



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**PROYECTO DE TESIS PRESENTADO COMO REQUISITO PARA OPTAR
POR EL TÍTULO DE CONTADURÍA PÚBLICA AUTORIZADA**

TEMA:

“Propuesta para mejorar la rentabilidad en la Empresa Corpevin S.A.”

AUTORES

CARPIO VARAS JENNIFFER PAMELA

DIAZ BUENO YESENIA DENISSE

TUTOR:

ING. CHRISTIAN LÓPEZ PINARGOTE

GUAYAQUIL – ECUADOR

2016



REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS

TITULO: “Propuesta para mejorar la rentabilidad en la Empresa Corpevin S.A.”

AUTOR/ES: Carpio Varas Jenniffer Pamela Díaz Bueno Yesenia Denisse	REVISORES: Econ. Carlos Calderón Ing. Patricio Buendía	
INSTITUCIÓN: UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL	FACULTAD: CIENCIAS ADMINISTRATIVAS	
CARRERA: CONTADURIA PÚBLICA AUTORIZADA		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	N. DE PAGS:	
ÁREAS TEMÁTICAS:		
PALABRAS CLAVE:		
RESUMEN: El presente trabajo investigativo está orientado a realizar una propuesta para la reducción de costos que mejore la rentabilidad de la Empresa Corpevin S.A. realizando encuestas a los directivos y administrativos para conocer a fondo las inquietudes y anomalías que existen en dicha entidad por el cual se identificara los problemas que se presentan al momento de realizar los costos de la construcción de las viviendas. El sector inmobiliario en el Ecuador en los últimos años ha venido impulsando su crecimiento por la accesibilidad a los créditos públicos y privado que se están generando en nuestro país, no solo con la construcción de primera vivienda sino como en construcciones públicas, con el cual podemos mejorar la introducción de los proyectos de las empresa en el mercado inmobiliarios, ofreciendo nuevos precios de las viviendas ofertadas. Con los resultados de los análisis se pudo conocer el problema en los costos que ha sufrido los materiales importados con el tema del incremento de las salvaguardias, los cuales se han sustituido con materiales nacionales ayudando a incrementar la rentabilidad de la matriz productiva en el Ecuador y reduciendo el costo de las viviendas la cual mejorara la rentabilidad de la empresa Corpevin S.A		
N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF:	SI	NO
CONTACTO CON AUTORES/ES: Carpio Varas Jenniffer Pamela Díaz Bueno Yesenia Denisse	Teléfono: 0985251300 0979101419	E-mail: jek_beba_16@hotmail.com ye_de92@hotmail.com
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	Nombre:	



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CONTADURÍA PÚBLICA AUTORIZADA

Certificado Sistema Anti plagio

Yo, **ING. CHRISTIAN XAVIER LOPEZ PINARGOTE**, tutor de la tesis **“PROPUESTA PARA MEJORAR LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA CORPEVIN S.A.”** que fue elaborada por la Srta. Carpio Varas Jenniffer Pamela y la Srta. Diaz Bueno Yesenia Denisse, egresadas de la carrera de CONTADURIA PÚBLICA AUTORIZADA; **CERTIFICO** que la presente fue analizada en el programa URKUND en Febrero 24 del 2016, otorgando un nivel de error del 8%, por lo que las señoritas egresadas anteriormente mencionados podrán continuar con la etapa siguiente del proceso de titulación.

Document: Tesis: Propuesta para mejorar la rentabilidad en la Empresa Corpevin S.A. (01619772)

Submitted: 2016-02-24 09:57:10:00

Submitted by: Christian Lopez Pinargote (lopezp@yahoos.com)

Receiver: cesar.freire.ucag@analisis.unkund.com

Message: Rv: TESIS PARA ORKUND [Show full message](#)

8% of this approx. 31 pages long document consists of text present in 10 sources.

Rank	Blocks	Path/Filename
1		https://www.clubensayos.com/temas/Costos/2014211.html
2		CAPITULO II.docx
3		CAPITULO II.docx
4		Propuesta de administracion.docx
5		https://www.linkedin.com/in/carlos-andres-martin-perez-509b6050
6		MANUAL MANUAL DE FUNCIONES H. AGUIRRE.docx
7		TESIS MANUAL DE FUNCIONES H. AGUIRRE.docx
8		
9		
10		

External source: <https://www.clubensayos.com/temas/Costos/2014211.html>

FINES DE LA CONTABILIDAD DE COSTOS Entre los fines principales de la contabilidad de costos están:

1. Determinar el costo de los inventarios de los productos fabricados para efectos de presentación del Balance General.
2. Determinar el costo de los productos vendidos con el fin de calcular la utilidad o pérdida en el periodo y al poder presentar el estado de Ganancias y Pérdidas.
3. Servir de fuente de información de costos para estudios económicos y decisiones especiales, entre otras, inversiones de capital a largo plazo, tales como reposición de maquinarias, expansión de la planta de producción, fabricación de nuevos productos, fijación de precios para la venta, etc.
4. Dotar a la gerencia de una herramienta útil para la planeación y el control sistemático de los costos de producción.

Concepto de costo

Se denomina costo a todos los desembolsos relacionados con la producción, puesto que se incorporan en los bienes producidos y quedan por lo tanto capitalizados en los inventarios hasta tanto se vendan los productos. Estos desembolsos están relacionados con Materiales Directos (MD), Mano de Obra Directa (MOD) y Costos Indirectos de Fabricación (CIF) necesarios para convertir la materia prima en productos terminados con la integración del elemento humano (Trabajadores) y el elemento técnico (las máquinas). También podemos afirmar que costos es aquel desembolso en el que se incurre directa o indirectamente en la adquisición de un bien en su producción.

COSTO

MATERIALES DIRECTOS (MD): Los MD o MP son aquellos insumos necesarios en la producción de un bien y que pueden cuantificarse plenamente con una unidad de producto, también podemos decir que son aquellos que se identifican con el producto terminado. Ejemplo: la madera, tela o cuero en la fabricación de muebles. **MANO DE OBRA DIRECTA (MOD):** Comprende los salarios de obreros u operarios que realizan las prestaciones laborales, y aportes patronales de las personas que intervienen con su acción directa en la fabricación de los productos, bien sea manualmente o accionando las máquinas que transforman las materias primas en productos terminados.

Estos desembolsos constituyen el segundo elemento esencial del costo total del producto terminado.

Ing. Christian López Pinargote MBA.
Tutor De Tesis



RENUNCIA DE LOS DERECHOS DE AUTORES



Por medio de la presente certifico que los contenidos desarrollados en esta tesis son de absoluta propiedad y responsabilidad de:

CARPIO VARAS JENIFFER PAMELA con C.I.: 0930730155

DÍAZ BUENO YESENIA DENISSE con C.I.: 0930352356

Cuyo tema es:

“Propuesta para mejorar la rentabilidad en la Empresa Corpevin S.A.”

Derechos que renunciamos a favor de la Universidad de Guayaquil, para que haga uso como a bien tenga.

CARPIO VARAS JENIFFER PAMELA

C.I.: 0930730155

DIAZ BUENO YESENIA DENISSE

C.I.: 0930352356



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



ESCUELA DE CONTADURÍA PÚBLICA AUTORIZADA

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

Yo, Ing. Christian López Pinargote MBA., habiendo sido nombrado tutor de tesis de pregrado en la Carrera de Contaduría Pública Autorizada de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad de Guayaquil, de las estudiantes:

Carpio Varas Jenniffer Pamela

Diaz Bueno Yesenia Denisse

Como requisito para optar por el título de Contador Público Autorizado, cuyo tema es: **“Propuesta para mejorar la rentabilidad en la Empresa Corpevin S.A.”**

Certifico que he revisado y aprobado en todas sus partes el trabajo de titulación, encontrándose apto para su sustentación.

Ing. Christian López Pinargote MBA.
Tutor De Tesis



CERTIFICADO DE GRAMATÓLOGA



MSC. Cedeño Macías Nelly Elizabeth, Magíster en Educación Superior con registro de la SENESCYT N 1006-12-743058 por medio del presente tengo a bien **Certificar:** Que he revisado la redacción, estilo y ortografía de la tesis de grado elaborada por las egresadas:

CARPIO VARAS JENNIFFER PAMELA

C.I. # 0930730155

DÍAZ BUENO YESENIA DENISSE

C.I. # 0930352356

Previo a la obtención del grado de Contaduría Pública Autorizada cuyo tema es:

“Propuesta para mejorar la rentabilidad en la Empresa Corpevin S.A.”

Trabajo de investigación que ha sido escrito de acuerdo a las normas, ortográficas y de sintaxis vigentes.

Atentamente,

MSC. Cedeño Macías Nelly Elizabeth

C.I.0909723298

REGISTRÓSENESCYT # 1006-12-743058

Correo Electrónico: Nelly.cedemacias@hotmail.com

Celular: 0981090974

DEDICATORIA

A Dios por haber guiado cada paso que doy y brindándome la oportunidad de haber culminado mi carrera con éxito y salud.

A mi prima, le agradezco por el apoyo brindado durando mi carrera universitaria, haber confiado en mí y por enseñarme que la mayor riqueza que uno puede tener es el conocimiento, por ser el aliento que he necesitado en días difíciles de trabajo y estudios para no decaer con el cansancio y que el querer es poder.

Y a mi madre que a pesar de no estar a mi lado en esta etapa de mi vida fue la mayor fuente de inspiración y fortaleza para realizarme profesionalmente.

Yesenia Denisse Diaz Bueno

DEDICATORIA

Le agradezco a Dios por permitirme culminar una de las etapas de mi vida estudiantil; a mis pilares fundamentales que son mis padres que me inculcaron valores, virtudes y deseo de superación, a mi hermano, hermana y demás familiares que a pesar de las adversidades y obstáculos lo hemos superado.

Agradezco por poner en mi camino a gente maravillosa que se han ganado mi amor, amistad y respeto por esos amigos/as que se han convertidos como hermanos/as y demás compañeros que convivieron conmigo todo este periodo de enseñanza.

Y a César, por su amor y apoyo incondicional en todo momento, sus ánimos para seguir adelante y no desfallecer en el camino. Por su paciencia y comprensión.

Jenniffer Pamela Carpio Varas

AGRADECIMIENTO

Este proyecto es el resultado del conjunto de conocimientos que hemos recibido durante los ocho semestres y cursos realizados en nuestra carrera de Contadoras Públicas Autorizadas, por esto agradecemos a nuestros profesores quien nos apoyó en este tiempo de capacitación profesional, y a los docentes que formaron parte del desarrollo de nuestra propuesta de investigación satisfaciendo todas nuestras expectativas.

RESUMEN

El presente trabajo investigativo está orientado a realizar una propuesta para la reducción de costos que mejore la rentabilidad de la Empresa Corpevin S.A. realizando encuestas a los directivos y administrativos para conocer a fondo las inquietudes y anomalías que existen en dicha entidad por el cual se identificara los problemas que se presentan al momento de realizar los costos de la construcción de las viviendas.

El sector inmobiliario en el Ecuador en los últimos años ha venido impulsando su crecimiento por la accesibilidad a los créditos públicos y privado que se están generando en nuestro país, no solo con la construcción de primera vivienda sino como en construcciones públicas, con el cual podemos mejorar la introducción de los proyectos de las empresa en el mercado inmobiliarios, ofreciendo nuevos precios de las viviendas ofertadas.

Con los resultados de los análisis se pudo conocer el problema en los costos que ha sufrido los materiales importados con el tema del incremento de las salvaguardias, los cuales se han sustituido con materiales nacionales ayudando a incrementar la rentabilidad de la matriz productiva en el Ecuador y reduciendo el costo de las viviendas la cual mejorara la rentabilidad de la empresa Corpevin S.A.

ABSTRAC

This research work is oriented to make a proposal for cost reduction Better Profitability Company Corpevin SA Conducting Polls managers and administrative to meet Fund concerns and anomalies that exist online. This entity f whereby identified Problems that occur at the time of the costs of Construction of housing.

The real estate sector in the Ecuador in recent years has been promoting its growth for accessibility to public funds and private that are being created in our country, not only with the construction of First Chinese home and in public buildings, With We can improve Projects Introduction of the Company's Real Estate Market the offering New housing prices tendered.

With Test Results could know the problem Costs has suffered imported materials with the issue of increasing safeguards, which have been substituted with National Materials helping to increase the profitability of the productive matrix in Ecuador and reducing the cost of housing whatever improve the profitability of the Company Corpevin S.A

ÍNDICE GENERAL

CAPITULO 1	1
EL PROBLEMA.....	1
1.1. Planteamiento del problema	1
1.2. Formulación y sistematización del problema	2
1.3. Objetivo de la investigación	3
1.4. Justificación del proyecto	3
1.4.1. Justificación teórica	3
1.4.2. Justificación metodológica	4
1.4.3. Justificación práctica	4
1.5. Delimitacion de la investigacion	5
1.6. Hipótesis general	5
 CAPÍTULO 2	 7
MARCO REFERENCIAL.....	7
2.1. Antecedentes del sector inmobiliario.	7
2.1.1. Sector inmobiliario provincia de santa elena	7
2.2. Marco teorico.....	9
2.1.2. Exposición y análisis de conocimientos teóricos.	9
1.2.1 normas internacionales de contabilidad nic.....	10
2.1.2.1. Nic 2 inventario	10
2.1.2.2. Nic 11 contrato de construcción.-	11
2.1.2.3. Nic 12.- impuestos a la ganancia	11
2.1.2.4. Nic 16.- propiedad planta y equipo	13
2.1.2.5. Nic- 18 ingresos ordinarios	14
2.1.2.6. Nic 23.- costo por préstamos.....	15
2.1.2.7. Nic- 36.- deterioro de los activos.....	15
2.1.2.8. Nic 40.- propiedad de inversión	17
1.2.2 fines de la contabilidad de costos	17
1.2.3 concepto de costo	18
1.2.4 Elementos del costo	18
1.2.5 diferentes tipos de costos	19

2.3.	Marco contextual	19
2.3.1	Reseña historica.....	19
2.3.1.1	visión.....	21
2.3.2	Misión.....	21
2.3.3	Principios.....	22
2.3.4	estructura organizacional.	22
2.4.	Marco conceptual	23
2.5.	Marco legal.....	24
 CAPÍTULO 3		29
MARCO METODOLOGICO.....		29
3.1.	Diseño de la investigacion.....	29
3.2.	Tipo de la investigacion.....	29
3.3.	Poblacion y muestra.....	30
3.3.1.	Población.	31
3.3.2.	Muestra.....	31
3.4.	Tecnica e instrumentos de la investigacion	32
3.5.	Análisis de los resultados	32
3.1.1.	Analisis foda	50
3.1.1.1.	Análisis interno.....	50
3.1.1.2.	Análisis externo.	51
3.1.2.	Dafo-came	51
3.1.3.	Analisis de las 4 p.....	53
 CAPÍTULO 4		55
PROPUESTA.....		55
4.1	Fundamentos de la propuesta	55
CONCLUSIONES		60
RECOMENDACIONES.....		61
BIBLIOGRAFÍA		62

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1-Cuadro de las Variables.....	6
Tabla 2–Tipos de Viviendas	9
Tabla 4- Afectación por la salvaguardia	33
Tabla 5- Evolución del sector de la construcción	34
Tabla 6- Nivel socio económico	35
Tabla 7- Medio de venta	36
Tabla 8- Disminución del precio de la vivienda.....	37
Tabla 9- Construcción de Condominios	37
Tabla 10- Recursos a Utilizar	39
Tabla 11- Conocimiento de Materiales.....	40
Tabla 12- Evolución de actividades.....	41
Tabla 13- Causas de disminución de actividades	42
Tabla 14- Aumento de costos de las viviendas.....	43
Tabla 15- Pago de cuota de entrada.....	44
Tabla 16–Conocimiento del proyecto.....	45
Tabla 17- Motivo de compra	46
Tabla 18-Cuota de entrada accesible	47
Tabla 19 Proyecto económico	47
Tabla 20-Acabados	48
Tabla 21 –Cambio de productos	49
Tabla 22- Incremento de costo de materiales importados	56
Tabla 23- Efecto porcentual por la sustitución de materiales.....	57
Tabla 24- Costo de construcción-Modelo Bambú	58

ÍNDICE DE GRÁFICO

Gráfico 1-Organigrama de la empresa Corpevin S.A.....	22
Gráfico 2-Afectación por la salvaguardia.....	33
Gráfico 3-Evolucion del sector de la construcción.....	34
Gráfico 4-Nivel socio económico	35
Gráfico 5-Medio de venta	36
Gráfico 6-Disminución del precio de la vivienda.....	37
Gráfico 7-Construccion de Condominios	38
Gráfico 8-Recursos a Utilizar	39
Gráfico 9-Conocimiento de Materiales	40
Gráfico 10-Evolucion de actividades.....	41
Gráfico 11-Causas de disminución de actividades	42
Gráfico 12-Aumento de costos de las viviendas.....	43
Gráfico 13-Pago de cuota de entrada.....	44
Gráfico 14-Conocimiento del proyecto	45
Gráfico 15-Motivo de compra	46
Gráfico 16- Cuota de entrada accesible	47
Gráfico 17- Proyecto Económico	48
Gráfico 18- Acabados	48
Gráfico 19-Cambio de productos.....	49

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1-Arbol del Problema	2
Figura 2-Modelo de Casa.....	20
Figura 3-Ubicación oficinas Corpevin S.A.	20
Figura 4-Ubicación Hacienda Olonche	21
Figura 5-Partidas Arancelarias	27
Figura 6-Analisis FODA.....	52

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1-encuesta a directivos	64
anexo 2-encuesta administrativo.....	71
anexo 3-encuestas a clientes	79
anexo 4-cotizacion de materiales	97
anexo 5-materiales de construccion.....	104
anexo 6-fotos	110

INTRODUCCION

La Industria nacional de la Construcción de la vivienda se encuentra consolidada en el sector Inmobiliaria, que con el transcurso del tiempo ha sufrido varios cambios drásticos en actualización y modernización de la construcción de las mismas, del cual el sector Inmobiliaria trata de estar al día en tecnología y estrategias, enfocándose en satisfacer las necesidades más exigentes del mercado, tanto en calidad como en precios. La mayoría de las empresas dedicadas a la construcción sufren de problemas de mal costeo para la construcción de las viviendas, realizando la construcción con materiales con altos precios que incrementara el costo de la vivienda.

Por otro lado, para igualar o mejorar los precios de las viviendas, se implementará nuevas estrategias de compra para materiales nacionales y sustitución de materiales importados por materiales nacionales los cuales ayuden a la reducción de los costos de la vivienda, dando una buena satisfacción al cliente el cual gozará de casas con precios accesibles, las mayoría de las personas viven en una vida cotidiana de trabajo, estudios, el movimiento de la ciudad, deseando salir de la rutina, por ende se crea la estrategia de casas modernas con estilos rústicos y cómodos con áreas verdes de relajación y distracción, con excelente áreas recreativas.

Hay que tener presente que el contenido del mismo se encuentra enfocado al planteamiento del problema, en donde se enfatiza la zona de estudio y el medio por el que se llevó a cabo este trabajo, ayudando obtener productividad en la construcción de las viviendas dando nuestra estrategias de reducción de los costos

CAPITULO 1

EL PROBLEMA

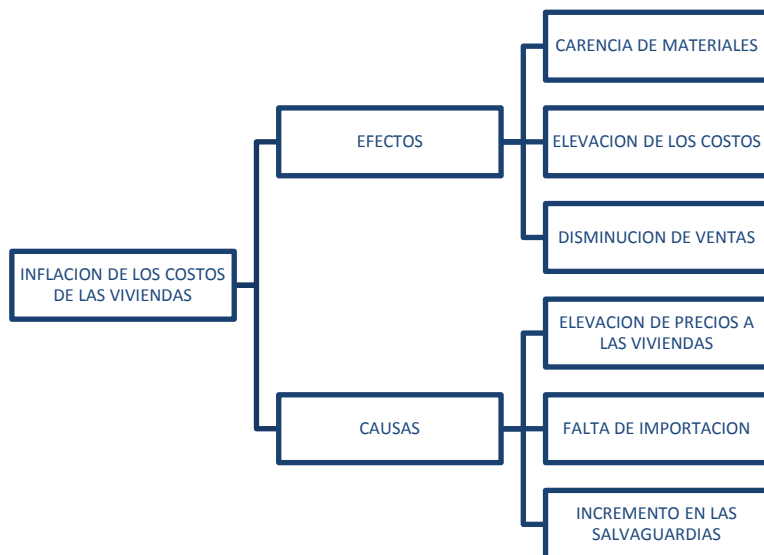
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El problema que se determina en el presente proyecto está dado por las políticas comerciales que rigen a nivel mundial las cuales son dirigidas por la OMC (Organización Mundial del Comercio), quienes pueden adoptar una medida arancelarias para proteger la producción nacional de un aumento de importaciones de un producto que ocasione o amenace con causar daños graves a cualquier rama de la producción nacional, del cual diferentes países se han acoplado a estas medidas de protección de producto nacional.

El Gobierno Nacional de la República del Ecuador ha visto necesaria la implementación de un incremento en las salvaguardias de diversas partidas, con la finalidad de proteger la economía del país ante la caída del precio del petróleo, causando un gran impacto en el sector de la construcción sobre todo en viviendas con acabados de lujo, el cual generara un incremento en el costo de la construcción de la vivienda, este sector tendrá que implementar nuevos cambios para superar estas dificultades, debido a que se elevarían los precios de las viviendas.

La empresa Corpevin S.A. del sector inmobiliario también se ve afectada por el incremento de la salvaguardia de algunos de sus productos los cuales le genera un incremento en los costos del producto terminado, el cual genera preocupación a la Gerencia Financiera.

Figura 1-Arbol del Problema



1.2. FORMULACIÓN Y SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

Formulación del Problema.

- ¿Será viable el análisis de la reducción de los costos en la construcción de las viviendas de la empresa Corpevin S.A.?

Sistematización del Problema.

- ¿Cuáles serían las dificultades en el momento de buscar productos similares que reemplacen los materiales importados?
- ¿Cuáles serían las dificultades en el momento de realizar cambios de los materiales ya establecidos por materiales sustitutos de bajos costos?

- ¿Sera viable el cambio de contratos del personal de obra que se encuentra a plazo fijo por contrato de obra cierta?

1.3. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo General

Demostrar que se mejorara la rentabilidad de la empresa Corpevin S.A. implementando diversas estrategias de reducción de los costos de construcción atreves de la sustitución de productos e insumos.

Objetivos Específicos.

- i) Analizar los costos de los materiales de construcción.
- ii) Realizar un comparativo de productos importados con productos nacionales para establecer diferencias en costos de construcción.
- iii) Buscar nuevas propuestas de proveedores.

1.4. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

1.4.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA

Se justifica de manera teórica la investigación por la necesidad que se observa de establecer una disminución de costo en la construcción de la vivienda aplicando las Normas NIC, los cuales permitan determinar las variable u objeto de estudio de la empresa “Corpevin S.A las mismas que nos ayuden a visualizar y plantear soluciones al problema de los costos.

1.4.2. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA

Se justifica de manera metodológica la investigación porque implementaremos dentro del mismo diferentes métodos de investigación que permita la recopilación de la información necesaria y facilite el desarrollo del proyecto para la obtención de la información y el desarrollo del presente proyecto se realiza a través de dos tipos de investigación: analítica y aplicada, puesto que la información requerida se obtendrá directamente del personal que labora dentro de la empresa Corpevin S.A.

La recopilación de la información ayudará a la medición: inductiva, deductiva y cuantitativa, lo que facilitará un mejor planteamiento del tema y un manejo de datos más precisos, reales y efectivos, considerando las características del contexto y objetivos de la investigación.

El proceso metodológico comprende las siguientes tareas:

- Elaboración de cuestionarios.
- Realización de encuestas.
- Elaboración y análisis del diagnóstico.

1.4.3. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA

El proyecto descrito tiene como objetivo principal encontrar soluciones rápidas, efectivas y sustentables para la empresa “Corpevin S.A.”, frente a las actuales políticas de gobierno, pensando en agilizar la obtención de respuestas empezaremos por enfocar nuestro análisis en los Estados Financieros de la compañía para conocer su situación económica- financiera y determinar estrategias que le permitan mantenerse en el mercado, esto dará la pauta para identificar las variables del problema a solucionar.

Como indica en (Andrea Aguirre) en su tesis de Grado lo primero que debemos realizar en el proceso se inicia con urbanizar terreno, cimentar y estructurar bases, levantar pared, implementar sistemas eléctricos, instalar pisos y pintar.

1.5. DELIMITACION DE LA INVESTIGACION

La propuesta realizada comprenderá estudios de los recargos que se han obtenido por motivo del incremento de las salvaguardias, desde el año 2014 al año 2015, periodo en el cual se podrá observar las variaciones en los resultados de los Estados Financieros por el incremento en las salvaguardias.

1.6. HIPÓTESIS GENERAL

La reducción de los costos de construcción incrementara la rentabilidad de la empresa Corpevin s.a.

- Variable Independiente: reducción de los costos
- Variable Dependiente: mejorar la rentabilidad la empresa

Tabla 1-Cuadro de las Variables

VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERATIVA	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS O PREGUNTAS	INSTRUMENTOS	TECNICA
Reducción de costos	Comprende en buscar de una manera eficaz y eficiente una alternativa para llegar a un objetivo.	Buscar nuevos proveedores	Decisiones y Acciones Ventajas corporativas Sostenibilidad de la empresa	Preocupación de los directivos por calidad del nuevo producto. Vida útil.	1. ¿Cree usted que la compañía ha sido afectada con el incremento de las salvaguardias al momento de importar materiales para la construcción? 2. ¿Cómo cree que evolucionará la actividad del sector construcción en el próximo trimestre? 3. ¿A qué nivel socio económico va dirigido los proyectos de la empresa Corpevin S.A.? 4. ¿Cuáles de los siguientes medios cree usted que es más efectivo para vender las viviendas? 5. ¿Estarían dispuesto a bajar los precios de las viviendas debido a la crisis económica? 6. ¿Considera la posibilidad de construir un condómino para la venta por departamento?	Encuesta	Cuestionario
			Departamento operativo y logística.	Nuevas propuestas de financiamiento y estructura de la vivienda.	1.- ¿Tienen los empleados claro el conocimiento de los recursos materiales para la construcción de las viviendas? 2.- ¿Se encuentra dentro de las sugerencia planes del departamento implementar un proyecto más económico? 3.- ¿Cómo piensa que evolucionará la actividad de su empresa en los próximos meses? 4.- ¿Cuáles cree que son las principales causas que harán disminuir su actividad? 5.- ¿Cree conveniente el aumento de los costos de la vivienda por la implementación de las salvaguardias? 6.- ¿Cree conveniente que la forma de pago de la cuota de entrada se la difiera a un plazo no mayor a un año?	Encuesta	Cuestionario
Mejorar rentabilidad	Se refiere a la relación entre los resultados o beneficios obtenidos en un periodo (usualmente un año), y los capitales o recursos propios de la empresa durante ese periodo.	Comparar precios	ingresos /egresos clientes	1-ventas 2 compras 3 Cambio de	1. Como conoció nuestros proyecto. 2. Por qué decidió comprar. 3. Nuestra forma de pago es factible. 4. Le gustaría que haya un proyecto con menor valor. 5. Piensa que nuestros acabados son de alta calidad. 6. Le afectaría el cambio de productos similares.	Entrevista	Cuestionario

CAPÍTULO 2

MARCO REFERENCIAL

2.1. ANTECEDENTES DEL SECTOR INMOBILIARIO.

Para comprender la trayectoria del mercado inmobiliario es necesario dividirla en tres etapas desde el punto de vista histórico: Etapa I: Surge a medio siglo entre el año 50 a 80 ya constituida la mitad el siglo XX que de alguna manera dificultaban la producción de obras a gran escala, por ende se forma en Quito la creación de la primer escuela de arquitectura seguido en Guayaquil y posterior en Cuenca. Etapa II: En los años 80 y 90 se consolidó la empresa privada, teniendo una baja significativa en el año 1998, por motivo de la crisis económica de ese año. La Banca Privada asume el papel como ente crediticio y un direccionamiento de la vivienda hacia la clase media y alta.

Etapa III: Con la llegada de la dolarización se crea un fortalecimiento a las empresas inmobiliarias, hubo otros factores como el creciente volumen de divisas de los migrantes, quienes se centran en adquirir bienes inmuebles como una manera de mantener ganancias frente a la desconfianza en la inversión en la banca privada. Por lo tanto, la seguridad económica tiene que ver con el crecimiento de la producción de vivienda.

2.1.1. Sector Inmobiliario provincia de Santa Elena

Cantón Olón ha sido por tradición uno de los recursos naturales de mayor demanda de los turistas nacionales en busca de ocio y recreación, es observable la movilidad que presentan en los feriados del año hacia balnearios de la provincia de Santa Elena como Salinas, San Pablo, Punta Blanca, hasta llegar al límite con Manabí.

El balneario en el Ecuador más visitado es Salinas el cual presenta viviendas al pie de sus playas, es así que la Playa de San Lorenzo comenzó la construcción de edificios seguido con la construcción de villas familiares de uso vacacional. En su gran mayoría

estas casas eran cuidadas por familias que vivían en estos lugares para aprovechar el espacio de construcción.

El cantón de La Libertad y Santa Elena, se transforman en proveedores de insumos hacia este desarrollo urbano. En los años ochenta se inició la construcción de casas vacacionales de familias, en su gran mayoría de Guayaquil, en localidades del cantón Santa Elena como Ballenita y Punta Blanca. En la misma época, Capaes se desarrolló para la clase alta como un proyecto urbanístico; continuando en la actualidad un crecimiento hacia el norte del Santa Elena como son: Pacoa, Ayangue, Manglaralto, Montañita, San José, La Entrada. Estos sitios están bien posicionados y ubicados en el mapa turístico de Santa Elena donde la planta turística también se ha incrementado.

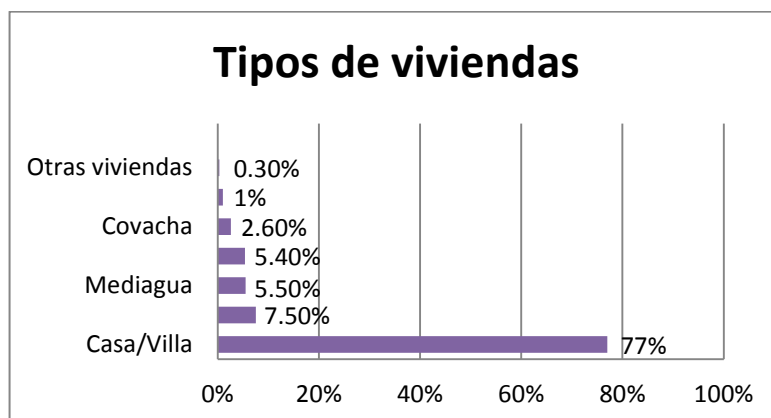
Según (SERVICES, 2015) el turismo de sol y playa en el Ecuador ocupa el tercer lugar dentro de los productos turísticos más comercializado, además indica que en el país es uno de los principales productos turísticos que registra el 5% de llegadas de visitantes, sobre el total de llegadas internacionales a Ecuador. El turismo de “Sol y Playa” se encuentra clasificado dentro de los “Productos de Oportunidad”, y puede considerarse como un segmento del mercado internacional por atraer visitantes de países vecinos.

Según (TERRITORIAL, 2013) indica que la provincia de Santa Elena 2012-2020, reconoce que la demanda turística no ha recibido un estudio formal focalizado. Además indica las funciones y responsabilidades de los gobiernos provinciales, municipales y parroquiales. Por otro lado identifica sectores de desarrollo de proyectos dirigidos a uso residencial temporal como Punta Blanca (zona residencial temporal) y Taos y desde el sector de Olón hacia el norte, hasta antes de La Entrada; y a ambos lados de la ruta del Spondylus. Suelo que está siendo utilizado para la construcción de ciudadelas privadas de nivel económico medio alto y alto.

Tenemos aspecto negativo, la obstaculización de la vista al mar debido a las construcciones realizadas al pie de las playas, uso de zonas de riesgo y zonas de playa, déficit de espacios para construcciones de viviendas comunitarias, etc. Por otro lado, el Ministerio de Turismo indica que la mayoría de rubros por turismo son de alimentos y bebidas, como Indica el (INEC.GOB, 2010) que el alojamiento más utilizado es la casa de

familiares y amigos es un 73%; el 3% utiliza vivienda propia, el 2% vivienda alquilada y el 21% hace uso de la oferta de hoteles, hostales y similares del cual las mayoría de las viviendas son en estilo de casa/villas (imagen).

Tabla 2–Tipos de Viviendas



Fuente: INEC-2010

2.2. MARCO TEORICO

2.1.2. EXPOSICIÓN Y ANÁLISIS DE CONOCIMIENTOS TEÓRICOS.

Los conceptos a desarrollar, para la construcción del cuerpo teórico de este proyecto, se enmarcará en el tratamiento contable de acorde a las NIC (Normas Internacionales de Contabilidad) los cuales ayudarán a comprender las falencias que carece la empresa Corpevin S.A.

Según (López, 2010) La contabilidad financiera es una técnica para elaborar y presentar la información financiera de las transacciones, operaciones comerciales y financieras económicas y sus efectos derivados.

Según (Soto, 2012) Los conceptos básicos en costo es la disciplina que recopila, ordena, custodia, resume, reporta y analiza por medio de estados financieros e indicadores, la información de las inversiones o egresos realizadas por la empresa para el desarrollo de su actividad.

Como lo indica (Charlest, 2013) El Ciclo contable es el proceso mediante el cual las empresas producen sus estados financieros para un periodo específico de tiempo, el cual incluye el trabajo realizado en dos momentos diferentes: durante el periodo y final del periodo, de los cuales sirven de registro de las actividades realizadas.

Índice de Precios al consumidor, es un indicador mensual, nacional y para ocho ciudades que mide los cambios en el tiempo del nivel general de los precios, correspondiente al consumo final de bienes y servicios de los diferentes estratos de ingresos. (Malliquinga)

1.2.1 Normas Internacionales de Contabilidad NIC

La contabilización por la compra y uso de los materiales de construcción de las viviendas, a efectos de la preparación y presentación de los estados financieros están basadas en la aplicación de la normativa establecida por la superintendencia de compañías y el servicio de rentas internas, entidades de control gubernamental. El cumplimiento en la aplicación de las normas NIC Y NIIF permite revelar la información de manera transparente y confiable sobre la cual los usuarios fundamentan la toma de decisiones financieras. A continuación un breve resumen de las siguientes normas.

Según (Supercias, 2011) resolución No. 08G.DSC.010 de 2008.11.20, R.O. NO. 498 DE 208.12.31 establece el cronograma de aplicación de las NIIF en tres grupos desde el 2010 al 2012

2.1.2.1. NIC 2 Inventario

El objetivo de la esta NIC es establecer el tratamiento contable de los inventarios, incluyendo la determinación del costo y su consiguiente reconocimiento como gastos. Los inventarios deben ser medidos al costo o al valor neto de realización. Los costos comprenderán el precio de adquisición, el costo de transformación y otros costos en los que se haya incurrido para poner a los inventarios en su condición y ubicación actual, pero sin incluir diferencias de cambios, en el caso de inventarios que no son intercambiables.

Los costos se atribuyen de forma específica a los elementos individuales del inventario, en cambio para los intercambiables el costo se determinara usando las fórmulas de FIFO o costos promedios ponderados y cuando se vende el inventario, el importe en libro debe reconocerse como costo en el periodo mientras que en la reversión se reconoce como una reducción del costo.

2.1.2.2.NIC 11 Contrato de Construcción.-

El objetivo de la NIC 11 es establecer el tratamiento contable de los ingresos y los costos relacionados con los contratos de construcción en los estados financieros del contratista, los ingresos relacionados con el contrato comprenden el importe acordado en el contrato inicial, junto con cualquier modificación en el trabajo contrato, así como reclamaciones o incentivos en la medida en que sea probable que los mismos resulte un ingreso y siempre que sean susceptibles de una medición fiable. Cuando el resultado de un contrato de construcción pueda ser estimado con fiabilidad, los ingresos y los costos deben ser reconocidos en función del estado de realización de las actividades contratadas.

2.1.2.3.NIC 12.- Impuestos a la Ganancia

El Objetivo de la NIC 12 consiste en prescribir el tratamiento contable del impuesto sobre las ganancias, los cuales faciliten guiar la contabilización de las consecuencias fiscales, la recuperación y las transacciones en los estados financieros de una entidad. Los activos y pasivos por impuestos corrientes deben reconocerse a efectos de los impuestos del ejercicio en curso y de ejercicios anteriores calculados según las tasas aplicadas para el periodo.

Los activos y pasivos por impuestos corrientes deben reconocerse a efectos de los impuestos del ejercicio en curso y de ejercicios anteriores, calculados según las tasas aplicables para el período, una diferencia temporaria es una diferencia entre el importe en libros de un activo o pasivo y su base imponible. Deben reconocerse pasivos por impuestos diferidos por las futuras consecuencias fiscales de todas las diferencias temporarias sujetas a tributación, con tres excepciones:

- pasivos derivados del reconocimiento inicial de llave de negocio;

- pasivos derivados del reconocimiento inicial de un activo o pasivo no surgido de una combinación de negocios que, en el momento de la operación, no afecte al resultado contable ni al beneficio imponible;

- pasivos derivados de diferencias procedentes de inversiones en sociedades controladas, sucursales y empresas asociadas y participaciones en negocios conjuntos

Debe reconocerse un activo por impuestos diferidos por las diferencias temporarias deducibles, las pérdidas fiscales no utilizadas y los créditos fiscales no utilizados, en la medida en que sea probable que se disponga de ganancias fiscales con cargo a las cuales puedan utilizarse las diferencias temporarias deducibles, con las siguientes excepciones:

- un activo por impuestos diferidos que surja del reconocimiento inicial de un activo o pasivo, no derivado de una combinación de negocios que, en el momento de la operación, no afecte al resultado contable ni a la base imponible;

- activos derivados de diferencias temporarias deducibles asociadas a inversiones en sociedades controladas, asociadas y negocios conjuntos, que se reconocen únicamente en la medida en que sea probable que se produzca la reversión de la diferencia temporaria en un futuro previsible.

Los pasivos (activos) por impuestos diferidos deben medirse en base a las tasas impositivas que se espera estén vigentes cuando el pasivo sea liquidado o el activo realizado, en función de tasas impositivas / leyes fiscales que hayan sido aprobadas o prácticamente aprobadas antes de la fecha de cierre del ejercicio, los activos y pasivos por impuestos diferidos no se descuentan. El impuesto corriente y el impuesto diferido se reconocen como ingreso o gasto en el estado de resultados excepto en la medida en que el impuesto se derive de:

- una transacción o supuesto que no se reconoce como beneficio o pérdida (con independencia de si se reconoce como resultado integral o en el patrimonio neto) o

- una combinación de negocios. Los activos y pasivos por impuestos diferidos deben presentarse como partidas no corrientes en el estado de situación financiera.

2.1.2.4.NIC 16.- Propiedad Planta Y Equipo

Establecer los principios para el reconocimiento inicial y la medición posterior de propiedades, planta y equipo, los elementos de propiedades, planta y equipo deben registrarse como activo cuando sea probable que la empresa obtenga beneficios económicos derivados del mismo, y el costo del activo pueda determinarse con suficiente fiabilidad. El reconocimiento inicial del activo ha de realizarse atendiendo al costo, que incluye todos los costos necesarios para su puesta a punto para el uso al que está destinado. Si el pago se aplaza, deberán registrarse intereses, en la medición posterior a la adquisición, la NIC 16 permite la selección del modelo contable:

- Modelo de costo: El activo se registra al costo de adquisición menos la amortización acumulada y el deterioro del valor.

- Modelo de revaluación: El activo se registra por el importe revaluado, que corresponde al valor razonable en la fecha de revaluación menos la amortización y el deterioro del valor posteriores.

Si se aplica el método de revaluación, deben efectuarse revaluaciones regularmente. Todos los elementos de una determinada clase deben ser revaluados.

- Los incrementos debidos a una revaluación se acreditan al patrimonio neto.

- Las disminuciones por revaluación se registran primero con cargo a la reserva por revaluación del patrimonio neto asociada al activo en cuestión, y los excesos con cargo a resultados; cuando el activo revaluado es enajenado, la reserva por revaluación en el patrimonio neto permanece en el patrimonio neto y no se transfiere a resultados, los componentes de un activo con distintos patrones de obtención de beneficios deben amortizarse por separado.

La amortización se carga sistemáticamente a lo largo de la vida útil del activo, el método de amortización debe reflejar el patrón de consumo de los beneficios. El valor residual debe revisarse al menos anualmente y debe ser equivalente al importe que la entidad recibiría si el activo tuviera ya la antigüedad y las condiciones esperadas al final de su vida útil. La vida útil también se revisa con carácter anual. Si el funcionamiento de un elemento de propiedades, planta y equipo (por ejemplo, una aeronave) requiere inspecciones mayores regulares, cuando se realiza una de esas inspecciones, su costo se registra en el importe en libros del activo como una renovación, siempre que se satisfagan los criterios de reconocimiento.

2.1.2.5.NIC- 18 Ingresos Ordinarios

Establecer el tratamiento contable de los ingresos derivados de ventas de bienes, prestación de servicios y de intereses, cánones y dividendos, los ingresos ordinarios deben medirse al valor razonable de la contrapartida recibida o por recibir, se reconocen generalmente cuando es probable que la entidad obtenga beneficios económicos, cuando el importe de los ingresos pueda cuantificarse de manera fiable y cuando se cumplan las siguientes condiciones:

- Procedentes de la venta de bienes: Una vez que se han transferido al comprador los riesgos y beneficios significativos, que el vendedor ha perdido el control efectivo, y que el importe pueda medirse con fiabilidad.

- Procedentes de la prestación de servicios: Método del porcentaje de terminación.

- Intereses, cánones y dividendos: Se reconocen cuando es probable que la empresa obtenga beneficios económicos.

Intereses: Se utiliza el método de la tasa de interés efectiva.

- Cánones: Se utiliza la base contable del devengamiento, de acuerdo con la esencia económica del acuerdo en que se basan.

2.1.2.6.NIC 23.- Costo por préstamos

Los costos por préstamos directamente atribuibles a la adquisición o construcción o producción de un activo cualificado (apto) se capitalizan como mayor costo del activo, pero sólo cuando sea probable que dichos costos generen beneficios económicos futuros para la entidad y siempre que puedan medirse con suficiente fiabilidad. Todos los demás costos por préstamos que no cumplan las condiciones para la capitalización se reconocerán como gastos en el ejercicio en que se incurran, un activo cualificado (apto) es aquel que requiere necesariamente de un período de tiempo sustancial antes de estar listo para su uso o para la venta. Algunos ejemplos incluyen plantas de fabricación, inversiones inmobiliarias y determinados inventarios.

En la medida en que una entidad pide un préstamo con el fin de obtener un activo cualificado (apto), la cuantía de los costos por préstamos que optan a capitalización se corresponderá con los costos por préstamos reales incurridos durante el período menos el rendimiento de la inversión a corto plazo de dichos préstamos, si los fondos se toman prestados de forma general y se utilizan para obtener el activo cualificado (apto), se aplicará un tipo de capitalización (promedio ponderado de los costos por préstamos aplicables a los préstamos pendientes generales durante el período) al gasto efectuado durante el período, para determinar el importe de los costos por préstamos aptos para la capitalización

2.1.2.7.NIC- 36.- Deterioro de los Activos

Asegurarse de que los activos no están registrados a un importe superior a su importe recuperable y definir cómo se calcula este último, es aplicable a todos los activos excepto: inventarios (v. NIC 2 *Inventarios*), activos surgidos de los contratos de construcción (v. NIC 11 *Contratos de construcción*), activos por impuestos diferidos (v. NIC 12 *Impuesto a las ganancias*), activos relacionados con beneficios a empleados (v. NIC 19 *Beneficios a los empleados*), activos financieros (v. NIC 39 *Instrumentos financieros: reconocimiento y medición*), propiedades inmobiliarias de inversión valuadas a valor razonable (v. NIC 40 *Propiedades de inversión*) y activos biológicos relacionados

con la actividad agrícola valuados a su valor razonable menos los costos en el punto de venta.

Cuando el importe en libros de un activo excede su valor recuperable debe reconocerse una pérdida por deterioro del valor, en el caso de los activos registrados al costo, la pérdida por deterioro del valor se registra en resultados. En el caso de los activos revaluados, se considera como disminución de la reserva por revaluación., el importe recuperable de un activo es el mayor entre su valor razonable menos los costos de venta y su valor de uso, el valor de uso es el valor actual de la estimación de flujos de efectivo futuros derivados del uso continuado del activo y de su enajenación al final de su vida útil.

La tasa de descuento es la tasa antes de impuestos que refleja la medición que el mercado hace del valor temporal del dinero y los riesgos específicos del activo. La tasa de descuento no debe reflejar los riesgos que ya estén considerados en la estimación de los flujos de efectivo futuros y coincide con la tasa de rentabilidad que los inversores exigirían para elegir una inversión que generase flujos de efectivo equivalentes a los previstos para dicho activo; En la fecha del cierre contable, se debe revisar la situación de los activos para detectar indicios de deterioro en su valor. Si existen indicios de deterioro, habrá que calcular el valor recuperable.

La llave y otros activos intangibles con vida útil indefinida se someten a pruebas de deterioro del valor al menos una vez al año y a un cálculo de su valor recuperable, si no es posible determinar el valor recuperable de un activo, habrá que determinar el valor recuperable correspondiente a la unidad generadora de efectivo que incluye a ese activo. Las pruebas de deterioro del valor llave deben realizarse en el nivel mínimo dentro de la entidad en el que se la monitoree a efectos de la gestión interna, siempre que la unidad o grupo de unidades a los que se asigna la llave no sea superior a un segmento operativo, según lo dispuesto en la NIIF 8, se permite la reversión de pérdidas por deterioro del valor reconocidas en años anteriores en determinadas circunstancias (está prohibida en el caso de llave).

2.1.2.8.NIC 40.- Propiedad de Inversión

Regular el tratamiento contable de las propiedades de inversión y la correspondiente exposición, las propiedades de inversión son terrenos y edificios (en propiedad o bajo arrendamiento financiero) destinados al alquiler o a la obtención de incrementos de valor o a ambos, no se aplica a terrenos o edificios utilizados por el propietario o que se encuentren en fase de construcción o desarrollo para su uso futuro como inversión, o que se encuentren a la venta como consecuencia de la actividad normal de la sociedad. Las propiedades de uso mixto (en parte utilizadas por el propietario y en parte destinadas a arrendamiento o revalorización) deberán separarse y contabilizar sus componentes por separado.

Las empresas pueden elegir entre el modelo de valor razonable y el de costo, modelo de valor razonable; La propiedad de inversión se registra a su valor razonable y los cambios en éste se contabilizan directamente en la cuenta de resultados; modelo de costo: la propiedad de inversión se registra a su valor neto contable corregido por las pérdidas por deterioro del valor. Asimismo, es necesario revelar el valor razonable, el modelo elegido ha de aplicarse a todas las propiedades de inversión de la sociedad. Si una entidad utiliza el modelo del valor razonable pero, a la hora de comprar una propiedad determinada, existen claros indicios de que la entidad no podrá determinar su valor razonable de forma continuada, se aplicará el modelo del costo al activo hasta su enajenación.

Se permite cambiar de un modelo a otro cuando así se logre una presentación de información más adecuada (existen muy pocas probabilidades de que se produzca un cambio del modelo del valor razonable al modelo del costo), una propiedad de inversión de un arrendatario que se encuentre bajo arrendamiento operativo podrá ser considerada propiedad de inversión siempre que el arrendatario utilice el modelo del valor razonable establecido en la NIC.

1.2.2 Fines de la contabilidad de costos

Entre los fines principales de la contabilidad de costos están: determinar el costo de los inventarios de los productos fabricados para efectos de presentación del Estado de

Situación Financiera; determinar el costo de los productos vendidos con el fin de calcular la utilidad o pérdida en el período y así poder presentar el estado de Ganancias y Pérdidas. Servir de fuente de información de costos para estudios económicos y decisiones especiales, entre otras, inversiones de capital a largo plazo, tales como reposición de maquinarias, expansión de la planta de producción, fabricación de nuevos productos, fijación de precios para la ventas, etc.; y dotar a la gerencia de una herramienta útil para la planeación y el control sistemático de los costos de producción.

1.2.3 Concepto de costo

Se denomina costo a todos los desembolso relacionados con la producción, puesto que se incorporan en los bienes producidos y quedan por lo tanto capitalizados en los inventarios hasta tanto se vendan los productos. Estos desembolsos están relacionados con materiales directos, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación necesarios para convertir la materia prima en productos terminados con la integración del elemento humano y el elemento técnico. También podemos afirmar que costos es aquel desembolso en se incurre directa o indirectamente en la adquisición de un bien en su producción.

Para poder determinar los costos incurridos necesitamos la, tamaño económico de la orden TEO, según (Horner, 2012) es un concepto muy importante en la empresa de compra de materias primas y en almacenamiento de artículos del cual podemos determinas los costos o su producción.

1.2.4 Elementos del costo

Materiales directos son aquellos insumos necesarios en la producción de un bien y que pueden cuantificarse plenamente con una unidad de producto, también podemos decir que son aquellos que se identifican con el producto terminado; mano de obra directa comprende los salarios de obreros u operarios las prestaciones sociales, y aportes patronales de las personas que intervienen con su acción directa en la fabricación de los productos, bien sea manualmente o accionando las maquinas que transforman las materias primas en productos terminados. Estos desembolsos constituyen el segundo elemento

esencial del costo total del producto terminado y costos indirectos de fabricación son aquellas erogaciones necesarias para la fabricación (transformación de los materiales o insumos en productos terminados), como Materiales indirectos y Mano de obra indirecta que no pueden identificarse plenamente con una unidad de producción

1.2.5 Diferentes tipos de costos

De acuerdo con su comportamiento frente a cambios en el nivel de actividad, se clasifican en costos variables, costos fijos y costos mixtos. Costos fijos son los que en su total permanecen constantes o estáticos dentro de un rango relevante según el incremento de los costos fijos de actividad o producción, mas su valor por unidad cambia en relación inversa con cambios en los niveles de producción; costos variables son aquellos que cambian o fluctúan en relación directa a una actividad o volumen de producción dentro de un rango relevante, pero su valor por unidad producida permanece constante; los costos mixtos son aquellos que tienen un comportamiento fijo dentro de un rango relevante de actividad, pero experimentan cambios abruptos de manera directa ante cambios en el nivel de actividad.

2.3. MARCO CONTEXTUAL

2.3.1 RESEÑA HISTORICA

La compañía Corpevin S.A. se constituyó el 20 de septiembre 2007 mediante escritura pública y sus actividades económicas era la comercialización de productos agrícolas, floricultura, venta de partes de computadoras, corretaje, actividades de inmobiliaria (venta alquiler y explotación de bienes inmuebles), etc. Como hubo mucha demanda de empresas dedicadas a estas actividades el dueño de la empresa optó por quedarse con la actividad de inmobiliaria, ya que el poseía extensos terrenos en la Comuna de Olón y se decidió empezar con los trámites para su lotización y poder venderlos para tener réditos ya que él los adquirió a mucho menor costo y así vender las viviendas. Imagen.

Figura 2-Modelo de Casa

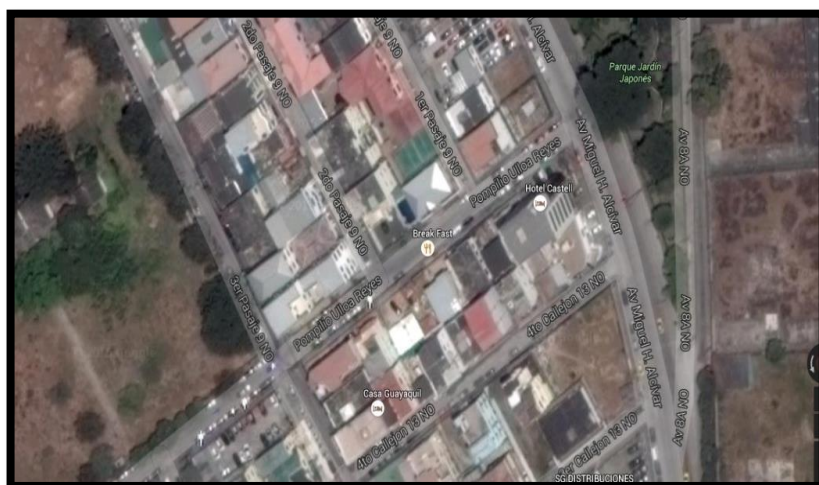


Fuente: Pagina Web de la empresa

El proyecto es la venta de terreno que varían entre 700mts2 a 1500mts 2 con una espectacular vista a la playa de Olón está ubicado en la Ruta del Spondylus en el km 55 vía Sta. Elena Pto. López.

La empresa Corpevin S.A mantiene sus oficinas en la Provincia del Guayas, Cantón Guayaquil, Norte de la Ciudad Ciudadela Kennedy Norte Mz 402 Solar 23 esquina atrás del Hotel Castell Teléfonos2680062, la puede apreciar en la siguiente **imagen**

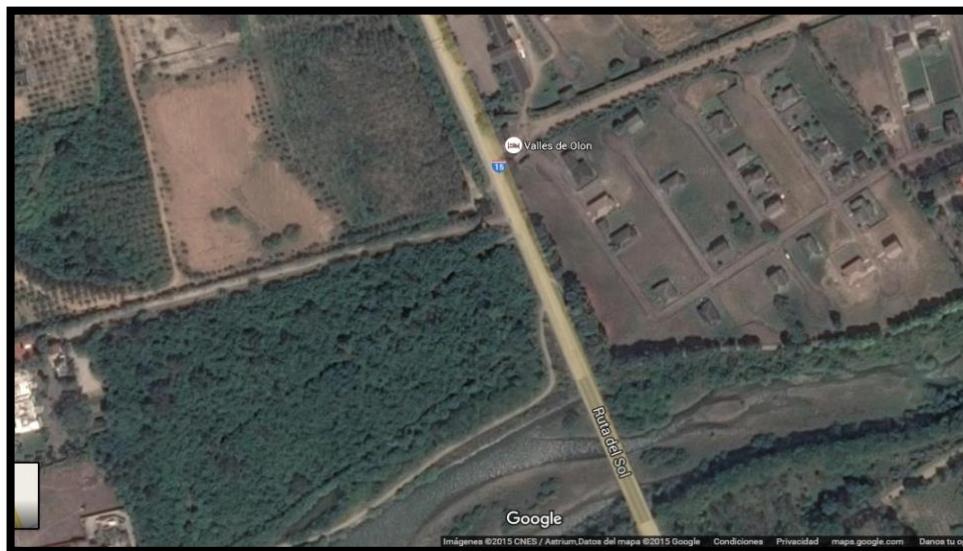
Figura 3-Ubicación oficinas Corpevin S.A.



Fuente Google map

El proyecto Hacienda Olonche se encuentra ubicada en el KM 55 de la vía a Santa Elena- Puerto López a tan solo cinco minutos de Montañita, 45 minutos de salinas y a 2 horas de Guayaquil. **Imagen.**

Figura 4-Ubicación Hacienda Olonche



Fuente: Google Map

2.3.1.1 Visión

Ser una empresa referente en el sector inmobiliario en la Ruta del Sol que brinde la confianza y seguridad al ofrecer viviendas de calidad junto a un ambiente único e inigualable que se alinee a la naturaleza de campo-playa, generando valor y compromiso tanto para promotores, propietarios y clientes.

2.3.2 Misión

Ser una empresa con una sólida y profunda vocación de gestión del mercado inmobiliario en Olón, que brinda un excelente servicio de asesoramiento hacia nuestros clientes, ofertando viviendas y ambientes que generen un espacio de tranquilidad, esparcimiento y seguridad para cada uno de los miembros de cada familia

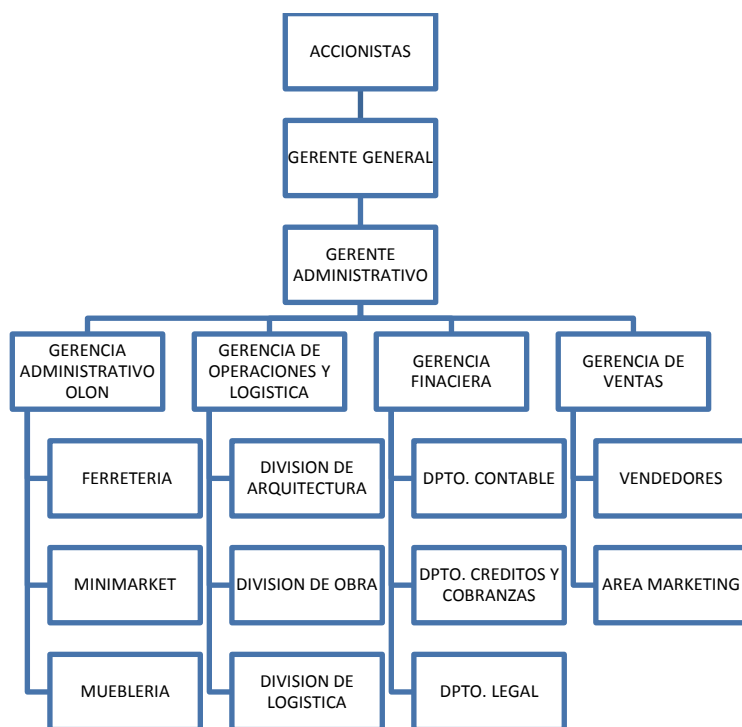
2.3.3 Principios

Trabajamos con Normas de Calidad en los terrenos y las construcciones de las casas que regulan la realización y control de nuestros trabajos, así como las relaciones con los clientes para de esta forma poder brindar un mejor servicio. La inmobiliaria tiene un estricto régimen de confidencialidad, la información de una venta no es compartida con terceros. A pesar de que hay una atención personalizada por asesores de ventas y personal administrativo todos trabajan en un equipo para poder brindarle una grata experiencia.

2.3.4 Estructura Organizacional.

Estructura del Personal: Se cuenta con una estructura de ciento veinte empleados distribuidos en los departamentos de: Administración, Ventas, Financiera y Operaciones y Logística.

Gráfico 1-Organigrama de la empresa Corpevin S.A.



2.4. MARCO CONCEPTUAL

Costos - El costo hace referencia al conjunto de erogaciones en que se incurre para producir un bien o servicio, como es la materia prima, insumos y mano de obra.

Gastos - El gasto, en cambio, es el conjunto de erogaciones destinadas a la distribución o venta del producto, y a la administración.

Se detalla aquí una gran diferencia: El costo es la erogación en que se incurre para fabricar un producto. El gasto es la erogación en que se incurre para distribuirlo y para administrar los procesos relacionados con la gestión, comercialización y venta de los productos, para operar la empresa o negocio. (Costos Y gastos)

Solvencia - El análisis de la solvencia de una entidad se encuadra en el análisis financiero y tradicionalmente se ha venido realizando a partir de la información contenida en las cuentas anuales exclusivamente, pues la información del mercado era limitada y sesgada (Boal Velasco, 2015)

Estados Financieros - constituyen una representación estructurada de la situación financiera y del rendimiento financiero de la entidad.

Costos de administración - más conocidos como gastos, este tipo de costos tienen su origen los sectores administrativos de una empresa u organización.

Costos de financiamiento - los costos de financiamiento se constituyen como un producto de la utilización de recursos de capital

Marketing - Es un concepto inglés, traducido al castellano como mercadeo o mercadotecnia. Analiza la gestión comercial de las empresas como objetivos e captar, retener y finalizar a los clientes a través de la satisfacción de sus necesidades. (Erick)

2.5. MARCO LEGAL

Según (Constitucion de la Republica, 2008)“manifiesta en el sección sexta de los Derechos de Hábitat y Vivienda en el Art. 30, las personas tienen derecho a un habitad seguro y saludable y a una vivienda adecuada y digna, con independencia de su situación social y económica”. En el Art. 31 “Las Personas tienen derecho al disfrute pleno de la ciudad de sus espacios públicos, bajo los principios de sustentabilidad, justicia social, respeto a las diferentes culturas urbanas y equilibrio entre lo urbano y lo rural. El ejercicio del derecho a la ciudad se basa en gestión democrática de esta, en la función social y ambiental de la propiedad y de la ciudad, y en el ejercicio pleno de la ciudadanía”.

Según el Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda mediante acuerdo ministerial n-0047 del 10-01-2015, publicado en Registro Oficial N 413, dispuso la aplicación obligatoria en todo el país de 10 capítulos de la Norma Ecuatoriana de Construcción, NEC., que fueron elaborados mediante el Convenio de Cooperación Interinstitucional suscrito entre el MIDUVI Y CAMICON (Cámara de la Industria de la Construcción).

Entidad de control: Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Santa Elena.

Esta entidad es la encargada de aprobar y registrar los planos del plan habitacional y velar por el cumplimiento de los mismos. Para tal efecto, la Agencia Metropolitana de Control, realiza las inspecciones oculares y determinar los casos de incumplimiento de las normas de construcción. En el caso de que no se cumpla lo que estaba estipulado en los planos se sanciona a la constructora.

De acuerdo a la resolución publicada en el Registro Oficial 146, establece que la constructora deberá:

- Ser Propietaria del terreno sobre el cual se construirá el proyecto inmobiliario.
- Obtener las ordenanzas respectivas.
- Contar con el presupuesto económico necesario.

- Cumplir con los plazos establecidos de construcción de los proyectos aprobados y autorizados.
- Suscribir a través de su representante legal las escrituras públicas de promesa de compra-venta con los promitentes compradores.
- Emitir a través de su representante legal las escrituras definitivas de compra-venta.

Según la Ley de prevención, detección y erradicación del delito de lavado de activos y del financiamiento de delitos en el artículo1. (Sustituido por el Art. 2 de la Ley s/n, R.O. 352-S, 30-XII-2010).- Esta Ley tiene por finalidad prevenir, detectar oportunamente, sancionar y erradicar el lavado de activos y el financiamiento de delitos, en sus diferentes modalidades.

Para el efecto, son objetivos de esta Ley los siguientes:

- Detectar la propiedad, posesión, utilización, oferta, venta, corretaje, comercio interno o externo, transferencia gratuita u onerosa, conversión y tráfico de activos, que fueren resultado o producto de delitos, o constituyan instrumentos de ellos, para la aplicación de las sanciones correspondientes;
- Detectar la asociación para ejecutar cualesquiera de las actividades mencionadas en el literal anterior, o su tentativa; la organización de sociedades o empresas que tengan ese propósito; y, la gestión, financiamiento o asistencia técnica encaminados a hacerlas posibles, para la aplicación de las sanciones correspondientes;
- Decomisar, en beneficio del Estado, los activos de origen ilícito; y, Realizar las acciones y gestiones necesarias para recuperar los activos que sean producto de los delitos mencionados en esta Ley, que fueren cometidas en territorio ecuatoriano y que se encuentren en el exterior.

Y del TITULO IV De Las Infracciones y De Las Penas CAPITULO I Del Delito De Lavado De Activos, Art.15 5.- Cada uno de estos delitos será sancionado con las siguientes penas:

1. Con prisión de uno a cinco años en los siguientes casos:
 - a) Cuando el monto de los activos objeto del delito no exceda de cincuenta mil dólares; y,
 - b) Cuando la comisión del delito no presupone la asociación para delinquir.

2. Con reclusión menor ordinaria de tres a seis años, en los siguientes casos:
 - a) Cuando el monto de los activos objeto del delito supere los cincuenta mil dólares de los Estados Unidos de América, pero no exceda de trescientos mil dólares;
 - b) Si la comisión del delito presupone la asociación para delinquir, sin servirse de la constitución de sociedades o empresas, o de la utilización de las que se encuentren legalmente constituidas; y,
 - c) Cuando el delito ha sido cometido utilizando instituciones del sistema financiero o de seguros; o, en el desempeño de cargos directivos, funciones o empleos en dichos sistemas.

3. Con reclusión menor ordinaria de seis a nueve años, en los siguientes casos:
 - a) Cuando el monto de los activos objeto del delito supere los trescientos mil dólares de los Estados Unidos de América;
 - b) Cuando la comisión del delito presupone la asociación para delinquir a través de la constitución de sociedades o empresas, o de la utilización de las que se encuentren legalmente constituidas; y,
 - c) Cuando el delito ha sido cometido utilizando instituciones públicas, o dignidades, cargos o empleos públicos.

En el Ecuador se ha tomado la alternativa de aplicar una salvaguardia con el objetivo de proteger la industria nacional y el nivel competitivo de las mismas tanto a nivel nacional como internacional, una de las causas por las que Ecuador tuvo que acudir a este mecanismo es por no contar con la oportunidad de devaluar la moneda, así como lo pueden hacer países con los que negociamos, esta medida fue aplicada con el objetivo de regular

el nivel de las importaciones y de esta manera poder equilibrar la balanza comercial, es un mecanismo que se encuentra amparado dentro de la legislación nacional por ende es totalmente legal, pero se debe tener en cuenta que esta medida solo podrá ser aplicada temporalmente hasta que se reajuste la industria.

Según Resolución No. 011-2015 del Ministerio del Comercio del artículo primero establecer una sobretasa arancelaria, de carácter temporal y no discriminatoria, con el propósito de regular el nivel general de importaciones y, de esta manera, salvaguardar el equilibrio de la balanza de pago, conforme al porcentaje ad valorem determinado para las importaciones a consumo de las subpartidas descritas en el anexo de la presente resolución.

La sobretasa arancelaria será adicional a los aranceles aplicables vigente, conforme al Arancel del Ecuador y los acuerdos bilaterales y regionales de los que el Estado ecuatoriano es parte contratante.

Figura 5-Partidas Arancelarias

SUBPARTIDA	DESCRIPCION ARANCELARIA	ITEMS	SOBRETASA ARANCELARIA
SECCIÓN:XVI	Máquinas y aparatos, material eléctrico y sus partes; aparatos de grabación o reproducción de sonido, aparatos de grabación o reproducción de imagen y sonido en televisión		
CAPITULO:84	Máquinas y aparatos, material eléctrico y sus partes; aparatos de grabación o reproducción de sonido, aparatos de grabación o reproducción de imagen y sonido en televisión		
8419191000	Con capacidad inferior o igual a 120	Calentador p/cisterna	15%
SECCIÓN:XIII	Manufacturas de piedra, yeso fraguable, cemento, amianto (asbesto), mica o materias análogas; productos cerámicos; vidrio y manufacturas de vidrio		
CAPITULO:69	Productos cerámicos		
6900100000	Ladrillos, placas, baldosas y demás piezas cerámicas de harinas silíceas fósiles (por ejemplo: «kieselguhr», tripolita, diatomita) o de tierras silíceas análogas	Cerámica para pared de baño y piso en general y baño	45%
6910100000	Fregaderos (piletas de lavar), lavabos, pedestales de lavabo, bañeras, bidés, inodoros, cisternas (depósitos de agua) para inodoros, urinarios y aparatos fijos similares, de cerámica, para usos sanitarios.	Inodoro, lavadero ,juego acceso p/baño	45%
SECCIÓN:XV	Metales comunes y manufacturas de estos metales		
CAPITULO:73	Manufacturas de fundición, hierro o acero		
7308901000	Chapas, barras, perfiles, tubos y similares, preparados para la construcción	Cerradura p/habitación , puerta principal, baños	45%
7324100000	Fregaderos (piletas de lavar) y lavabos, de acero inoxidable	Fregadero lavandería	45%
SECCIÓN:IX	Madera, carbon vegetal y manufacturas de madera; corcho y sus manufacturas; manufacturas de espartería o cestería		
CAPITULO:44	Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera		
4418200000	Puertas y sus marcos, contramarcos y umbrales	Marcos p/80-90 , puertas de 80 y 90 y puerta principal	45%
4190000000	Artículos de mesa o de cocina, de madera	Mobiliario de cocina	45%

El Comité de Comercio Exterior (Comex) decidió diferir un año el cronograma de eliminación de las salvaguardias, según la resolución No. 006-2016, firmada la tarde de este 29 de abril del 2016. Las salvaguardias se aplicaron en el país a partir de marzo del 2015, con el objetivo de equilibrar la balanza de pagos del Ecuador, afectada por la caída de los precios del petróleo, principal producto de exportación. Ecuador venía aplicando desde inicios de este año un cronograma para eliminar totalmente este mecanismo hasta junio próximo, según el cronograma que fue notificado a la Organización Mundial de Comercio (OMC) a finales del 2015.

Conforme a lo acordado, a partir de enero del 2016 empezó el desmonte de las salvaguardias para un primer grupo de productos, específicamente para aquellos que venían pagando 45% de salvaguardias. Desde ese mes empezaron a cancelar 40%. La siguiente etapa de desmonte estaba prevista para abril. Sin embargo, el Comex resolvió hoy "ejecutar parcialmente el cronograma de desmantelamiento de la medida de salvaguardia por balanza de pagos, previsto para el mes de abril de 2016, eliminando únicamente el nivel del 5% de sobretasa arancelaria", según reza el artículo 1 del documento.

El Comex señaló que "debido a la persistencia en las dificultades externas que determinaron la adopción de las salvaguardias" se decidió "diferir por un año el cumplimiento del cronograma de desmantelamiento de la salvaguardia para las tasas de 40%, 25% y 15%. Asimismo, eliminó la sobretasa del 5% que regía sobre casi 700 de las 2 900 partidas incluidas en la medida. Según el comunicado de este organismo, "el desmantelamiento progresivo de las tres sobretasas vigentes (40%, 25% y 15%) previsto para abril, mayo y junio de 2016 se hará efectivo en los mismos meses de 2017".

CAPÍTULO 3

MARCO METODOLOGICO

3.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACION

Este Proyecto analizará los egresos que se han obtenido durante la construcción de las viviendas en el periodo del 2014 y 2015, el cual no presenta productividad en el ejercicio financiero, deberemos analizar el motivo del mismo. Investigación de Campo se considera realizar una investigación de campo, misma que ayudará a determinar las variaciones con respecto a los costos y gastos, y el incremento de los precios de la materia prima con la que se va a construir las viviendas, con el propósito de determinar un precio exacto para la venta al público.

Según (Fillipi, 2011) la investigación de campo se presenta mediante la manipulación de una variable externa no comprobada, en condiciones rigurosamente controladas, con el fin de describir de qué modo o por qué causas se produce una situación o acontecimiento particular. Podríamos definirla diciendo que es el proceso que, utilizando el método científico, permite obtener nuevos conocimientos en el campo de la realidad social.

3.2. TIPO DE LA INVESTIGACION

Se realizará la investigación en base a la aplicación de los siguientes métodos:

La investigación descriptiva es uno de los tipos o procedimientos investigativos más populares y utilizados por los principiantes en la actividad investigativa. Los trabajos de grado, en los pregrados y en muchas de las maestrías, son estudios de carácter eminentemente descriptivo. En tales estudios se muestran, narran, reseñan, o identifican hechos, situaciones, rasgos, características de un objeto de estudio, o se diseñan productos,

modelos, prototipos, guías, etcétera, pero no se dan explicaciones o razones de las situaciones, los hechos, los fenómenos, etcétera.

Esta investigación se guía por las preguntas de investigación que se formula el investigador; cuando se plantean hipótesis en los estudios descriptivos, éstas se formulan a nivel descriptivo y se prueban esas hipótesis.

La investigación descriptiva se soporta principalmente en técnicas como:

- ✓ Encuesta
- ✓ Entrevista
- ✓ Revisión documental

Investigación Bibliográfica

La investigación bibliográfica se refiere al conjunto de técnicas y estrategias que se emplean para localizar, identificar y acceder a aquellos documentos que contienen la información pertinente para la investigación. Este tipo de investigación permitirá localizar y seleccionar información precisa que nos servirá de herramienta para ampliar el tema de investigación.

Se realizará la investigación en base a la aplicación del método:

Método cuantitativo. -Permitió utilizar el conocimiento matemático numérico para medir los hechos socioeconómicos especialmente en la tabulación de los datos investigativos de la encuesta.

3.3. POBLACION Y MUESTRA

3.3.1. Población.

(Hurtado de Barrera, 2008, pág. 141) Define la población como: “Un conjunto de seres que posees la característica o evento a estudiar y que se enmarcan dentro de los criterios de inclusión.”

Según la cita antes mencionados indicamos que nuestra población se encuentra compuesta por 20 empleados que colaboran para la compañía en el área administrativa y tenemos 120 clientes que conforman el proyecto.

3.3.2. Muestra.

(Hurtado de Barrera, 2008) Señala que la muestra se realiza cuando: “La población es tan grande o inaccesible que no se puede estudiar toda, entonces el investigador tendrá la posibilidad de seleccionar una muestra. El muestreo no es un requisito indispensable de toda investigación, eso depende de los propósitos del investigador, el contexto y las características de sus unidades de estudio”. (pág. 141)

(Hurtado de Barrera, 2008), Expresa que no hace falta hacer un muestreo cuando: “La población es conocida y se puede identificar a cada uno de sus integrantes, cuando la población además de ser conocida es accesible, es decir es posible ubicar todos los miembros y cuando la población es relativamente pequeña, de modo que puede ser abarcada en el tiempo y con los recursos del investigador”. (pág. 142)

Basándonos en estas definiciones citadas anteriormente hemos optado por tomar como nuestra al total de la población, es decir; nuestra muestra está conformada por un total de 11 funcionarios divididos entre accionistas , jefes departamentales y empleados que colaboran para la compañía en el área administrativa, procederemos a realizar encuestas a los jefes departamentales y accionistas. Y de parte de los clientes nuestra muestra es de un total de 20.

3.4. TECNICA E INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACION

Es el medio a través del cual el investigador se relaciona con los participantes para obtener la información necesaria que le permita lograr los objetivos de la investigación.

Las principales técnicas son:

- Observación
- Encuesta
- Cuestionarios

Observación es el registro visual de lo que ocurre en una situación real de acuerdo al esquema previsto; Encuesta este método consiste en obtener información de los estudios realizados, proporcionada por ellos mismos, sobre opiniones, actitudes o sugerencias; el cuestionario es un formulario impreso destinado a obtener respuesta escrita sobre el problema planteado; los análisis son resultados de un conjunto de procedimientos realizados de una muestra del cual existen dos tipos de análisis, análisis cualitativos o análisis cuantitativo; los análisis cualitativos es un conjunto de procedimientos que busca identificar el tipo de componentes presentes en una muestra de materia, realizando un análisis u observación textual; los análisis cuantitativos es un conjunto de procedimientos que busca identificar el tipo de componentes realizando un análisis y observaciones asignando valores numéricos.

3.5. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Hemos procedido a realizar un análisis cualitativo y cuantitativo de las encuestas realizadas a los directivos y administrativos de la empresa Corpevin S.A. para conocer la opinión con respecto a los problemas a tratar para poder tener una mejor perspectiva de la realidad de la empresa.

Comenzamos analizándolos por grupos, el primer grupo de encuestas realizadas y analizadas es el de los Directivos con los cuales obtuvimos los siguientes resultados
(Anexo1)

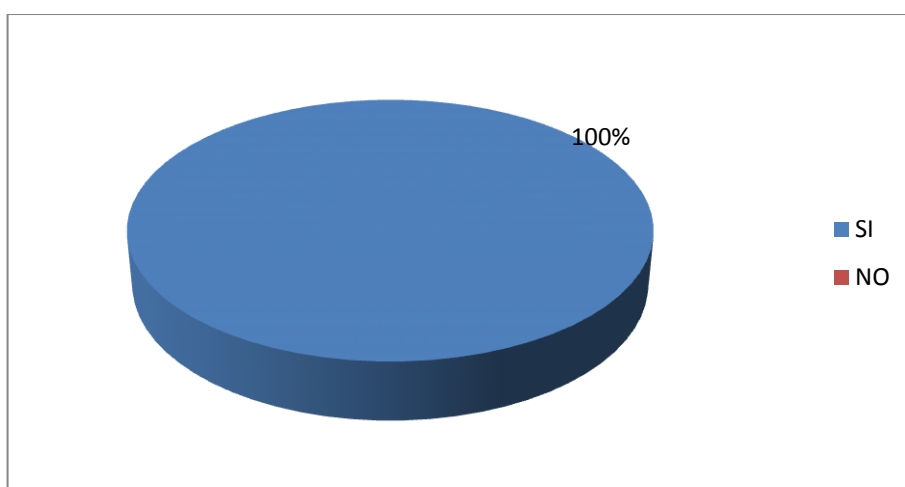
En la pregunta 1 -¿Cree usted que la compañía ha sido afectada con el incremento de las salvaguardias al momento de importar materiales para la construcción?

Tabla 3- Afectación por la salvaguardia

RESPUESTA	ENTREVISTADOS
SI	5
NO	0
TOTAL	5

Fuente: Encuesta de Directivos

Gráfico 2-Afectación por la salvaguardia



Fuente: Encuesta de Directivos

Referente al análisis de la primera pregunta de la encuesta de Directivos, podemos observar en nuestro gráfico 2 como la mayoría de nuestros directivos están de acuerdo que la empresa ha sido afectada con el incremento de las salvaguardias al momento de importar materiales para la construcción,

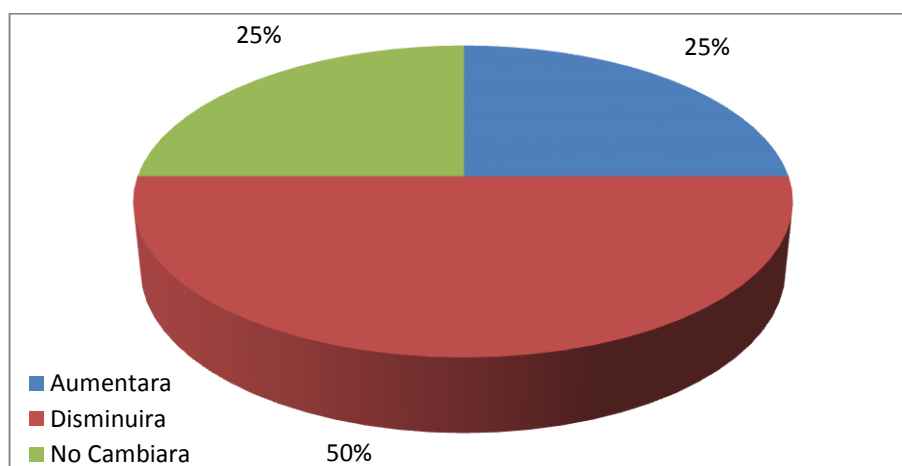
Se refleja en el Gráfico 1 como el 100% de los encuestados indican que la empresa Corpevin dedicada a la construcción de vivienda con un proyecto en curso como es proyecto hacienda.

En la pregunta 2-¿Cómo cree que evolucionará la actividad del sector de la construcción en el próximo trimestre?

Tabla 4- Evolución del sector de la construcción

RESPUESTA	ENTREVISTADOS
AUMENTARA	1
DISMINUIRA	3
NO CAMBIARA	1
TOTAL	5

Fuente: Encuesta de Directivos

Gráfico 3-Evolucion del sector de la construcción

Fuente: Encuesta de Directivos

Referente al análisis de la Segunda pregunta de la Encuesta de Directivos, podemos observar en nuestro gráfico 3 que la mayoría de nuestros encuestados se inclinan por creer que el sector de la construcción disminuirá en el próximo trimestre por motivo de incremento en el precio de las viviendas.

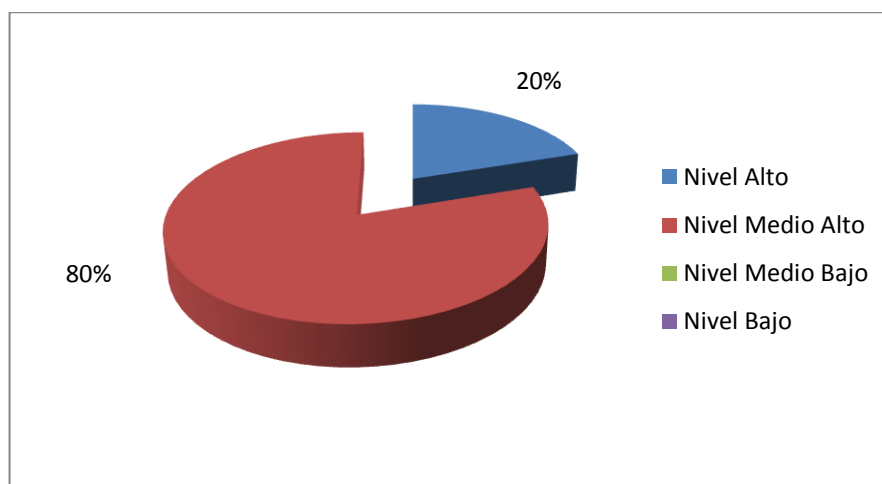
Se observa como el 50% de los directivos afirman que disminuirá el sector de la construcción debido a los cambios que han sufrido con el cambio de materiales, pero aún el 50% restante indican que aumentará que no cambiará, por estrategias de ventas que se planteen ante estos inconvenientes.

En la pregunta 3 ¿Qué nivel socio económico va dirigido los proyectos de la empresa Corpevin S.A.?

Tabla 5- Nivel socio económico

RESPUESTA	ENTREVISTADOS
Nivel Alto	1
Nivel Medio Alto	4
Nivel Medio Bajo	0
Nivel Bajo	0
TOTAL	5

Fuente: Encuesta de Directivos

Gráfico 4-Nivel socio económico

Fuente: Encuesta de Directivos

Referente al análisis de la Cuarta pregunta de la Encuesta de Directivos, podemos observar en nuestro gráfico 4 que el Proyecto Hacienda Olonche está dirigido para el nivel medio alto y el nivel alto, es decir personas con capacidades económicas de adquirir viviendas en un habitat no cotidiano, casas opcionales de descanso y retiros de la rutina.

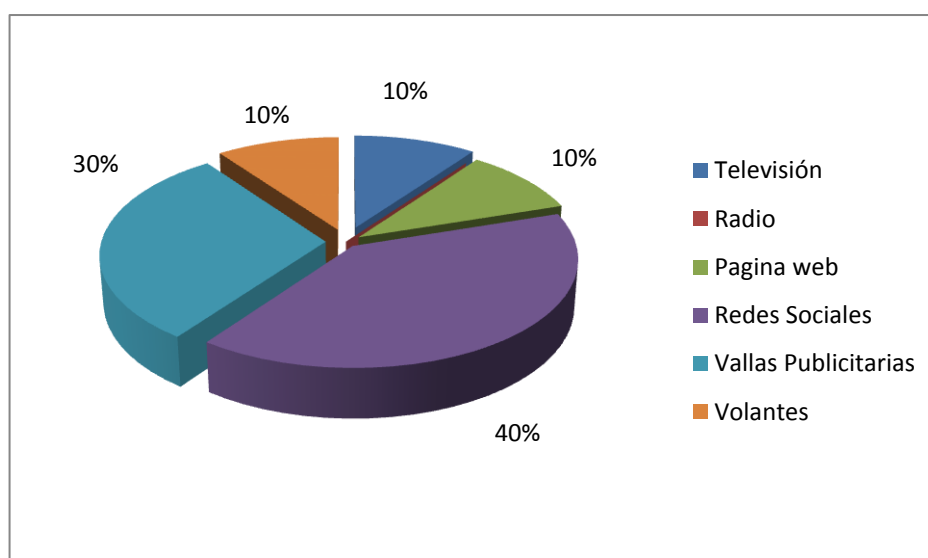
Un 80% de los directivos se encuentran enfocado a la clase media alta mientras que un 20% para el nivel alto, personas con capacidad de adquisición de dichas viviendas, por esta pregunta podemos enfocarnos en los acabados de la vivienda.

En la pregunta 4: Cuáles de los siguientes medios cree usted que es más efectivo para vender las viviendas? (Marque 2 opciones)

Tabla 6- Medio de venta

Respuestas	Entrevistados
Televisión	1
Radio	0
Página web	1
Redes sociales	4
Vallas publicitarias	3
Volantes	1
TOTAL	10

Fuente: Encuesta de Directivos

Gráfico 5-Medio de venta

Fuente: Encuesta de Directivos

Referente al análisis de la cuarta pregunta de la encuesta de directivos, podemos observar en nuestro gráfico 5 como la mayoría de nuestros directivos están de acuerdo que el mejor medio para vender las viviendas son las redes sociales seguidas de las vallas publicitarias, los cuales son más impactantes en el medio de visibilidad de los clientes.

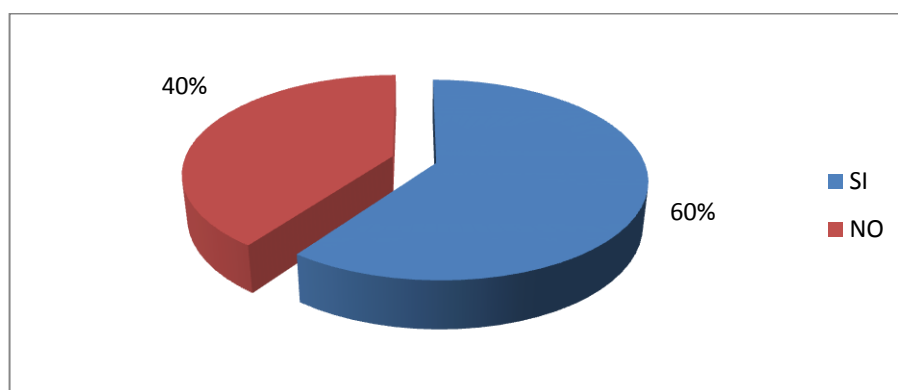
Podemos observar como del 100% de las personas encuestadas se dividen en el 40% está a favor de vender las viviendas por el medio de las redes sociales seguido del 30% que afirma que también es factible vender dichas viviendas por televisión.

En la pregunta 5 ¿Estarian dispuestos a bajar el precio de la vivienda debido a la crisis económica?

Tabla 7- Disminución del precio de la vivienda

Respuestas	Entrevistados
SI	3
NO	2
TOTAL	5

Fuente: Encuesta de Directivos

Gráfico 6-Disminución del precio de la vivienda

Fuente: Encuesta de Directivos

Referente al análisis de la Quinta pregunta de la Encuesta de Directivos, podemos observar en nuestro gráfico 6 como la mayoría de nuestros directivos están de acuerdo en bajar los precios de las viviendas por motivos de la crisis económica que está sufriendo el país, por los cuales necesitaran estrategias para la reducción de sus costos.

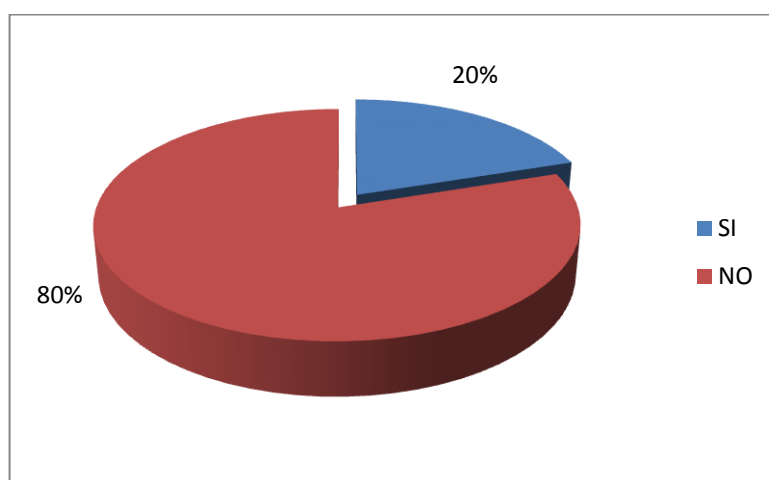
Podemos observar como del 60% de las personas encuestadas están de acuerdo con la disminución del precio de la vivienda y poder ser más competitivos en el mercado.

En la pregunta 6 ¿Considera la posibilidad de construir un condómino para la venta por departamento?

Tabla 8- Construcción de Condominios

Respuestas	Entrevistados
SI	1
NO	4
TOTAL	5

Fuente: Encuesta de Directivos

Gráfico 7-Construccion de Condominios

Fuente: Encuesta de Directivos

Referente al análisis de la sexta pregunta de la encuesta de directivos, podemos observar en nuestro gráfico 7 como la mayoría de nuestros directivos no está de acuerdo con la construcción de condominios en los proyectos de la empresa por motivo que van contra los reglamentos ya establecidos por la lotización donde se encuentran los proyectos en construcción.

Podemos observar como del 80% de las personas encuestadas no están de acuerdo con la construcción de condominios en Olón

Análisis Cualitativo y Cuantitativo del análisis de los resultados Obtenidos en la empresa Corpevin S.A.,

Como se pudo visualizar en las tabulaciones realizadas de cada una de las preguntas de los Directivos, hemos percatado que la mayoría de ellos indican que se han sentido afectados con el incremento de las salvaguardias en materiales debido a que sus principales materiales a utilizar para los acabado de las viviendas eran del exterior, por ende sienten que los resultados de las ventas en el presente año disminuirán debido a dicho incremento.

La empresa Corpevin S.A. se dedicada solo a la construcción de obras privadas enfocándose a la clase de vida medio alto, sólo consta con un medio de publicidad por internet, pero los directivos indican que el mejor medio de venta de las viviendas es por

vallas publicidades debido a que este es el mejor impacto visual para los compradores en el cual se enfoca el nivel de las viviendas.

Hemos procedido a realizar un análisis cualitativo y cuantitativo de las encuestas realizadas a los administrativos de la empresa Corpevin S.A. obteniendo los siguientes resultados. **(Anexo 2)**

Encuesta 2 Administrativos de la empresa Corpevin S.A.

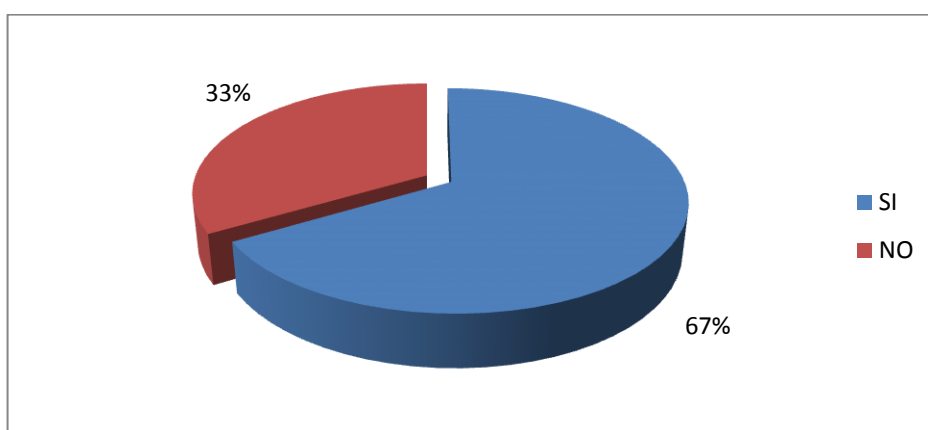
En la pregunta 1 ¿Tienen los empleados claro el conocimiento de los recursos materiales para la construcción de las viviendas?

Tabla 9- Recursos a Utilizar

Respuesta	Entrevistados
SI	4
NO	2
TOTAL	6

Fuente: Encuesta de Administrativos

Gráfico 8-Recursos a Utilizar



Fuente: Encuesta de Administrativos

Referente al análisis de la primera pregunta de la encuesta a administrativos, podemos observar en nuestro gráfico 8 que la mayoría de nuestros empleados tiene claro cuáles son los recursos que necesitan para la construcción de las viviendas

De nuestros encuestados el 67% tienen claro cuáles son los recursos necesarios para la construcción, y el 33% no tienen mucho conocimiento en los recursos para la construcciones.

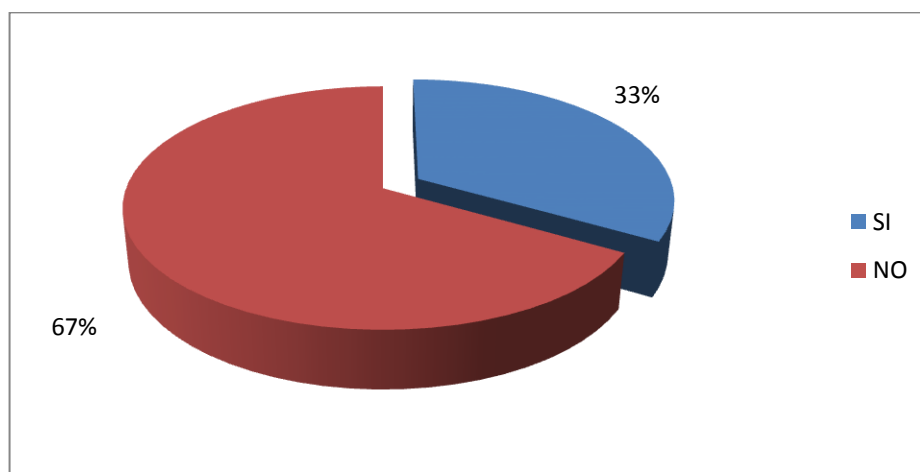
- 1- **En la pregunta 2.-** ¿Se encuentra dentro de las sugerencias planes del departamento, implementar un proyecto más económico?

Tabla 10- Conocimiento de Materiales

Respuesta	Entrevistados
SI	2
NO	4
TOTAL	6

Fuente: Encuesta de Administrativos

Gráfico 9-Conocimiento de Materiales



Fuente: Encuesta de Administrativos

Referente al análisis de la segunda pregunta de la encuesta a los administrativos, podemos observar en nuestro gráfico 9 que la mayoría de los encuestados tienen claro los materiales a utilizar para el momento de la construcción.

El 67% de nuestros encuestados cree que el personal tiene claro los materiales que se utilizan en el momento de la construcción de las viviendas mientras que un 33% necesita charlas para que tengan conocimiento de los materiales a utilizar.

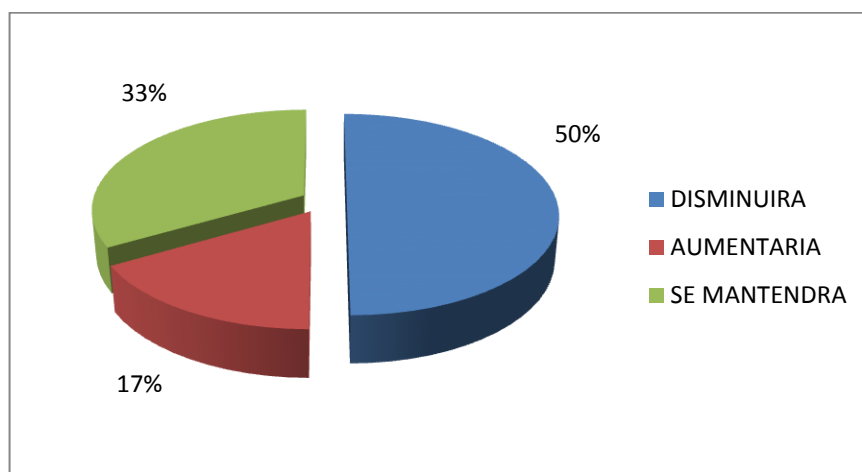
En la pregunta 3.- ¿Cómo piensa que evolucionará la actividad de su empresa en los próximos meses?

Tabla 11- Evolución de actividades

RESPUESTA	ENTREVISTADOS
AUMENTARÁ	3
DISMINUIRÁ	1
NO CAMBIARÁ	2
TOTAL	6

Fuente: Encuesta de Administrativos

Gráfico 10-Evolucion de actividades



Fuente: Encuesta de Administrativos

Referente al análisis de la cuarta pregunta de la encuesta a administrativos, podemos observar en nuestro gráfico10 que la mayoría de los administrativos se inclinan por la respuesta que disminuirá de actividad de su empresa por motivo de la baja en las ventas que sufrirá la empresa por motivo del incremento de sus precios.

El 50% piensa que la actividad de su empresa disminuirá, un 33% se mantendría y solo un 17% que aumentara.

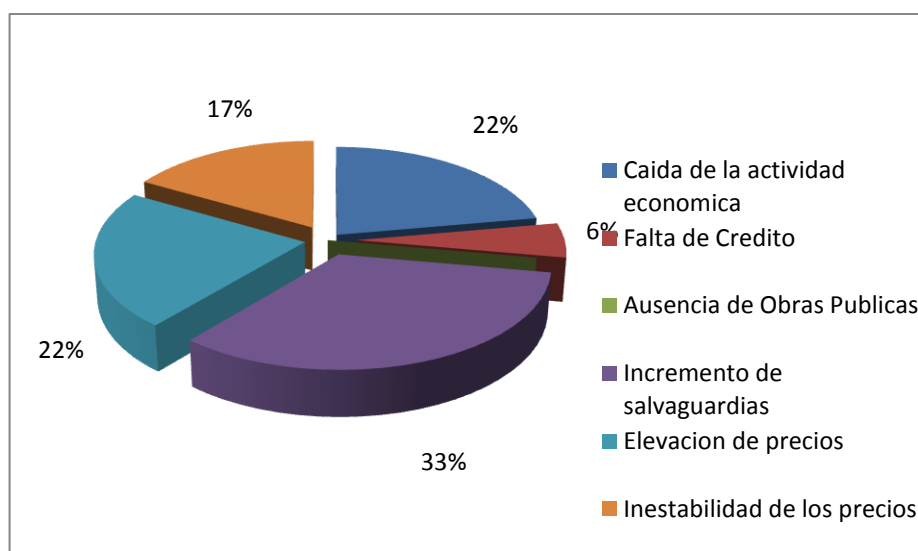
En la pregunta 4.- ¿Cuáles cree que son las principales causas que hará disminuir su actividad? (Marque 3 opciones)

Tabla 12- Causas de disminución de actividades

RESPUESTA	ENTREVISTADOS
Caída actividad económica	4
Falta de crédito	1
Ausencia de obras publicas	0
Incremento de salvaguardias	6
Elevación de precios	4
Inestabilidad de precios	3
TOTAL	18

Fuente: Encuesta de Administrativos

Gráfico 11-Causas de disminución de actividades



Fuente: Encuesta de Administrativos

Referente al análisis de la quinta pregunta de la encuesta a los administrativos, podemos observar en nuestro gráfico 11 los encuestados se han inclinado a dos opciones como son incremento de salvaguardias y por elevación de precios, por motivos que asumen que como incrementará los costos los precios se elevarán y perderán posición en el mercado, además disminuirán sus ventas.

Podemos observar que el 67% se inclina por elevación de precios y el 33% por incrementos en las salvaguardias, solo se inclinan por dos opciones.

Para complementar nuestro proyecto hemos realizados las siguientes encuestas con profesionales de los diferentes campos que comprende nuestra investigación como lo es:

- Tributación
- Legal
- Contable

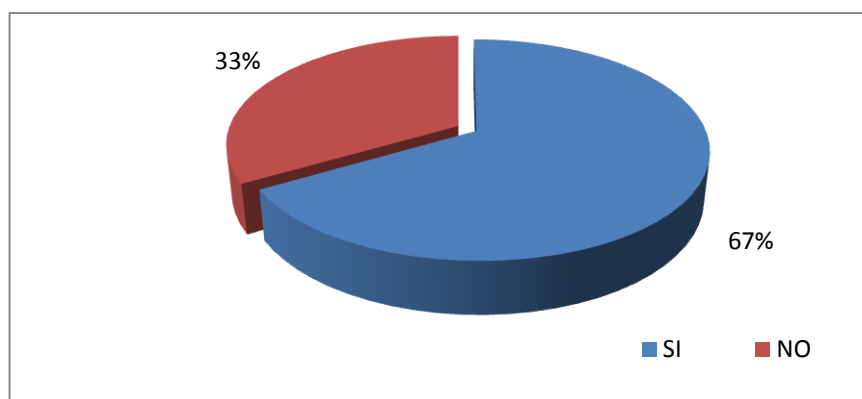
En la pregunta 5- ¿Cree conveniente el aumento de los costos de la vivienda por la implementación de las salvaguardias?

Tabla 13- Aumento de costos de las viviendas

RESPUESTA	ENTREVISTADOS
SI	4
NO	2
TOTAL	6

Fuente: Encuesta de Administrativos

Gráfico 12-Aumento de costos de las viviendas



Fuente: Encuesta de Administrativos

Referente al análisis de la quinta pregunta de la encuesta a los administrativos, podemos observar en nuestro gráfico 12 la mayoría de los encuestados creen que el aumento de los costos de las viviendas es conveniente para poder compensar el incremento que sufrieron los materiales importados por motivo de las salvaguardias que se adoptó en el país.

Podemos observar que el 67% se inclina por elevación de precios y el 33% por no incrementar los costos y buscar nuevas alternativas.

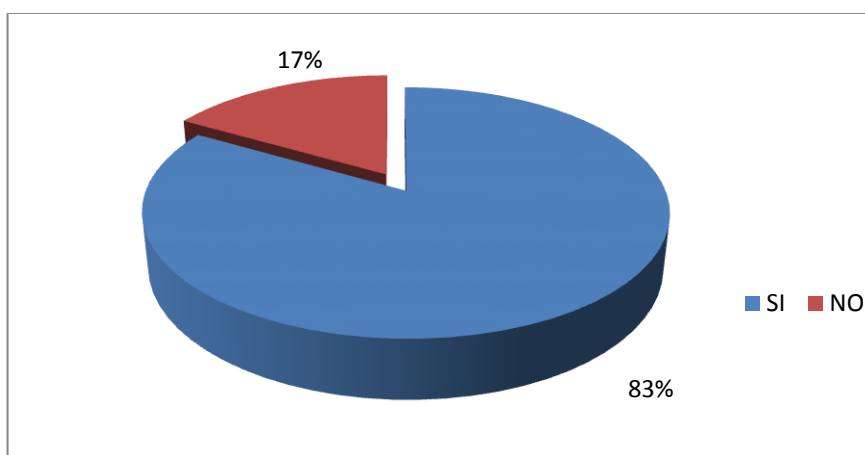
En la pregunta 6- ¿Cree conveniente que la forma de pago de la cuota de entrada se la difiera a un plazo no mayor de un año?

Tabla 14- Pago de cuota de entrada

RESPUESTA	ENTREVISTADOS
SI	5
NO	1
TOTAL	6

Fuente: Encuesta de Administrativos

Gráfico 13-Pago de cuota de entrada



Fuente: Encuesta de Administrativos

Referente al análisis de la sexta pregunta de la encuesta a los administrativos, podemos observar en nuestro gráfico 13 los encuestados se inclinan por las opción de no aumentar el crédito de la cuota de entrada la cual sea no mayor a un año para poder trabajar con el capital del cliente.

Podemos observar que el 83% están de acuerdo con que el pazo de la cuota de entrada no sea mayor a aun año.

Encuesta 3 Clientes de la empresa Corpevin S.A.

Para finalizar con las encuestas se la realizamos a los clientes de la compañía y el resultado fue el siguiente: **(ANEXO 3)**

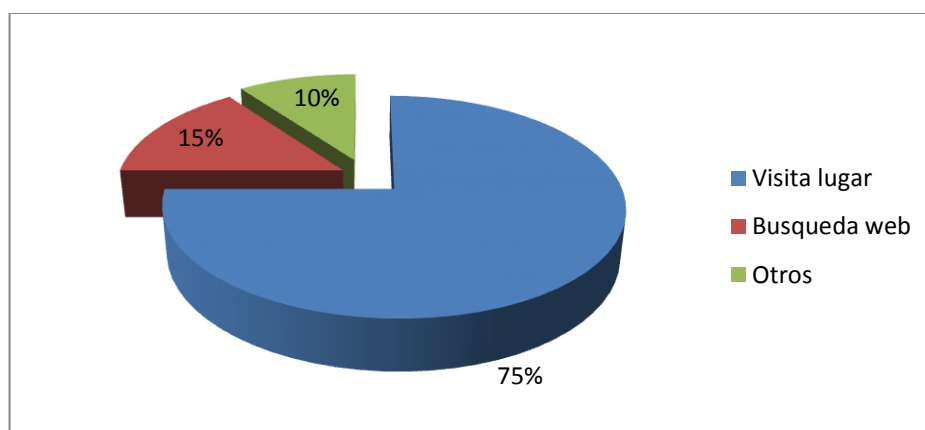
En la pregunta 1- ¿Cómo conoció nuestro proyecto?

Tabla 15–Conocimiento del proyecto

RESPUESTA	ENTREVISTADOS
VISITA LUGAR	15
BUSQUEDA WEB	3
OTROS	2
TOTAL	20

Fuente: Encuesta Clientes

Gráfico 14-Conocimiento del proyecto



Fuente: Encuesta Clientes

Referente al análisis de la primera pregunta de la encuesta a los clientes, podemos observar en nuestro gráfico 14 los encuestados conocieron del proyecto por medio de visita turística a la localidad de Olón.

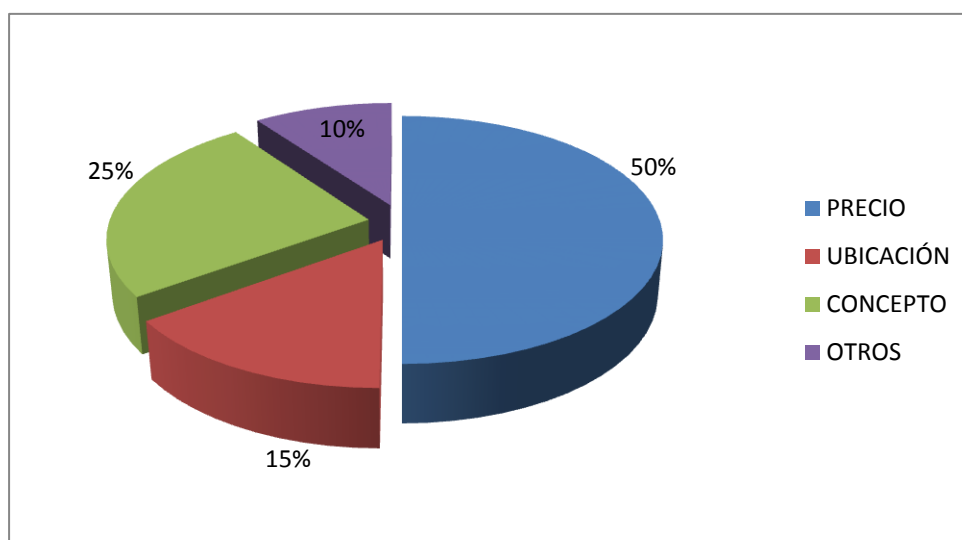
Podemos observar que solo el 15% se enteró del proyecto mediante la web y un 10% por referidos.

En la pregunta 2- ¿Qué lo motivo a comprar en nuestro proyecto?

Tabla 16- Motivo de compra

RESPUESTA	ENTREVISTADOS
PRECIO	10
UBICACION	3
CONCEPTO	5
OTROS	2
TOTAL	20

Fuente: Encuesta Clientes

Gráfico 15-Motivo de compra

Fuente: Encuesta Clientes

Referente al análisis de la segunda pregunta de la encuesta a los clientes, podemos observar en nuestro gráfico 15 los encuestados decidieron comprar en el proyecto por el precio de las viviendas.

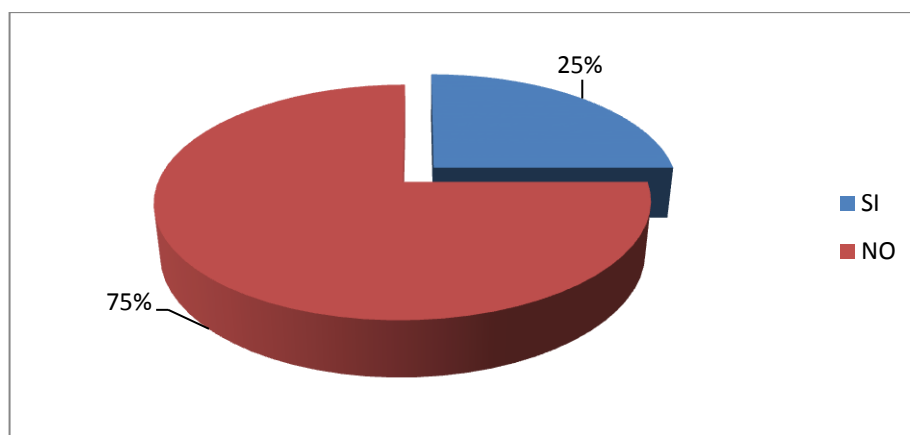
Podemos observar que solo el 25% compro por el concepto que ofrece el proyecto, un 15% por la ubicación y un 10% por otros motivos.

En la pregunta 3-¿Cree usted que el pago del 30% al contado de entrada es factible?

Tabla 17-Cuota de entrada accesible

RESPUESTA	ENTREVISTADOS
SI	5
NO	15
TOTAL	20

Fuente: Encuesta Clientes

Gráfico 16- Cuota de entrada accesible

Fuente: Encuesta Clientes

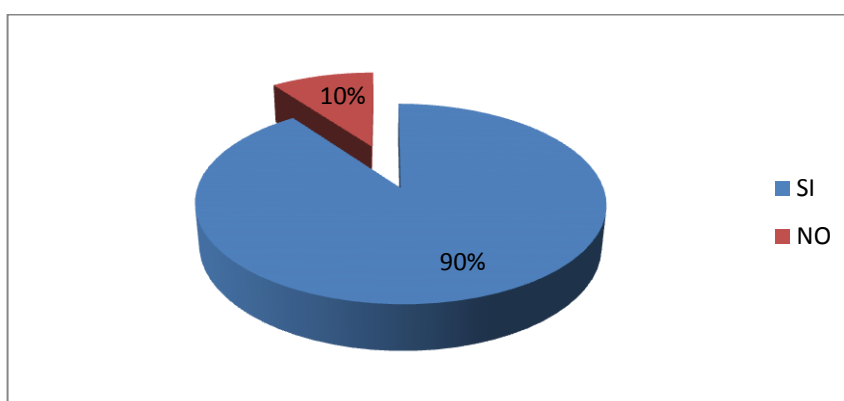
Referente al análisis de la tercera pregunta de la encuesta a los clientes, podemos observar en nuestro gráfico 16 los encuestados creen que el pago de cuota de entrada no es accesible. Podemos observar que solo el 25% piensa que el pago de la cuota de entrada es accesible.

En la pregunta 4-¿Le gustaría a usted que haya un proyecto con menor valor?

Tabla 18 Proyecto económico

RESPUESTA	ENTREVISTADOS
SI	18
NO	2
TOTAL	20

Fuente: Encuesta Clientes

Gráfico 17- Proyecto Económico

Fuente: Encuesta Clientes

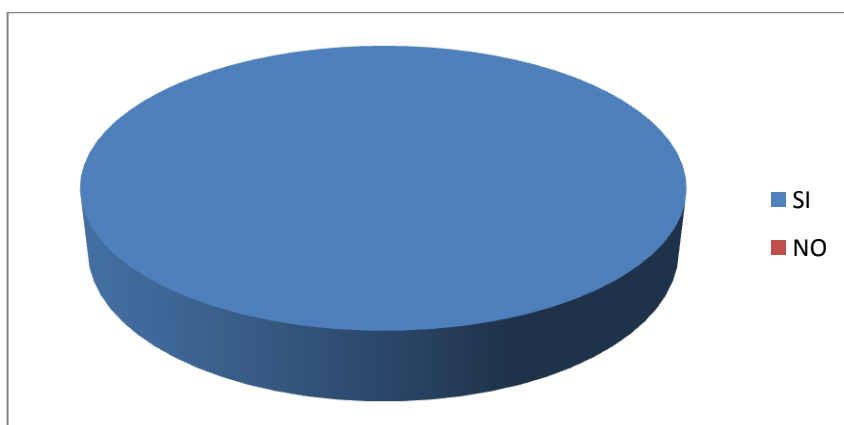
Referente al análisis de la cuarta pregunta de la encuesta a los clientes, podemos observar en nuestro gráfico 17 los encuestados le gustaría que en haya casas más económicas. Podemos observar que solo el 10% piensa que no sería conveniente que haya un proyecto con menor valor.

En la pregunta 5-¿Usted cree que nuestros acabados son de alta calidad?

Tabla 19-Acabados

RESPUESTA	ENTREVISTADOS
SI	20
NO	0
TOTAL	20

Fuente: Encuesta Clientes

Gráfico 18- Acabados

Fuente: Encuesta Clientes

Referente al análisis de la quinta pregunta de la encuesta a los clientes, podemos observar en nuestro gráfico 18 los encuestados cree que tenemos acabados de primera.

Podemos observar que el 100% de los encuestados están de acuerdo.

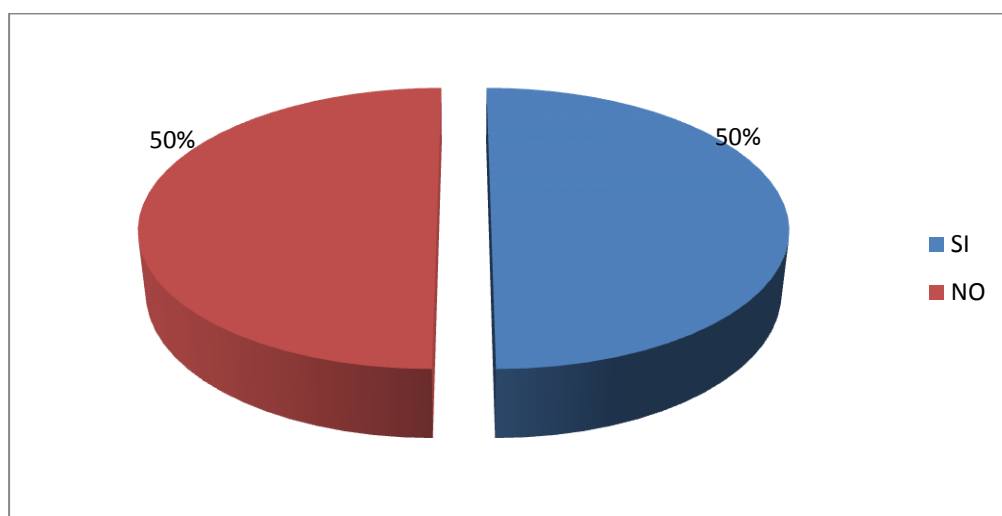
En la pregunta 6-¿Les afectaría el cambio de productos importados por nacionales de la misma calidad?

Tabla 20 –Cambio de productos

RESPUESTA	ENTREVISTADOS
SI	10
NO	10
TOTAL	20

Fuente: Encuesta Clientes

Gráfico 19-Cambio de productos



Fuente: Encuesta Clientes

Referente al análisis de la sexta pregunta de la encuesta a los clientes, podemos observar en nuestro gráfico 19 los encuestados tienen opiniones divididas ya que un 50% piensa que de cierta manera ellos van a hacer afectados en el cambio der productos

3.1.1. ANALISIS FODA

El análisis DAFO o conocido generalmente como FODA, es una metodología de estudio para conocer el estado de una empresa o proyecto. Para proceder a realizar el cambio en la empresa Corpevin S.A. necesitamos conocer cada uno de los puntos de esta metodología, como son la Fortaleza, la Oportunidad, la Debilidad y la amenaza; un análisis FODA puede ser llevado a cabo por un producto, el lugar, la industria o la persona, más que nada se trata de especificar el objetivo de la empresa de negocio o proyecto y la identificación de los factores internos y externos que son favorables y desfavorables para alcanzar dicho objetivo.

Un análisis FODA puede ser utilizado para:

- Explorar nuevas soluciones a los problemas
- Identificar las barreras que limiten metas / objetivos
- Resolver sobre la dirección que será más eficaz
- Revelar posibilidades y limitaciones para el cambio
- Para revisar los planes para navegar mejor los sistemas, las comunidades y las organizaciones
- Como la lluvia de ideas y dispositivo de grabación como un medio de comunicación
- Para mejorar la "credibilidad de interpretación" a ser utilizado en la presentación a los líderes o seguidores clave.

Hemos implementado este análisis para obtener un certero status de nuestra compañía para que con estos se puedan hacer mejoras y correcciones del caso.

3.1.1.1. Análisis Interno.

En el ámbito interno tenemos a las fortalezas y debilidades.

Fortaleza:

- Habilidades y empeño de parte de los trabajadores
- Diseño arquitectónico con personalidad.
- Variedad y calidad en el servicio.
- El inmueble no se devalúa.

Debilidad:

- Carencias en el liderazgo organizacional.
- Problemas de motivación en la plantilla.
- Ausencia de múltiples proveedores.
- No llega el agua potable a la zona.

3.1.1.2. Análisis Externo.

Según el ámbito externo las oportunidades y amenazas son:

Oportunidad

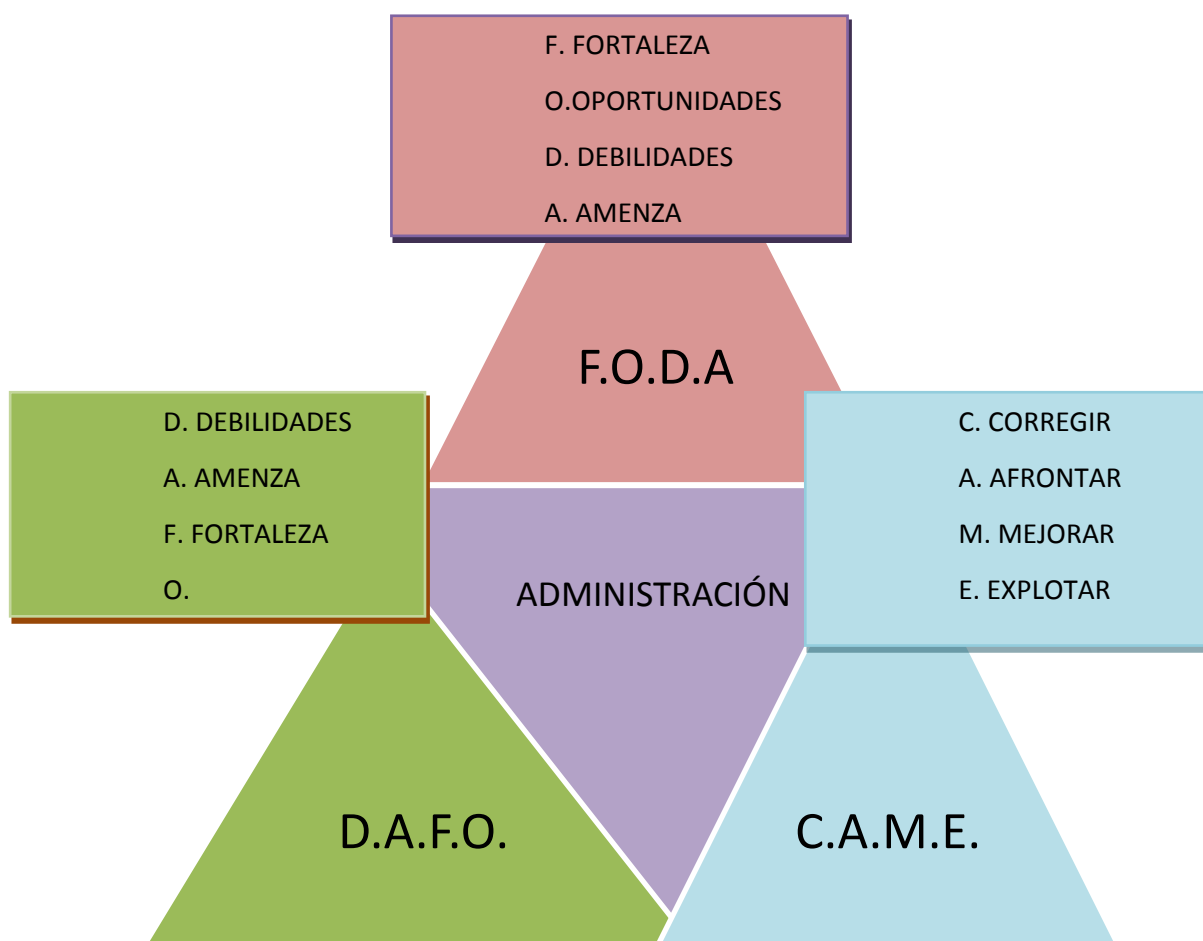
- Zona turística con clima agradable.
- Debilitamiento de la competencia.
- Posicionamiento estratégico inmobiliario.
- Zona libre de invasiones.

Amenaza

- Pérdida de posicionamiento en el mercado.
- Incrementos en los precios de construcción.
- Competencia y cantidad de proyectos inmobiliarios en la Costa Ecuatoriana
- Cambios de tendencia en los potenciales compradores.

3.1.2. DAFO-CAME

Mediante el siguiente gráfico que hemos realizado del triángulo de la administración, podremos visualizar que nuestro FODA se convertirá en nuestro DAFO para confrontarlo con nuestra CAME.

Figura 6-Analisis FODA

Fuente: Empresa Corpevin S.A.

DEBILIDAD

D1-Carencias en el liderazgo organizacional.

D2-Problemas de motivación en la plantilla.

D3-Ausencia de múltiples proveedores.

D4-No llega el agua potable a la zona.

CORREGIR

C1-Realizando una mejor distribución de cargos y funciones.

C2-Incentivos a los trabajadores por obras terminadas a tiempo

C3-Buscando más opciones de proveedores

C4-Exploración y excavación de nuevos pozos de yacimientos de agua dulce.

AMENAZA

A1-Pérdida de posicionamiento en el mercado.

A2-Incrementos en los precios de construcción.

A3-Competencia y cantidad de proyectos inmobiliarios en la Costa Ecuatoriana

A4-Cambios de tendencia en los potenciales compradores

FORTALEZA

F1-Habilidades y empeño de parte de los trabajadores

F2-Diseño arquitectónico con personalidad.

F3-Variedad y calidad en el servicio.

F4-El inmueble no se devalúa.

OPORTUNIDAD

O1-Zona turística con clima agradable.

O2-Debilitamiento de la competencia.

O3-Posicionamiento estratégico inmobiliario.

O4-Zona libre de invasiones.

AFRONTAR

A1-Realizando nuevos proyectos de estrategias publicitarias.

A2-Analizando nuevos productos sustitutos.

A3-Mejorando los planes de financiamiento y tiempo de entregas de las viviendas.

A4-Brindar alojamiento y traslado de potenciales compradores.

MEJORAR

M1-Capacitando al personal en las diferentes áreas.

M2-Creando nuevos diseño innovadores

M3-Perfeccionar el entorno de la ciudadela.

M4-Cada año su propiedad va ganando plusvalía

EXPLOTAR

E1-Estrategias publicitarias más agresivas enfocándonos al target económico correspondiente.

E2-Ofertar nuevos plan de pagos.

E3- Posición de las viviendas

E4-ofrecer más amenities para mejor experiencia de propietarios

3.1.3. ANALISIS DE LAS 4 P

En el área de marketing para identificar los factores claves para el éxito comercial de un proyecto se aplican las “4 p”. Estos factores son:

- Producto: viviendas estilo rústicos
- Precio: Valor de las viviendas para el mercado Medio alto y Alto al cual se dirige.
- Plaza: la parroquia Olón con un estilo campestre con la cercanía de la playa.
- Promoción: actividades para socios del lugar anunciadas por internet.

Hemos elegido el Proyecto Hacienda Olonche porque al realizar el análisis de las 4P del Marketing(producto, precio, plaza, promoción) se determinó que las viviendas ofertadas en el complejo habitacional poseen un estilo salido de lo cotidiano con precios dirigidos para un mercado medio alto y Alto; en lo relacionado a su localización, este se encuentra ubicado en la comuna de Olón, lugar rústico y cercano de la playa y promoción de lugares de recreación para los clientes generando siempre trabajo a los colaboradores de la entidad.

CAPÍTULO 4

PROPUESTA

La presente investigación conllevó realizar un análisis a los costos de la construcción de la vivienda, el cual se enfoca en los materiales importados por motivo que presentan un incremento en un 35% en el año 2015, dispuesto por las salvaguardias decretado por el gobierno comparado con el año 2014, el cual mediante las encuestas se pudo observar que es la mayor preocupación de parte de los directivos y administrativos de la empresa Corpevin S.A. Se tomó como ejemplo el modelo de la vivienda casa Bambú para demostrar que se podrá sustituir materiales importados por materiales nacionales.

Mediante el análisis e investigación en el mercado de insumos de materiales nacionales para la construcción, si se toma la decisión de sustituir los materiales importados por materiales nacionales el efecto en el costo será reducido en un 43% como queda demostrado en la tabla número 22.

4.1 FUNDAMENTOS DE LA PROPUESTA

Sobre la base del conocimiento del incremento del costo de los 20 items de materiales importados como consecuencias de la decisión del gobierno al establecer las salvaguardias, el departamento de contabilidad de la compañía debe realizar la demostración de las variaciones en el costo de la construcción del modelo de vivienda Bambú, que sirvió de base de la investigación realizada así como también al mismo tiempo presentar la propuesta demostradas en las siguientes tablas:

Tabla 21- Incremento de costo de materiales importados

	CASA: BAMBU		Precios de materiales importados				% Incremento
			Sin Salvaguardia (2014)		Incluye Salvaguardias (2015)		
	Cantidad	Detalle	P.U.	P. Total	P.U.	P. Total	
	1		2	3 = 1 X 2	4	5 = 1 X 4	
1	1	Bomba p/cisterna	\$ 120.70	\$ 120.70	\$ 156.91	\$ 156.91	30%
2	39.52	Cerámica p/baños	19.20	758.78	25.92	1024.36	35%
3	45	Cerámica p/pared	10.20	459.00	13.77	619.65	35%
4	62.4	Cerámica piso	19.20	1198.08	25.92	1617.41	35%
5	2	Cerradura p/ baños	8.69	17.38	11.73	23.46	35%
6	4	Cerradura p/habitación	9.10	36.40	12.29	49.14	35%
7	1	Cerradura p/ principal	48.38	48.38	65.31	65.31	35%
8	2	Ducha p/baño	35.26	70.52	47.60	95.20	35%
9	1	Fregadero lavandería	44.96	44.96	60.70	60.70	35%
10	2	Inodoro	59.68	119.36	80.57	161.14	35%
11	2	Juego acces p/baño	25.87	51.74	34.92	69.85	35%
12	2	Juego ducha mezc capr	47.99	95.98	64.79	129.57	35%
13	2	Lavadero	44.82	89.64	58.27	116.53	30%
14	1	Llave monocoman mesa	66.80	66.80	86.84	86.84	30%
15	7	Marcos c/bt 2	7.03	49.21	9.49	66.43	35%
16	14	Marcos c/bt 9	12.58	176.12	16.98	237.76	35%
17	1	Mobiliario	5150.00	5150.00	6952.50	6952.50	35%
18	2	Puerta 200x80	35.40	70.80	47.79	95.58	35%
19	4	Puerta 200x90	36.17	144.68	48.83	195.32	35%
20	1	Puertas principal	90.00	90.00	121.50	121.50	35%
	Totales		\$ 5,892.03	\$ 8,858.53	\$ 7,942.62	\$ 11,945.16	35%

Fuente: Cotizaciones y facturas de Proveedores

Esta tabla demuestra el incremento en un 35% el costo de los 20 ítems importados referidos anteriormente, cuya incidencia en el costo total de la vivienda determina que la compañía a pesar de la sustitución de los materiales importados por productos nacionales seguiría obteniendo un margen de rentabilidad aceptable. Ante esta preocupación de los directivos, la idea central manteniendo la sustitución de materiales efecto de la construcción de la vivienda, pretendiendo en lo posible similar nivel de la calidad en los acabados y de aceptación del público, fue necesario determinar el efecto porcentual que se incurriría como consecuencia de la sustitución de materiales, según la siguiente tabla:

Tabla 22- Efecto porcentual por la sustitución de materiales

	CASA: BAMBU		Precios de materiales importados con salvaguardias	Precios de materiales Nacionales		% Reducción
	Cantidad	Detalle	P. Total	P.U.	P. Total	
	1		2	3	4 = 1 X 3	
1	1	Bomba p/cisterna	\$ 156.91	\$ 92.90	\$ 92.90	-41%
2	39.52	Cerámica p/baños	1024.36	9.20	363.58	-65%
3	45	Cerámica p/pared	619.65	8.56	385.20	-38%
4	62.4	Cerámica piso	1617.41	9.20	574.08	-65%
5	2	cerradura p/ baños	23.46	6.63	13.26	-43%
6	4	cerradura p/habitación	49.14	7.41	29.64	-40%
7	1	cerradura p/principal	65.31	38.38	38.38	-41%
8	2	ducha p/baño	95.20	25.44	50.88	-47%
9	1	fregadero lavandería	60.70	34.96	34.96	-42%
10	2	Inodoro	161.14	49.19	98.38	-39%
11	2	juego acceso p/baño	69.85	15.17	30.34	-57%
12	2	juego ducha mezc capr	129.57	27.12	54.24	-58%
13	2	Lavadero	116.53	34.34	68.68	-41%
14	1	llave monocoman mesa	86.84	52.67	52.67	-39%
15	7	marcos c/bt 2	66.43	7.03	49.21	-26%
16	14	marcos c/bt 9	237.76	12.58	176.12	-26%
17	1	mobiliario	6952.50	4500.00	4500.00	-35%
18	2	puerta 200x80	95.58	25.40	50.80	-47%
19	4	puerta 200x90	195.32	26.17	104.68	-46%
20	1	puertas principal	121.50	70.00	70.00	-42%
	Total		\$ 11,945.16	\$ 5,052.35	\$ 6,838.00	-43%

Fuente: Cotizaciones y facturas de Proveedores

Como se puede apreciar, la reducción de costo por la sustitución de materiales es muy variada según la lista expuesta, desde el 26% al 65% de manera individual, mientras que el efecto total por el cambio es un promedio del 43%, relación muy importante en este segmento de materiales usado en la construcción de la vivienda. No obstante, si la decisión de la compañía fuera continuar con la construcción del modelo de la vivienda Bambú utilizando materiales importados, entonces el costo de la misma con relación a los costos de los materiales nacionales es superior a un 75% y por ende una reducción en el margen de la utilidad respecto al precio de venta. A continuación, nuestra propuesta expone una relación comparativa del costo total de la construcción versus el precio de venta y su correspondiente ganancia, en diversos escenarios:

Tabla 23- Costo de construcción-Modelo Bambú

CASA: BAMBU		Costos de construcción con materiales importados				Costos de Construcción con materiales nacionales	
		Sin Salvaguardia (2014)		Incluye Salvaguardias (2015)			
		Precio unitario	Valor total sin salvaguardia	Salvaguardia	Costo total	Precio unitario	Costo total
Cantidad	Detalle						
1		2	3 = 1 x 2	4	5 = 1 x (2+4)	6	7 = 1 x 6
	Materiales importados						
1	1 bomba p/cisterna	\$ 120,70	\$ 120,70	\$ 36,21	\$ 156,91	\$ 92,90	\$ 92,90
2	39,52 cerámica p/baños	19,20	758,78	6,72	1024,36	9,20	363,58
3	45 cerámica p/pared	10,20	459,00	3,57	619,65	8,56	385,20
4	62,4 cerámica piso	19,20	1198,08	6,72	1617,41	9,20	574,08
5	2 cerradura p/ baños	8,69	17,38	3,04	23,46	6,63	13,26
6	1 cerradura p/ principal	48,38	48,38	16,93	65,31	38,38	38,38
7	4 cerradura p/habitación	9,10	36,40	3,19	49,14	7,41	29,64
8	2 ducha p/baño	35,26	70,52	12,34	95,20	25,44	50,88
9	1 fregadero lavandería	44,96	44,96	15,74	60,70	34,96	34,96
10	2 inodoro	59,68	119,36	20,89	161,14	49,19	98,38
11	2 jgo acceso p/baño	25,87	51,74	9,05	69,85	15,17	30,34
12	2 jgo ducha mezc capr	47,99	95,98	16,80	129,57	27,12	54,24
13	2 lavadero	44,82	89,64	13,45	116,53	34,34	68,68
14	1 llave monocoman mesa	66,80	66,80	20,04	86,84	52,67	52,67
15	7 marcos c/bt 2	7,03	49,21	2,46	66,43	7,03	49,21
16	14 marcos c/bt 9	12,58	176,12	4,40	237,76	12,58	176,12
17	1 mobiliario	5150,00	5150,00	1802,50	6952,50	4500,00	4500,00
18	2 puerta 200x80	35,40	70,80	12,39	95,58	25,40	50,80
19	4 puerta 200x90	36,17	144,68	12,66	195,32	26,17	104,68
20	1 puertas principal	90,00	90,00	31,50	121,50	70,00	70,00
21	Total materiales importados		\$ 8.858,53		\$ 11.945,16	X	\$ 6.838,00
22	Incremento del costo en materiales importados (X/Y)						75%
23	Otros materiales (ANEXO 5)		\$ 15.039,19		\$ 15.039,19		\$ 15.039,19
24	Total materiales		\$ 23.897,72		\$ 26.984,35		\$ 21.877,19
25	Mano de obra directa		\$ 13.500,00		\$ 13.500,00		\$ 13.500,00
26	Costos indirectos		\$ 5.000,00		\$ 5.000,00		\$ 5.000,00
27	Total costo de construcción		\$ 42.397,72	B	\$ 45.484,35	A	\$ 40.377,19
28	Costo del terreno		\$ 20.000,00		\$ 20.000,00		\$ 20.000,00
29	Costo total		\$ 62.397,72		\$ 65.484,35	F	\$ 60.377,19
30	% Incremento 2015 /2014 (A/B)				7%		
31	% Reducción 2016/2015 (C/A)						-11%

32	Precio de venta de vivienda 120 Mt2	\$ 84.000,00	
33	Precio de venta del terreno 500 Mt2	\$ 50.000,00	
34	Total de Venta	\$ 134.000,00	D
35	% UTILIDAD SOLO CON MATERIALES NACIONALES (D/E)	122%	
36	% UTILIDAD CON MATERIALES IMPORTADOS (D/F)	105%	

Fuente: Cotizaciones y facturas de Proveedores

La presente tabla expone un análisis cuantitativo del costo de construcción del modelo Bambú, detallando lo siguiente:

- a.- Costo de materiales importados al 2014 sin salvaguardias.
- b.- Costo de materiales importados al 2015 con salvaguardias.
- c.- Costo de materiales nacionales que sustituyen a los importados.

Referente a la Tabla 24 se refleja las variaciones de precios al 2014 de los materiales importados comparativamente con los del 2015, año en el cual el gobierno decretó la imposición de las salvaguardias lo cual representó un incremento global del 35% en los 20 ítems de los materiales importados detallados en la antes citada tabla. Como habíamos comentado anteriormente, , si la decisión de la compañía fuera continuar con la construcción del modelo de la vivienda Bambú utilizando materiales importados, entonces el costo de la misma con relación a los costos de los materiales nacionales sería superior un 75% (línea 22).

Por otro lado, es notorio observar que el costo de la construcción de la vivienda con materiales importados se incrementó en el orden del 7% en año 2015(línea 30) con relación al mismo costo correspondiente al año 2014. Si en el caso sugerido en esta propuesta fuera aceptada por los directivos, es decir sustituir los materiales importados por productos nacionales, la incidencia en la reducción del costo se tornaría en un apreciable 11% (línea 31).

Considerando los comentarios respecto a los diferentes escenarios en cuanto a los costos de construcción se refiere, es necesario destacar el efecto en la ganancia que la compañía obtendría al ofrecer el modelo de la vivienda modelo Bambú al público en perspectiva. Si la compañía ofreciera el producto al precio de venta \$134,000.00, obtendría una utilidad del 105% con relación al costo total de dicho modelo empleando materiales importados (línea 36). Por el contrario, si la decisión de la compañía fuera ofrecer el modelo de la vivienda construida con materiales nacionales, el porcentaje de utilidad sería del 122% (línea 35).

Obsérvese que nuestra propuesta no implica de ningún modo cambiar el valor del precio de venta a pesar de la sustitución del tipo de materiales. Estas circunstancia citada quedaría al libre arbitrio de los directivos de la compañía, quienes debería analizar el contenido de nuestra propuesta y tomar la correspondiente decisión al respecto con el propósito de mejorar aquello que todo empresario que realice una inversión en un determinado proyecto, pretende siempre obtener el máximo rendimiento de su capital de riesgo.

CONCLUSIONES

Después de haber realizado los análisis respectivos llegamos a las siguientes conclusiones con respecto a las anomalías y problemas suscitados en la empresa Corpevin S.A.

1. La empresa reflejó un incremento en los costos de los materiales importados de 35% en el periodo 2015 comparativos con el periodo 2014.
2. El impacto de las salvaguardias (sobre los materiales importados) en el costo total de la construcción de una vivienda con terreno, es aproximadamente el 7% en el año 2015 respecto del mismo costo de construcción incurrido en el año 2014.
3. Por otro lado, el impacto en el costo total de la construcción de una vivienda, es aproximadamente el 11% menor en el supuesto de que los materiales importados fueran sustituidos por materiales de producción nacional. Esta conclusión está basada sobre el análisis de los costos referente al año 2015.
4. Observamos que la utilidad obtenida en la venta de una vivienda con materiales importados (con salvaguardias) incluida el terreno de 500 mt² fue de 105% en el año 2015 con relación al costo de construcción.
5. Si la vivienda fuera construida totalmente con materiales nacionales incluido el costo del terreno, la compañía obtendría una utilidad de 122% sobre el costo total de la construcción.
6. Por último, observamos que la sustitución de materiales importados por materiales nacionales, significaría incrementar el margen de ganancia, dependiendo obviamente de los gustos y preferencia de cada cliente interesado en adquirir una vivienda en una zona de interés familiar.

RECOMENDACIONES

Como resultado de la investigación realizada durante el desarrollo de la presente tesis relativa al mejoramiento de la rentabilidad en la empresa Corpevin S.A., exponemos las siguientes recomendaciones:

1. La empresa Corpevin según lo basados en los datos anteriormente expuestos le convendría la sustitución de los materiales importados por productos nacionales, cuya reducción del costo de estos ítems oscila en un promedio del 11% y ésta a su vez estaría generando una demanda en el mercado nacional e impulsando la matriz productiva del país.
2. Ofertar las viviendas con acabados de los productos sustitutos con la opción de los acabados de productos importados y su respectivo incremento en el valor final de la vivienda.
3. Dejar que los clientes compre por su cuenta los materiales del listado de productos importados que desearían cambiar en la vivienda antes del inicio de su construcción, y la empresa le hará su respectiva deducción de dichos materiales al costo de los materiales que se debieron utilizar para su construcción.
4. En el momento de la venta de las viviendas implementar un cuadro resumen de los nuevos materiales a utilizarse para evitar confusión en la muestra de la villa modelo.(véase Anexo 6)
5. Utilizar otros medios publicitarios tales como: Vallas publicitarias
 - Hojas volantes en sitios estratégicos: peaje en la ruta del sol, gasolineras, malecón de Salinas.
 - Spot publicitarios en los medios televisivos en la ciudad de Cuenca.
6. Escoger una ubicación estratégica para subdividir los terrenos de la manzana y desarrollar nuevos modelos de casa de mucho menor metraje (65 mts. o 75 mts.)

BIBLIOGRAFÍA

- Andrea Aguirre, K. S. (s.f.). *Proyecto de Mejora del servicio de producto inmobiliario aplicando modelo IDEFO y el proceso de transformacion de empresas*. Obtenido de <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/1545/1/3058.pdf>
- Charlest, H. (2013). Contabilidad. En H. Charlest. Mexico: Felipe Hernandez Carrasco.
- Constitucion de la Republica, d. E. (2008).
- Erick, C. M. (s.f.). *Plan estrategico de marketing para el mejoramiento de las ventas de la empresa Mizpa S.A.* Obtenido de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/6149/1/UPS-GT000528.pdf>
- Fierro, A. M. (2011). Contabilidad de Activos. Colombia: Bogota D.C.
- Fillipi, J. (24 de 03 de 2011). *Monografias.com*. Recuperado el OCTUBRE de 2015, de <https://jofilop.files.wordpress.com/2011/03/metodos-de-investigacion.pdf>
- Horner, J. C. (2012). Administracion Financiera. Mexico: Pearson Educacion.
- Hurtado de Barrera, J. (2008). *Metodologia de la Investigaciòn* (Vol. QUINTA EDICIÒN). Caracas: CIEA SYPAL.
- INEC.GOB. (2010). *INEC*. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/santa_elena.pdf
- López, A. J. (2010). Principios de Contabilidad. Mexico: Interamericana Editores S.A.
- Malliquina, C. (s.f.). *Implementacion de un modelo de gestion y contros financiero*. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/1983/1/T-UCE-0005-353.pdf>
- Monografias. (s.f.). *Monografias*. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos82/conceptos-basicos-costos-produccion/conceptos-basicos-costos-produccion.shtml>
- Polimeni, R. S. (1994,1989). Contabilidad de Costo.
- SERVICES, T. &. (23 de 09 de 2015). *TURISMO.GOB.EC*. Obtenido de http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PIMTE_2014.pdf
- Soto, C. A. (2012). Contabilidad siglo XXI. Colombia: Bogota D.C.
- Supercias. (30 de 12 de 2011). *Superintendencia de compañías*. Obtenido de http://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/niif/Material%20de%20charlas%20Partidas%20Contables%20segun%20NIIF.pdf

- TERRITORIAL, P. D. (15 de 02 de 2013). *SNI.GOB.EC*. Obtenido de [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/%23recycle/PDyOTs%202014/0960001540001/PDyOT/15022013_171851_PDOT%20Santa%20Elena-Canton\(26DIC\).pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/%23recycle/PDyOTs%202014/0960001540001/PDyOT/15022013_171851_PDOT%20Santa%20Elena-Canton(26DIC).pdf)
- Mora, A. (2008). *DICCIONARIO DE CONTABILIDAD, AUDITORIA Y CONTROL DE GESTIÓN*. MADRID-ESPAÑA: ECOBOOK.
- Ponce, A. R. (2004). *ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TEORÍA Y PRÁCTICA*. Mexico: LIMUSA S.A.
- IASC, C. d. (1992). *NORMAS INTERNACIONALES DE CONTABILIDAD*.
- Nic 1. *Presentacion de Estados Financieros*. (01 de 01 de 2010). Obtenido de <http://plancontable2007.com/niif-nic/nic-normas-internacionales-de-contabilidad/nic-01.html>
- Machicado, J. (02 de 2012). *"Ordenanzas y Resoluciones Municipales"*. Recuperado el 25 de 04 de 2015, de "Ordenanzas y Resoluciones Municipales": <http://jorgemachicado.blogspot.com/2012/02/orre.html>
- Wikipedia . (09 de 03 de 2015). Recuperado el 24 de 04 de 2015, de http://es.wikipedia.org/wiki/Ratio_financiera
- Wikipedia. (14 de 07 de 2014). Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Finanzas>
- Roberto Hernandez Sampieri (2010). *Metodologia de la Investigaciòn* (Vol. QUINTA EDICIÒN). http://www.academia.edu/6399195/Metodologia_de_la_investigacion_5ta_Edicion_Sampieri



ANEXOS

ANEXO 1-ENCUESTA A DIRECTIVOS

Universidad de Guayaquil

Facultad de Ciencias Administrativas

Escuela de Contaduría Pública Autorizada

ENCUESTA PARA DIRECTIVOS DE LA EMPRESA CORPEVIN S.A.

Objetivo.- Conocer el punto de vista de los directivos que labora dentro de la empresa Corpevin S.A. con respecto al sector inmobiliario.

1. ¿Cree usted que la compañía ha sido afectada con el incremento de las salvaguardias al momento de importar materiales para la construcción?

SI

NO

2. ¿Cómo cree que evolucionará la actividad del sector construcción en el próximo trimestre? (Marcar una opción)

Aumentará

Disminuirá

No Cambiará

3. ¿A qué nivel socio económico va dirigido los proyectos de la empresa Corpevin S.A.?

Nivel Alto

Nivel Medio Alto

Nivel Bajo

Nivel Bajo

4. ¿Cuáles de los siguientes medios cree usted que es más efectivo para vender las viviendas? (Marcar dos opciones)

Televisión	☐
Radio	☐
Páginas Web	☐
Redes Sociales	☐
Vallas publicitarias	☐
Volantes	☐

- 5- ¿Estarían dispuesto a bajar los precios de las viviendas debido a la crisis económica?

Si	☐
No	☐

- 6-¿Considera la posibilidad de construir un condómino para la venta por departamento?

Si	☐
No	☐

4. ¿Cuales de los siguientes medios cree usted que es más efectivo para vender las viviendas? (Marcar dos opciones)

VIAJES	
Televisión	☒
Radio	☐
Páginas Web	☐
Redes Sociales	☐
Vallas publicitarias	☐
Volantes	☒

5. ¿Estarían dispuesto a bajar los precios de las viviendas debido a la crisis económica?

SI	☐
NO	☒

6. ¿Considera la posibilidad de construir un condominio para la venta por departamento?

SI	☐
NO	☒

7. ¿Crees que las viviendas se venderán mejor si se construyen en el barrio de...

Barrio de...	☐
Barrio de...	☐
Barrio de...	☒
Barrio de...	☐

8. ¿Vas a comprar una vivienda en el barrio de...

Nivel Alto	☐
Nivel Medio	☐
Nivel Bajo	☒
Nivel Muy Bajo	☐

ANEXOS
(continuación de la encuesta)

ANEXO I-ENCUESTA A DIRECTIVOS	
Universidad de Guayaquil	☐
Facultad de Ciencias Administrativas	☐
Escuela de Contaduría Pública Autorizada	☐

ENCUESTA PARA DIRECTIVOS DE LA EMPRESA CORPEVIN S.A.

Objetivo- Conocer el punto de vista de los directivos que labora dentro de la empresa Corpevin S.A. con respecto al sector inmobiliario.

1. ¿Cree usted que la compañía ha sido afectada con el incremento de las salvaguardias al momento de importar materiales para la construcción?

SI	☒
NO	☐

2. ¿Cómo cree que evolucionará la actividad del sector construcción en el próximo trimestre? (Marcar una opción)

Aumentará	☒
Disminuirá	☐
No Cambiará	☐

3. ¿A qué nivel socio económico va dirigido los proyectos de la empresa Corpevin S.A.?

Nivel Alto	☒
Nivel Medio Alto	☐
Nivel Bajo	☐
Nivel Muy Bajo	☐

4. ¿Cuáles de los siguientes medios cree usted que es más efectivo para vender las viviendas? (Marcar dos opciones)

ANEXO I-ENCUESTA DE DIRECTIVOS

Radio	
Páginas Web	
Redes Sociales	
Vallas publicitarias	
Volantes	☒

- 5- ¿Estarían dispuesto a bajar los precios de las viviendas debido a la crisis económica?

SI	☒	NO	☐
----	-------------------------------------	----	--------------------------

- 6- ¿Considera la posibilidad de construir un condominio para la venta por departamento?

SI	☒	NO	☐
----	-------------------------------------	----	--------------------------

- 7- ¿Cómo cree que evolucionará la actividad del sector construcción en el próximo trimestre? (Marcar una opción)

Aumentará	☒
Disminuirá	☐
No Cambiará	☐

- 8- ¿A qué nivel socio económico va dirigido los proyectos de la empresa Corpevin S.A.?

Nivel Alto	☒
Nivel Medio Alto	☐
Nivel Bajo	☐
Nivel Bajo	☐

- 9- ¿Cree usted que la compañía ha sido afectada con el incremento de las salvaguardias al momento de importar materiales para la construcción?

ANEXO I-ENCUESTA A DIRECTIVOS

Universidad de Guayaquil	☒
Facultad de Ciencias Administrativas	☒
Escuela de Contaduría Pública Autorizada	☒

- Objetivo.- Conocer el punto de vista de los directivos que labora dentro de la empresa Corpevin S.A. con respecto al sector inmobiliario.

1. ¿Cree usted que la compañía ha sido afectada con el incremento de las salvaguardias al momento de importar materiales para la construcción?

SI	☒	NO	☐
----	-------------------------------------	----	--------------------------

2. ¿Cómo cree que evolucionará la actividad del sector construcción en el próximo trimestre? (Marcar una opción)

Aumentará	☒
Disminuirá	☐
No Cambiará	☐

3. ¿A qué nivel socio económico va dirigido los proyectos de la empresa Corpevin S.A.?

Nivel Alto	☒
Nivel Medio Alto	☐
Nivel Bajo	☐
Nivel Bajo	☐

4. ¿Cuáles de los siguientes medios cree usted que es más efectivo para vender las viviendas? (Marcar dos opciones)

Television				
Radio				
Páginas Web				
Redes Sociales				
Vallas publicitarias				
Volantes				



ENCUESTA A VARE DIRECTIVOS DE LA EMPRESA CORPEVIN S.A.

5. ¿Estarían dispuesto a bajar los precios de las viviendas debido a la crisis económica?

Si	☒
No	☐

6. ¿Considera la posibilidad de construir un condominio para la venta por departamento?

Si	☒
No	☐

7. ¿Cómo cree que evolucionará la actividad del sector construcción en el próximo trimestre? (Marcar una opción)

Aumentará	☐
Disminuirá	☒
No Cambiará	☐

8. ¿A qué nivel socio económico va dirigido los proyectos de la empresa Corpevin S.A.?

Nivel Alto	☐
Nivel Medio Alto	☒
Nivel Medio Bajo	☐
Nivel Bajo	☐

ENCUESTA A VARE DIRECTIVOS DE LA EMPRESA CORPEVIN S.A.



ENCUESTA A VARE DIRECTIVOS DE LA EMPRESA CORPEVIN S.A.

- Objetivo.- Conocer el punto de vista de los directivos que labora dentro de la empresa Corpevin S.A. con respecto al sector inmobiliario.

Si	☒
No	☐

1. ¿Cree usted que la compañía ha sido afectada con el incremento de las salvaguardias al momento de importar materiales para la construcción?

Si	☒
No	☐

2. ¿Cómo cree que evolucionará la actividad del sector construcción en el próximo trimestre? (Marcar una opción)

Aumentará	☐
Disminuirá	☒
No Cambiará	☐

3. ¿A qué nivel socio económico va dirigido los proyectos de la empresa Corpevin S.A.?

Nivel Alto	☐
Nivel Medio Alto	☒
Nivel Medio Bajo	☐
Nivel Bajo	☐

4. ¿Cuáles de los siguientes medios cree usted que es más efectivo para vender las viviendas? (Marcar dos opciones)

ANEXO I-ENCUESTA A DIRECTIVOS

Televisión	
Radio	
Páginas Web	X
Redes Sociales	X
Vallas publicitarias	
Volantes	

5. ¿Estarian dispuesto a bajar los precios de las viviendas debido a la crisis económica?

Si	X
No	

6. ¿Considera la posibilidad de construir un condominio para la venta por departamento?

Si	X
No	

7. ¿Cómo cree que evolucionará la actividad del sector construcción en el próximo trimestre? (Marcar una opción)

Aumentará	
Disminuirá	X
No Cambiará	

8. ¿A qué nivel socio económico va dirigido los proyectos de la empresa Corpevin S.A.?

Nivel Alto	
Nivel Medio Alto	X
Nivel Medio Bajo	
Nivel Bajo	



ANEXOS

ANEXO I-ENCUESTA A DIRECTIVOS

Universidad de Guayaquil
Facultad de Ciencias Administrativas
Escuela de Contaduría Pública Autorizada

ENCUESTA PARA DIRECTIVOS DE LA EMPRESA CORPEVIN S.A.

- Objetivo.- Conocer el punto de vista de los directivos que labora dentro de la empresa Corpevin S.A. con respecto al sector inmobiliario.

1. ¿Cree usted que la compañía ha sido afectada con el incremento de las salvaguardias al momento de importar materiales para la construcción?

SI	X
NO	

2. ¿Cómo cree que evolucionará la actividad del sector construcción en el próximo trimestre? (Marcar una opción)

Aumentará	
Disminuirá	X
No Cambiará	

3. ¿A qué nivel socio económico va dirigido los proyectos de la empresa Corpevin S.A.?

Nivel Alto	
Nivel Medio Alto	X
Nivel Medio Bajo	
Nivel Bajo	

4. ¿Cuáles de los siguientes medios cree usted que es más efectivo para vender las viviendas? (Marcar dos opciones)

ENCUESTA PARA DIRECTIVOS DE LA EMPRESA CORPEVIN S.A.

ANEXO I-ENCUESTA A DIRECTIVOS

Universidad de Guayaquil
Facultad de Ciencias Administrativas
Escuela de Contaduría Pública Autorizada

Telesión ☒ ☐

Radio ☐ ☐

Páginas Web ☒ ☐

Redes Sociales ☒ ☐

Vallas publicitarias ☐ ☐

Volantes ☒ ☐

5. ¿Estarían dispuesto a bajar los precios de las viviendas debido a la crisis económica?

Si ☒ ☐

No ☐ ☐

6. ¿Considera la posibilidad de construir un condominio para la venta por departamento?

Si ☒ ☐

No ☐ ☐

7. ¿Cómo cree que evoluciona la actividad del sector construcción en el próximo trimestre? (Marcar una opción)

Aumentará ☐ ☐ ☐

Disminuirá ☐ ☐ ☐

No Cambiará ☒ ☐ ☐

8. ¿A qué nivel socio económico va dirigido los proyectos de la empresa Corpevin S.A.?

Nivel Alto ☐ ☐ ☐

Nivel Medio Alto ☒ ☐ ☐

Nivel Bajo ☐ ☐ ☐

Nivel Bajo ☐ ☐ ☐

9. ¿Cree usted que la compañía ha sido afectada con el incremento de las salvaguardias al momento de importar materiales para la construcción?

ENCUESTA PARA DIRECTIVOS DE LA EMPRESA CORPEVIN S.A.

ANEXO I-ENCUESTA A DIRECTIVOS

Universidad de Guayaquil
Facultad de Ciencias Administrativas
Escuela de Contaduría Pública Autorizada

Si ☒ ☐

No ☐ ☐

10. ¿Cómo cree que evoluciona la actividad del sector construcción en el próximo trimestre? (Marcar una opción)

Aumentará ☐ ☐ ☐

Disminuirá ☐ ☐ ☐

No Cambiará ☒ ☐ ☐

11. ¿A qué nivel socio económico va dirigido los proyectos de la empresa Corpevin S.A.?

Nivel Alto ☐ ☐ ☐

Nivel Medio Alto ☒ ☐ ☐

Nivel Bajo ☐ ☐ ☐

Nivel Bajo ☐ ☐ ☐



ANEXO 2-ENCUESTA ADMINISTRATIVO

Universidad de Guayaquil

Facultad de Ciencias Administrativas

Escuela de Contaduría Pública Autorizada

ENCUESTA PARA ADMINISTRATIVOS DE LA EMPRESA CORPEVIN S.A.

Objetivo.- Conocer el punto de vista de los Administrativos que labora dentro de la empresa Corpevin S.A. con respecto al sector inmobiliario.

1-¿Tienen los empleados claro el conocimiento de los recursos materiales para la construcción de las viviendas?

Si

--

No

--

2- ¿Se encuentra dentro de las sugerencias planes del departamento implementar un proyecto más económico?

Si

--

No

--

3- ¿Cómo piensa que evolucionará la actividad de su empresa en los próximos meses?

Aumentará

--

Disminuirá

--

Se Mantendrá

--

- 4- ¿Cuáles cree que son las principales causas que harán disminuir su actividad?(Marcar tres opciones)

Caída de la actividad económica	☐
Falta de Crédito	☐
Ausencia de Obra Públicas	☐
Incremento de Salvaguardia	☐
Elevación de los Precios	☐
Inestabilidad de los Precios	☐

- 5- ¿Cree conveniente el aumento de los costos de la vivienda por la implementación de las salvaguardias?

Si	☐
No	☐

- 6- ¿Cree conveniente que la forma de pago de la cuota de entrada se la difiera a un plazo no mayor a un año?

Si	☐
No	☐



ENCUESTA PARA ADMINISTRATIVOS DE LA EMPRESA CORPEVIN S.A.

Cuidado de la actividad económica	☒
Falta de Crédito	☒
Ausencia de Obra Públicas	☒
Incremento de Salvaguardia	☒
Elevación de los Precios	☒
Inestabilidad de los Precios	☒

4- ¿Cuáles cree que son las principales causas que harán disminuir su actividad? (Marcar tres opciones)

Si	☒
No	☐

5- ¿Cree conveniente el aumento de los costos de la vivienda por la implementación de las salvaguardias?

Si	☒
No	☐

6- ¿Cree conveniente que la forma de pago de la cuota de entrada se la difiera a un plazo no mayor a un año?

Si	☒
No	☐

7- ¿Cómo piensa que evolucionará la actividad de su empresa en los próximos meses?

Aumentará	☒
Disminuirá	☐
Se Mantendrá	☐



ENCUESTA PARA ADMINISTRATIVOS DE LA EMPRESA CORPEVIN S.A.

Universidad de Guayaquil
Facultad de Ciencias Administrativas
Escuela de Contaduría Pública Autorizada

ENCUESTA PARA ADMINISTRATIVOS DE LA EMPRESA CORPEVIN S.A.

Objetivo.- Conocer el punto de vista de los Administrativos que labora dentro de la empresa Corpevin S.A. con respecto al sector inmobiliario.

1- ¿Tienen los empleados claro el conocimiento de los recursos materiales para la construcción de las viviendas?

Si	☒
No	☐

2- ¿Se encuentra dentro de las sugerencias planes del departamento implementar un proyecto más económico?

Si	☒
No	☐

3- ¿Cómo piensa que evolucionará la actividad de su empresa en los próximos meses?

Aumentará	☒
Disminuirá	☐
Se Mantendrá	☐

4- ¿Cuáles cree que son las principales causas que harán disminuir su actividad? (Marcar tres opciones)



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

Facultad de Ciencias Administrativas

Escuela de Contaduría Pública Autorizada

ANEXO 5-ENCUESTA 1

ENCUESTA PARA ADMINISTRATIVOS DE LA EMPRESA CORPEVIN

Objetivo.- Conocer el punto de vista de los Administrativos que labora dentro de la empresa Corpevin S.A. con respecto al sector inmobiliario.

1- ¿Cree conveniente el aumento de los costos de la vivienda por la implementación de las salvaguardas?

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

Facultad de Ciencias Administrativas

Escuela de Contaduría Pública Autorizada

ANEXO 2-ENCUESTA ADMINISTRATIVO

ENCUESTA PARA ADMINISTRATIVOS DE LA EMPRESA CORPEVIN

Objetivo.- Conocer el punto de vista de los Administrativos que labora dentro de la empresa Corpevin S.A. con respecto al sector inmobiliario.

1- ¿Tienen los empleados claro el conocimiento de los recursos materiales para la construcción de las viviendas?

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

Si No

- 4- ¿Cuales cree que son las principales causas que harán disminuir su actividad?(Marcar tres opciones)

Caja de la actividad económica	
Falta de Crédito	
Ausencia de Obra Públicas	
Incremento de Salvaguardia	X
Elevación de los Precios	X
Inestabilidad de los Precios	X

ENCUESTA PARA ADMINISTRATIVOS DE LA EMPRESA CORPEVIN

- 5- ¿Cree conveniente el aumento de los costos de la vivienda por la implementación de

Objetivo.- Conocer el punto de vista de los Administrativos que laboran dentro de la empresa Corpevin S.A. con respecto al sector inmobiliario.

Si	
No	X

- 6- ¿Cree conveniente que la forma de pago de la cuota de entrada se la difiera a un plazo no mayor a un año?

Si	
No	X

- 7- ¿Se encuentra dentro de las sugerencias planes del departamento implementar un proyecto más económico?

Si	X
No	

- 8- ¿Cómo piensa que evolucionará la actividad de su empresa en los próximos meses?

Aumentará	
Disminuirá	X
Se Mantendrá	



ANEXO 2-ENCUESTA ADMINISTRATIVO

Universidad de Guayaquil
Facultad de Ciencias Administrativas
Escuela de Contaduría Pública Autorizada

ENCUESTA PARA ADMINISTRATIVOS DE LA EMPRESA CORPEVIN

Objetivo.- Conocer el punto de vista de los Administrativos que laboran dentro de la empresa Corpevin S.A. con respecto al sector inmobiliario.

Si	
No	X

- 1- ¿Tienen los empleados claro el conocimiento de los recursos materiales, para la construcción de las viviendas?

Si	X
No	

- 2- ¿Se encuentra dentro de las sugerencias planes del departamento implementar un proyecto más económico?

Si	X
No	

- 3- ¿Cómo piensa que evolucionará la actividad de su empresa en los próximos meses?

Aumentará	X
Disminuirá	
Se Mantendrá	

- 4- ¿Cuales cree que son las principales causas que harán disminuir su actividad? (Marcar tres opciones)

Caida de la actividad económica	☒
Falta de Crédito	☐
Ausencia de Obra Públicas	☒
Incremento de Salvaguardia	☒
Elevación de los Precios	☐
Inestabilidad de los Precios	☐

- 5- ¿Cree conveniente el aumento de los costos de la vivienda por la implementación de al ab on las salvaguardias?

Si	☒
No	☐

- 6- ¿Cree conveniente que la forma de pago de la cuota de entrada se la difiera a un plazo no mayor a un año?

Si	☒
No	☐

- 7- ¿Cree conveniente que la forma de pago de la cuota de entrada se la difiera a un plazo no mayor a un año?

Si	☒
No	☐

- 8- ¿Cree conveniente que la forma de pago de la cuota de entrada se la difiera a un plazo no mayor a un año?

Si	☒
No	☐

- 9- ¿Cree conveniente que la forma de pago de la cuota de entrada se la difiera a un plazo no mayor a un año?

Si	☒
No	☐

- 10- ¿Cree conveniente que la forma de pago de la cuota de entrada se la difiera a un plazo no mayor a un año?

Si	☒
No	☐

- 11- ¿Tienen los empleados claro el conocimiento de los recursos materiales para la construcción de las viviendas?

Si	☒
No	☐

- 12- ¿Se encuentra dentro de las sugerencias planes del departamento implementar un proyecto más económico?

Si	☒
No	☐

- 13- ¿Cómo piensa que evolucionará la actividad de su empresa en los próximos meses?

Aumentará	☐
Disminuirá	☒
Se Mantendrá	☐



ANEXO 3-ENCUESTA ADMINISTRATIVO

Caída de la actividad económica	☒
Falta de Crédito	☒
Ausencia de Obra Públicas	☒
Incremento de Salvaguardia	☒
Elevación de los Precios	☒
Inestabilidad de los Precios	☒

ENCUESTA PARA ADMINISTRATIVOS DE LA EMPRESA CORPEVIN S.A.

Objetivo.- Conocer el punto de vista de los Administrativos que labora dentro de la empresa Corpevin S.A. con respecto al sector inmobiliario.

Si	☒
No	☐

6- ¿Cree conveniente que la forma de pago de la cuota de entrada se la difiera a un plazo no mayor a un año?

Si	☒
No	☐

7- ¿Se encuentra dentro de las sugerencias planes del departamento implementar un proyecto más económico?

Si	☒
No	☐

8- ¿Cómo piensa que evolucionará la actividad de su empresa en los próximos meses?

Aumentará	☐
Disminuirá	☐
Se Mantendrá	☒



ANEXO 2-ENCUESTA ADMINISTRATIVO

Universidad de Guayaquil	☒
Facultad de Ciencias Administrativas	☒
Escuela de Contaduría Pública Autorizada	☒

ENCUESTA PARA ADMINISTRATIVOS DE LA EMPRESA CORPEVIN S.A.

Objetivo.- Conocer el punto de vista de los Administrativos que labora dentro de la empresa Corpevin S.A. con respecto al sector inmobiliario.

Si	☒
No	☐

1- ¿Tienen los empleados claro el conocimiento de los recursos materiales para la construcción de las viviendas?

Si	☒
No	☐

2- ¿Se encuentra dentro de las sugerencias planes del departamento implementar un proyecto más económico?

Si	☒
No	☐

3- ¿Cómo piensa que evolucionará la actividad de su empresa en los próximos meses?

Aumentará	☐
Disminuirá	☐
Se Mantendrá	☒

- 4- ¿Cuáles cree que son las principales causas que harán disminuir su actividad? (Marcar tres opciones)

Caída de la actividad económica	☒
Falta de Crédito	☐
Ausencia de Obra Públicas	☒
Incremento de Salvaguardia	☒
Elevación de los Precios	☐
Inestabilidad de los Precios	☐

- 5- ¿Cree conveniente el aumento de los costos de la vivienda por la implementación de las salvaguardias?

Si	☐
No	☒

- 6- ¿Cree conveniente que la forma de pago de la cuota de entrada se la difiera a un plazo no mayor a un año?

Si	☐
No	☒

- 7- ¿Cree conveniente el aumento de los costos de la vivienda por la implementación de las salvaguardias?

Si	☐
No	☒

- 8- ¿Cree conveniente el aumento de los costos de la vivienda por la implementación de las salvaguardias?

Si	☐
No	☒



ANEXO 2-ENCUESTA ADMINISTRATIVO

Universidad de Guayaquil	☒
Facultad de Ciencias Administrativas	☒
Escuela de Contaduría Pública Autorizada	☒

ENCUESTA PARA ADMINISTRATIVOS DE LA EMPRESA CORPEVIN S.A.

- Objetivo- Conocer el punto de vista de los Administrativos que labora dentro de la empresa Corpevin S.A. con respecto al sector inmobiliario.

- 1- ¿Tienen los empleados claro el conocimiento de los recursos materiales para la construcción de las viviendas?

Si	☐
No	☒

- 2- ¿Se encuentra dentro de las sugerencias planes del departamento implementar un proyecto más económico?

Si	☒
No	☐

- 3- ¿Cómo piensa que evolucionará la actividad de su empresa en los próximos meses?

Aumentará	☐
Disminuirá	☐
Se Mantendrá	☒



ANEXO 3-ENCUESTAS A CLIENTES
Universidad de Guayaquil
Facultad de Ciencias Administrativas
Escuela de Contaduría Pública Autorizada

ENCUESTA A CLIENTES DE LA EMPRESA CORPEVIN S.A.

Objetivo.- Conocer el punto de vista de los clientes de la empresa Corpevin S.A. con respecto a la sustitución de productos inmobiliario.

1.- ¿Cómo conoció nuestro proyecto?

Visita por el lugar	
Búsqueda en la web	
Otros	

2.- ¿Qué lo motivo a comprar en nuestro proyecto?

Precio	
Ubicación	
Concepto	
Otros	

3.- ¿Cree usted que el pago del 30% al contado de entrada es factible?

Si	
No	

Si respondió no explique

• _____

4- ¿Le gustaría usted que haya un proyecto con menor valor?

Si

No

5-¿Usted cree que nuestros acabados son de alta calidad?

Si

No

6.- ¿Les afectaría el cambio de productos importados por nacionales de la misma calidad
(EXPLIQUE)

Si

No

• _____

5.- ¿Usted cree que nuestros acabados son de alta calidad?

Si	☒
No	☐

6.- ¿Les afectaría el cambio de productos importados por nacionales de la misma calidad (EXPLIQUE)

Si	☒
No	☐

- *Producto que están mejor.*



Universidad de Guayaquil
Facultad de Ciencias Administrativas
Escuela de Contaduría Pública Autorizada

ENCUESTA A CLIENTES DE LA EMPRESA CORPEVIN S.A.

Objetivo.- Conocer el punto de vista de los clientes de la empresa Corpevin S.A. con respecto a la sustitución de productos inmobiliario.

1.- ¿Cómo conoció nuestro proyecto?

Visita por el lugar	☒
Búsqueda en la web	☐
Otros	☐

2.- ¿Qué lo motivo a comprar en nuestro proyecto?

Precio	☒
Ubicación	☐
Concepto	☐
Otros	☐

3.- ¿Cree usted que el pago del 30% al contado de entrada es factible?

Si	☒
No	☐

Si respondió no explique

-

4.- ¿Le gustaría usted que haya un proyecto con menor valor?

Si	☒
No	☐

5.- ¿Usted cree que nuestros acabados son de alta calidad?

Si	☒
No	☐

6.- ¿Les afectaría el cambio de productos importados por nacionales de la misma calidad (EXPLIQUE)

Si	☒
No	☐

• no le afectaría nada



Universidad de Guayaquil
Facultad de Ciencias Administrativas
Escuela de Contaduría Pública Autorizada

ENCUESTA A CLIENTES DE LA EMPRESA CORPEVIN S.A.

Objetivo.- Conocer el punto de vista de los clientes de la empresa Corpevin S.A. con respecto a la sustitución de productos inmobiliario.

1.- ¿Cómo conoció nuestro proyecto?

Vista por el lugar	☒
Búsqueda en la web	☐
Otros	☐

2.- ¿Qué lo motivó a comprar en nuestro proyecto?

Precio	☒
Ubicación	☐
Concepto	☐
Otros	☐

3.- ¿Cree usted que el pago del 30% al contado de entrada es factible?

Si	☒
No	☐

Si respondió no explique

• el valor es muy alto

4.- ¿Le gustaría usted que haya un proyecto con menor valor?

Si	☒
No	☐

5- ¿Usted cree que nuestros acabados son de alta calidad?

Si	☒
No	☐

6- ¿Les afectaría el cambio de productos importados por nacionales de la misma calidad (EXPLIQUE)

Si	☒
No	☐

- *porque se degradara en menor tiempo*



Universidad de Guayaquil
Facultad de Ciencias Administrativas
Escuela de Contaduría Pública Autorizada

ENCUESTA A CLIENTES DE LA EMPRESA CORPEVIN S.A.

Objetivo.- Conocer el punto de vista de los clientes de la empresa Corpevin S.A. con respecto a la sustitución de productos inmobiliario.

1.- ¿Cómo conoció nuestro proyecto?

Vista por el lugar	☒
Búsqueda en la web	☐
Otros	☐

2.- ¿Qué lo motivo a comprar en nuestro proyecto?

Precio	☒
Ubicación	☐
Concepto	☐
Otros	☐

3- ¿Cree usted que el pago del 30% al contado de entrada es factible?

Si	☒
No	☐

Si respondió no explique

- *El valor es muy alto*

4- ¿Le gustaría usted que haya un proyecto con menor valor?

Si	☒
No	☐

5-¿Usted cree que nuestros acabados son de alta calidad?

Si	☒
No	☐

6-¿Les afectaría el cambio de productos importados por nacionales de la misma calidad (EXPLIQUE)

Si	☒
No	☐

• _____



Universidad de Guayaquil
Facultad de Ciencias Administrativas
Escuela de Contaduría Pública Autorizada

ENCUESTA A CLIENTES DE LA EMPRESA CORPEVIN S.A.

Objetivo.- Conocer el punto de vista de los clientes de la empresa Corpevin S.A. con respecto a la sustitución de productos inmobiliario.

1.- ¿Cómo conoció nuestro proyecto?

Visita por el lugar	☒
Busqueda en la web	☐
Otros	☐

2.- ¿Qué lo motivo a comprar en nuestro proyecto?

Precio	☒
Ubicación	☐
Concepto	☐
Otros	☐

3.- ¿Cree usted que el pago del 30% al contado de entrada es factible?

Si	☒
No	☐

Si respondió no explique

• _____

4.- ¿Le gustaría usted que haya un proyecto con menor valor?

Si	☒
No	☐



Universidad de Guayaquil
Facultad de Ciencias Administrativas
Escuela de Contaduría Pública Autorizada

ENCUESTA A CLIENTES DE LA EMPRESA CORPEVIN S.A.

Objetivo.- Conocer el punto de vista de los clientes de la empresa Corpevin S.A. con respecto a la sustitución de productos inmobiliario.

1.- ¿Cómo conoció nuestro proyecto?

Vista por el lugar	☒
Búsqueda en la web	☐
Otros	☐

2.- ¿Qué lo motivó a comprar en nuestro proyecto?

Precio	☐
Ubicación	☒
Concepto	☐
Otros	☐

3.- ¿Cree usted que el pago del 30% al contado de entrada es factible?

Si	☐
No	☒

Si respondió no explique

• _____

4.- ¿Le gustaría usted que haya un proyecto con menor valor?

Si	☒
No	☐

5.- ¿Usted cree que nuestros acabados son de alta calidad?

Si	☒
No	☐

6.- ¿Les afectaría el cambio de productos importados por nacionales de la misma calidad (EXPLIQUE)

Si	☒
No	☐

• _____

5-¿Usted cree que nuestros acabados son de alta calidad?

Si	☒
No	☐

6- ¿Les afectaría el cambio de productos importados por nacionales de la misma calidad (EXPLIQUE)

Si	☒
No	☐

• _____



Universidad de Guayaquil
Facultad de Ciencias Administrativas
Escuela de Contaduría Pública Autorizada

ENCUESTA A CLIENTES DE LA EMPRESA CORPEVIN S.A.

Objetivo.- Conocer el punto de vista de los clientes de la empresa Corpevin S.A. con respecto a la sustitución de productos inmobiliario.

1.- ¿Cómo conoció nuestro proyecto?

Visita por el lugar	☒
Búsqueda en la web	☐
Otros	☐

2.- ¿Qué lo motivo a comprar en nuestro proyecto?

Precio	☒
Ubicación	☐
Concepto	☐
Otros	☐

3- ¿Cree usted que el pago del 30% al contado de entrada es factible?

Si	☐
No	☒

Si respondió no explique

• _____

4- ¿Le gustaría usted que haya un proyecto con menor valor?

Si	☒
No	☐



Universidad de Guayaquil
Facultad de Ciencias Administrativas
Escuela de Contaduría Pública Autorizada

ENCUESTA A CLIENTES DE LA EMPRESA CORPEVIN S.A.

Objetivo.- Conocer el punto de vista de los clientes de la empresa Corpevin S.A. con respecto a la sustitución de productos inmobiliario.

1.- ¿Cómo conoció nuestro proyecto?

Vista por el lugar	☒
Búsqueda en la web	☐
Otros	☐

2.- ¿Qué lo motivó a comprar en nuestro proyecto?

Precio	☒
Ubicación	☐
Concepto	☐
Otros	☐

3.- ¿Cree usted que el pago del 30% al contado de entrada es factible?

Si	☒
No	☐

Si respondió no explique

4.- ¿Le gustaría usted que haya un proyecto con menor valor?

Si	☒
No	☐

5.- ¿Usted cree que nuestros acabados son de alta calidad?

Si	☒
No	☐

6.- ¿Les afectaría el cambio de productos importados por nacionales de la misma calidad (EXPLIQUE)

Si	☒
No	☐

• _____

5- ¿Usted cree que nuestros acabados son de alta calidad?

Si	☒
No	☐

6- ¿Les afectaría el cambio de productos importados por nacionales de la misma calidad (EXPLIQUE)

Si	☒
No	☐

• _____



Universidad de Guayaquil
Facultad de Ciencias Administrativas
Escuela de Contaduría Pública Autorizada

ENCUESTA A CLIENTES DE LA EMPRESA CORPEVIN S.A.

Objetivo.- Conocer el punto de vista de los clientes de la empresa Corpevin S.A. con respecto a la sustitución de productos inmobiliario.

1- ¿Cómo conoció nuestro proyecto?

Visita por el lugar	☒
Búsqueda en la web	☐
Otros	☐

2- ¿Qué lo motivó a comprar en nuestro proyecto?

Precio	☒
Ubicación	☐
Concepto	☐
Otros	☐

3- ¿Cree usted que el pago del 30% al contado de entrada es factible?

Si	☐
No	☒

Si respondió no explique

• _____

4- ¿Le gustaría usted que haya un proyecto con menor valor?

Si	☒
No	☐

5.-¿Usted cree que nuestros acabados son de alta calidad?

Si	☒
No	☐

6.- ¿Les afectaría el cambio de productos importados por nacionales de la misma calidad (EXPLIQUE)

Si	☒
No	☐

• _____



Universidad de Guayaquil
Facultad de Ciencias Administrativas
Escuela de Contaduría Pública Autorizada

ENCUESTA A CLIENTES DE LA EMPRESA CORPEVIN S.A.

Objetivo.- Conocer el punto de vista de los clientes de la empresa Corpevin S.A. con respecto a la sustitución de productos inmobiliario.

1.- ¿Cómo conoció nuestro proyecto?

Vista por el lugar	☒
Búsqueda en la web	☐
Otros	☐

2.- ¿Qué lo motivo a comprar en nuestro proyecto?

Precio	☐
Ubicación	☒
Concepto	☐
Otros	☐

3.- ¿Cree usted que el pago del 50% al contado de entrada es factible?

Si	☐
No	☒

Si respondió no explique

• _____

4.- ¿Le gustaría usted que haya un proyecto con menor valor?

Si	☒
No	☐

5-¿Usted cree que nuestros acabados son de alta calidad?

Si	☒
No	☐

6- ¿Les afectaría el cambio de productos importados por nacionales de la misma calidad (EXPLIQUE)

Si	☒
No	☐

• _____



Universidad de Guayaquil
Facultad de Ciencias Administrativas
Escuela de Contaduría Pública Autorizada

ENCUESTA A CLIENTES DE LA EMPRESA CORPEVIN S.A.

Objetivo.- Conocer el punto de vista de los clientes de la empresa Corpevin S.A. con respecto a la sustitución de productos inmobiliario.

1.- ¿Cómo conoció nuestro proyecto?

Visita por el lugar	☒
Búsqueda en la web	☐
Otros	☐

2.- ¿Qué lo motivo a comprar en nuestro proyecto?

Precio	☐
Ubicación	☒
Concepto	☐
Otros	☐

3- ¿Cree usted que el pago del 30% al contado de entrada es factible?

Si	☐
No	☒

Si respondió no explique

• _____

4- ¿Le gustaría usted que haya un proyecto con menor valor?

Si	☒
No	☐



Universidad de Guayaquil
Facultad de Ciencias Administrativas
Escuela de Contaduría Pública Autorizada

ENCUESTA A CLIENTES DE LA EMPRESA CORPEVIN S.A.

Objetivo.- Conocer el punto de vista de los clientes de la empresa Corpevin S.A. con respecto a la sustitución de productos inmobiliario.

1.- ¿Cómo conoció nuestro proyecto?

Visita por el lugar	
Búsqueda en la web	X
Otros	

2.- ¿Qué lo motivó a comprar en nuestro proyecto?

Precio	
Ubicación	
Concepto	X
Otros	

3.- ¿Cree usted que el pago de 30% al contado de entrada es factible?

Si	
No	X

Si respondió no explique

• _____

4.- ¿Le gustaría usted que haya un proyecto con menor valor?

Si	X
No	

5.- ¿Usted cree que nuestros acabados son de alta calidad?

Si	X
No	

6.- ¿Les afectaría el cambio de productos importados por nacionales de la misma calidad (EXPLIQUE)

Si	X
No	

• _____



Universidad de Guayaquil
Facultad de Ciencias Administrativas
Escuela de Contaduría Pública Autorizada

ENCUESTA A CLIENTES DE LA EMPRESA CORPEVIN S.A.

Objetivo.- Conocer el punto de vista de los clientes de la empresa Corpevin S.A. con respecto a la sustitución de productos inmobiliario.

1.- ¿Cómo conoció nuestro proyecto?

Visita por el lugar	
Búsqueda en la web	✓
Otros	

2.- ¿Qué lo motivo a comprar en nuestro proyecto?

Precio	
Ubicación	
Concepto	✓
Otros	

3.- ¿Cree usted que el pago del 30% al contado de entrada es factible?

Si	
No	✓

Si respondió no explique

• _____

4.- ¿Le gustaría usted que haya un proyecto con menor valor?

Si	✓
No	

5.- ¿Usted cree que nuestros acabados son de alta calidad?

Si	✓
No	

6.- ¿Les afectaría el cambio de productos importados por nacionales de la misma calidad (EXPLIQUE)

Si	✓
No	

• _____

5.- ¿Usted cree que nuestros acabados son de alta calidad?

Si	☒
No	☐

6.- ¿Les afectaría el cambio de productos importados por nacionales de la misma calidad (EXPLIQUE)

Si	☐
No	☒

• _____



Universidad de Guayaquil
Facultad de Ciencias Administrativas
Escuela de Contaduría Pública Autorizada

ENCUESTA A CLIENTES DE LA EMPRESA CORPEVIN S.A.

Objetivo.- Conocer el punto de vista de los clientes de la empresa Corpevin S.A. con respecto a la sustitución de productos inmobiliario.

1.- ¿Cómo conoció nuestro proyecto?

Visita por el lugar	☐
Búsqueda en la web	☒
Otros	☐

2.- ¿Qué lo motivó a comprar en nuestro proyecto?

Precio	☐
Ubicación	☒
Concepto	☐
Otros	☐

3.- ¿Cree usted que el pago del 30% al contado de entrada es factible?

Si	☐
No	☒

Si respondió no explique

• _____

4.- ¿Le gustaría usted que haya un proyecto con menor valor?

Si	☒
No	☐

5.- ¿Usted cree que nuestros acabados son de alta calidad?

Si	☒
No	☐

6.- ¿Les afectaría el cambio de productos importados por nacionales de la misma calidad (EXPLIQUE)

Si	☒
No	☐

• _____



Universidad de Guayaquil
Facultad de Ciencias Administrativas
Escuela de Contaduría Pública Autorizada

ENCUESTA A CLIENTES DE LA EMPRESA CORPEVIN S.A.

Objetivo.- Conocer el punto de vista de los clientes de la empresa Corpevin S.A. con respecto a la sustitución de productos inmobiliario.

1.- ¿Cómo conoció nuestro proyecto?

Visita por el lugar	☐
Búsqueda en la web	☐
Otros	☒

2.- ¿Qué lo motivo a comprar en nuestro proyecto?

Precio	☐
Ubicación	☒
Concepto	☒
Otros	☐

3.- ¿Cree usted que el pago del 30% al contado de entrada es factible?

Si	☐
No	☒

Si respondió no explique

• _____

4.- ¿Le gustaría usted que haya un proyecto con menor valor?

Si	☒
No	☐

5.- ¿Usted cree que nuestros acabados son de alta calidad?

Si	☒
No	☐

6.- ¿Les afectaría el cambio de productos importados por nacionales de la misma calidad (EXPLIQUE)

Si	☒
No	☐

• _____



Universidad de Guayaquil
Facultad de Ciencias Administrativas
Escuela de Contaduría Pública Autorizada

ENCUESTA A CLIENTES DE LA EMPRESA CORPEVIN S.A.

Objetivo.- Conocer el punto de vista de los clientes de la empresa Corpevin S.A. con respecto a la sustitución de productos inmobiliario.

1.- ¿Cómo conoció nuestro proyecto?

Visita por el lugar	☐
Búsqueda en la web	☒
Otros	☐

2.- ¿Qué lo motivo a comprar en nuestro proyecto?

Precio	☐
Ubicación	☐
Concepto	☒
Otros	☐

3.- ¿Cree usted que el pago del 30% al contado de entrada es factible?

Si	☒
No	☐

Si respondió no explique

• _____

4.- ¿Le gustaría usted que haya un proyecto con menor valor?

Si	☒
No	☐

5.- ¿Usted cree que nuestros acabados son de alta calidad?

Si	☒
No	☐

6.- ¿Les afectaría el cambio de productos importados por nacionales de la misma calidad (EXPLIQUE)

Si	☒
No	☐

• _____



Universidad de Guayaquil
Facultad de Ciencias Administrativas
Escuela de Contaduría Pública Autorizada

ENCUESTA A CLIENTES DE LA EMPRESA CORPEVIN S.A.

Objetivo.- Conocer el punto de vista de los clientes de la empresa Corpevin S.A. con respecto a la sustitución de productos inmobiliario.

1.- ¿Cómo conoció nuestro proyecto?

Visita por el lugar	☒
Búsqueda en la web	☐
Otros	☐

2.- ¿Qué lo motivo a comprar en nuestro proyecto?

Precio	☒
Ubicación	☐
Concepto	☐
Otros	☐

3.- ¿Cree usted que el pago del 30% al contado de entrada es factible?

Si	☒
No	☐

Si respondió no explique

• _____

4.- ¿Le gustaría usted que haya un proyecto con menor valor?

Si	☒
No	☐

ANEXO 4-COTIZACION DE MATERIALES

CERAMICAS PARED

PRODUCTO	P.ACTUAL	P.IMP.SALV.	P. NUEVO
CERAMICA DE PARED BAÑO	10.20	13.77	8.56

03-08-2015 *F. Ballester*

NOG MASA
Importadores y Distribuidores de Acabados para la Construcción
La Garzota, Av. Guillermo Pareja, Mz 90, Solar 12 y Dr. Juan Aurelio Jácome (a dos cuadras del Cantón, junto a Sony) • Teléfono: (593-4) 262 7655 - 262 7542
nogmasa@gya.satnet.net

R.U.C. 0992176180001
NOGALES MASSUM S.A.
FACTURA
S.001-001-00 **0059319**
AUT. S.R.I. # 1116282479
OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD Documento Computarizado NO

Fecha: 31 de Julio del 2015
Cliente: TENSIOIT S.A.
Dirección: C.DLA KENNEDY NORTE CALLE NEPTALI ZUÑIGA MZ.307 S1E
Forma de Pago: Un Pago 21 Dias

Ruc: 0992107367001
Teléfono: 2602627
Vendedor: OFICINA
BODEGA: BODEGA #1

CODIGO	DESCRIPCION	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO	% DESC.	SUBTOTAL
SLO-003.02	45.7X45.7 CONCRETO GRIS	151.84	MT2	11.32		1,718.83
SLO-012.02	36X36 PETRA NATURAL	45.00	MT2	10.52		473.40

NOG MASA Importadores y Distribuidores de Acabados para la Construcción
La Garzota, Av. Guillermo Pareja, Mz 90, Solar 12 y Dr. Juan Aurelio Jácome (a dos cuadras del Cantón, junto a Sony) • Teléfono: (593-4) 262 7655 - 262 7542
nogmasa@gya.satnet.net

COTIZACIÓN

NOMBRE: **TENSIOIT** FECHA: _____
DIRECCIÓN: **KENNEDY NORTE** TELÉFONO: _____
VENDEDOR: _____ HORA:

TIPO DE TRABAJO

CANT.	DETALLE	VALOR
15	CERAMICA STONE CAFE	13.50

COTIZACIÓN APROBADA ☐ SI ☐ NO
POR QUÉ? _____
FECHA: _____ DÍA MES AÑO _____

IVA ☐ ☐ ☐ ☐
TOTAL

ESTA COTIZACIÓN TIENE UNA VALIDEZ DE 30 DÍAS A PARTIR DE LA FECHA

**DURAMAS CIA LTDA**

Dirección: Av. Cornelio Vintimilla 2-62 y Río Machangara

Matriz:

Dirección: Av. Cornelio Vintimilla 2-62 y Río Machangara

Sucursal:

Contribuyente Especial Nro 468
OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD SI

R.U.C.: 0190063917001

FACTURA

No. 001-002-000204256

NUMERO DE AUTORIZACION

0812201509271901900639170011973700373

FECHA Y HORA DE AUTORIZACION

2015-12-08T09:27:19-05:00

AMBIENTE: PRODUCCION - EMISION: NORMAL

CLAVE DE ACCESO



0812201501019006391700120010020002942560204060814

CLIENTE: TENSOLIT S.A.

RUC/CI: 0992107367001 29711

DIRECCION: CLDA KENNEDY NORTE MZ 402 VILLA N° 23

TELÉFONO: 2680062

ORD.PROD: 2202

FECHA EMISION: 08/12/2015

CONDICIONES DE PAGO: CONTRATO # 3473

FECHA VENC: 11/12/2015

VENDEDOR: ALVARADO LOURDES

CODIGO	UNID	CANTIDAD	DESCRIPCION	P.UNITARIO	% DESC.	VAL.DISC.	P.TOTAL
SL067	M2	124.80	CSL-CERAMICA MADERA CUMARU WHIT	8.46	0	0	1056.34
SL36002	M2	30.60	CSL-CERAMICA PETRA MARFIL 36"36	8.46	0	0	259.01
SL032	M2	31.20	CSL-CERAMICA CEMENTO GRIS 45.7"	8.46	0	0	264.09

Subtotal:	1579.44
Descuento:	0.00
IVA (12%):	189.53
Transporte:	0.00
TOTAL:	1768.97

NOTA: EL COMPROBANTE SE LE ENVIARA A SU CORREO ELECTRONICO. PUEDE REVISAR LA FACTURA EN: www.sri.gob.ec

NOTA: Sírvase cancelar esta factura con cheque cruzado a la orden de DURAMAS CIA. LTDA., caso contrario la compañía no se responsabiliza al cancelar al orden de esta factura, al cuales documentos de respaldo de su cancelación es el ingreso de caja.

CERAMICAS PISO

PRODUCTO	P.ACTUAL	P.IMP.SALV.	P. NUEVO
CERAMICA PISO	19.20	25.92	9.20

*Alboyaca*De: Fernando Barcelona [mailto:faba@gye-tanca.boyaca.com]

Enviado el: viernes, 25 de septiembre de 2015 11:50

Para: 'Alberto Mosquera'; 'Francisco Angulo'; 'Lenin Almeida'

CC: 'Cinthy Andrade'

Asunto: Promocion Alfa

Les adjunto el listado de productos Alfa que entra en promoción, estos precios son súper agresivos y muy difícilmente alguien los pueda tener más barato incluso el mismo Alfa. Esta promoción es solo para los productos que tenemos en inventario y dura solo hasta que se acabe el stock. NO INCLUYE TRANSPORTE BAJO NINGUN TIPO DE NEGOCIACION Y TIENE UN MAXIMO DE 30-60 DIAS NI UN DIA ADICIONAL

**CERAMICAS MATE**

CODIGO	FORMATO	DESCRIPCION DE PRODUCTO	EXISTENCIA	EMPAQUE	PRECIOS	DESC
		CERAM. MATE PISO 45X45				
33565	45X45	CERAM 45X45 PIEDRA CID DESERTSTON	814	1.82 X CAJA	18.61	35%
33566	45X45	CERAM 45X45 PIEDRA CID NIGHTSTONE A	690	1.82 X CAJA	18.61	35%
33561	45X45	CERAM 45X45 POMPEI CORAL	926	1.82 X CAJA	18.61	35%
33577	45X45	CERAM 45X45 POMPEI SHELL	706	1.82 X CAJA	18.61	35%
33578	45X45	CERAM 45X45 POMPEI MOCCA	2	1.82 X CAJA	18.61	35%
33581	45X45	CERAM 45X45 STONE BLANCO	149	1.82 X CAJA	18.61	35%
33582	45X45	CERAM 45X45 STONE ALMOND	1158	1.82 X CAJA	18.61	35%
33583	45X45	CERAM 45X45 STONE CAFÉ	481	1.82 X CAJA	18.61	35%
34388	45X45	CERAM 45X45 SOHO CEMENTO	1401	1.82 X CAJA	18.61	35%
34389	45X45	CERAM 45X45 SOHO CUERO	2	1.82 X CAJA	18.61	35%
34674	45X45	CERAM 45X45 SOHO SAHARA	1445	1.82 X CAJA	18.61	35%



NOG MASA

Importadores y Distribuidores de Acabados para la Construcción
 La Garza, Av. Guillermo Pareja, Mz 90, Solar 12 y Dr. Juan Aurelio Jácome (a
 dos cuadras del Cantón, junto a Sony) • Teléfax: (593-4) 262 7655 - 262 7542
 nogmasa@gye.satnet.net

RUC: 0992107367001
FACTURA
 S.001-001-00 **0059321**
 AUT. S.R.I. # 1116282479
OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD Documento Categorías

Fecha: 31 de Julio del 2015
 Cliente: TENSILIT S.A.
 Dirección: CDA KENNEDY NORTE CALLE NEPTALI ZUÑIGA MZ 307 S1E
 Forma de Pago: Un Pago 21 Días
 Ruc: 0992107367001
 Teléfono: 2662827
 Vendedor: OFICINA
 BODEGA: BODEGA #1

CODIGO	DESCRIPCION	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO	% DESC.	SUBTOTAL
SLO-022	45 FX45.7 TEKA WHITE	11.32	MT2	20.32		230.69



IMPORTADORA VEGA S.A.

Dir. Matriz: Unión Nacional, Calle Alonso de Torres S/N y Av. Mariscal Sucre
 Sector El Bosque
 Dir Sucursal: AV. LEON FEBRES CORDERO KM 13.5 VIA LA
 PUNTILLA-PASCUALES
 Contribuyente Especial Nro: 143
 OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD: SI

R.U.C.: **1790183750001**

FACTURA

No. 017-002-000007571

NÚMERO DE AUTORIZACIÓN
 0912201513523417901837500012023063198
 FECHA Y HORA DE AUTORIZACIÓN 09/12/2015 1:52:34 PM
 AMBIENTE: Producción
 EMISIÓN: Emisión Normal

CLAVE DE ACCESO:



0912201501179018375000120170020000075711234567811

Razón Social / Nombres y Apellidos: **TENSILIT S.A.** RUC / CI: 0992107367001
 Fecha Emisión: 09/12/2015

Código Principal	Cant.	Descripción	Detalle Adicional	Detalle Adicional	Precio Unitario	Descuento	Precio Total
03.020.01541	138.24	MM CERAMICA PISO AA PINO BLANCO 1.28 MTRS 30X60	18.00 %	MTS	14.07	350.11	1594.93

Información Adicional

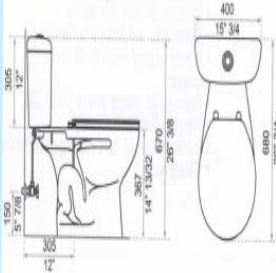
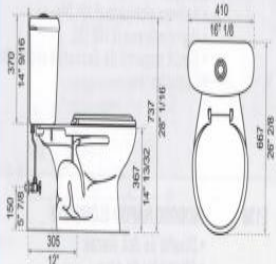
Código Cliente: 1066109
 Fecha de Entrega: 10/12/2015
 Cod. Vendedor: hnogales
 Forma Pago: CH 1 PAGO 30 DIAS
 Ciudad: DAULE
 N°.Albaran: 7665

SUBTOTAL 12%	1594.93
SUBTOTAL 0%	0.00
SUBTOTAL No objeto de IVA	0.00
EXENTO DE IVA	0.00
SUBTOTAL SIN IMPUESTOS	1594.93
DESCUENTO	350.11
ICE	0.00
IVA 12%	191.39
PROPINA	0.00
VALOR TOTAL	1786.32

INODOROS

PRODUCTO	P.ACTUAL	P.IMP.SALV.	P. NUEVO
INODORO	59.68	80.57	49.19

Inodoros Dos Piezas

Producto	Dimensiones	Código	Descripción	Color	P.V.P.
		E116-S	INODORO MILAN ESTANDAR • Diseño de dos piezas. • Inodoro de alta eficiencia. • Consumo: 4,8 litros por descarga. Incluye: • Asiento estándar redondo (E101.01). • Herraje antisifón (E102.17). • Botón superior de descarga cromado.	BL Suaves Fuertes	\$ 69.96 \$ 76.96 \$ 84.66
NUEVO 		E113-E	INODORO ROMA PLUS • Diseño de dos piezas. • Inodoro de alta eficiencia. • Consumo: 4,8 litros por descarga. Incluye: • Asiento universal redondo (E101.08). • Herraje antisifón estándar (E102.17). • Botón superior de descarga cromado.	BL BO	\$ 59.89 \$ 65.87



FERROHECADU

Matriz: KM 61/2 VIA DAULE PROSPERINA
Sucursal:

Contribuyente Especial Nro 1027
LIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD SI

Razón Social / Nombres y apellidos: TENSIO LIT S.A.

Fecha de Emisión: 26/02/2015

FACTURA

No. 001-001-000001098

NÚMERO DE AUTORIZACIÓN

260220150109923798470013202729036

FECHA Y HORA

DE AUTORIZACIÓN 26/02/2015 05:33:39

AMBIENTE: PRODUCCION

EMISIÓN: NORMAL

CLAVE DE ACCESO

26022015010992379847001



FACTURA FERRO HECADU
233.jpg
Tipo: Imagen JPEG
Tamaño: 0.98 MB
Dimensión: 2481 x 3509
píxeles

Guía de Remisión: 001-001-000001121

Código Principal	Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Descuento	Subtotal	Iva	Precio Total
-0005	CABLE THEN SOLIDO#12 INCABLE ROLLO	10.00	33.35	10.01	323.49	38.82	362.31
3010140	ALAM. GALVA 2.15MM(#14) 44KG	2.00	77.35	27.85	126.85	15.22	142.07
926327	UNION 1 R/R PP 3/4	50.00	0.48	1.19	22.81	2.74	25.55
926329	UNION 1 R/R PP 1/2"	50.00	0.38	0.94	18.06	2.17	20.23
925027	CODO DESAGUE 50MM X 90° EC	50.00	0.98	2.88	46.12	5.53	51.65
926224	TUB DESAGUE EC 50MM X 3M	20.00	4.17	4.12	79.28	9.51	88.79
926550	TUB CONDUIT PESADA 1/2" X 3M	50.00	0.91	2.25	43.25	5.19	48.44
4003	TUB PLASTIDOR COND. PESADO 1" X 3M	50.00	1.30	8.31	56.69	6.80	63.49
1031120	CLAVO 25 KG	3.00	31.08	8.39	84.85	10.18	95.03
-0004	CABLE ROLLO	3.00	21.81	0.00	65.43	7.85	73.28
32-B0	LAV. ANGELINA BONE	4.00	43.17	21.59	151.09	18.13	169.22
12-E-B0	INDORO ROMA BONE	4.00	71.06	85.07	199.17	23.90	223.07

LLAVES MONOCOMANDO

PRODUCTO	P.ACTUAL	P.IMP.SALV.	P. NUEVO
LLAVES	59.68	80.57	49.19

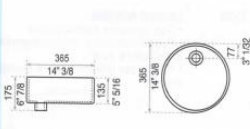
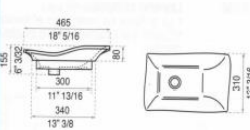
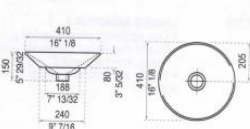
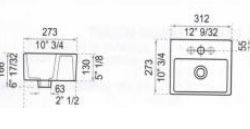
Scala Lever (06)

Producto	Código	Descripción	Acabado	P.V.P	Producto	Código	Descripción	Acabado	P.V.P
	E103/06	Juego de ducha y pico para tina.	CR	\$ 213.14		E181/06	Juego monocomando para lavabo.	CR	\$ 82.29
	E106/06	Juego monocomando para ducha y pico para tina.	CR	\$ 160.70		E182/06	Juego monocomando para lavabo. Incluye: Desagüe de pistón automático, sifón y mangueras flexibles con conexión a llave angular.	CR	\$ 116.99
	E108/06	Juego monocomando para ducha.	CR	\$ 103.69		E181.02/06	Juego monocomando intermedio para lavabo. Incluye: Desagüe de tapa fija, sifón y mangueras flexibles con conexión a llave angular.	CR	\$ 132.49

43

 FRANZ VIEGENER S.V. - ÁREA ANDINA S.A.		R.U.C.: 1790208087001 FACTURA N° 007-001-000030679 Número de autorización: 2801201516251317902080870012479482419 Fecha y hora de autorización: 2015-01-28T16:25:13.168-05:00 Ambiente: PRODUCCION Emisión: NORMAL CLAVE DE ACCESO:  2801201501179020808700120070010000306792821250716		28/01/2015 4:24:20 p.m.																		
Dirección Matriz: Sangolquí, Vía Amagüña Km.25 Teléfono: 2332233 Fax: 2332997 Dirección Sucursal: Víctor Emilio Estrada y Datiles		Razón Social / Nombre y Apellido: TENSOLIT S.A. RUC / CI: 0992107367001 Dirección: KENNEDY NORTE POMPILLO ULLOA REYES MZ 402 SL 23 Teléfono: 2682627 Ciudad: Guayaquil		Fecha de emisión: 28-Ene-2015 Vendedor: Kerly Paola Mantuano Pérez Descuento: GENERAL Proforma: 969999 Forma de Pago: 534.120																		
<table border="1"> <thead> <tr> <th>CANT.</th> <th>CÓDIGO</th> <th>DESCRIPCIÓN</th> <th>% DSCTO</th> <th>PRECIO UNITARIO USD</th> <th>VALOR VENTA USD</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2,00</td> <td>E411.01/B1 CR</td> <td>MONOCOMANDO P'COCINA-ARIZONA-CROMO</td> <td>10,00</td> <td>63,04</td> <td>126,08</td> </tr> <tr> <td>6,00</td> <td>E269.01 DH CR</td> <td>LLAVE ANGULAR METÁLICA CON NEPLO INCLUIDO</td> <td>10,00</td> <td>6,66</td> <td>39,96</td> </tr> </tbody> </table>					CANT.	CÓDIGO	DESCRIPCIÓN	% DSCTO	PRECIO UNITARIO USD	VALOR VENTA USD	2,00	E411.01/B1 CR	MONOCOMANDO P'COCINA-ARIZONA-CROMO	10,00	63,04	126,08	6,00	E269.01 DH CR	LLAVE ANGULAR METÁLICA CON NEPLO INCLUIDO	10,00	6,66	39,96
CANT.	CÓDIGO	DESCRIPCIÓN	% DSCTO	PRECIO UNITARIO USD	VALOR VENTA USD																	
2,00	E411.01/B1 CR	MONOCOMANDO P'COCINA-ARIZONA-CROMO	10,00	63,04	126,08																	
6,00	E269.01 DH CR	LLAVE ANGULAR METÁLICA CON NEPLO INCLUIDO	10,00	6,66	39,96																	

LAVABOS

Vessel para sobreponer					
Producto	Dimensiones	Código	Descripción	Color	P.V.P.
		E244	LAVABO STRAUSS • La grifería se instala en el mesón o pared. • Puede ser utilizado sobre cualquier tipo de mesón.	BL	\$ 79.93
				BO	\$ 87.93
		E240	LAVABO CARUSSO (46 cm.) • La grifería se instala en el mesón o pared. • Puede ser utilizado sobre cualquier tipo de mesón.	BL	\$ 74.01
				BO	\$ 81.41
		E241	LAVABO VERDI • La grifería se instala en el mesón o pared. • Puede ser utilizado sobre cualquier tipo de mesón.	BL	\$ 68.54
				BO	\$ 75.39
		E320	LAVABO BACH • Fabricado en porcelana sanitaria. • Para monocomando o grifería de 4". • Para colgar o instalarse sobre cualquier tipo de mesón.	BL	\$ 66.01
				BO	\$ 72.61

PUERTAS

PUERTAS TAMBORADAS

Puertas Tamboradas:

Tipo de puerta recomendada para parte interior de la edificación como Dormitorios, Baños, Cocina, entre otras.

2 Paneles Cremona Texturizada

Código	Descripción	Alto	Ancho
PUETAMC0001	PT MRH HC/2PCRE TXT 2045X60	2045	60
PUETAMC0002	PT MRH HC/2PCRE TXT 2045X70	2045	70
PUETAMC0003	PT MRH HC/2PCRE TXT 2045X80	2045	80
PUETAMC0004	PT MRH HC/2PCRE TXT 2045X90	2045	90
PUETAMC0026	PT MRH HC/2PCRE TXT 2000X60	2000	60
PUETAMC0027	PT MRH HC/2PCRE TXT 2000X70	2000	70
PUETAMC0028	PT MRH HC/2PCRE TXT 2000X80	2000	80
PUETAMC0029	PT MRH HC/2PCRE TXT 2000X90	2000	90

1 Panel delgado Texturizada

Código	Descripción	Alto	Ancho
PUETAMC0014	PT MRH HC/1P TXT 2045X60	2045	60
PUETAMC0015	PT MRH HC/1P TXT 2045X70	2045	70
PUETAMC0016	PT MRH HC/1P TXT 2045X80	2045	80
PUETAMC0017	PT MRH HC/1P TXT 2045X90	2045	90
PUETAMC0010	PT MRH HC/1P TXT 2000X60	2000	60
PUETAMC0011	PT MRH HC/1P TXT 2000X70	2000	70
PUETAMC0012	PT MRH HC/1P TXT 2000X80	2000	80
PUETAMC0013	PT MRH HC/1P TXT 2000X90	2000	90

22,67
23,67
24,67

2 Líneas Verticales, 5 Horizontales

Código	Descripción	Alto	Ancho
PUETAMC0034	PT MRH HC/2VSH LIS 2045X60	2045	60
PUETAMC0035	PT MRH HC/2VSH LIS 2045X70	2045	70
PUETAMC0036	PT MRH HC/2VSH LIS 2045X80	2045	80
PUETAMC0037	PT MRH HC/2VSH LIS 2045X90	2045	90
PUETAMC0030	PT MRH HC/2VSH LIS 2000X60	2000	60
PUETAMC0031	PT MRH HC/2VSH LIS 2000X70	2000	70
PUETAMC0032	PT MRH HC/2VSH LIS 2000X80	2000	80
PUETAMC0033	PT MRH HC/2VSH LIS 2000X90	2000	90

... mm HDF de 3,2mm cada una preacabada de color blanco. Listones de MDF R.

ANEXO 5-MATERIALES DE CONSTRUCCION

Cantidad	Detalle	Actuales	
		P.U.	P. Total
5,46	ALAM GALVA 2.15MM	\$1,59	\$8,68
0,91	ALAM. GALVA 1.25MM	\$1,59	\$1,45
89	ALAMBRE RECOCIDO	\$0,51	\$45,39
600	ALAMBRE TW AWG ELEC 12	\$0,33	\$198,00
200	ALAMBRE TW AWG ELEC 10	\$0,21	\$42,00
2	ANAQUEL 1/PRT	\$39,68	\$79,36
16	ARENA FINA	\$15,00	\$240,00
8	ARENA FINA	\$18,97	\$151,76
8	ARENA M3	\$19,40	\$155,20
2	ARENA M3	\$18,51	\$37,02
0,25	ARENA M3	\$18,69	\$4,67
1	AUTOMATICO P/BOMBA	\$16,62	\$16,62
6	BARNIZ SUPREMO 4000	\$9,82	\$58,92
1	BARRA DE MADERA	\$22,31	\$22,31
8	BISAGRA DORADA 3 1/2	\$0,89	\$7,12
2330	BLOQUE #7	\$0,35	\$815,50
1	BOQUILLA MACHO DE BR	\$0,67	\$0,67
10	BREAKER E THQP120	\$2,89	\$28,90
10	BREAKER E THQP130	\$2,91	\$29,10
2	BROCHA WILSON MULT	\$3,66	\$7,32
3	BUJE REDUCTOR PLASTI	\$0,84	\$2,52
45	CABLE COAXIAL RG59U	\$0,10	\$4,50
72	CABLE CONCENTRICO TR	\$2,13	\$153,36
50	CABLE PLATIP ELECTR	\$0,59	\$29,50
16	CABLE THHN 8	\$0,96	\$15,36
17	CABLE UTP CAT 5H	\$0,35	\$5,95
30	CABUYA 3M	\$0,27	\$8,10
14	CADE (2 TERCIOS)	\$19,68	\$275,52
6	CAJA 1 OCTAGONAL	\$0,55	\$3,30
46	CAJA RECTANGULAR PLA	\$0,31	\$14,26
96	CAÑA BRAVA	\$5,00	\$480,00
28	CAÑA BRAVA	\$5,18	\$145,04
70	CAÑA MANZA 3M	\$1,00	\$70,00
110	CAÑAS PICADAS	\$5,50	\$605,00
48	CASCAJO MT3	\$6,28	\$301,44
1	CINTA AUTOFUNDENTE 2	\$8,33	\$8,33
1	CINTA LUXAR 3/4 X20	\$0,45	\$0,45
10	CINTA TEFLON PAOLO3	\$0,99	\$9,90
3	CINTA TENFLEX 3M	\$0,58	\$1,74
4	CLAVO 150X6.10	\$0,74	\$2,96
15	CLAVO 40X2.15	\$0,95	\$14,25

40	CLAVO 50X2.8	\$0,52	\$20,80
3	CLAVO 50X2.8	\$0,51	\$1,53
40	CLAVO 65X3.45	\$0,51	\$20,40
5	CLAVO 65X3.45	\$0,54	\$2,70
3,19	CLAVO 75X3.80	\$1,59	\$5,07
0,46	CLAVO SC 25X1.7	\$2,47	\$1,14
0,46	CLAVO SC 40X1.7	\$1,85	\$0,85
2	CODO 4 CONDUIT L/R 1	\$0,39	\$0,78
40	CODO 4 CONDUIT L/R 3	\$0,20	\$8,00
2	CODO CON RAMAL DES	\$3,10	\$6,20
1	CODO DESAGUE 110MM X	\$3,48	\$3,48
1	CODO DESAGUE 110MM X	\$3,70	\$3,70
8	CODO DESAGUE 50MM	\$1,20	\$9,60
4	CODO DESAGUE 50MM	\$1,20	\$4,80
1	CODO DESAGUE 50MM	\$1,20	\$1,20
4	CODO DESAGUE 50MM X	\$1,08	\$4,32
2	CODO DESAGUE 50MM X	\$1,08	\$2,16
2	CODO DESAGUE 50MM X	\$1,08	\$2,16
2	CODO R/R H POLIP 1/	\$0,30	\$0,60
20	CODO R/R H POLIP 1/	\$0,32	\$6,40
14	CODO R/R H POLIP 1/	\$0,32	\$4,48
3	CODO R/R H POLIP 1/	\$0,31	\$0,93
2	CODO R/R H POLIP 1/	\$0,31	\$0,62
1	CODO R/R H PP 1/2	\$0,71	\$0,71
6	CODO R/R H PP 3/4 X	\$0,67	\$4,02
8	CODO R/R H PP 3/4 X	\$0,67	\$5,36
10	CODO R/R H PP 3/4 X	\$0,67	\$6,70
4	CODO R/R PP 1X90	\$1,35	\$5,40
2	CODO R/RMPP 1X90	\$1,35	\$2,70
5	CONECTORES DENTADOS	\$1,49	\$7,45
3	CONECTORES DENTADOS	\$1,49	\$4,47
2	CORTINA DE BAÑO	\$8,92	\$17,84
2	CORTINA HORIZ DE 1	\$38,38	\$76,76
2	CORTINA HORIZONTAL DE 1	\$38,38	\$76,76
3	CORTINA VERTICAL 1.7	\$44,63	\$133,89
25	CUARTONES	\$3,57	\$89,25
2	DESAGUE C/REJILLA Y	\$4,05	\$8,10
1	DESAGUE C/REJILLA Y	\$5,23	\$5,23
2	DIS DMANTADO SEGMENTO	\$3,81	\$7,62
14	EMPASTE SUP 18 KL	\$7,20	\$100,80
1	ENCHUFE COOPER 2862	\$1,66	\$1,66
1	ENCHUFE COOPER 2862	\$2,06	\$2,06
1000	ESPACATO DE GRES ANT	\$0,13	\$130,00
6	ESPONJA P/LIM GRANI	\$0,34	\$2,04
1	ESPONJA P/LIM GRANI	\$0,23	\$0,23
17	GRANITO	\$1,50	\$25,50
8	INTERR SENC MARFIL	\$1,25	\$10,00

1	INTERRUP TRIPLE P/EM	\$2,95	\$2,95
2	INTERRUPTOR DOBLE P/	\$1,82	\$3,64
1	INTERRUPTOR DOBLE P/	\$2,22	\$2,22
2	INTERRUPTOR SENCILLO	\$1,75	\$3,50
2	JGO 4 LLAV LAVAM CE	\$21,46	\$42,92
1	KALIPEGA 250CC	\$2,99	\$2,99
2	KIT A.S. MATE /378	\$18,12	\$36,24
1	LACA SELLADOR 3785 C	\$15,14	\$15,14
2	LACA SELLADOR 3785 C	\$16,09	\$32,18
1	LAMPARA ALUM PUBLIC	\$80,00	\$80,00
11	LATEX SUP BAMBU	\$13,05	\$143,55
30	LIJA DE AGUA FANDELI	\$0,19	\$5,70
5	LIJA DE AGUA FANDELI	\$0,19	\$0,95
5	LIJA DE AGUA FANDELI	\$0,21	\$1,05
0,5	LIJA EN ROLLO ROJA F	\$1,94	\$0,97
0,8	LIJA PARA PISO MADER	\$2,71	\$2,17
2	LLAV ANGULAR F.V	\$5,51	\$11,02
1	LLAVE MANG 1/2 LIV	\$3,58	\$3,58
3	LLAVE MANG FV PESADA	\$5,07	\$15,21
1	LLAVE MANG FV PESADA	\$5,15	\$5,15
9	MALLA ARMEX 5MM 15X1	\$27,03	\$243,27
1	MALLA TEJIDA 3/30/0	\$3,53	\$3,53
2	MANG 12 INOD	\$2,65	\$5,30
4	MANGUERA T/ACORDEON	\$0,18	\$0,72
1	MANO DE GATO 25 KG	\$13,13	\$13,13
1	MANOMETRO VER BRADY	\$4,27	\$4,27
1	MASILLA PLASTICA LIT	\$4,48	\$4,48
1	MEDIDOR DE AGUA 1/2	\$11,68	\$11,68
35	MOLDURA M-36 MDF/FIB	\$2,01	\$70,35
30	MOLDURA M-7 MDF/FIB	\$3,19	\$95,70
2	NEPLO 1 R/R C/TUERCA	\$0,58	\$1,16
2	NEPLO PLASTIDOR C/TU	\$0,34	\$0,68
2	NEPLO PLASTIDOR PP 1	\$0,37	\$0,74
3	NEPLO PP 1/2 CON TUE	\$0,36	\$1,08
2	NEPLO R/R PP 1/2X6	\$0,29	\$0,58
1	NEPLO R/R PP 1/2X6	\$0,29	\$0,29
3	NEPLO R/R PP 1X10	\$0,47	\$1,41
3	NEPLO R/R PP 3/4 X6	\$0,49	\$1,47
4	NEPLO RR PP 3/4 X10	\$0,53	\$2,12
6	NEPLO RR PP 3/4 X10	\$0,53	\$3,18
1	PANEL MONOFASICO GE	\$43,33	\$43,33
2	PERNO NEGRO 5/16	\$0,17	\$0,34
8	PERNO TIRAFONDO P/MA	\$0,03	\$0,24
16	PIEDRA 3/4 M3	\$20,83	\$333,28
3	PIEDRA 3/4 M3	\$21,52	\$64,56
0,25	PIEDRA 3/4 M3	\$21,70	\$5,43
2	PIEDRA BASE	\$15,00	\$30,00

5	PIOLA #6 C/SUR PONTE	\$1,32	\$6,60
1	POLVO MINERAL 1 KL	\$0,98	\$0,98
5	PORCELANA ECON. SAHA	\$1,73	\$8,65
1	PULSADOR TIMBRE	\$1,42	\$1,42
2	RED BUJE PP 1 X1/2	\$0,79	\$1,58
1	RED BUJE PP 1X1/2	\$0,80	\$0,80
8	RED BUJE PP 3/4 X	\$0,16	\$1,28
8	RED BUJE PP R 3/4	\$0,15	\$1,20
1	RED DESAGUE EXCENTRI	\$3,35	\$3,35
3	REDUCCION DE BRONCE	\$1,13	\$3,39
1	REDUCCION DE BRONCE	\$1,24	\$1,24
2	REJILLA INOXIDABLE P	\$3,57	\$7,14
1	RODILLO DE ESPONJA	\$1,18	\$1,18
1	RTP BIODIGEST 600LT	\$458,50	\$458,50
30	SACOS DE CEMENTO	\$6,40	\$192,00
302	SACOS DE CEMENTO	\$6,41	\$1.935,82
2	SACOS DE CEMENTO	\$6,60	\$13,20
3	SACOS DE CEMENTO	\$6,66	\$19,98
1	SACOS DE CEMENTO	\$6,66	\$6,66
2	SELLANTE POLIMEX 100	\$7,79	\$15,58
3	SIFON DESAGUE 50MM	\$2,70	\$8,10
1	SIKASIL E TRANSPAREN	\$2,68	\$2,68
1	SIKATOP 144 BLANCO	\$21,37	\$21,37
2	SILICON ABRO 1200	\$2,64	\$5,28
40	TABLAS DE ENCOFRADO	\$4,50	\$180,00
20	TABLAS DE ENCOFRADO	\$4,50	\$90,00
60	TACO FISHER F-10	\$0,03	\$1,80
8	TACO FISHER F-10	\$0,03	\$0,24
1	TANQUE PRESION GALVAV	\$40,74	\$40,74
10	TAPA CIEGA PARA CAJA	\$0,22	\$2,20
4	TAPA CIEGA PARA CAJA	\$0,22	\$0,88
1	TAPON PLASTIDOR H PP	\$0,27	\$0,27
1	TAPON PLASTIDOR RR M	\$0,58	\$0,58
240	TECHOFIELT 1500	\$3,28	\$787,20
1	TEE DESAGUE EC 110MM	\$3,68	\$3,68
1	TEE R/R PP 1	\$1,53	\$1,53
10	TEE R/R PP 1	\$0,60	\$6,00
2	TEE R/R PP 1	\$1,53	\$3,06
2	TEE R/R PP 1/2	\$0,60	\$1,20
4	TEE R/R PP 3/4	\$0,96	\$3,84
8	TEE R/R PP 3/4	\$0,96	\$7,68
3	TEE RED DESAGUE EC 1	\$3,40	\$10,20
1	TEE REDUC 1 R/R POL	\$1,13	\$1,13
2	THINNER (DILUYENTE)	\$5,66	\$11,32
2	THINNER (DILUYENTE)	\$5,66	\$11,32
1	THINNER (DILUYENTE)	\$5,66	\$5,66
3	THINNER (DILUYENTE)	\$5,66	\$16,98

2	THINNER (DILUYENTE)	\$5,60	\$11,20
1	THINNER (DILUYENTE)	\$5,66	\$5,66
1	TIMBRE	\$4,62	\$4,62
20	TIRAS	\$3,83	\$76,60
15	TIRAS	\$3,83	\$57,45
1	TOMA BTICINO MODUS	\$2,13	\$2,13
4	TOMA COAXIAL MARFIL	\$2,13	\$8,52
20	TOMAC DOBLE P/E BTIC	\$1,54	\$30,80
3	TOMAC DOBLE P/E BTIC	\$1,49	\$4,47
6	TOMACORRIENTE	\$1,51	\$9,06
20	TORNILLO T-PATO CAB	\$0,01	\$0,20
8	TORNILLO T-PATO CAB	\$0,01	\$0,08
60	TORNILLO T-PATO NIQU	\$0,04	\$2,40
9	TRABAJO DE MAQUINARIAS	\$40,00	\$360,00
1	TRABAJO DE VIDRIOS	\$2.000,00	\$2.000,00
4	TUB ABASTO LAVABLE M	\$1,51	\$6,04
30	TUB CONDUIT 3/4 X	\$0,86	\$25,80
5	TUB CONDUIT 3/4 X	\$0,79	\$3,95
10	TUB CONDUIT PESADA	\$0,87	\$8,70
15	TUB CONDUIT PESADA	\$0,87	\$13,05
3	TUB DESAGUE 50MM X3	\$4,10	\$12,30
2	TUB DESAGUE 50MM X3	\$4,10	\$8,20
1	TUB DESAGUE 50MM X3	\$4,10	\$4,10
3	TUB DESAGUE 50MM X3	\$4,26	\$12,78
1	TUB DESAGUE 50MM X3	\$4,26	\$4,26
2	TUB DESAGUE EC 110 MM	\$11,89	\$23,78
8	TUB DESAGUE EC 110 MM	\$11,50	\$92,00
3	TUB P ROSCABLE 3/4	\$9,19	\$27,57
1	TUB P ROSCABLE 3/4	\$9,19	\$9,19
4	TUB PLASTIDOR CONDUI	\$1,16	\$4,64
1	TUB PLASTIDOR ROSC	\$9,43	\$9,43
3	TUB PP ROSCABLE 1/2	\$7,32	\$21,96
3	TUB PP ROSCABLE 3/4	\$12,10	\$36,30
3	TUB ROSCABLE 1/2X	\$6,43	\$19,29
3	TUB ROSCABLE 1/2X	\$6,34	\$19,02
2	TUBO EXTENSION 110X	\$4,90	\$9,80
1	TUBO FLEX (ACORDEON)	\$0,22	\$0,22
10	TUBPLASTIDOR CONDUI	\$1,16	\$11,60
2	TUERCA G5 NEGRO 5/16	\$0,02	\$0,04
1	UNICOLATEX BLANCO HU	\$23,37	\$23,37
1	UNICOLATEX BLANCO HU	\$23,37	\$23,37
1	UNICOLATEX BLANCO HU	\$23,37	\$23,37
3	UNION R/R PP 1/2	\$0,69	\$2,07
3	UNION R/R PP 1/2	\$0,67	\$2,01
1	UNION R/R PP 3/4	\$0,50	\$0,50
1	UNION R/RPP 1/2	\$0,48	\$0,48
2	UNION UNIVERSAL R/R	\$1,39	\$2,78

8	UNION UNIVERSAL R/R	\$1,39	\$11,12
1	UNION UNIVERSAL R/R	\$3,11	\$3,11
1	UNITINTE AMARILLO	\$3,90	\$3,90
1	UNITINTE CAFÉ GALON	\$15,01	\$15,01
1	VALV BOLA COMPACTA	\$1,06	\$1,06
1	VALVULA BRADY AV-100	\$16,20	\$16,20
1	VALVULA BRADY UK-1	\$10,08	\$10,08
1	VALVULA CHECK/CANAST	\$14,91	\$14,91
6	VALVULA COMPUERTA RE	\$10,81	\$64,86
2	VALVULA COMPUERTA RE	\$10,81	\$21,62
2	VALVULA ESFERICA RED	\$10,46	\$20,92
1	VALVULA FLOTANTE ESS	\$6,18	\$6,18
1	VARILLA P/TIERRA	\$4,30	\$4,30
5	VARILLAS De 8MM	\$4,15	\$20,75
15	VARILLAS DE 10MM	\$6,56	\$98,40
5	VARILLAS DE 10MM	\$6,76	\$33,80
10	VARILLAS DE 10MM	\$6,52	\$65,20
50	VARILLAS DE 12MM	\$9,55	\$477,50
30	VARILLAS DE 12MM	\$9,55	\$286,50
15	VARILLAS DE 12MM	\$9,55	\$143,25
4	VARILLAS DE 12MM	\$9,37	\$37,48
50	VARILLAS DE 8MM	\$4,25	\$212,50
20	VARILLAS DE 8MM	\$4,25	\$85,00
15	VARILLAS DE 8MM	\$4,25	\$63,75
20	VARILLAS DE 8MM	\$4,25	\$85,00
10	VARILLAS DE 8MM	\$4,15	\$41,50
3	VARILLAS DE 8MM	\$4,15	\$12,45
12	VIRUTA PISO ESTRELLA	\$0,31	\$3,72
12	VIRUTA PISO ESTRELLA	\$0,31	\$3,72
6	VIRUTA PISO ESTRELLA	\$0,31	\$1,86
2	VIRUTA PISO ESTRELLA	\$0,31	\$0,62
			\$23.897,72

ANEXO 6-FOTOS



