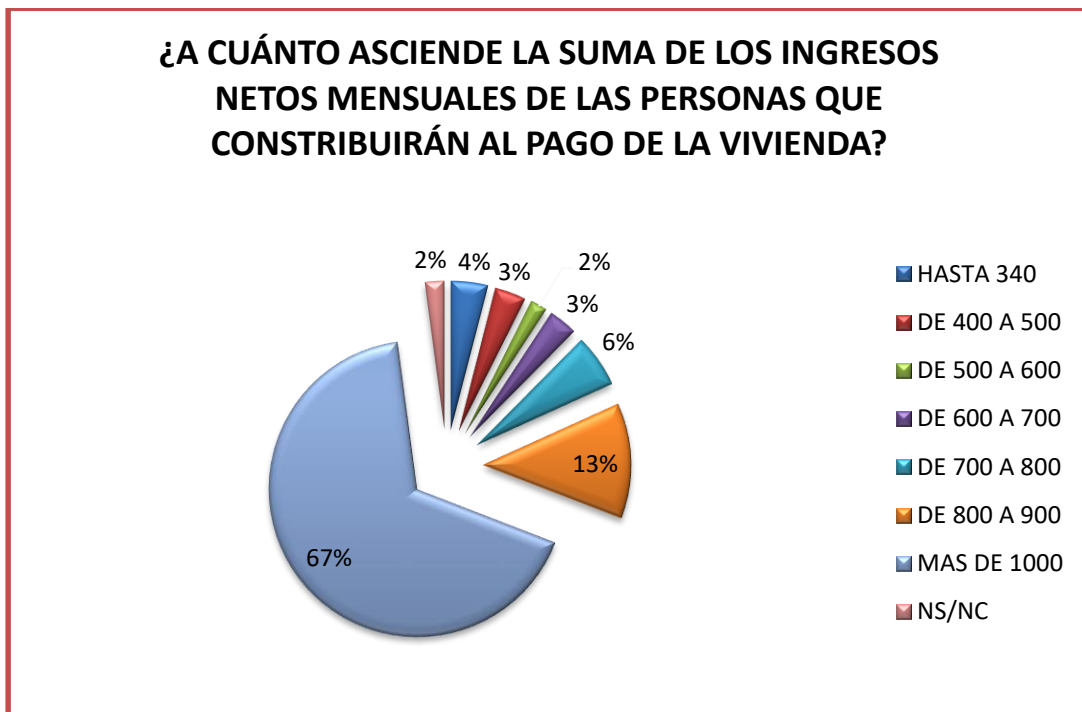
Interpretación:

En cuanto al número de personas que contribuirán con el financiamiento de la vivienda, el 64% de la población encuestada contestó que serían dos personas las que asumirían esta responsabilidad.

PREGUNTA 8

- ¿A CUÁNTO ASCIENDE LA SUMA DE LOS INGRESOS NETOS MENSUALES DE LAS PERSONAS QUE CONSTRUIRÁN AL PAGO DE LA VIVIENDA?

Gráfico No. 21



Fuente: Población de Babahoyo

Elaborado por: Los autores

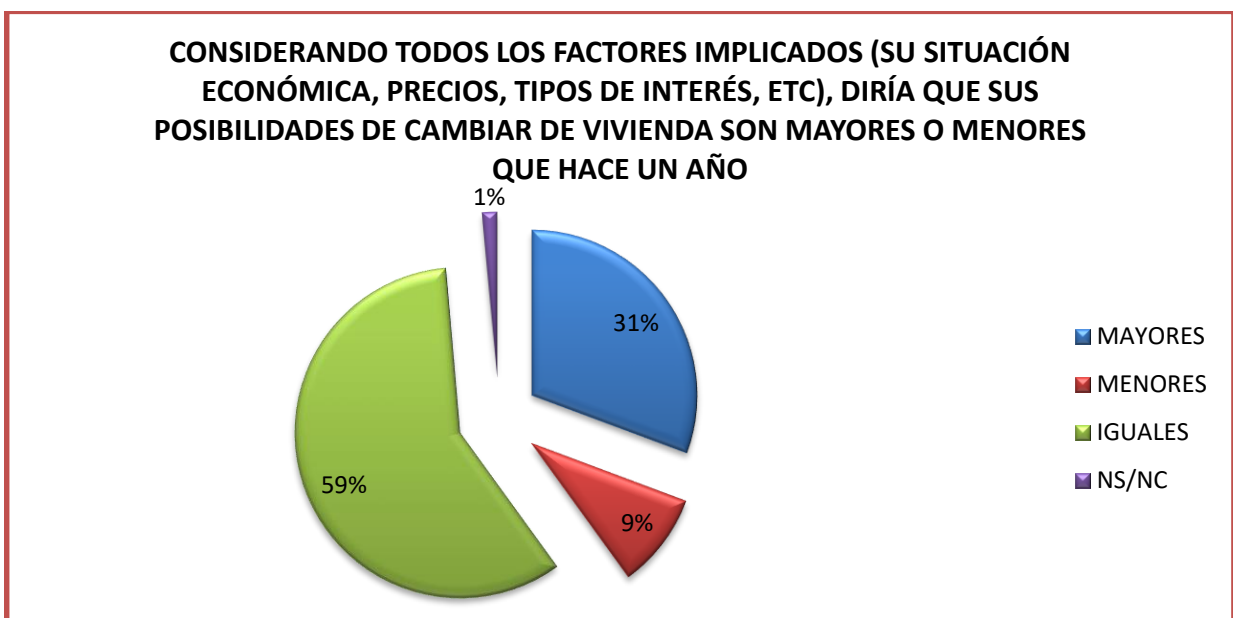
Interpretación:

Con respecto a los ingresos mensuales con los que cuentan las personas que contribuirán con el pago de la vivienda, el 67% de la población encuestada respondió que los ingresos ascienden a más de \$1.000.

PREGUNTA 9

- **CONSIDERANDO TODOS LOS FACTORES IMPLICADOS (SU SITUACIÓN ECONÓMICA, PRECIOS, TIPOS DE INTERÉS, ETC), DIRÍA QUE SUS POSIBILIDADES DE CAMBIAR DE VIVIENDA SON MAYORES O MENORES QUE HACE UN AÑO.**

Gráfico No. 22



Fuente: Población de Babahoyo

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

En cuanto los factores implicados con respecto a las posibilidades de cambiar de vivienda, el 59% de la población encuestada se inclina porque sus posibilidades son iguales a las que hace un año.

PREGUNTA 10

- CREE UD. ¿QUÉ EN EL MERCADO EXISTEN VIVIENDAS DE CARACTERÍSTICAS Y PRECIOS ADECUADOS A SUS NECESIDADES Y POSIBILIDADES ECONÓMICAS?

Gráfico No. 23



Fuente: Población de Babahoyo

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

La información procesada nos permitió conocer que el 72% de la muestra encuestada considera que existen pocas viviendas que cuenta con características que satisfagan sus necesidades y que se encuentren entre sus posibilidades económicas.

3.6. ANÁLISIS FODA

Una vez que se ha tabulado e interpretado las encuestadas, se ha establecido el resultado del trabajo de campo, el cual podemos resumir en el análisis FODA que se presenta a continuación:

Cuadro No. 1

Fortalezas <ul style="list-style-type: none">• Trabaja con tecnología adecuada para las viviendas.• Rendimiento de alta calidad en la elaboración de las viviendas.• Cuenta con mano de obra calificada para la construcción y supervisión de las viviendas.• Cumple con las necesidades de la población acorde con las exigencias actuales.• Asistencia técnica.• Acabados de alta calidad.• Terreno apto y con capacidad para la construcción.• Precios accesibles para la población.	Debilidades <ul style="list-style-type: none">• Área de construcción fuera del centro de la ciudad.• Demora en la entrega de las viviendas debido a la magnitud del proyecto.• Falta de inversión privada.• Precios elevados de los materiales de construcción.• Distribuidores fuera de la ciudad.
Oportunidades <ul style="list-style-type: none">• Falta de hacinamiento en la ciudad de Babahoyo.• Facilidades de las instituciones bancarias para la adquisición de viviendas• No tienen competencia directa en la ciudad de Babahoyo.	Amenazas <ul style="list-style-type: none">• Aparición de nuevas constructoras con proyectos parecidos.• Planes de vivienda que ofrece el IESS, o diversas instituciones públicas del país.• Economía inestable del país.• La migración de la población de Babahoyo a otras ciudades del país.

CAPÍTULO IV

4. MARCO PROPOSITIVO

4.1 TÍTULO

“DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CONSTRUCTORA PROMOTORES INMOBILIARIOS CONTRERAS VEGA CIA.LTDA PARA EL PROYECTO HABITACIONAL LOS JARDINES DE LA CIUDAD DE BABAHOYO. PERÍODO ENERO – JUNIO 2014”

4.2 CONTENIDO DEL PLAN DE NEGOCIOS

4.2.1 RESUMEN EJECUTIVO

En el presente trabajo investigativo, se aplica el diseño del plan de negocios para la Urbanización “Los Jardines” ubicado en la parroquia Clemente Baquerizo, Cantón Babahoyo, Provincia de Los Ríos, el cual consta de las siguientes puntuaciones.

La constructora PROMOTORES INMOBILIARIOS CONTRERAS VEGA CIA.LTDA, tiene el propósito de cubrir las necesidades de la población de Babahoyo a través de la construcción de dicha urbanización. Debido a que el mercado en la ciudad de Babahoyo tiene grandes exigencias de un conjunto habitacional digno para ellos, la Urbanización “Los Jardines” cuenta con los servicios básicos necesarios, y con un valor agregado que cumplirá con sus expectativas y mejorará el estilo de vida de los mismos.

No existe mercado competitivo en la ciudad de Babahoyo por lo que es de gran rentabilidad crear esta Urbanización destinada a cubrir las necesidades de sus futuros clientes.

4.2.2 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

Urbanización “Los Jardines”, ofrece a la población de Babahoyo y en general un conjunto habitacional, donde cada vivienda constará de: dos dormitorios, un baño general, cocina, sala, comedor, lavandería, área de jardín.

Además de las viviendas, la urbanización tendrá todo los servicios básicos necesario y distintas áreas como: hospital, comisariato, complejo deportivo, las mismas que ayudarán a mejorar de la calidad de vida del mercado potencial.

Las viviendas que se ofrece son de cuatro tipos las cuales se muestran a continuación:

MODELO 1



Area de Construcción: **86.58 m²**

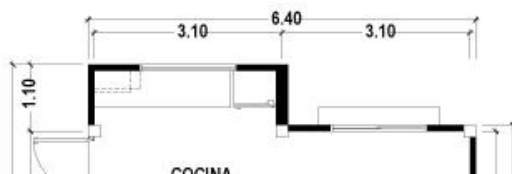
Plantas: 2

Ambientes:

PLANO INTERIOR - Planta Alta



año Social
cocina
lavandería



MODELO 2



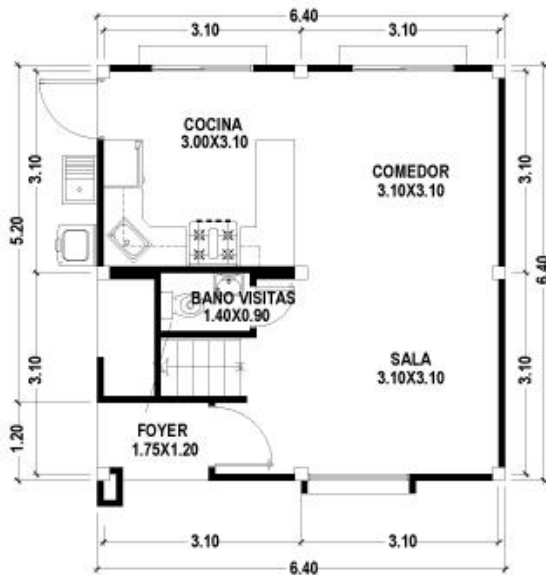
Area de Construcción: **79.98 m²**

Plantas: 2

Ambientes:

- 2 Dormitorios
- 1 Estudio
- 2 Baños
- Sala
- Comedor
- Baño Social
- Cocina
- Lavandería

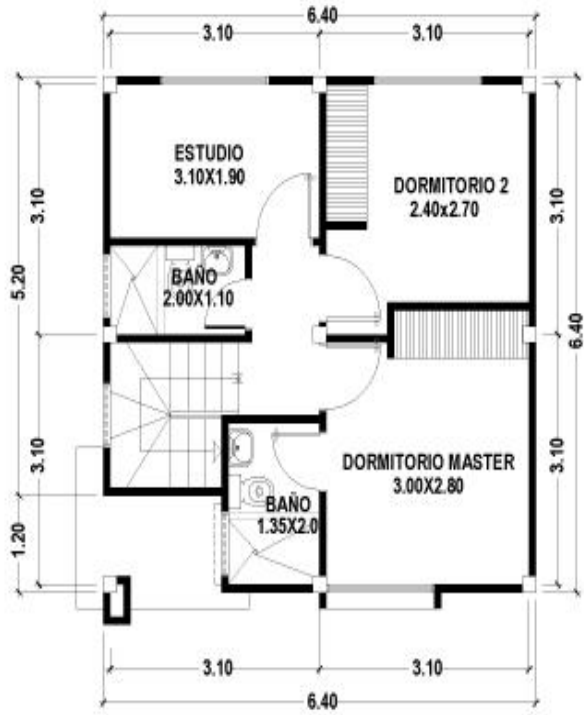
PLANO ARQUITECTÓNICO - Planta Baja



PLANO INTERIOR - Planta Baja



PLANO ARQUITECTÓNICO - Planta Alta



PLANO INTERIOR - Planta Alta



MODELO 3



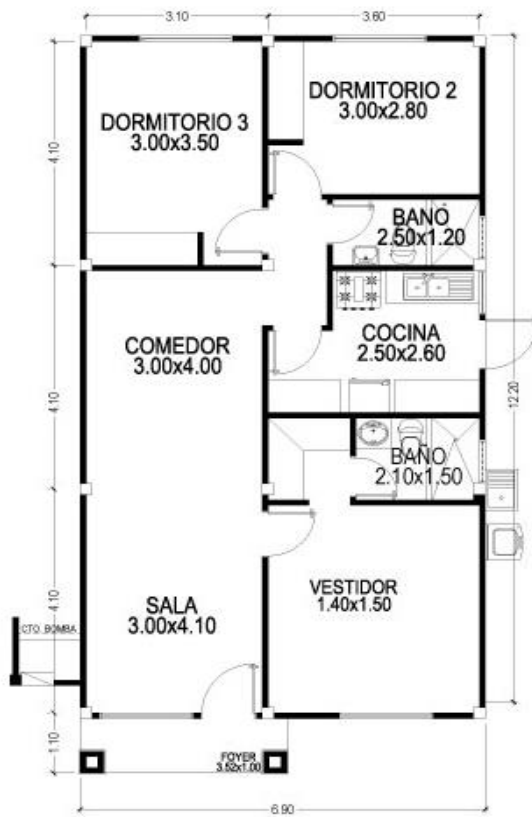
Area de Construcción: **89.77 m²**

Plantas: 1

Ambientes:

- 3 Dormitorios
- 2 Baños
- Sala
- Comedor
- Cocina
- Lavandería

PLANO ARQUITECTÓNICO - Planta Baja



PLANO INTERIOR - Planta Baja



MODELO 4



Area de Construcción: **98.50 m²**

Plantas: 2

Ambientes:

- 4 Dormitorios
- 2 Baños
- Sala
- Comedor
- Baño Social
- Cocina
- Lavandería

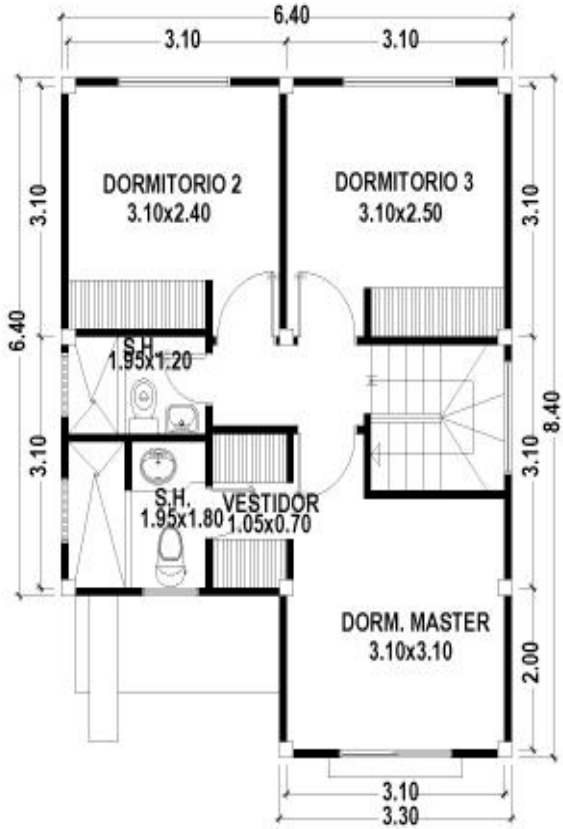
PLANO ARQUITECTÓNICO - Planta Baja



PLANO INTERIOR - Planta Baja



PLANO ARQUITECTÓNICO - Planta Alta



PLANO INTERIOR - Planta Alta



4.2.3 MERCADO POTENCIAL DEL PROYECTO

Nuestros consumidores potenciales es la población de Babahoyo en general, ya que como se mencionó anteriormente no existen empresas destinadas a brindar este servicio por lo que dicha población carece de infraestructura para poder habitar, además las viviendas tienen un costo accesible lo que nos permite enfocarnos a la clase media, baja de la ciudad de Babahoyo.

4.2.4 ENTORNO COMPETITIVO

Después de analizar el entorno competitivo que tiene La Constructora Promotores Inmobiliarios Contreras Vega CIA LTDA con respecto a la Urbanización “Los Jardines”, podemos ver que la competencia no asciende a más del 5%.

Entre la competencia que tiene la constructora podemos mencionar el Plan Habitacional que se pretende construir entre el Municipio, el MIDUVI, el Banco Ecuatoriano de la Vivienda, el Ministerio de Transportes y Obras Públicas, otro de los planes habitacionales de la ciudad de Babahoyo es la Urbanización Ciudad del Valle y las soluciones habitacionales Urbanización Parques del Ríos, los proyectos mencionados anteriormente cuentan con la construcción de viviendas pero no tiene relación al volumen del trabajo que la Constructora Promotores Inmobiliarios Contreras Vega Cía. Ltda. va a realizar.

Pero no existe competencia despreciable, por tal razón contamos con excelente calidad del producto, costos bajos, lo cual permitirá que el mercado meta acuda a esta Urbanización ya que podrá encontrar viviendas de calidad con los servicios básicos necesarios para llevar una vida digna.

La constructora Promotores Inmobiliarios Contreras Vega CIA LTDA se diferencia de la competencia porque este proyecto se desarrollará en tal magnitud que no se

ha visto en la ciudad de Babahoyo, además de contar con el financiamiento necesario para que pueda ser adquirido por la población sin ningún problema.

4.2.5 MODELO DE NEGOCIO

La constructora Promotores Inmobiliarios CONTRERAS VEGA CIA LTDA., es una sociedad destinada a la construcción de proyectos inmobiliarios en diferentes ciudades, la cual se ha enfocado esta vez en la construcción de la Urbanización “Los Jardines” en la ciudad de Babahoyo, esta compañía pertenece a varios socios, los mismos que aportan respectivamente con un capital determinado, esfuerzos y capacidad intelectual para llevar a cabo este proyecto.

4.2.5.1 NOMBRE DE LA EMPRESA

Promotores Inmobiliarios CONTRERAS VEGA CIA LTDA

4.2.5.2 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

TIPO DE EMPRESA

La constructora Promotores Inmobiliarios CONTRERAS VEGA CIA LTDA., acorde a la actividad que desempeña podemos decir que pertenece al sector secundario que abarca todas las empresas que realizan un proceso de transformación como por ejemplo la construcción y ejecución de proyectos inmobiliarios.

Se puede añadir también que según la propiedad del capital la constructora sería una empresa privada ya que el origen del capital proviene principalmente de los dueños y socios de la misma.

Al analizar en ámbito de la actividad, nos damos cuenta que la constructora es de tipo regional, debido a que esta tiene su matriz y algunos de sus proyectos en la

ciudad de Quito, pero también involucra a otras regiones o provincias en este caso la ciudad de Babahoyo, Provincia de Los Ríos para ejecutar otro proyecto.

Otro ámbito a analizar es el destino de sus beneficios, en este caso la empresa tiene ánimo de lucro, lo que significa que sus excedentes o utilidades pasan a ser parte de los propietarios o accionistas.

El último ámbito que debemos distinguir es el de su forma jurídica, y se puede determinar qué la constructora como bien su nombre lo indica es una sociedad de responsabilidad limitada lo cual tiene la característica de que los socios o accionistas tienen responsabilidad limitada por el capital o patrimonio que aportan.

TAMAÑO DE LA EMPRESA

Como sabemos el tamaño de las empresas se pueden definir según varios criterios como puede ser el número de empleados, la actividad a la que se dedican entre otros.

Al analizar el capital que la empresa ha invertido el cual asciende a \$20 millones de dólares, las instalaciones (terreno) que es de propiedad de los socios, la cantidad de trabajadores de la empresa cuyo número se encuentra entre 500 personas que colaborarán directa e indirectamente, así como también los convenios con instituciones bancarias que brindarán al mercado oportunidades de préstamos para adquirir la vivienda, llegamos a la conclusión que el tamaño de la constructora Promotores Inmobiliarios CONTRERA VEGA Cía. Ltda., corresponde a una gran empresa.

4.2.6 ORGANIZACIÓN Y EQUIPO DIRECTIVO

La constructora Promotores Inmobiliarios CONTRERAS VEGA CIA. LTDA., tiene como cabeza principal la junta de socios, conformada por los accionistas de la

empresa quienes son los encargados de tomar decisiones acerca del rumbo de la empresa a medida que esta siga avanzando.

Otro miembro del equipo directivo es el presidente de la junta de socios, quien es la persona encargada de verificar el día a día de la constructora y auditar que todas las actividades que se realizan en ella se estén desarrollando de la manera correcta, el presidente de la junta también será el encargado de transmitir la información a la junta de socios.

Con respecto a la organización la empresa está conformada por los siguientes departamentos: Dpto. de Recursos Humanos, Dpto. de Contabilidad, Dpto. de Adquisiciones, Dpto. de Construcción, Dpto. de Mantenimiento, Dpto. de Control de Calidad y Dpto. de Comercialización, los mismos que se encargarán de desempeñar las funciones encomendadas a estas áreas con la calidad que la constructora demanda.

4.2.7 LA EMPRESA

La constructora Promotores Inmobiliarios CONTRERAS VEGA CIA. LTDA., se dedica a la construcción y comercialización de viviendas, las mismas que tienen como objetivo el cumplir con las necesidades de la población.

Después de analizar profundamente las necesidades de la población de Babahoyo, se ha decidido construir el proyecto habitacional en dicha ciudad, el cual será de gran magnitud y contará no solo con las viviendas, sino que también tendrá diferentes áreas que brindarán una ventaja competitiva y por supuesto un valor agregado al mercado potencial que accederá a las viviendas.

4.2.8 PLAN DE IMPLEMENTACIÓN

4.2.8.1 PLAN DE MARKETING

- **Canales de Distribución**

Cuando una empresa se plantea la necesidad de elegir el canal más adecuado para comercializar sus productos, tendrá en cuenta una serie de preguntas que serán las que indiquen el sistema más adecuado, en razón a su operatividad y rentabilidad, por tal razón y después de analizar dichas variables, se ha llegado a la conclusión que el canal de distribución más adecuado para la constructora, es el canal directo ya que esto se efectuará a través de vendedor hacia el consumidor final, sin intermediaciones.



- **Comunicación**

Pensando en la comunicación que se requiere establecer para la comercialización de las viviendas, se ha planteado el uso de medios de comunicación escritos más representativos de la ciudad de Babahoyo como es el diario el Clarín, a través de la elaboración de trípticos, donde se muestra detalladamente la información con respecto a las viviendas, de la misma manera se va a utilizar la radio para transmitir lo requerido a sus clientes.

Para la ejecución de esta estrategia se tiene un presupuesto de \$2.400 ya que la información va a ser publicada en media página del diario el clarín los días miércoles, viernes y domingo con un costo de \$200 durante tres meses.

Ilustración No. 1

UBICACIÓN



VENTAS
 Oficina: CENTRO COMERCIAL
 Paseo Shopping Babahoyo
 Telf: (593) 32604328
 Telf: (593) 999230125
 Email: an_en@hotmail.es
 Horas Laborables:
 Lunes-Viernes: 9:00-18:30
 Sábados: 10:00-14:00
 Domingos: Cerrado

*Urbanización Los Jardines
le ofrece vivir al Más Alto Nivel.*

SIGUENOS EN....

 #losjardinesecuador
 losjardinesecuador



**Urbanización
Los Jardines**















*Urbanización Los Jardines
le ofrece vivir al Más Alto Nivel.*

PLANO ARQUITECTÓNICO - Planta Alta

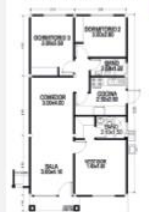


MODELO DE CASAS

Viva al más alto nivel, disfrute de su propia casa. Su hogar construido y diseñado en cada detalle para cumplir con sus expectativas, estilo, comfort y buen gusto.


 Modelos
  Planos
  Ubicación
  Contactos

PLANO ARQUITECTÓNICO - Planta Baja




MODELO 1


AREA DE CONSTRUCCIÓN
86,58 m2

PLANTAS 2

AMBIENTES

- 3 Dormitorios
- 2 Baños
- Sala
- comedor
- Baño Social
- Cocina
- Lavandería






MODELO 2

AREA DE CONSTRUCCIÓN
79,98 m2

PLANTAS 2

AMBIENTES

- 2 Dormitorios
- 2 Baños
- Sala
- comedor
- Baño Social
- Cocina
- Lavandería



MODELO 3

AREA DE CONSTRUCCIÓN
89,77 m2

PLANTAS 1

AMBIENTES

- 3 Dormitorios
- 2 Baños
- Sala
- comedor
- Baño Social
- Cocina
- Lavandería


MODELO 4

AREA DE CONSTRUCCIÓN
98,50 m2

PLANTAS 2

AMBIENTES

- 4 Dormitorios
- 2 Baños
- Sala
- comedor
- Baño Social
- Cocina
- Lavandería



- **Hojas Volantes**

Se ha escogido el uso de hojas volantes para informar a la ciudadanía interesada en adquirir el producto ofrecido, acerca de los tipos de vivienda que se están construyendo, los beneficios y las diferentes maneras de adquirirlos.

El presupuesto para esta estrategia es de \$480, teniendo en cuenta la elaboración de 4000 hojas volantes a full color en papel couché.

Ilustración No. 2



- **Diseño de la página web**

A través de la ejecución de esta estrategia se pretende captar la atención de los clientes creando un sitio web atractivo con el fin de que esta permita que nuestro mercado potencial pueda conocer el producto y así conseguir la rápida evocación de las viviendas de la constructora.

La página web entrará en funcionamiento a partir del 01 de Noviembre del 2014 y tendrá la duración de un año o más, acorde con el tiempo que tenga de construcción las viviendas. La renovación de la página web será de forma semestral y en este lapso se podrán hacer las modificaciones necesarias.

El presupuesto de la página web tiene un costo \$700 y contiene los siguientes beneficios:

- Dominio (nombre y dirección en el internet)
- Cuenta de email para contactos: an_en@hotmail.es
- Hosting: Colocar la página en un servidor de internet para que pueda vista.
- Aparecer en los principales buscadores: google, yahoo.

Ilustración No. 3



Urbanización
Los Jardines

CALL
NOW!
1-800-3260432
8



¿Quiénes Somos?

Urbanización "Los Jardines", está ubicado en el Km 7 Vía Montalvo-Sector San Pablo, cuenta con el respaldo de ACCYEM y nuestra experiencia es garantía de éxito. Es una urbanización privada. Sus propietarios podrán disfrutar de un parque, canchas deportivas, jardines, iluminación de emergencia en vías principales, cámaras de seguridad, guardiana las 24 horas del día, cercado eléctrico de seguridad perimetral, un centro comercial, Colegio COPOB (COLEGIO POLITECNICO DE BABAHOYO, y muchas áreas verdes.



MODELOS



PLANOS



UBICACIÓN

 Contamos con cuatro modelos de casas amplias y seguras.

 Las dimensiones de las casas son hechas a su necesidad.

 Ubicanos y sabras de nuestras promociones.

[MAS SERVICIOS >](#)

VENTAS

Oficina: CENTRO COMERCIAL Paseo Shopping Babahoyo
Telf: (593) 32604328
Telf: (593) 999230125
Email: an_en@hotmail.es

Horas Laborables:
Lunes-Viernes: 9:00-18:30
Sábados: 10:00-14:00
Domingos: Cerrado

SIGUENOS EN:




- **Promoción**

La promoción es un elemento o herramienta de marketing que la constructora utilizará con el objetivo de informar, persuadir al mercado potencial de las viviendas, de esta manera la promoción incluye el uso de diferentes herramientas como la publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, marketing directo y venta personal.

Una de las promociones que se aplicará para persuadir al consumir es la cantidad que se va a solicitar para el enganche de la vivienda, que no va a ser un valor muy elevado para que sea accesible al bolsillo de la población y de esta manera puedan apartar la vivienda que desean adquirir.

En cuanto a las relaciones públicas se realizará un Stand de Feria Comercial en distintos recintos feriales con el fin de mostrar el producto y asegurar la imagen de la empresa, también la constructora auspiciará diversas actividades que se realicen en la ciudad de Babahoyo, para de esta manera aumentar el prestigio de la empresa así como también para ganar simpatizantes en la ciudad.

Para la consecución de esta estrategia se tiene un presupuesto de \$500, para el pago de facilitadoras que nos ayudaran con la promoción de las viviendas y la entrega de hojas volantes y el alquiler de carpas para armar el stand en la feria.

4.2.8.2 PLAN OPERATIVO

Cuadro No. 2

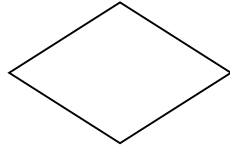
PROPUESTA	OBJETIVO	ESTRATEGIA	RESPONSABLES	FECHA DE INICIO	FECHA DE TERMINACION	PRESUPUESTO		MEDIOS DE VERIFICACION
						PROPIO	AJENO	
PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CONSTRUCCION DE PROMOTORES INMOBILIARIOS CONTRERAS VEGA CIA.LTDA PARA EL PROYECTO HABITACIONAL LOS JARDINES DE LA CIUDAD DE BABAHOYO. PERÍODO ENERO – JUNIO 2014	Diseñar un plan de negocios para la empresa constructora PROMOTORES INMOBILIARIOS CONTRERAS VEGA CIA.LTDA.	Canales de Distribución	Gerente de Comercialización	01-11-2014	Indefinida	\$0	-	A través del cumplimiento de entrega de obra.
		Utilización de medios de comunicación	Gerente de Comercialización	01-11-2014	30-03-2015	\$2.400	-	Medición de la eficiencia de en base a un plan de medios
		Utilización de hojas volantes de las viviendas	Gerente de Comercialización, vendedores	01-11-2014	30-03-2015	\$480	-	Medición de la eficiencia de la publicidad
		Diseño de la página web	Gerente de Comercialización, arquitecto, diseñador gráfico.	14-11-2014	14-11-2015	\$700	-	Número de visitas, incremento de las ventas
		Promoción: Stand en Feria Comercial	Gerente de Comercialización, arquitecto, vendedores	01-12-2014	31-01-2015	\$500	-	Número de visitas, de contactos, comportamiento de las ventas
		Capacitación al Talento Humano de la constructora	Jefe de Recursos Humanos, Jefes Departamentales	01-12-2014	Realización semestral	-	-	Plan de capacitación para la empresa previa identificación de necesidades.
	TOTAL						\$4.080	-

Figura No. 1

Símbolos Utilizados



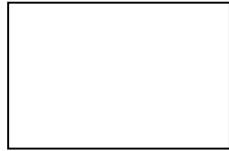
INICIO



DECISIÓN



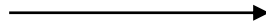
PROCESO A TRAVÉS
DEL SISTEMA



PROCESO



FIN



CONECTOR

Elaborado por: Los Autores

CANALES DE DISTRIBUCIÓN

INICIO

PASO 1 Propuesta canales de distribución

PASO 2 Productor – Consumidor Final

PASO 3 ¿Se acepta?

Si no,

PASO 4 Cambiar forma de distribución

Fin del proceso

Si entonces,

PASO 5 Construcción de viviendas

PASO 6 Ubicación producto terminado

PASO 7 Se vende el producto

PASO 8 Aceptado por el cliente

Sino,

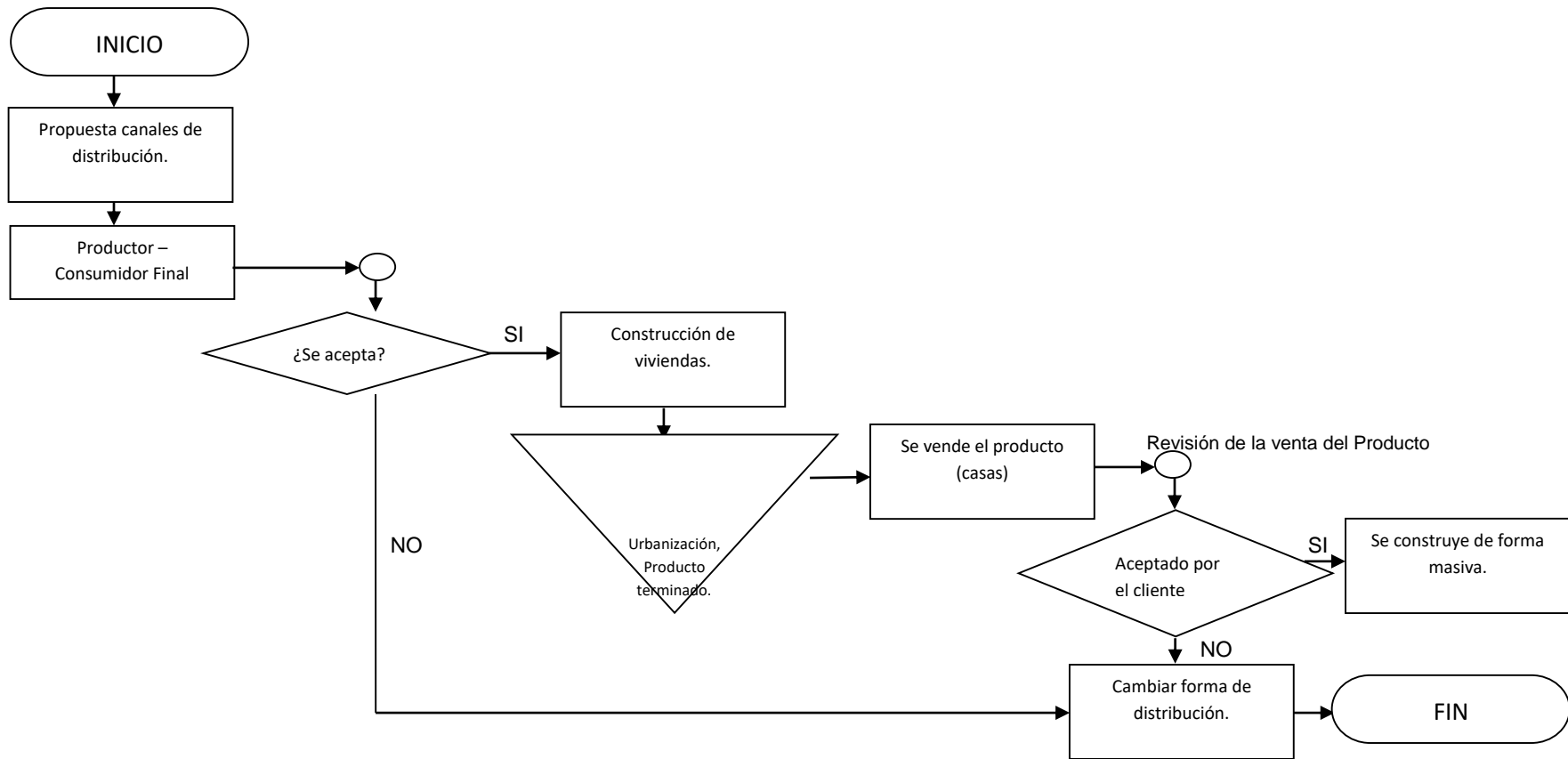
PASO 9 Cambiar forma de distribución

Si entonces,

PASO 10 Construir de forma masiva

Fin

Figura No. 2



Elaborado por: Los Autores

UTILIZACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Inicio

PASO 1 Medios de comunicación

PASO 2 Radios – Trípticos

PASO 3 ¿Se acepta?

Sino,

PASO 4 Realizar otra propuesta

Fin del proceso

Si entonces,

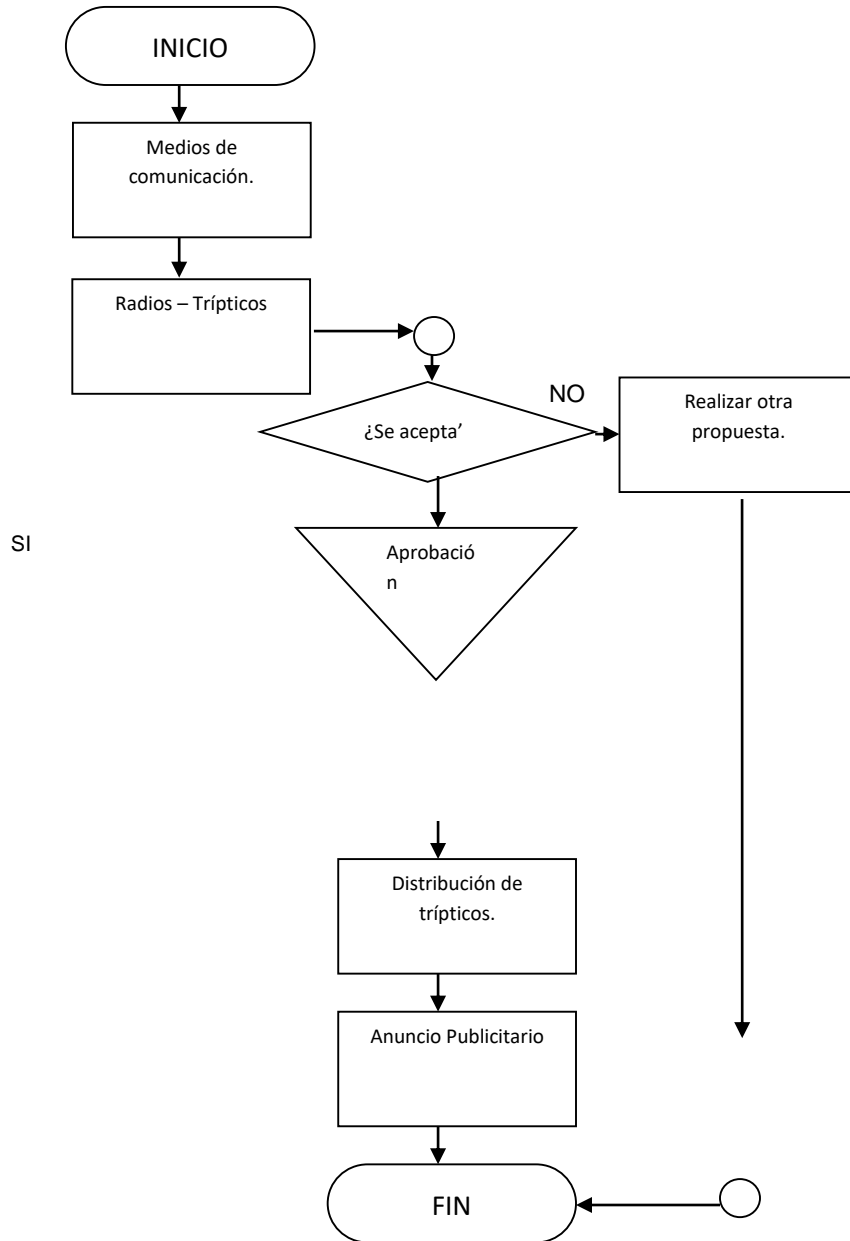
PASO 5 Aprobación

PASO 6 Distribución de trípticos

PASO 7 Anuncio publicitario

Fin

Figura No. 3



Elaborado por: Los Autores

HOJAS VOLANTES

Inicio

PASO 1 Elaboración de hojas volantes

PASO 2 ¿Se acepta?

Sino,

Fin del proceso

Si entonces,

PASO 3 Cotización de Precios

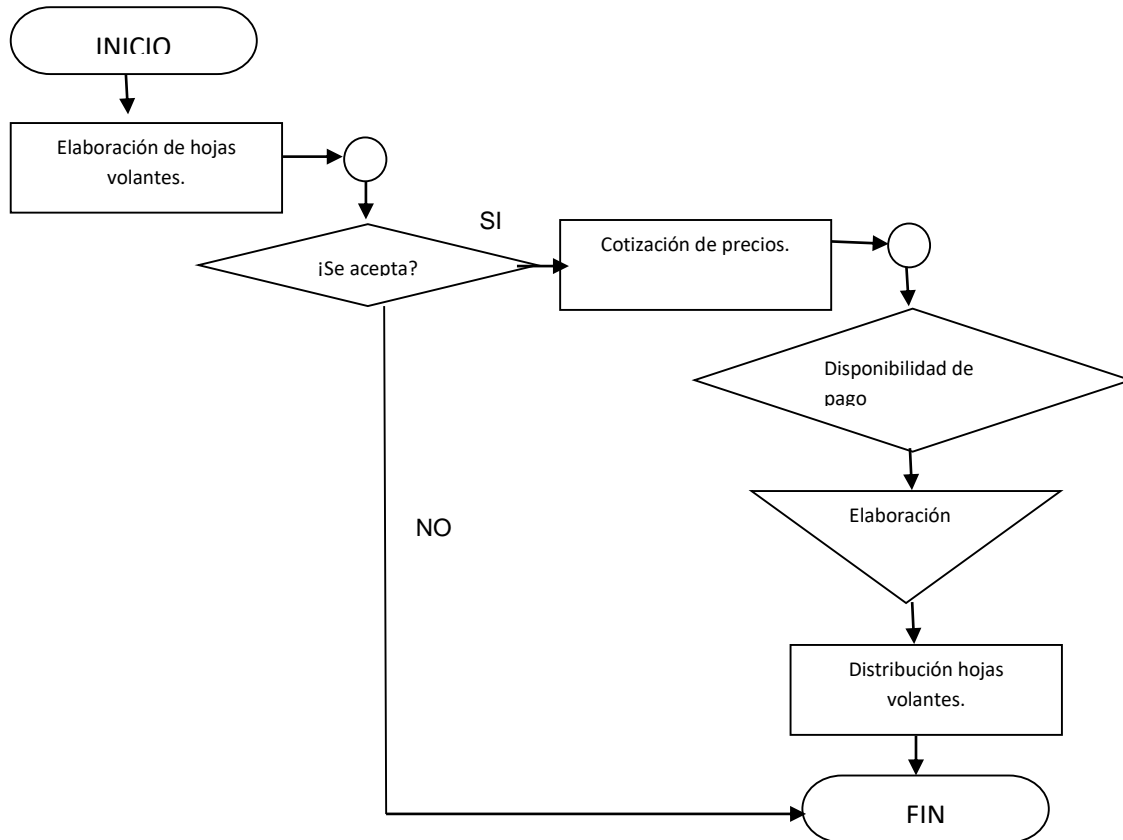
PASO 4 Disponibilidad de pago

PASO 5 Elaboración de hojas volantes

PASO 6 Distribución hojas volantes

Fin

Figura No. 4



Elaborador por: Los Autores

DISEÑO DE LA PAGINA WEB

Inicio

PASO 1 Diseño de la página web

PASO 2 ¿Se acepta?

Sino,

Fin del proceso

Si entonces,

PASO 3 Cotización de precios

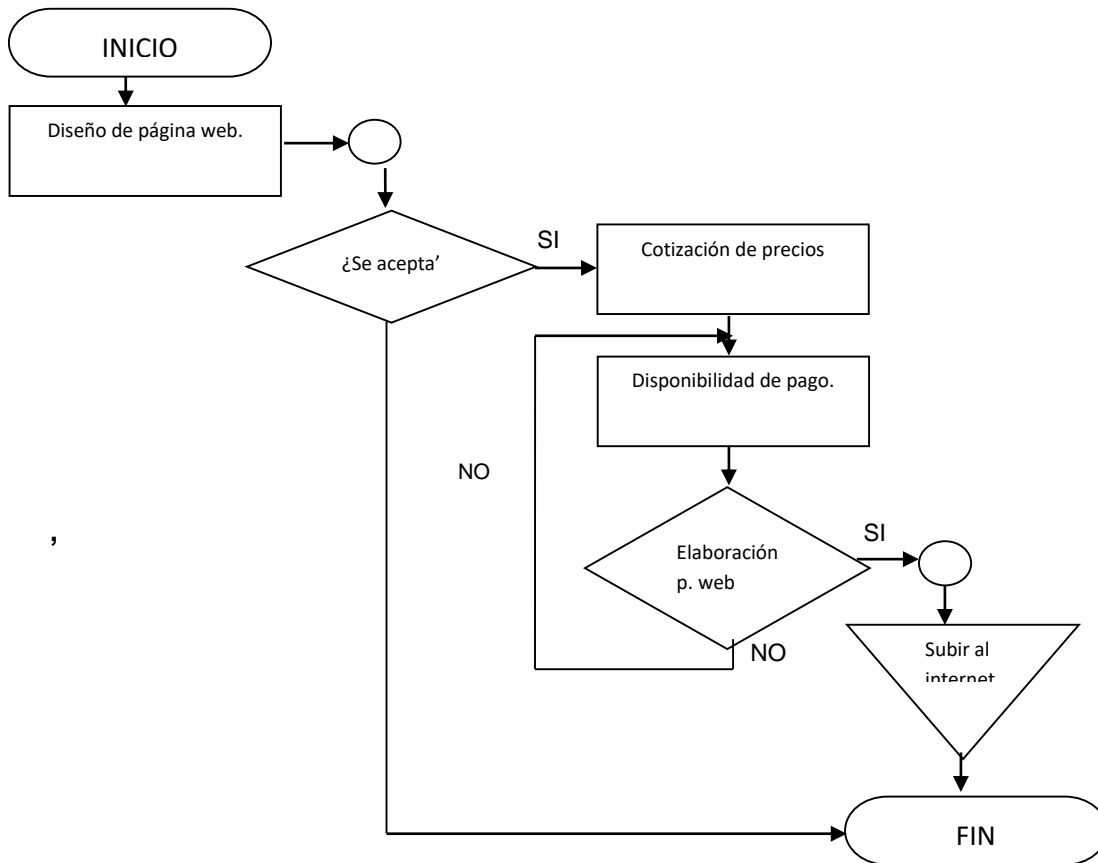
PASO 4 Disponibilidad de pago

PASO 5 Elaboración de la página web

PASO 6 Subir al internet

Fin

Figura No. 5



Elaborado por: Los Autores

PROMOCIÓN

Inicio

PASO 1 Stand de feria comercial-presentación conjunto habitacional

PASO 2 ¿Se acepta?

Sino,

Fin del proceso

Si entonces,

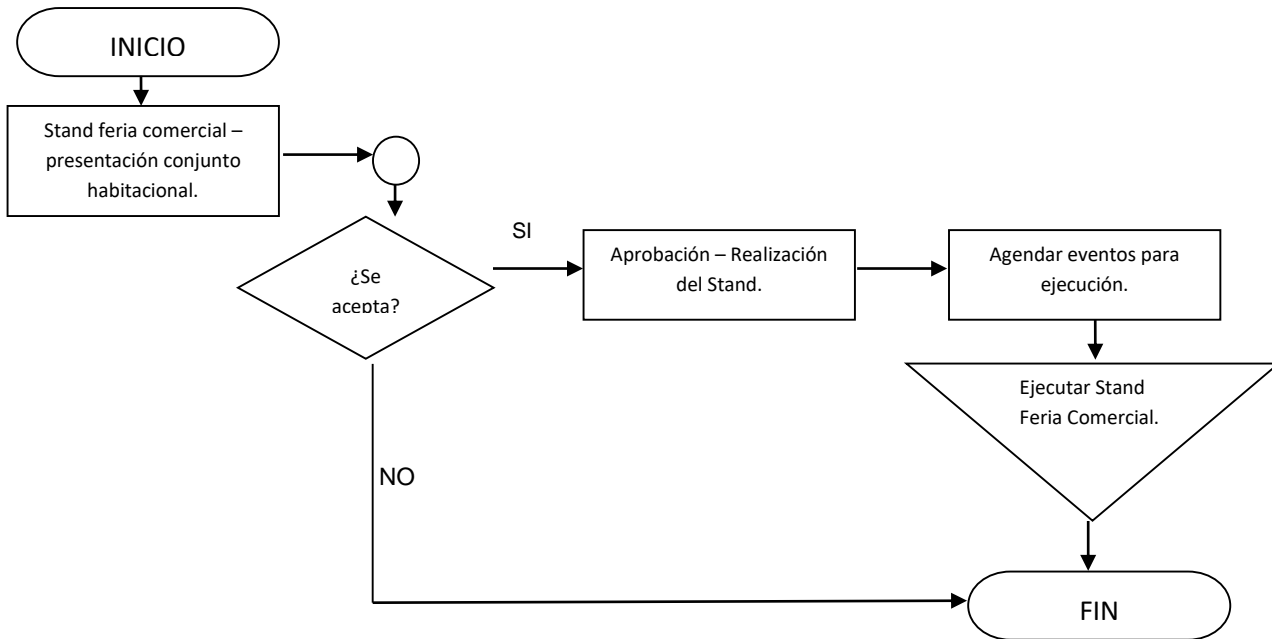
PASO 3 Aprobación-Realización del stand

PASO 4 Agendar eventos para ejecución

PASO 5 Ejecutar Stand feria comercial

Fin

Figura No. 6



Elaborado por: Los Autores

POLÍTICA DE FORMACIÓN

Inicio

PASO 1 Propuesta capacitación talento humano

PASO 2 ¿Se acepta?

Sino,

Fin del proceso

Si entonces,

PASO 3 Informar al Dpto. de Talento Humano

PASO 4 Organizar temas de capacitación

PASO 5 Agendar actividades de capacitación

PASO 6 Informar personal de trabajo

PASO 7 Disponibilidad de tiempo

Sino,

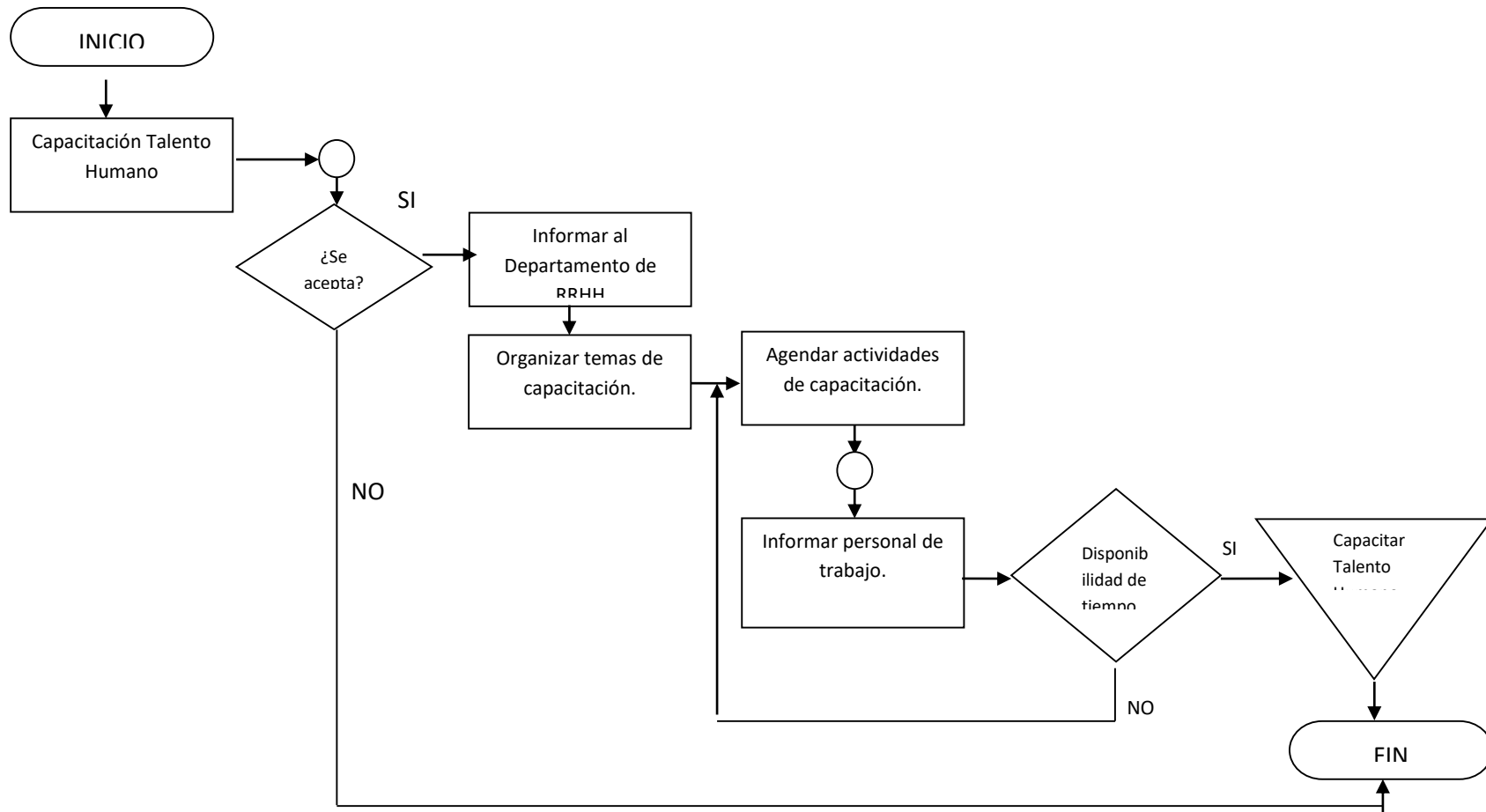
PASO 8 Agendar actividades nuevamente

Si entonces,

PASO 9 Capacitar al talento humano

Fin

Figura No. 7



Elaborado por: Los Autores

4.2.8.3 PLAN FINANCIERO

El presente plan financiero nos permitirá conocer los valores en los que se trabajará en el proyecto, es decir la inversión que se realizará, así como también el tiempo en el que podremos recuperar lo invertido y el margen de utilidad que tendrá la empresa.

El plan financiero es la guía que permitirá a los socios establecer los objetivos económicos que desean que el proyecto alcance y de esta manera definir estrategias que ayudarán en este proceso.

A continuación se presenta el Balance de Pérdidas y Ganancias proyectado 6 años plazo:

PROYECTO INMOBILIARIO LOS JARDINES LOS RIOS CONSTRUCCIONES INMOBILIARIAS			PÉRDIDAS & GANANCIAS GENERAL 6 AÑOS			
			Expresado en US\$ Dólar			
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
VENTAS						
Ventas Etapa I	\$ -	\$ 7.680.000	\$ 7.680.000	\$ 7.680.000	\$ 7.680.000	\$ 7.680.000
Ventas Etapa II	\$ -	\$ -	\$ 9.504.000	\$ 9.504.000	\$ 14.256.000	\$ 14.256.000
Ventas Etapa III	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 8.635.334	\$ 8.635.334	\$ 69.082.675
Ventas Etapa IV	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 10.326.250	\$ 10.326.250	\$ 20.652.500
TOTAL VENTA US\$	\$ -	\$ 7.680.000	\$ 17.184.000	\$ 36.145.584	\$ 40.897.584	\$ 111.671.175
COSTOS						
Terreno	\$ 10.350.000					
Costos Urbanización	\$ 31.050.000					
Costos Directos Construcción Etapa I	\$ 21.427.200	\$ 5.356.800				
Costos Directos Construcción Etapa II	\$ 22.070.016	\$ 5.517.504				
Costos Directos Construcción Etapa III		\$ 38.325.774	\$ 9.581.444			
Costos Directos Construcción Etapa IV		\$ 29.476.800	\$ 7.369.200			
Depreciación	\$ 245.687	\$ 245.687	\$ 245.687	\$ 245.687	\$ 245.687	\$ 245.687
TOTAL COSTOS	\$ 85.142.903	\$ 78.922.565	\$ 17.196.331	\$ 245.687	\$ 245.687	\$ 245.687
GASTOS						
Costos Indirectos Etapa I	\$ 981.444	\$ 245.361				
Costos Indirectos Etapa II	\$ 1.312.072	\$ 328.018				
Costos Indirectos Etapa III		\$ 1.448.454	\$ 362.114			
Costos Indirectos Etapa IV		\$ 9.579.960	\$ 2.394.990			
Auditoria	-	\$ 15.600	\$ 16.224	\$ 16.873	\$ 17.548	\$ 18.250
Financieros	\$ 32.280	\$ 12.528	\$ 12.581	\$ 12.639	\$ 12.703	\$ 12.773
TOTAL GASTOS	\$ 2.325.796	\$ 11.629.921	\$ 2.785.908	\$ 29.512	\$ 30.251	\$ 31.023
TOTAL COSTOS/GASTOS	\$ 87.468.699	\$ 90.552.487	\$ 19.982.239	\$ 275.199	\$ 275.938	\$ 276.710
Utilidad (Pérdida)	\$-87.468.699	\$-82.872.487	\$-2.798.239	\$ 35.870.386	\$ 40.621.647	\$ 111.394.465

Utilidad Acumulada	\$-87.468.699	\$-170.341.186	\$-173.139.425	\$-137.269.039	\$-96.647.392	\$ 14.747.073
--------------------	---------------	----------------	----------------	----------------	---------------	---------------

Cuadro No. 3

Al analizar el balance presentado anteriormente podemos concluir que el proyecto habitacional empezará a obtener ganancias a partir de los tres años de venta de las viviendas.

Como sabemos el uso del VAN y el TIR es de gran importancia para poder determinar la rentabilidad de un proyecto o de una inversión, con el uso de estas herramientas financieras podremos conocer la factibilidad de la Urbanización “Los Jardines” en la ciudad de Babahoyo, provincia de Los Ríos.

A continuación se presenta el flujo de efectivos proyectado a 6 años, el cual ha sido utilizado para obtener el VAN y el TIR del proyecto.

Cuadro No. 4

FLUJO EFECTIVO RESUMIDO 6 AÑOS							
Expresado US Dólar							
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Utilidad Neta + Depreciación		\$-87.223.012	\$-82.626.800	\$-2.552.552	\$ 36.116.073	\$ 40.867.334	\$ 111.640.152
Pago Cuota Anual Financiamiento		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Flujo Neto		\$ 87.223.012	\$ 82.626.800	\$ 2.552.552	\$ 36.116.073	\$ 40.867.334	\$ 111.640.152
Desembolsos Crédito	\$ 166.401.768	\$ 20.000.000	\$ 39.600.832				
Valor Activos	\$ 1.401.768						
Total Efectivo Disponible	\$ 165.000.000	\$ 97.776.988	\$ 54.751.020	\$ 52.198.468	\$ 88.314.541	\$ 129.181.875	\$ 240.822.027

Valor Cálculo TIR		\$ 97.776.988	\$ 54.751.020	\$ 52.198.468	\$ 88.314.541	\$ 129.181.875	\$.822.027
TIR	34%						
VAN	\$ 457.908.246						

El TIR nos dice que si la tasa es menor a la inversión el proyecto será rentable, y el VAN nos dice que cuando el resultado sea mayor que la inversión el proyecto en el que se trabaja será viable.

Como podemos ver en el caso del conjunto habitacional “Los Jardines” el TIR tiene una porcentaje de 34% que es menor a la inversión que la inmobiliaria realizó para la consecución del proyecto, arrojando así un resultado positivo debido a la rentabilidad que ofrecería.

En el caso del VAN tenemos un resultado de \$457.908.246 que es mayor a la inversión de los socios, por esta razón podemos concluir en el proyecto es viable y se puede realizar.

4.2.8.4 PLAN DE RECURSOS HUMANOS

Como sabemos el recurso más importante que puede tener una empresa es el talento humano que se encuentra en ella, ya que constituyen uno de los elementos fundamentales para la lograr la ejecución efectiva de las actividades que se realizan. Es por esto que resulta de gran importancia establecer la política de personal en la organización y a través de la presentación del plan de recursos humanos se analizará y determinará todos los elementos relacionados con lo que se intenta establecer.

Los puntos que se tomarán en cuenta son:

- Funciones a desarrollar de cada cargo.
- Sistemas de coordinación y organización.
- Selección y contratación del personal.
- Política salarial.
- Política de formación.
- Condiciones laborales.

Funciones a desarrollar de cada cargo

Para poder establecer las funciones a desempeñar se debe analizar las distintas tareas que se van a desarrollar en la constructora, y en los distintos departamento para de esta manera establecer el número de trabajadores que estarán en cada área y las actividades que serán asignadas a cada uno de ellos.

Sistemas de coordinación y organización

Una vez que se hayan establecido las funciones y el número de personas que desempeñaran las actividades que la empresa necesita, se nombrará el coordinador de cada área y el coordinador general, el cual se encargará de que las funciones se

desarrollen de la manera correcta y que cada empleado se organice para que todo funcione de manera holística en la empresa.

Los departamentos coordinaran y organizaran a los miembros de su equipo y los problemas que se den deben ser resueltos dentro de cada área, así como también el manejo de horarios y permisos antes de acudir al departamento de Recursos Humanos de la constructora.

Selección y contratación del personal

Para la selección del personal que trabajará en la empresa, se establecerá los perfiles que deseamos que cada uno de los cargos tenga, los cuales se detallan a continuación:

Cuadro No. 5

Puesto	Perfil	Funciones
Jefaturas	<ul style="list-style-type: none">• Hombre o mujer• Título universitario acorde con el cargo que va a desempeñar.• Experiencia mínima de 2 años en las funciones requeridas.• Manejo de Sistemas Informáticos.	<ul style="list-style-type: none">• Supervisión de las personas que se encuentren a su cargo.• Fortalecer al departamento al que represente.• Cumplir con aspiraciones de la constructora.

Cuadro No. 6

Puesto	Perfil	Funciones
Trabajadores de la Construcción	<ul style="list-style-type: none">• Hombre• Conocimientos sobre el área en la que se desempeñe.• Experiencia mínima de 2 años en las funciones requeridas.	<ul style="list-style-type: none">• Realizar las tareas encomendadas por sus supervisores.• Cumplir a cabalidad y con calidad dichas funciones.

Cuadro No. 7

Puesto	Perfil	Funciones
Vendedores	<ul style="list-style-type: none">• Hombre o mujer• Experiencia mínima de 2 años en las funciones requeridas.• Manejo de Sistemas Informáticos.	<ul style="list-style-type: none">• Cumplir con las metas de ventas que se les sea establecidas.• Incorporación de nuevos clientes para la organización.• Informe mensuales de ventas.

Fuente: Urbanización "Los Jardines"

Elaborado por: Los Autores

Una vez que los perfiles estén establecidos se procederá a publicar en los periódicos más representativos de la ciudad de Babahoyo para que las personas tengan acceso a esta información y puedan aplicar a los puestos necesarios para el proyecto habitacional.

El requerimiento de personal se publicará en los periódicos de la siguiente manera:

Cuadro No. 8

Urbanización "Los Jardines"

1.- Jefaturas

Perfil Requerido

Estudio: Título profesional de Ingeniero (afín al cargo)

Conocimientos y Responsabilidades principales para el cargo:

- Manejar Paquete Office.
- Conocer el manejo de utilitarios Word o Excel a nivel medio.
- Supervisar a las personas a su cargo.
- Reportar al Presidente de la Junta de Socios sobre el avance de su departamento.
- Tener experiencia en el área requerida.

Los profesionales interesados en aplicar a las posiciones publicadas deberán enviar su C.V. u hoja de vida al correo electrónico losjardines@hotmail.com, dirigido al de Recursos Humanos, también pueden enviar en sobre de manila a las instalaciones de la empresa especificando el cargo al que postulan, en el Km 7 de la carretera Babahoyo, Montalvo de la parroquia Clemente Baquerizo del Cantón Babahoyo. Casa modelo de la urbanización.

Cuadro No. 9

Urbanización "Los Jardines"

2.- Trabajadores de la constructora

Perfil Requerido

Estudio: Egresados o bachilleres (afín al cargo), con experiencia básica en el cargo.

Conocimientos y Responsabilidades principales para el cargo:

- Cumplir con las tareas encomendadas.
- Reportar a su jefe inmediato a finalización de las tareas.
- Capacidad para el cargo.
- Ser funcional con la empresa.
- Proactiva con las tareas encomendadas.

Los profesionales interesados en aplicar a las posiciones publicadas deberán enviar su C.V. u hoja de vida al correo electrónico losjardines@hotmail.com, dirigido al de Recursos Humanos, también pueden enviar en sobre de manila a las instalaciones de la empresa especificando el cargo al que postulan, en el Km 7 de la carretera Babahoyo, Montalvo de la parroquia Clemente Baquerizo del Cantón Babahoyo. Casa modelo de la urbanización.

Cuadro No. 10

Urbanización "Los Jardines"

1.- Vendedores

Perfil Requerido

Estudio: Título profesional, bachiller (afín al cargo), experiencia en el área comercial.

Conocimientos y Responsabilidades principales para el cargo:

- Manejar Paquete Office.
- Conocer el manejo de utilitarios Word o Excel a nivel medio.
- Atención al cliente.
- Manejo de presupuestos de venta.
- Experiencia en atraer nuevos clientes de las viviendas.
- Experiencia en el área de construcción.

Los profesionales interesados en aplicar a las posiciones publicadas deberán enviar su C.V. u hoja de vida al correo electrónico losjardines@hotmail.com, dirigido al de Recursos Humanos, también pueden enviar en sobre de manila a las instalaciones de la empresa especificando el cargo al que postulan, en el Km 7 de la carretera Babahoyo, Montalvo de la parroquia Clemente Baquerizo del Cantón Babahoyo. Casa modelo de la urbanización.

Después de recibir a los postulantes, se tomará las pruebas psicométricas necesarias para cada cargo:

- ✓ Para las jefaturas se aplicará la prueba 16 PF, la prueba de toma de decisiones y supervisión.
- ✓ Para los trabajadores se aplicará solamente la prueba 16 PF.

Una vez que los postulantes hayan realizado las pruebas, los mejores resultados pasarán a la siguiente etapa que es la de la entrevista, donde el jefe de recursos humanos analizará a cada uno de los candidatos a través de la siguiente tabla, en la cual se calificará a los aspirantes en un rango de 1 a 10.

Cuadro No. 11

Nombre del aspirante	Resultado Pruebas Psicométricas	Resultado de la Entrevista	Conocimiento del área de trabajo	Experiencia en la función a desempeñar	Actitud para el trabajo	TOTAL
						TOTAL

Fuente: Urbanización “Los Jardines”

Elaborado por: Los Autores

Después de tomar la decisión de quien fue seleccionado para cada cargo, se procederá a contactar al personal e indicarle la fecha exacta de su incorporación a la empresa, el horario y las funciones a desempeñar.

Política Salarial

Es necesario que se establezca el salario que van a recibir los trabajadores que se desempeñen en la empresa, considerando por supuesto sus funciones, y el cargo

que ocupen en la jerarquía de la misma. Se ha establecido de esta manera la siguiente política salarial.

Cuadro No. 12

CARGO	SUELDO	HORARIOS
Jefaturas	Entre \$ 1.000 a \$ 1.500	Lunes a Viernes: 08:00-12:00/14:00-18:00 (se reconocerán horas extras)
Trabajadores de construcción	Entre \$ 340 a \$400	Lunes a Viernes: 08:00-12:00/14:00-18:00 (se reconocerán horas extras)
Vendedores	Sueldo fijo de \$400 y comisión acorde a la ventas	Lunes a Viernes: 08:00-12:00/14:00-18:00 (trabajo de oficina y de campo)

Fuente: Urbanización “Los Jardines”

Elaborado por: Los Autores

Política de Formación

Los empleados de la constructora deben estar en constante capacitación en temas que correspondan a su trabajo, así como en mantenerlos motivados y trabajando de manera correcta y positiva para que la empresa pueda crecer tanto económica como empresarialmente.

Por esta razón se propone el desarrollo del presente cuadro de capacitación:

Cuadro No. 13

REALIZACIÓN	TEMA	EXPOSITOR	COSTO	LUGAR
Semestralmente	Motivación	Jefe de Recursos Humanos	\$ -	Oficinas de la constructora.
Semestralmente	Atención al Cliente	Jefe de Comercialización	\$ -	Oficinas de la constructora.
Semestralmente	Manejo de Herramientas	Jefe de Mantenimiento	\$ -	Oficinas de la constructora.
Semestralmente	Calidad del Producto	Jefe de Calidad	\$ -	Oficinas de la constructora.

Fuente: Urbanización "Los Jardines"

Elaborado por: Los autores

Es importante recalcar que las capacitaciones no tendrán costo para la constructora, ya que serán expuestas por los jefes de cada área.

Condiciones laborales

Es importante que se establezcan las condiciones en que cada uno de los trabajadores se va a desempeñar en la empresa, principalmente en las formas contractuales que adoptará la empresa para cada uno de los puestos que se han establecido. Se van a utilizar contratos indefinidos a tiempo completo, a tiempo parcial en función al puesto de trabajo. Al principio se contratará al personal mínimo necesario para el desempeño de la actividad de manera en que el plan de recursos humanos se deberá replantear en función a la evolución de la empresa y de las necesidades que se presenten en el futuro.

Con respecto a la seguridad de los trabajadores, ellos tendrán las herramientas necesarias acorde a cada una de sus áreas:

Construcción:

- ✓ Guantes.
- ✓ Botas.
- ✓ Cascos.

Mantenimiento:

- ✓ Guantes.
- ✓ Cascos.
- ✓ Ropa de Trabajo.
- ✓ Gafas.
- ✓ Audífonos (dependiendo el área).

Calidad:

- ✓ Cascos.
- ✓ Gafas.
- ✓ Ropa de Trabajo.
- ✓ Audífonos (dependiendo el área).

Es necesario recalcar que en el momento en el que se contrate a los trabajadores, los jefes de cada departamento tiene la responsabilidad de brindar dos días de inducción a las personas que van a tener a su cargo, en la inducción los jefes deberán indicar las funciones a desempeñar, las máquinas que van a utilizar, de qué manera manejarla, los posibles peligros y que hacer en caso de suceder alguna situación inesperada, de esta manera nos aseguramos que el personal esté capacitado y tengan seguridad en el trabajo.

CONCLUSIONES

- La población de Babahoyo no se encuentra conforme con las viviendas en las que habitan en la actualidad.
- La respuesta ante la construcción de viviendas en la ciudad de Babahoyo es positiva.
- El financiamiento de las viviendas por parte de la ciudadanía es a través de créditos con instituciones financieras.
- La población de Babahoyo considera que las posibilidades de financiar una vivienda son mucho más factibles en este año.
- El precio establecido para las viviendas es accesible según capacidad de endeudamiento del aspirante para compra de casa.
- Parte de la población conoce sobre la existencia de ayudas de parte del Gobierno Nacional e Instituciones Bancarias, pero no saben en qué consisten ni como ser beneficiarios.
- Las tasas de interés para créditos de financiamiento de viviendas son muy elevadas.

RECOMENDACIONES

- Ejecutar el proyecto habitacional con características adecuadas de las viviendas para que satisfagan las necesidades de la población.
- Promocionar las viviendas a través de las estrategias propuestas para afirmar la respuesta de la población.
- Se recomienda que la constructora tenga una alianza con alguna institución financiera de la ciudad para facilitar la compra de la vivienda a los clientes.
- Aplicar estrategias que permitan que la población conozca los precios de las viviendas y puedan adquirirlas.
- Mantener el precio establecido para las casas como ventaja competitiva dentro del mercado de la construcción.

- Invitar a la población de Babahoyo a las instituciones financieras ligadas al estado e instituciones privadas para informarse sobre las ayudas y formas de financiamiento de créditos de viviendas.
- Realizar un plan de pago justo para el aspirante de compra de casa y asesorar que instituciones les son convenientes respecto a las tasas de interés de créditos de vivienda.

BIBLIOGRAFIA

- Borello, Antonio (2000). *El Plan de Negocios*. Bogota: McGraw Hill Balanko, Dickson (2008). *Como preparar un plan de negocios exitoso*. Bogota: McGraw-Hill Interamericana.
- Hernández Sampierí, R., et al (2006) *Metodología de la Investigación*. México: McGRAW-HILL Interamericana.
- Castañeda Jiménez, Juan (2011). *Metodología de la Investigación*. México: McGRAW-HILL Interamericana.
- Martínez Ruíz, Ávila Reyes (2010). *Metodología de la Investigación*. México: Cengage Learning Editores.

WEBGRAFIA

- Plan de Negocios, (recuperado el 28-04-2014) disponible en: <http://definicion.de/plan-de-negocios/>
- Utilidad del Plan de Negocios, (recuperado el 10-05-2014) disponible en: http://www.trabajo.com.mx/que_es_un_plan_de_negocio_y_para_que_sirve.htm
- Importancia del Plan de Negocios, (recuperado el 18-05-2014) disponible en: <http://encuentracapital.es/web/es/la-importancia-del-plan-de-negocio/>
- Elementos del Plan de Negocios, (recuperado el 26-05-2014) disponible en: <http://crearunaempresaya.wordpress.com/2011/03/29/10-elementos-importantes-de-un-plan-de-negocios/>
- Conceptos, (recuperado el: 01-06-2014) disponible en: <http://gestion.pe/empleo-management/consejos-basicos-desarrollar-plan-negocio-2060566%20http://webs.ono.com/nachovaldes/lbrsinergia.htm>

ANEXOS