



**ESPE**  
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

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

**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL**

**TEMA: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UNA EMPRESA DE  
CARÁCTER SOCIAL PARA LA CONSTRUCCIÓN Y  
COMERCIALIZACIÓN DE VIVIENDAS EN LA PARROQUIA  
DE CANGAHUA CANTÓN CAYAMBE**

**AUTOR: COLOMA ARAUJO, DIEGO MARCELO**

**DIRECTOR: INGENIERO MANTILLA, FARID**

**SANGOLQUÍ**

**2015**



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

**CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL**

**CERTIFICACIÓN**

Certifico que el trabajo de titulación, “**Estudio de factibilidad de una empresa de carácter social para la construcción y comercialización de viviendas en la parroquia de Cangahua Cantón Cayambe**”, realizado por el señor **Diego Marcelo Coloma Araujo**, ha sido revisado en su totalidad y analizado por el software anti-plagio, el mismo cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, por lo tanto me permito acreditarlo y autorizar al Señor **Diego Marcelo Coloma Araujo** para que lo sustente públicamente.

Sangolquí, noviembre de 2015

---

Ing. Farid Mantilla MBA



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

**CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL**

**AUTORIA DE RESPONSABILIDAD**

Yo, **Diego Marcelo Coloma Araujo**, con cédula de identidad N° 171782439-3, declaro que este trabajo de titulación “**Estudio de factibilidad de una empresa de carácter social para la construcción y comercialización de viviendas en la parroquia de Cangahua Cantón Cayambe**”, ha sido desarrollada considerando los métodos de investigación existentes, así como también se ha respetado los derechos intelectuales de terceros considerándose en las citas bibliográficas.

Consecuentemente declaro que este trabajo es de mi autoría, en virtud de ello me declaro responsable del contenido, veracidad y alcance de la investigación mencionada.

Sangolquí, noviembre de 2015

A handwritten signature in blue ink, which appears to read 'Diego Coloma', is positioned above a horizontal line.

**Diego Marcelo Coloma Araujo**



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

**CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL**

**AUTORIZACIÓN**

Yo, **Diego Marcelo Coloma Araujo**, Autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas-ESPE, publicar en la Biblioteca Virtual de la institución el presente trabajo de titulación “**Estudio de factibilidad de una empresa de carácter social para la construcción y comercialización de viviendas en la parroquia de Cangahua Cantón Cayambe**”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi autoría y responsabilidad.

Sangolquí, noviembre de 2015

---

**Diego Marcelo Coloma Araujo**

## DEDICATORIA

A mis padres, Gloria y Victor, por ser mí ejemplo y mi faro, mi modelo de honradez y esfuerzo constantes, por su amor, confianza y apoyo incondicional y por enseñarme alcanzar mis metas con perseverancia, sencillez y honestidad.

A mis hermanos, Hugo y Paulina, por su amor, consejos y enseñanzas, por apoyarme en todo momento de mi vida.

A mis sobrinos, Stalyn, Philippe y Antonela, que este peldaño que he alcanzado les sirva como ejemplo para alcanzar sus metas académicas.

A mi compañera, amiga y novia, Taty, que me acompañó durante toda mi vida universitaria, por su amor, paciencia y apoyo incondicional, por caminar juntos compartiendo sueños, metas y alegrías, por estar en todo momento y ayudarme a crecer como persona y profesional.

A mi abuelita Leonila que desde el cielo me cuidó y siempre me enseñó alcanzar mis metas a base de trabajo, esmero y humildad.

A mis familiares, quienes han estado presentes en cada momento de mi vida con una palabra de aliento y un consejo, que me han recordado que el trabajo, esmero y paciencia tiene sus frutos.

Marcelo Coloma

## AGRADECIMIENTO

“Si tú no trabajas por tus sueños, alguien te contratará para que trabajes por los suyos” (Steve Jobs)

Agradezco a Dios por guiar mi camino y no abandonarme ni un instante, por iluminarme y darme valor para culminar exitosamente esta etapa de mi vida.

A mis padres, por su amor y constancia, por confiar siempre en mí y ayudarme a ser cada día un mejor hombre.

A mis hermanos y sobrinos que siempre estuvieron junto a mí para ayudarme a superar los obstáculos que nos enseñaba la vida.

A mis familiares y amigos por compartir gratos momentos que nos sirvieron para alcanzar nuestras metas.

A mi fiel compañero que llenó de alegría mi vida y mi hogar.

Al Ingeniero Farid Mantilla, por su asesoramiento durante el desarrollo de este proyecto y mi vida universitaria, además de un maestro se convirtió en un valioso amigo.

## ÍNDICE

CAPITULO 1 .....	1
LA EMPRESA Y BASE LEGAL.....	1
1.1. Antecedentes.....	1
1.2. Giro del Negocio .....	2
1.3. Reseña Histórica.....	2
1.4. Estructura Organizacional .....	3
1.5. Direccionamiento Estratégico .....	6
1.5.1. Misión.....	7
1.5.2. Visión .....	7
1.5.3. Objetivos .....	7
1.5.4. Valores empresariales .....	8
1.6. Estrategias empresariales.....	8
1.6.1. Estrategias de desarrollo .....	9
1.6.2. Estrategias de crecimiento.....	9
1.6.3. Estrategias competitivas.....	10
1.7. Estrategias de Mercadotecnia.....	10
1.7.1. Estrategia de Plaza .....	10
1.7.2. Estrategia de Precio.....	11
1.7.3. Estrategia de promoción.....	11
1.8. Marco teórico.....	11
1.9. Base legal.....	15
1.9.1. Nombre o razón social .....	15
1.9.2. Requisitos para formar una empresa en el Ecuador.....	16
1.9.3. Tipos de empresas .....	22
1.9.4. Condiciones de bonos otorgados a promotores inmobiliarios .. .....	22

CAPITULO 2 .....	32
ESTUDIO DE MERCADO .....	32
2.1. Problema.....	32
2.2. Necesidad.....	32
2.3. Justificación .....	32
2.4. Propósito.....	33
2.5. Definición del problema .....	34
2.6. Objetivo general .....	35
2.7. Objetivos específicos.....	35
2.8. Hipótesis .....	36
2.9. Metodología de la investigación.....	36
2.9.1. Tipos de investigación.....	36
2.9.2. Técnicas de investigación .....	38
2.9.3. Técnicas de muestreo .....	39
2.9.4. Tipos de información .....	40
2.9.5. Segmentación del mercado .....	40
2.9.6. Segmento objetivo.....	41
2.9.7. Diseño del formulario de recolección de datos.....	42
2.9.8. Prueba piloto .....	45
2.9.9. Determinación del tamaño de la muestra.....	47
2.10. Análisis de datos.....	49
2.10.1. Procesamiento de datos e interpretación.....	50
2.10.2. Análisis univariado.....	50
2.10.3. Análisis bivariado.....	71
2.11. Análisis de la oferta.....	77
2.11.1. Clasificación de la oferta.....	78
2.11.2. Factores que afectan a la oferta.....	78
2.11.3. Oferta de unidades de vivienda .....	80



2.11.4. Proyección de la oferta.....	81
2.12.    Análisis de la demanda.....	82
2.12.1. Clasificación de la demanda .....	82
2.12.2. Factores que afectan a la demanda.....	83
2.12.3. Demanda actual de vivienda en el cantón y proyección de la demanda .....	84
2.12.4. Determinación de la demanda insatisfecha.....	85
 CAPITULO 3 .....	 87
ESTUDIO TÉCNICO .....	87
3.1. Identificación del servicio .....	87
3.2. Características del servicio.....	87
3.2.1. Servicios sustitutos y/o complementarios.....	88
3.3. Tamaño del proyecto .....	88
3.3.1. Factores determinantes del tamaño del proyecto .....	88
3.4. Localización del proyecto.....	93
3.4.1. Macro localización .....	94
3.4.2. Micro localización.....	95
3.5. Ingeniería del proyecto .....	96
3.5.1. Cadena de valor.....	96
3.5.2. Mapa de procesos .....	97
3.5.3. Diagrama de flujo.....	98
3.5.4. Planos Arquitectónicos.....	100
 CAPITULO 4 .....	 103
ESTUDIO FINANCIERO .....	103
4.1. Presupuesto .....	103
4.1.1. Presupuestos de inversión.....	103
4.1.2. Presupuesto de operación.....	109

4.2. Origen y aplicación de recursos.....	111
4.2.1. Estructura de financiamiento .....	112
4.3. Estados financieros proyectados .....	113
4.3.1. Estado de resultados .....	114
4.3.2. Flujo de caja.....	115
4.4. Evaluación Financiera.....	117
4.4.1. Tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR).....	118
4.4.2. Valor Actual Neto (VAN) .....	118
4.4.3. Tasa Interna De Retorno (TIR).....	120
CAPITULO 5 .....	122
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	122
5.1. Conclusiones.....	122
5.2. Recomendaciones .....	123
BIBLIOGRAFÍA.....	124

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Tipo y Modalidad del Bono de Vivienda .....	3
Tabla 2. Índice de Necesidades Básicas Insatisfechas.....	12
Tabla 3. Población Económicamente Activa .....	12
Tabla 4. Población Según Nivel de Pobreza .....	12
Tabla 5. Estructura sectorial PEA Cangahua .....	13
Tabla 6. Tenencia de Vivienda .....	14
Tabla 7. Tipos de Viviendas Particulares por Tenencia .....	15
Tabla 8. Matriz del cuestionario .....	43
Tabla 9. Edad del Encuestado .....	50
Tabla 10. Género Encuestado .....	52
Tabla 11. Estado civil del encuestado.....	53
Tabla 12. Cargas familiares del encuestado.....	54
Tabla 13. Tenencia de vivienda .....	55
Tabla 14. Ingreso mensual .....	56
Tabla 15. Adquisición de vivienda .....	58
Tabla 16. Precio de vivienda.....	59
Tabla 17. Índice de desempleo.....	60
Tabla 18. Fuente de financiamiento.....	62
Tabla 19. Aceptación del Bono de vivienda .....	63
Tabla 20. Información de financiamiento .....	65
Tabla 21. Preferencia de vivienda.....	66
Tabla 22. Apoyo de las autoridades .....	68
Tabla 23. Oferta de Vivienda .....	69
Tabla 24. ANOVA 1 .....	71
Tabla 25. ANOVA 2 .....	73
Tabla 26. CROSSTAB .....	74
Tabla 27. Correlación.....	75

Tabla 28. Chi cuadrado .....	77
Tabla 29. Proyección de la oferta.....	81
Tabla 30. Proyección de la demanda .....	85
Tabla 31. Demanda insatisfecha Nacional.....	86
Tabla 32. Demanda insatisfecha en Cayambe .....	86
Tabla 33. Análisis del precio de la vivienda.....	89
Tabla 34. Método de factores ponderados-micro localización.....	95
Tabla 35. Clasificación del activo fijo .....	104
Tabla 36. Inversión activos fijos tangibles .....	105
Tabla 37. Inversión activos fijos intangibles .....	105
Tabla 38. Total inversión activos fijos.....	106
Tabla 39. Depreciación .....	107
Tabla 40. Total inversión mano de obra mensual.....	107
Tabla 41. Total inversión mano de obra anual.....	108
Tabla 42. Total presupuesto de inversión .....	108
Tabla 43. Presupuesto de ingresos .....	109
Tabla 44. Presupuesto de egresos .....	110
Tabla 45. Origen de recursos .....	111
Tabla 46. Origen de recursos .....	112
Tabla 47. Tabla de amortización.....	113
Tabla 48. Estado de resultados sin financiamiento.....	114
Tabla 49. Estado de resultados con financiamiento.....	115
Tabla 50. Flujo de caja sin financiamiento .....	116
Tabla 51. Flujo de caja con financiamiento .....	117
Tabla 52. VAN sin financiamiento .....	119
Tabla 53. VAN con financiamiento .....	120
Tabla 54. TIR sin financiamiento .....	121
Tabla 55. TIR con financiamiento .....	121

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Organigrama Estructural del Proyecto de Construcción y Comercialización de Vivienda .....	6
Figura 2. Logotipo de la empresa.....	16
Figura 3. Tipo de empresas .....	22
Figura 4. Definición del problema .....	34
Figura 5. Forma de comercialización.....	48
Figura 6. Género del encuestado.....	51
Figura 7. Género del encuestado.....	52
Figura 8. Estado civil .....	53
Figura 9. Cargas familiares .....	54
Figura 10. Tenencia de vivienda .....	55
Figura 11. Ingreso mensual.....	57
Figura 12. Adquisición de vivienda.....	58
Figura 13. Adquisición de vivienda .....	59
Figura 14 . Índice de desempleo .....	61
Figura 15. Fuente de financiamiento .....	62
Figura 16. Aceptación del bono de vivienda .....	64
Figura 17. Información de financiamiento.....	65
Figura 18. Preferencia de vivienda .....	67
Figura 19. Apoyo de las autoridades.....	68
Figura 20. Oferta de vivienda .....	70
Figura 21. ANOVA 1 .....	72
Figura 22. ANOVA 2.....	73
Figura 23. CROSSTAB.....	74

Figura 24. Correlación .....	76
Figura 25. Chi cuadrado.....	77
Figura 26. Oferta de Unidades de vivienda .....	80
Figura 27. Mapa Político de Pichincha .....	94
Figura 28. Macro localización del proyecto .....	94
Figura 29. Micro localización del proyecto .....	96
Figura 30. Cadena de valor .....	97
Figura 31. Mapa de procesos .....	98
Figura 32. Diagrama de flujo .....	99
Figura 33. Render Vivienda.....	100
Figura 34. Primera Planta.....	101
Figura 35. Fachadas y cortes.....	102
Figura 36. Origen de recursos .....	112

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Perfil del Mercado Meta.....	37
Cuadro 2. Tipos de investigación.....	38
Cuadro 3. Técnicas de Muestreo.....	39
Cuadro 4. Evaluación del mercado meta .....	41
Cuadro 5. Perfil del mercado meta.....	41
Cuadro 6. Clasificación de la oferta.....	78
Cuadro 7. Clasificación de la demanda.....	82

## **Resumen Ejecutivo**

Las parroquias rurales de nuestro país carecen de varias necesidades para tener un estilo de vida digno. Una de ellas es el déficit de vivienda, que en nuestro país es del 33% según la corporación financiera nacional. En la parroquia de Cangahua es mucho más alto, según los datos recolectados en el estudio de mercado, este proyecto se constató que el déficit de vivienda es del 57,4%. Pese al trabajo y la inversión que está realizando el gobierno para reducir esta gran problemática que padecen las personas menos favorables de nuestro país, reducir el déficit de vivienda es una tarea ardua y compleja que necesita no solo el trabajo del gobierno, sino la inversión de la empresa privada para que de la mano con el gobierno nacional y sus entidades financieras trabajen para el bienestar de las personas menos afortunadas de nuestro país. La constitución de una empresa que se dedique a la construcción y comercialización de vivienda social en la parroquia de Cangahua ayudara a reducir el déficit de vivienda, mediante la colaboración de las entidades del estado como el Ministerio de Desarrollo Urbano y de Vivienda, gracias a una sólida propuesta y el compromiso de los habitantes se podría construir viviendas que cumplan las normas ecuatorianas de construcción. La inclusión del proyecto beneficiara a las familias de la parroquia mediante el asesoramiento para tramitar el bono de vivienda, generando ahorro, solidez y garantía de una vivienda digna que les permita mejorar su calidad de vida.

### **PALABRAS CLAVE**

- **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD**
- **VIVIENDA SOCIAL**
- **BONOS DE VIVIENDA**
- **CONSTRUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN**
- **INCLUSIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL**



## **Executive Summary**

Rural parishes in our country lack various needs to have a dignified lifestyle. One is the deficit is housing, which in our country is 33% according to the national financial corporation. In the parish of Cangahua is much higher, according to data collected in market research, this project found that the housing deficit is 57.4%. Despite the work and investment being made by the government to reduce this great problems faced by less favorable people of our country, reduce the housing deficit is an arduous and complex task that requires not only the government's work, but the investment the private company to hand with the national government and its financial institutions working for the welfare of the less fortunate people of our country. The constitution of a company engaged in the construction and sale of social housing in the parish of Cangahua help reduce the housing deficit through the collaboration of state agencies such as the Ministry of Urban Development and Housing, thanks to a solid proposal and commitment of the people could build homes that meet the Ecuadorian construction standards. The inclusion of the project will benefit the families of the parish through counseling to process the housing bond, generating savings, and robustness and guarantee decent housing that allows them to improve their quality of life.

### **KEYWORDS**

- **FEASIBILITY STUDY**
- **SOCIAL HOUSING**
- **HOUSING BONDS**
- **FINAL CONSUMER, CONSTRUCTION**
- **ECONOMIC AND SOCIAL INCLUSION**

## **CAPITULO 1**

### **LA EMPRESA Y BASE LEGAL**

En el presente capítulo se realizará la descripción del proyecto, analizando la filosofía corporativa de la empresa que se dedicara a la construcción y comercialización de vivienda social. Posteriormente se identificarán los objetivos por los cuales se implementara la empresa y la base legal necesaria para su constitución.

#### **1.1. Antecedentes**

En la actualidad se ha identificado la falta de interés que existe de las empresas privadas por mejorar el estilo de vida de las personas menos afortunadas en nuestro país ya que su interés siempre va ser obtener rentabilidad.

Los proyectos que ha realizado el Estado a través de sus entidades no satisface la demanda actual en donde más de 800.000 familias en nuestro país no tienen una vivienda propia. La parroquia de Cangahua tiene una población de 17.000 habitante en donde más del 30% de las familias no cuenta con una vivienda propia según datos del último Censo Nacional realizado en el 2010.

El gobierno ecuatoriano en los últimos años a implementadas nuevas políticas económicas e incentivos para reducir el alto índice de personas que carecen de vivienda propia en nuestro país.

## **1.2. Giro del Negocio**

La implementación del proyecto de construcción y comercialización de vivienda social en la parroquia de Cangahua, está enfocado en mejorar el estilo de vida de las personas mediante la comercialización de vivienda a un precio accesible para las personas que habitan este sector.

## **1.3. Reseña Histórica**

Debido a la demanda insatisfecha y la falta de inversión privada en esta comunidad, es necesario la creación del proyecto de vivienda en este sector ya que beneficiaría a las familias en forma directa e indirecta ya que la mano de obra y los materiales que se ocupen en el proyecto serán exclusivamente de esta comunidad.

Actualmente la mayor fuente de ingresos de las personas que habitan la parroquia de Cangahua es la agricultura, según los datos del INEN, que es el 63% de la población económicamente activa. Esto se debe gracias a la empresa privada que ha decidido realizar sus inversiones en este sector en donde sus tierras son ricas en minerales y se puede sembrar cualquier tipo de producto de la sierra, especialmente flores.

La estabilidad de las personas en los últimos años gracias a tener un trabajo estable con un salario digno es uno de los incentivos para que se realice el proyecto en la parroquia de Cangahua. Las personas pueden acceder a los bonos de vivienda que otorga el Estados mediante sus organismos como el MIDUVI.

En la actualidad el Estado ha facilitado las oportunidades para que las personas accedan a préstamos hipotecarios o bonos de vivienda. En la actualidad las personas que quieran acceder al bono de vivienda tienen que cumplir las siguientes condiciones.

**Tabla 1.**

**Tipo y Modalidad del Bono de Vivienda**

TIPO DE BONO	MODALIDAD DE EJECUCIÓN	INGRESO FAMILIAR MENSUAL	VALOR DE LA VIVIENDA	AHORRO OBLIGATORIO	VALOR DEL BONO
Compra de vivienda nueva (Departamento)	Promesa de compraventa entregada por el promotor inmobiliario	Hasta 2,9 SBU $\$354 * 2.9 = \$1.026.6$	15.000	434 (6 cuotas)	6.000
			20.000	723 (6 cuotas)	5.000
			25.000	1.978 (12 cuotas)	3.500
			30.000	2.529 (12 cuotas)	2.500
Compra de vivienda nueva (Unifamiliar-Casa)	Promesa de compraventa entregada por el promotor inmobiliario	Hasta 2,9 SBU $\$354 * 2.9 = \$1.026.6$	15.000	706 (9 cuotas)	5.000
			20.000	1.129 (9 cuotas)	4.000
			25.000	2.472 (15 cuotas)	3.000
			30.000	3.146 (15 cuotas)	2.000

Fuente: (MIDUVI, ARTÍCULO MENSUAL, 2015)

#### 1.4. Estructura Organizacional

El organigrama estructural del proyecto se encuentra especificado en la figura que se muestra a continuación

En base a la organización del proyecto se detallarán las funciones de cada uno de los funcionarios

Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia de Cangahua

- Incentivar a la población de la Parroquia para que acceda a créditos o bonos de vivienda.

- Facilitar al proyecto con la documentación necesaria para agilizar los trámites en las entidades financieras.

#### Gerencia

- Administrar correctamente el proyecto aplicando su experiencia y conocimientos para cumplir los objetivos organizacionales.
- Cumplir con las normativas establecidas por los organismos de control del Estado.
- Evaluar periódicamente a cada uno de los departamentos para comprobar el cumplimiento de sus objetivos.

#### Asesoría

- Dar apoyo a los departamentos de la organización para cumplir los objetivos planteados por la gerencia.
- Presentar alternativas en las decisiones tomadas por la gerencia y los demás departamentos.

#### Secretaria

- Tramitar y controlar la documentación emitida por la organización.
- Dar servicio de apoyo a los departamentos de la empresa en cuestiones administrativas.
- Llevar la agenda de los altos directivos.

#### Proveedores

- Cumplir con los tiempos de entrega de sus productos o servicios.
- Accesibilidad al momento de realizar los pagos de sus productos o servicios.

- Entregar productos o servicios que cumplan el estándar de control de calidad.

#### Administrador de la Obra

- Organizar al personal operativo del proyecto respetando códigos laborales en función de los objetivos organizacionales planteados por la gerencia.
- Controlar el ingreso y entrada de materiales, realizando un informe semanal de los materiales utilizados en el proyecto.
- Cumplir con buenas prácticas profesionales.

#### Control de Calidad.

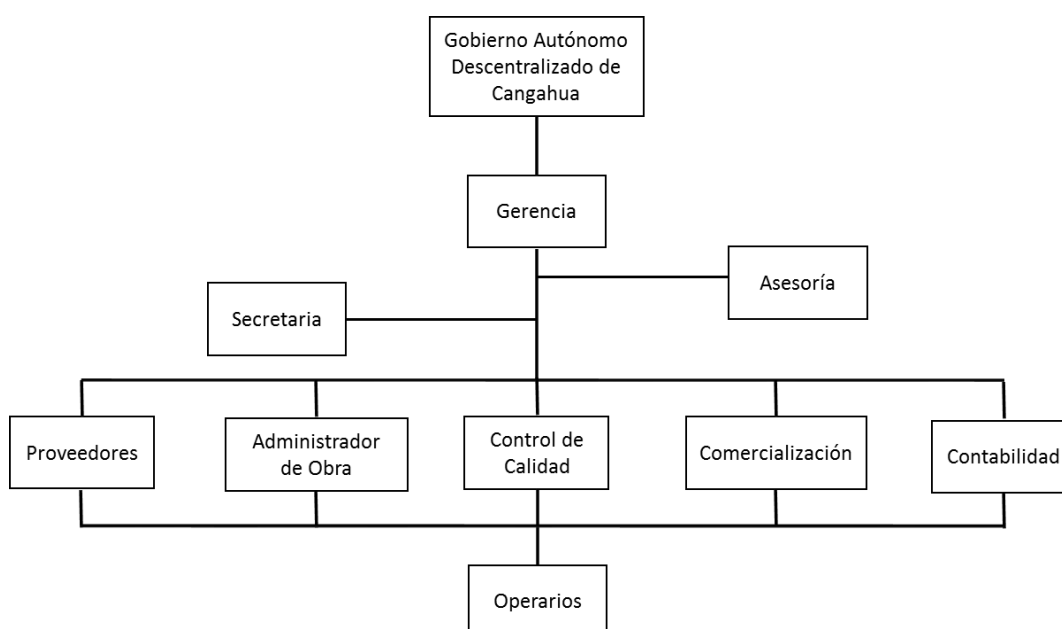
- Verificar que los materiales utilizados en el proyecto cumplan con estándares de calidad emitidos por las organizaciones y cámaras de construcción.
- Revisar que se cumplan con los planos arquitectónicos autorizados por la entidad gubernamental.
- Controlar que se practiquen buenas prácticas profesionales en el proyecto.

#### Comercialización

- Cumplir los tiempos establecidos por la gerencia para comercializar las viviendas.
- Entregar asesoría legal a las personas interesadas en el proyecto.
- Realizar trámites administrativos para la aprobación del proyecto en las entidades municipales y financieras.

#### Contabilidad

- Registro diario de las transacciones realizadas en el centro, con información oportuna y verídica.
- Elaborar estados financieros y demás informes contables en las fechas requeridas.
- Realizar las declaraciones de impuestos que determine la ley.
- Elaboración de presupuestos anuales.



**Figura 1. Organigrama Estructural del Proyecto de Construcción y Comercialización de Vivienda**

### 1.5. Direccionamiento Estratégico

El direccionamiento estratégico de la organización permite enfocar a todo el personal de la empresa a cumplir con los objetivos planteados por los directivos.

### **1.5.1. Misión**

Nuestra misión es servir a los pobladores de la parroquia de Cangahua, mediante la construcción y comercialización de vivienda social, cumpliendo con normas y reglamentos relacionados con las normas ecuatorianas de construcción, elevando el nivel de vida de los habitantes del lugar.

### **1.5.2. Visión**

Al 2020 reducir el déficit de personas sin una vivienda propia en la parroquia de Cangahua e inspirar a las constructoras privadas a realizar proyectos similares sin fines de lucro que contribuyan al desarrollo del país.

### **1.5.3. Objetivos**

#### **1.5.3.1. Objetivos a corto plazo**

- Construir vivienda cumpliendo estándares de calidad cumpliendo las especificaciones del Ministerio de Vivienda.
- Inscribir el proyecto en el Municipio de Cayambe para la obtención de los permisos de construcción
- Reducir el índice de pobreza en la Parroquia mediante la reactivación de la economía interna de los pobladores de Cangahua otorgando fuentes de trabajo.

#### **1.5.3.2. Objetivos a mediano plazo**

- Atraer a la mayor cantidad de clientes, mediante campañas publicitarias que permita el interés de los pobladores de la Parroquia.



- Cumplir con las normativas municipales para el otorgamiento de las escrituras que serán otorgadas a los compradores.

#### **1.5.3.3. Objetivos a largo plazo**

- Reducir el índice de pobreza en la Parroquia mediante la comercialización de vivienda sin fines de lucro.
- Aumentar la cantidad de viviendas en la Parroquia mediante la construcción de nuevos proyectos.

#### **1.5.4. Valores empresariales**

- Responsabilidad.- Cumplir con las funciones asignadas a cada uno de los funcionarios del proyecto en los tiempos planteados cumpliendo con buenas prácticas profesionales.
- Integridad.- Relacionarse con todas las personas que pertenecen o no al proyecto con honestidad, transparencia y respeto.
- Compromiso.- Trabajar éticamente todos los días para cumplir los objetivos del proyecto y de los clientes.

#### **1.6. Estrategias empresariales**

El proyecto de construcción y comercialización de un conjunto de vivienda social en la Parroquia de Cangahua tendrá una fuerte participación en el mercado por el crecimiento económico por las inversiones privadas. Gracias a que las personas

cuentan con fuentes de trabajo estables pueden cumplir los requisitos que solicita el MIDUVI para otorgar bonos de vivienda.

### **1.6.1. Estrategias de desarrollo**

Existen tres tipos de estrategias de desarrollo que permiten determinar la posición de la empresa en el mercado:

- Liderazgo en costos.- El precio de venta ofrecido es menor que el de su competencia o similares.
- Diferenciación.- El proyecto ofrece características únicas en cuanto al diseño y materiales empleados lo cual permite ser reconocido por sus atributos.
- Enfoque de alta segmentación.- El proyecto posee ventajas competitivas al enfocarse en un segmento de mercado, centrandolo todos sus esfuerzos a la satisfacción de necesidades del mismo.

El Proyecto seguirá una estrategia de liderazgo en costos, al ofertar las viviendas a un costo de venta menor que la competencia, el proyecto no pretende fines de lucro lo que permitirá la reducción del precio de la vivienda y la accesibilidad a la mayor cantidad de personas.

### **1.6.2. Estrategias de crecimiento**

Se pueden identificar los siguientes tipos de estrategias de crecimiento:

- Intensiva: A través de la aplicación de una penetración de mercado, desarrollo de mercado o desarrollo del producto.
- Integrada: Es horizontal cuando integra negocios del mismo nivel realizando alianzas estratégicas, vertical hacia adelante cuando se eliminan intermediarios y vertical hacia atrás cuando una empresa no tiene proveedores.

- Diversificada: Se divide en pura (productos diferentes a los que ofertaba originalmente) y concéntrica (productos relacionados con el producto base).

La estrategia de crecimiento más acertada para el proyecto es horizontal, porque se pretende realizar diversas alianzas estratégicas con los proveedores de materiales para la construcción y entidades financieras. Para poder definir el costo de venta de las viviendas es fundamental contar con proveedores que estén direccionados con los objetivos del proyecto.

### **1.6.3. Estrategias competitivas**

Se pueden identificar cuatro tipos de estrategias competitivas:

- Líder: Domina la mayor parte del mercado.
- Retador: Intenta quitar participación directa al líder.
- Seguidor: Sin confrontar al líder, utiliza estrategias parecidas.
- Especialista: Especializarse en un segmento de mercado abandonado.

Para el presente proyecto se pretende realizar una estrategia de Seguidor por el motivo que se emplearan características similares a los proyectos realizados por el Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda con la diferencia que el proyecto no busca fines políticos o lucro.

## **1.7. Estrategias de Mercadotecnia**

### **1.7.1. Estrategia de Plaza**

La ubicación del proyecto no tiene que ser lejano al centro de la ciudad ya que los fines de semana existe la feria en el parque central y las personas necesitan abastecerse de víveres, además el proyecto al ser enfocada a los agricultores tiene que estar en un lugar estratégico cerca de los centros de producción.

### **1.7.2. Estrategia de Precio**

Se aplicará una estrategia de precio-calidad, en donde el precio de venta es menor al de la competencia, en donde se espera no obtener rentabilidad al proyecto optimizando recursos, realizar alianzas estratégicas con proveedores que compartan los mismos objetivos del proyecto.

Para establecer el precio de venta de las viviendas se tomarán en cuenta los costos que permitieron realizar el proyecto.

### **1.7.3. Estrategia de promoción**

El proyecto tendrá una página web en donde se muestre toda la información que requieran los posibles compradores así como los planes de financiamiento que tiene el gobierno a través del MIDUVI.

Además se pretende realizar socializaciones con la comunidad en las ferias que se realizan en la parroquia los fines de semana en donde se entregara toda la información del proyecto así como asesoría legal y financiera.

## **1.8. Marco teórico**

La Parroquia de Cangahua se encuentra a 13 Km al sur Oriente del Cantón Cayambe, tiene una superficie de 331,43 km<sup>2</sup>, a pesar de ser una parroquia pequeña

es la segunda más poblada del Cantón Cayambe con un total de 16.231 habitantes según el último censo realizado en el 2010.

### Indicadores de Pobreza

**Tabla 2.**

#### Índice de Necesidades Básicas Insatisfechas

CANTÓN	CANGAHUA	POBLACIÓN	13.508
		% DE	92.5%
INDICE NBI	POBREZA	HOGARES	
		POBLACIÓN	12.489
	POBREZA	% DE	75.2%
	EXTREMA	HOGARES	
		POBLACIÓN	10.157

Fuente: (INEC, FASÍCULO NACIONAL CENSO, 2010)

Elaboración: Marcelo Coloma

**Tabla 3.**

#### Población Económicamente Activa

AÑO	PEA	PEI	PET
2010	7.302	4.737	12.039

Fuente: (INEC, FASÍCULO NACIONAL CENSO, 2010)

Elaboración: Marcelo Coloma

**Tabla 4.**

#### Población Según Nivel de Pobreza

NO POBRES	%	POBRES	%	POBLACIÓN TOTAL
797	4.91	15.428	95.08	16.225

Fuente: (INEC, FASÍCULO NACIONAL CENSO, 2010)

Elaboración: Marcelo Coloma

El porcentaje de Pobreza en la Parroquia de Cangahua es alarmante ya que más del 90% de la población, es decir más de 15 mil personas son consideradas pobres.

Esta cifra es ocasionada por diversos factores, antes de ello se tiene que realizar un análisis de Población Económicamente Activa para identificar las actividades a las cuales los habitantes de esta parroquia se dedican.

**Tabla 5.**

**Estructura sectorial PEA Cangahua**

SECTOR	Casos	% DE LA PEA
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	4.639	63
Construcción	764	10
Comercio al por mayor y menor	200	3
Industrias Manufactureras	151	2
Transporte y almacenamiento	139	2
Actividades de los hogares como empleadores	175	2
Otros	1400	18
Total	7.408	100

Fuente: (INEC, FASÍCULO NACIONAL CENSO, 2010)

La población económicamente activa de Cangahua se encuentra liderada por la Agricultura y la Construcción. El alto índice de pobreza se debe a que estas áreas de trabajo son muy sensibles en la economía ya que el trabajo no es constante y en su mayor parte son trabajos temporales, por este motivo las personas al no tener un sueldo fijo no pueden satisfacer sus necesidades básicas y se genera la pobreza.

Con el proyecto se espera generar fuentes de trabajo ya que según los datos recopilados existen más de 700 personas en esta parroquia que se dedican a la construcción, en el proyecto se priorizara la mano de obra local para contribuir con el desarrollo de la Parroquia.

## Indicadores de Vivienda

**Tabla 6.**

### Tenencia de Vivienda

Tenencia o Propiedad de la vivienda	Casos	%
Propia	2.403	64
Propia con deuda	95	3
Propia (regalada, donada, heredada)	593	16
Prestada, cedida (no pagada)	499	13
Por servicios	61	2
Arrendada	84	2
Anticresis	2	0
<b>Total</b>	<b>3737</b>	<b>100</b>

Fuente: (INEC, FASÍCULO NACIONAL CENSO, 2010)

Según los datos recopilados en el último censo del 2010 existen más de 90 familias sin un hogar propio, estos datos son una ventaja para el proyecto ya que se puede satisfacer una demanda insatisfecha realizando un gran aporte a la Parroquia direccionado al Plan Nacional del Buen Vivir.

**Tabla 7.****Tipos de Viviendas Particulares por Tenencia**

TENENCIA O PROPIEDAD DE LA VIVIENDA	TIPOS DE VIVIENDA						
	CASA	DEP.	CUARTO	MEDIAAGUA	COVACHA	CHOZA	TOTAL
PROPIA	1923	55	0	389	2	31	2400
PROPIA CON DEUDA	82	6	0	7	0	0	95
PROPIA (Regalada, Donada, Cedida)	507	7	3	69	0	7	593
Prestada o cedida (no pagada)	359	9	3	117	1	7	496
ARRENDADA	107	2	10	26	0	0	145
ANTICRESIS	2	0	0	0	0	0	2
<b>TOTAL</b>	<b>2980</b>	<b>79</b>	<b>16</b>	<b>608</b>	<b>3</b>	<b>45</b>	<b>3737</b>

Fuente: (INEC, FASÍCULO NACIONAL CENSO, 2010)

Elaboración: Marcelo Coloma

Podemos observar que el tipo de vivienda que prefieren los habitantes de Cangahua son Casas o Villas, esta estadística es favorable ya que las casas que se pretenden construir en la Parroquia son de este tipo.

## 1.9. Base legal

### 1.9.1. Nombre o razón social

El logotipo puede presentarse en diferentes formas, de forma sencilla únicamente usando uso del logotipo (COLOMA CONSTRUCTORES) o de manera completa acompañado del símbolo o isotipo. La proyección que se buscaba era la de solidez y crecimiento continuo, utilizando formas geométricas incluyentes y de soporte entre sí.





**Figura 2. Logotipo de la empresa**

### **1.9.2. Requisitos para formar una empresa en el Ecuador**

Antes de detallar los diferentes requisitos y trámites que deben hacer las empresas en el Ecuador, debo precisar que la formación de una empresa se la realiza por medio de un contrato de compañía por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades y se rige por las disposiciones de la Ley de compañías, por las del Código de Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del Código Civil.

Hay cinco especies de compañías de comercio:

- La compañía en nombre colectivo;
- La compañía en comandita simple y dividida por acciones;
- La compañía de responsabilidad limitada;
- La compañía anónima; y,
- La compañía de economía mixta.

La compañía anónima es la forma de sociedad más usada en el Ecuador y es la que detallaremos sus requisitos tanto como empresa, como así también para el tributario (SRI), relaciones laborales (IESS), manejo en la ciudad (municipales), y otros organismos como bomberos y Hospital Universitario.

Requisitos para una compañía anónima:

Importante:

Para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor o fundador se requiere de capacidad civil para contratar. Sin embargo, no podrán hacerlo entre cónyuges ni entre padres e hijos no emancipados.

Según la superintendencia de Compañías del Ecuador, para constituir una empresa se requiere que sea mediante escritura pública que, previo mandato de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil. La escritura de fundación contendrá:

1. El lugar y fecha en que se celebre el contrato;
2. El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla;
3. El objeto social, debidamente concretado;
4. Su denominación y duración;
5. El importe del capital social, con la expresión del número de acciones en que estuviere dividido, el valor nominal de las mismas, su clase, así como el nombre y nacionalidad de los suscriptores del capital;
6. La indicación de lo que cada socio suscribe y paga en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y la parte de capital no pagado;

7. El domicilio de la compañía;
8. La forma de administración y las facultades de los administradores;
9. La forma y las épocas de convocar a las juntas generales;
10. La forma de designación de los administradores y la clara enunciación de los funcionarios que tengan la representación legal de la compañía;
11. Las normas de reparto de utilidades;
12. La determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente; y,
13. La forma de proceder a la designación de liquidadores.

SRI. Registro Único de Contribuyentes.- para que el servicio de rentas internas le emita un Numero RUC a una empresa se requiere:

- Presentar los formularios RUC01-A y RUC01-B (debidamente firmados por el representante legal o apoderado).
- Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil, a excepción de los Fideicomisos Mercantiles y Fondos de Inversión.
- Original y copia de las hojas de datos generales otorgada por la Superintendencia de Compañías (Datos generales, Actos jurídicos y Accionistas).
- Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- Ecuatorianos: Original y copia a color de la cédula vigente y original del certificado de votación (exigible hasta un año posterior a los comicios

electorales). Se aceptan los certificados emitidos en el exterior. En caso de ausencia del país se presentará el Certificado de no presentación emitido por la Consejo Nacional Electoral o Provincial.

- Extranjeros Residentes: Original y copia a color de la cédula vigente
- Extranjeros no Residentes: Original y copia a color del pasaporte y tipo de visa vigente. Se acepta cualquier tipo de visa vigente, excepto la que corresponda a transeúntes (12-X).
- Original y copia de la planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono). Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. En caso de que las planillas sean emitidas de manera acumulada y la última emitida no se encuentra vigente a la fecha, se adjuntará también un comprobante de pago de los últimos tres meses.
- Ubicación de la matriz y establecimientos, se presentará cualquiera de los siguientes: Original y copia de la planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono). Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. En caso de que las planillas sean emitidas de manera acumulada y la última emitida no se encuentra vigente a la fecha, se adjuntará también un comprobante de pago de los últimos tres meses.
- Original y copia del estado de cuenta bancario, de servicio de televisión pagada, de telefonía celular, de tarjeta de crédito. Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal, accionista o socio y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.
- Original y copia del comprobante de pago del impuesto predial. Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y corresponder al del año en que se realiza la inscripción o del inmediatamente anterior. Original y

copia del contrato de arrendamiento y comprobante de venta válido emitido por el arrendador. El contrato de arriendo debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y puede estar o no vigente a la fecha de inscripción. El comprobante de venta debe corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. El emisor del comprobante deberá tener registrado en el RUC la actividad de arriendo de inmuebles.

- Original y copia de la Escritura de Propiedad o de Compra venta del inmueble, debidamente inscrito en el Registro de la Propiedad; o certificado emitido por el registrador de la propiedad el mismo que tendrá vigencia de 3 meses desde la fecha de emisión.
- Original y copia de la Certificación de la Junta Parroquial más cercana al lugar del domicilio, únicamente para aquellos casos en que el predio no se encuentre catastrado. La certificación deberá encontrarse emitida a favor de la sociedad, representante legal o accionistas.
- Se presentará como requisito adicional una Carta de cesión de uso gratuito del inmueble cuando los documentos detallados anteriormente no se encuentren a nombre de la sociedad, representante legal, accionistas o de algún familiar cercano como padres, hermanos e hijos. Se deberá adjuntar copia de la cédula del cedente. Este requisito no aplica para estados de cuenta bancario y de tarjeta de crédito.

IESS.- Para la emisión de un número patronal se requiere utilizar el sistema de historia laboral que contiene el Registro Patronal que se realiza a través de la página web del IESS en línea en la opción Empleadores podrá:

- Actualización de Datos del Registro Patronal,
- Escoger el sector al que pertenece (Privado, Público y Doméstico),

- Digitar el número del RUC y
- Seleccionar el tipo de empleador.

Además deberá acercarse a las oficinas de Historia Laboral la solicitud de entrega de clave firmada con los siguientes documentos:

- Solicitud de Entrega de Clave (Registro)
- Copia del RUC (excepto para el empleador doméstico).
- Copias de las cédulas de identidad del representante legal y de su delegado en caso de autorizar retiro de clave.
- Copias de las papeletas de votación de las últimas elecciones o del certificado de abstención del representante legal y de su delegado, en caso de autorizar el retiro de clave.
- Copia de pago de teléfono, o luz
- Calificación artesanal si es artesano calificado

Finalmente a nivel municipal se deberá efectuar:

#### PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO DE LOCALES COMERCIALES USO DE SUELO

1. Pago de tasa de trámite.
2. Presentación de formulario en Departamento de Uso de Suelo.

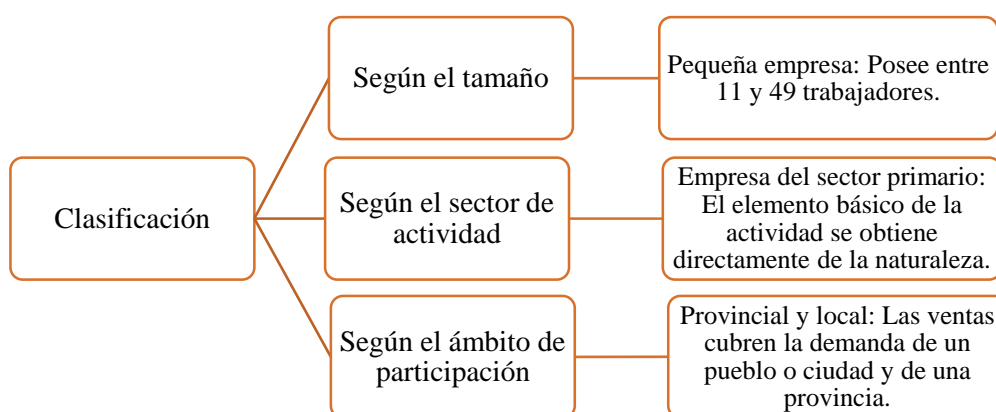
Fuente de investigación

Ley de Compañías

Sitios internet:

- Superintendencia de Compañías.
- SRI
- IESS

### 1.9.3. Tipos de empresas



**Figura 3. Tipo de empresas**

### 1.9.4. Condiciones de bonos otorgados a promotores inmobiliarios

República y el artículo 17 y 55 del Estatuto del Régimen Jurídico Administrativo de la Función Ejecutiva. Acuerda:

Art. 1.- Objeto y Ámbito.- Se establecen las condiciones para el proceso de justificación de bonos otorgados a los Promotores Inmobiliarios y la respectiva entrega de viviendas a los beneficiarios a nivel nacional, o en su defecto la recuperación de los recursos transferidos por el Estado en los casos en los que no cumplieron con su fin. Los Promotores a los que hace referencia este Acuerdo son aquellos que recibieron el pago de bonos a través del Banco Ecuatoriano de la Vivienda -BEV- y no han presentado al Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda -MIDUVI- los expedientes requeridos para justificar el número de bonos que les fueron pagados o no han entregado las viviendas relacionadas con dichos bonos.

Art. 2.- Requisitos.- La ampliación del plazo para la presentación de postulantes y entrega de viviendas aplicará sólo para aquellos proyectos inmobiliarios que cumplan con todos los siguientes requisitos:

- a) Que presenten y/o mantengan garantías vigentes giradas a favor del MIDUVI, por el plazo total a ser otorgado según los términos de este Acuerdo.
- b) Que certifiquen no estar incurso en procedimientos de coactiva con las instituciones financieras que otorgaron el crédito para la construcción
- c) Que tengan disponibilidad de viviendas para justificar los bonos pagados.

## CAPITULO I

### PRESENTACION DE SOLICITUD Y PLAZOS

Art. 3.- Solicitud.- Los promotores deberán presentar sus solicitudes en las Direcciones Provinciales del MIDUVI de la jurisdicción donde se encuentre ubicado su proyecto, dentro del plazo de 30 (treinta) días contados a partir de la publicación del presente Acuerdo Ministerial en el Registro Oficial, justificando los requisitos establecidos en este Acuerdo.

Las Direcciones Provinciales, en coordinación con la Dirección de Control de Vivienda, dentro del término de 30 (treinta) días contados a partir del ingreso de la solicitud del promotor, deberán realizar la verificación técnica de los proyectos y solicitar a la Coordinación General Administrativa Financiera efectúe la revisión de la



vigencia de las garantías recibidas por parte de los promotores. Esta última establecerá si las garantías se encuentran vigentes, notificando de forma inmediata a la Dirección Provincial, Dirección de Control y Coordinación General Jurídica, con el objeto de que éstas continúen con el trámite pertinente a cada área. Concluida la verificación de los requisitos, y dentro del plazo antes señalado, las Direcciones Provinciales, en coordinación con la Dirección de Control, enviarán sus informes a la Subsecretaría de Vivienda.

Art. 4.- Otorgamiento de plazo para justificar postulantes y viviendas.- La Subsecretaría de Vivienda. En base al informe presentado por las Direcciones Provinciales y la Dirección de Control, otorgará o negará a los promotores el plazo para justificar postulantes y viviendas, de conformidad con lo establecido en este Instrumento y procederá, en el término de 3 días, a notificar a los interesados con la finalidad de que inicien el proceso de justificación de postulaciones y viviendas, o en su defecto procedan con la restitución de los recursos recibidos por concepto de bonos anticipados. En caso de ser favorable el otorgamiento del plazo, este correrá a partir de la fecha de notificación.

Art. 5.- Plazo para la justificación de postulaciones.- Los plazos para la justificación de postulaciones se han establecido de la siguiente manera:

- a) Para promotores inmobiliarios cuyos bonos por justificar con postulaciones no excedan de 120 bonos: la justificación de postulantes se realizará dentro del plazo máximo establecido que se detalla a continuación, de acuerdo al número de bonos que el Promotor Inmobiliario deba justificar.

De 1 hasta 30 45

De 31 hasta 60 90

De 61 hasta 120 135

- b) Para promotores inmobiliarios cuyos bonos por justificar con postulaciones excedan de 120 bonos:

La justificación de postulantes se realizará dentro del plazo máximo establecido se detalla a continuación, de acuerdo al número de bonos que el Promotor Inmobiliario deba justificar:

Rango de bonos a justificar Plazo máximo para Por proyecto presentar postulaciones (días)

De 121 Hasta 240 225

De 241 Hasta 480 360

Más de 480 585

En cualquiera de estos tres casos se deberá presentar un mínimo de 120 postulaciones en el plazo intermedio de 135 días. El promotor inmobiliario podrá acogerse al plazo máximo para justificar postulaciones siempre que cumpla con la presentación de postulantes en el plazo intermedio; sólo cumplida la presentación del número mínimo de 120 bonos en el plazo de 135 días, el promotor inmobiliario podrá continuar presentando los expedientes que se le requieran, hasta llegar al número total de bonos pagados no justificados.

Al igual que en el caso anterior, si las postulaciones no calificaran conforme a la normativa, el promotor inmobiliario deberá acercarse a subsanar la deficiencia identificada, según lo establecido en el artículo siguiente, caso contrario se procederá de conformidad con el artículo 8.

Art. 6.- Calificación, Aprobación de postulaciones y emisión de bonos.- Los promotores inmobiliarios a los que se les concedió la ampliación del plazo para justificar bonos anticipados, deberán presentar, de acuerdo a lo establecido en el Artículo 5, las postulaciones de los posibles beneficiarios, las que se calificarán en base a la normativa expedida por el MIDUVI vigente a la fecha de aprobación del proyecto inmobiliario en el BEV. Las Direcciones Provinciales, en coordinación con la Dirección de Control, en el plazo de 30 días de presentadas las postulaciones notificarán al promotor inmobiliario sobre la aprobación de las mismas. En caso de que la postulación no sea aprobada por no cumplir con los requisitos establecidos en la normativa correspondiente, el promotor podrá enmendarla o sustituirla por una sola ocasión dentro de un plazo máximo de 15 días a partir de la notificación. Una vez presentado el nuevo expediente de postulación, la Dirección Provincial deberá proceder con la calificación, aprobación y notificación correspondiente, sea esta favorable o desfavorable, dentro de un plazo de 15 días adicionales. Posteriormente el

MIDUVI emitirá los bonos correspondientes, identificándolos como "Bonos con Financiamiento BEV". La entrega de los bonos a los beneficiarios se realizará de acuerdo a lo establecido en las Normas de Procedimiento aplicables al Sistema de Incentivos para Vivienda Urbana vigente.

Art. 7.- Del plazo para entrega de las viviendas.- Los promotores inmobiliarios que se beneficien de la ampliación de plazo para la justificación de bonos deberán entregar las viviendas a favor de los beneficiarios dentro del plazo de 180 días contados a partir de la emisión del bono. Dentro de plazo se entregarán actas de entrega recepción a los beneficiarios. La transferencia de dominio de las viviendas se realizará dentro del plazo de 24 meses contados a partir de la emisión del bono.

El plazo de 180 días para la suscripción y entrega de las actas de entrega recepción de las viviendas a favor de los beneficiarios, también aplicará para promotores inmobiliarios que, habiendo recibido el pago de bonos a través del Banco Ecuatoriano de la Vivienda -BEV-, ya cuenten con beneficiarios calificados y bonos emitidos. Este plazo correrá a partir de la publicación de este Acuerdo en el Registro Oficial. La transferencia de dominio de las viviendas se realizará dentro del plazo de 24 meses contados a partir de la publicación de este Acuerdo en el Registro Oficial.

## CAPITULO II

### RECUPERACION

Art. 8.- Incumplimiento.- En todos los casos en que el promotor inmobiliario incumpla con las obligaciones establecidas en este Acuerdo, la Dirección Provincial le notificará sobre su incumplimiento, sin perjuicio de la fase de justificación de postulaciones en la que se encuentra (para los promotores inmobiliarios que corresponda) o el estado de avance de las viviendas. En dicha notificación se le señalará la obligación de acercarse al MIDUVI en un plazo no mayor a 10 días a cancelar el valor de los bonos no justificados más los intereses generados desde la

fecha de pago de los mismos (calculados con la tasa máxima convencional del Banco Central) o acogerse a lo establecido en el Capítulo III de este Acuerdo.

Art. 9.- Ejecución de garantías.- En caso de no efectuarse el pago del bono más los intereses correspondientes; de no haberse solicitado y aprobado el Convenio de Pago; o, de incumplir con las obligaciones establecidas en dichos Convenios, se requerirá a las Compañías Aseguradoras procedan a la efectivización inmediata de las garantías giradas a favor del MIDUVI.

### CAPITULO III

#### DE LA CANCELACION DE VALORES ADEUDADOS A TRAVES DE CONVENIO DE PAGO

Art. 10.- Solicitud.- Una vez que el MIDUVI haya notificado al promotor inmobiliario con la obligación de cancelar el valor del bono más los intereses legales desde la fecha en que se hizo efectivo el pago hasta el cumplimiento total de la obligación, el Promotor Inmobiliario podrá solicitar por escrito a la Coordinación Administrativa Financiera, en un plazo no mayor a 10 días, la suscripción de un convenio de pago para la cancelación de los valores adeudados.

Art. 11.- Procedimiento.- El procedimiento para la suscripción de los convenios de pago de los que trata el presente Acuerdo, será el siguiente:

1.- El Promotor Inmobiliario deberá incluir en su solicitud la propuesta de pago, misma que deberá enmarcarse dentro de los siguientes parámetros:

a. Tener una programación de pagos con amortización periódica (al menos trimestral) y un plazo no mayor a 24 meses.

b. Plantear la cancelación inmediata (previo la firma del convenio de pago) de al menos el 5% del monto total adeudado, mismo que se imputará a los intereses, conforme lo establecido en el art. 1611 del Código Civil.

c. Plantear la presentación de garantías por la totalidad de la deuda reliquidada (capital más intereses generados hasta el final del pago), descontado el 5% cancelado.

En caso de que dicha propuesta no se acoja a estas condiciones, se entenderá como no presentada.

2.- La Subsecretaría de Vivienda convocará al Comité Técnico (de cuya conformación trata el artículo 15), para que en el término máximo de 5 días se instale con la finalidad de analizar la solicitud presentada por el Promotor Inmobiliario.

Al mismo tiempo la Subsecretaría de Vivienda solicitará contar con los siguientes informes: Informe económico-financiero del proyecto con el detalle del monto total adeudado, a cargo de la Dirección Financiera; informe técnico de obra y de bonos pagados no justificados, a cargo de la Dirección de Control y de la Dirección Provincial; e, informe legal de procedencia a cargo de la Coordinación Jurídica. Estos informes son prerequisite para la instalación del Comité Técnico.

3.- El Comité Técnico en base a los informes presentados, analizará la propuesta del Promotor Inmobiliario y definirá su decisión. En caso de que la decisión sea favorable, deberá ser notificada en el plazo de 5 días. La Dirección Financiera deberá exigir y verificar, previo a la suscripción del convenio y en un plazo no mayor a 30 días a partir de la notificación, los requisitos establecidos en el Artículo 11, numeral 1, literales b y c.

4.- Una vez cancelado por el promotor inmobiliario el 5% del total de la deuda conforme lo establecido en este Acuerdo, y verificada la existencia de garantías (por el plazo total del Convenio de Pago), la Dirección Financiera procederá a elaborar el convenio de pago, tomando en cuenta las condiciones de este Acuerdo, y notificará al promotor en un plazo de 5 días, para proceder a su suscripción.

5.- Los convenios de pago serán suscritos por el promotor inmobiliario debidamente acreditado para el efecto, conjuntamente con el Director Financiero del MIDUVI. El Promotor Inmobiliario deberá proceder a la suscripción del convenio de pago, en el plazo de 15 días a partir de la notificación, caso contrario se procederá conforme con el trámite legal correspondiente.

Art. 12.- Reliquidación.- En caso de que el promotor inmobiliario que haya suscrito un convenio de pago solicite su pre cancelación antes del vencimiento del plazo pactado, se procederá a la respectiva reliquidación de intereses.

Artículo. 13.- La Dirección Financiera notificará a la Subsecretaría de Vivienda de manera periódica sobre los pagos realizados por concepto de los respectivos convenios.

Art. 14.- En caso de incumplimiento en el pago de cualquiera de las cuotas del convenio de pago, el MIDUVI a través de la Coordinación General Jurídica ejecutará de manera inmediata las garantías.

Art. 15.- Conformación del Comité Técnico.- El Comité Técnico estará conformado por los siguientes miembros del MIDUVI:

- a. El Subsecretario de Vivienda, quien lo presidirá
- b. El Director de Control de Vivienda,
- c. El Director Financiero
- d. El Director Provincial correspondiente
- e. El Coordinador General Jurídico, quien actuará como secretario.

Art. 16.- Funcionamiento del Comité.- El Comité Técnico sesionará por convocatoria de su presidente y con la presencia de todos sus miembros quienes tendrán voz y voto sin posibilidad de abstención; las decisiones se tomarán por mayoría simple.

Art. 17.- Actas del Comité.- Las decisiones que se tomen en el Comité Técnico, deberán constar en un acta, la misma que detallará los hechos analizados y contendrá la decisión final. A esta acta se anexarán los informes presentados por los miembros y la solicitud del promotor inmobiliario con sus respectivos respaldos.

## CAPITULO IV

### Disposiciones Generales

Art. 18.- Liberación de garantías.- El MIDUVI procederá con la devolución de garantías giradas a su favor:

a. Por transferencia de dominio de viviendas: ante la solicitud de los promotores, misma que estará acompañada de las actas de entrega - recepción de las viviendas y las escrituras suscritas a favor de los beneficiarios, debidamente inscritas en el Registro de la Propiedad.

b. Por pago de obligaciones de Convenios de Pago: ante la solicitud de los promotores, previo verificación del cumplimiento de sus obligaciones de pago.

Art. 19.- Supervisión.- La Subsecretaría de Vivienda, a través de la Dirección de Control y en coordinación con las Direcciones Provinciales, realizará la revisión mensual de avance de los proyectos inmobiliarios y emitirá de considerarlo oportuno informes que permitan actuar de manera acertada y oportuna ante cualquier eventualidad que se presente dentro del proceso de ejecución de bonos anticipados.

Art. 20.- Notifíquese con el contenido de éste Acuerdo a la Subsecretaría de Vivienda, Dirección de Control, Coordinaciones Generales Jurídica y Administrativa Financiera, Dirección Financiera, Direcciones Provinciales del Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda, a la Dirección de Tecnologías de Información, al Banco Ecuatoriano de la Vivienda y al Banco del Estado.

Art. 21.- Dispóngase a la Dirección de Control proceda a notificar con el contenido de este Acuerdo a los promotores inmobiliarios que tengan bonos anticipados y viviendas por justificar con esta Cartera de Estado; a la Dirección de Comunicación Social publique el presente Acuerdo en la página web del MIDUVI; y a la Dirección de Tecnologías de Información realice la parametrización del presente acuerdo en el SIIDUVI.

Art. 22.- De la ejecución y cumplimiento del presente Acuerdo encárguese la Subsecretaría de Vivienda, a la Dirección de Control, a la Coordinación General

Administrativa Financiera, a la Dirección Financiera, a la Coordinación General Jurídica, a las Direcciones Provinciales del MIDUVI y a la Dirección de Tecnologías de Información.

DISPOSICION GENERAL UNICA: El término para la emisión de bonos será de 15 días contados a partir de la aprobación de las postulaciones.

#### DISPOSICIONES FINALES

PRIMERA: Para la presentación de postulaciones del Proyecto Inmobiliario se aplicarán los requisitos del Acuerdo Ministerial 105 de 27 de junio de 2012, mediante el cual se emitió el Reglamento Operativo para la gestión del Proyecto de Vivienda

SEGUNDA: Aquellos promotores inmobiliarios que no cumplan con los requisitos establecidos en el artículo 2 para justificación de postulaciones y entrega de viviendas podrán acogerse a lo establecido en el Capítulo II, con el fin de cumplir con sus obligaciones pendientes con el MIDUVI.

TERCERA: Los promotores inmobiliarios que por cualquier causa no se acojan a los procesos emitidos en este Acuerdo, deberán reintegrar inmediatamente los valores concedidos por esta Cartera de Estado en calidad de bonos anticipados, caso contrario se solicitará a las compañías Aseguradoras la efectivización inmediata de las garantías. La Subsecretaría de Vivienda solicitará a la Coordinación Jurídica el inicio de las acciones legales correspondientes respecto de aquellos promotores inmobiliarios que no procedan conforme lo establecido en el presente Acuerdo Ministerial.



## **CAPITULO 2**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

#### **2.1. Problema**

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de carácter social que se dedique a la construcción y comercialización de viviendas en la Parroquia de Cangahua Cantón Cayambe

#### **2.2. Necesidad**

En la actualidad se ha identificado la falta de interés que existe por las empresas privadas por mejorar el estilo de vida de las personas menos afortunadas en nuestro país ya que su interés siempre va ser obtener rentabilidad. Debido a ello, en esta parroquia existe la necesidad de construir y comercializar vivienda acorde a al presupuesto de las familias de la parroquia, además de conocer las necesidades que requiere el campesino de nuestro país

#### **2.3. Justificación**

Los proyectos que ha realizado el estado a través de sus entidades no satisface la demanda actual, en donde más de 800.000 familias en nuestro país no tienen una vivienda propia según el último censo realizado en el 2010. La parroquia de Cangahua

tiene una población de 17.000 habitantes, en donde más del 30% de las familias no cuenta con una vivienda propia.

Debido a la demanda insatisfecha y la falta de inversión privada en esta comunidad, es necesario la creación del proyecto de vivienda en este sector ya que beneficiaría a más de 40 familias en forma directa e indirecta ya que la mano de obra y los materiales que se ocupen en el proyecto serán exclusivamente de esta comunidad.

En la actualidad los padres de familia de esta Parroquia tienen que viajar más de 4 horas diarias a sus trabajos, con este proyecto se espera dar trabajo a más de 15 personas, esta iniciativa beneficiaría a 15 familias ya que tendrían mayores ingresos ya que no tendrían que viajar a Quito en búsqueda de trabajo.

El Plan Nacional del Buen vivir busca varios objetivos que pretenden ser alcanzados hasta el 2017, dedicados a mejorar el estilo de vida de las personas, es así que el objetivo 3 es “Mejorar la calidad de vida de la población”. Actualmente los pequeños emprendimientos representan en 26% del PIB en nuestro país.

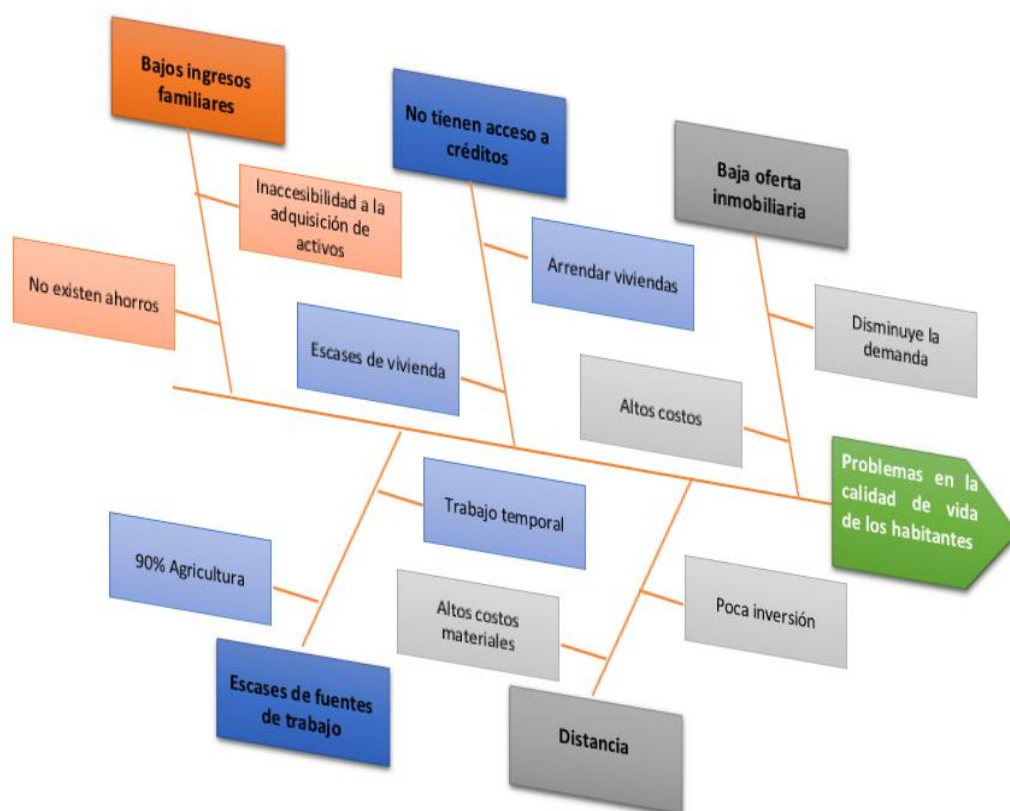
En concordancia al Plan Nacional del Buen Vivir, es necesaria la implementación del proyecto de construcción y comercialización de Vivienda Social en la Parroquia de Cangahua en el Cantón Cayambe ya que las familias mejoraran sus ingresos y mejoraran su estilo de vida ya que contarán con una vivienda propia las mismas que serán a un precio accesible para las personas que habitan este sector.

#### **2.4. Propósito**

Con la construcción del proyecto se espera mejorar el estilo de vida de las personas de la Parroquia de Cangahua mediante la construcción de vivienda digna y accesible, además se espera generar fuentes de trabajo priorizando la mano de obra local así como los proveedores de material. Mediante estos objetivos habrá inclusión económica de Acuerdo al Plan Nacional del Buen Vivir.

## 2.5. Definición del problema

A continuación se muestra el diagrama de Ishikawa, la problemática de los pobladores de la parroquia de Cangahua.



**Figura 4. Definición del problema**

Elaboración: Marcelo Coloma

En la parroquia de Cangahua existe un alto índice de pobreza, según los datos del último censo nacional más de 90% de los habitantes son pobres. Esta cifra se debe a muchas causas, una de ellas es la falta de fuentes de trabajo. A pesar que las empresas privadas están invirtiendo en el sector y entregando fuentes de trabajo no satisface la

demanda insatisfecha por fuentes de trabajo, esta problemática implica que las personas migren a otras ciudades para mejorar su calidad de vida y deciden mudarse definitivamente de Cangahua.

La parroquia de Cangahua se encuentra a 13 km de Cayambe, lo que implica que los materiales de la construcción sean más elevados ya que las ferreterías aumentan el precio de sus productos por el costo de movilización.

La mayor parte de los habitantes de la parroquia no cuentan con un sueldo estable porque se dedican a la agricultura, esta problemática causa que no tenga un sueldo fijo y no les permite ahorrar. El MIDUVI para entregar el bono de vivienda exige que los solicitantes tengan un fondo de ahorro de 6 a 12 meses para ser beneficiarios. Además los habitantes de Cangahua al no tener un salario digno y estable no pueden ser acreedores de los préstamos hipotecarios que entregan el Biess o los bancos privados.

## **2.6. Objetivo general**

Determinar la factibilidad de una empresa de carácter social para la construcción y comercialización de viviendas en la Parroquia de Cangahua Cantón Cayambe.

## **2.7. Objetivos específicos.**

- Realizar una investigación de Mercados con el fin de conocer las necesidades y problemáticas de los habitantes de la Parroquia de Cangahua.
- Realizar un estudio técnico que permita establecer la localización, tamaño y precio de las viviendas que van a ser comercializadas.

- Identificar todos los requisitos de carácter legal, que se necesitan para la implementación del proyecto de construcción y comercialización de vivienda social.
- Realizar un estudio financiero para conocer los recursos económicos necesarios para la implementación del proyecto.

## **2.8. Hipótesis**

La carencia de una vivienda propia en la parroquia es muy alta por diversos factores, se pretende comercializar vivienda a un precio accesible a los habitantes del sector.

## **2.9. Metodología de la investigación**

Consiste en el empleo de cada uno de los procedimientos y técnicas que permiten llevar a cabo el proceso de investigación de mercados.

### **2.9.1. Tipos de investigación**

A continuación se detallaran los tipos de investigación detallados en el libro “Un enfoque a la Investigación de Mercados” del Ingeniero Farid Mantilla.

**Cuadro 1.****Perfil del Mercado Meta**

<b>Por las finalidades perseguidas</b>	Investigación Básica	Contribuye a la ampliación del conocimiento científico, creando nuevas teorías o modificando las ya existentes.
	Investigación aplicada	Es la utilización de los conocimientos en la práctica.
<b>Por la clase de medios utilizados para obtener los datos</b>	Investigación documental	Se fundamenta en fuentes de carácter documental.
	Investigación de campo	El investigador trabaja en el ambiente natural en que conviven las personas y las fuentes consultadas, de las que obtendrán los datos más relevantes a ser analizados.
	Investigación experimental	Manipulación de una variable experimental no comprobada, en condiciones rigurosamente controladas, con el fin de describir de qué modo o por qué causa se produce una situación o acontecimiento particular.
<b>Por el nivel de conocimientos que se adquieren</b>	Investigación exploratoria	Destaca los principales aspectos de un problema con el fin de encontrar bases para elaborar posteriores investigaciones.
	Investigación descriptiva	Describe detalladamente las características del objeto de investigación.
	Investigación explicativa	Intenta explicar el porqué de las causas del fenómeno investigado

Elaboración: Marcelo Coloma

Para nuestro proyecto utilizaremos los siguientes tipos de investigación:

- Aplicada
- Documental
- De campo
- Descriptiva

## 2.9.2. Técnicas de investigación

Las Técnicas de investigación de campo son mecanismos que ayudan al investigador a la recolección y análisis de información para poder ejecutar el proyecto, en el siguiente cuadro se mostraran las técnicas de investigación detallados en el libro “Un enfoque a la Investigación de Mercados” del Ingeniero Farid Mantilla.

### Cuadro 2.

#### Tipos de investigación

INVESTIGACIÓN	CARACTERÍSTICAS	TIPOS
<b>DESCRIPTIVA</b>	Es un conjunto de métodos que describen las variables, ayuda a describir preguntas básicas para cada variable, este tipo de estudio describe las actitudes, intenciones y comportamientos de los grupos de clientes	Encuesta Observación
<b>EXPLORATORIA</b>	Es la recolección de información mediante mecanismos informales y no estructurados es decir se pueden emplear medios alternativos para la recolección de información	Grupos Focales Entrevistas Técnicas proyectivas
<b>CAUSAL</b>	Se enfoca en controlar varios factores para determinar el causal del problema, este tipo de estudio es el más complejo y más costoso.	Análisis Causa y Efecto
<b>CONCLUYENTE</b>	Es la relación que existe entre la investigación descriptiva y exploratoria ya que utiliza formatos y foros para la recolección de información.	

Elaboración: Marcelo Coloma

Para nuestra investigación utilizaremos la observación y la encuesta, debido a que no se encuentra una base de datos sobre las necesidades y requerimientos de los habitantes de la parroquia de Cangahua.

### 2.9.3. Técnicas de muestreo

**Muestreo Probabilístico:** Consiste en tomar una muestra aleatoria de la población para realizar la investigación.

**Muestreo no Probabilístico:** A diferencia del muestreo probabilístico el muestreo no probabilístico no es aleatorio y se concentra en un segmento específico para ser analizado.

En el proyecto de construcción y comercialización de vivienda en la parroquia de Cangahua se utilizará Muestreo probabilístico ya que más del 90% de la población tiene una situación económica similar.

En el siguiente cuadro se muestra las técnicas más comunes de muestreo probabilístico

#### Cuadro 3.

##### Técnicas de Muestreo

<b>MUESTREO ALEATORIO SIMPLE</b>	Elegido el tamaño de la muestra, los elementos que la compongan se han de elegir aleatoriamente entre los n elementos de la población.
<b>MUESTREO ESTRATIFICADO</b>	Se divide la población total en clases homogéneas, llamadas estratos, luego, la muestra se escoge aleatoriamente en número proporcional al de los componentes de cada clase o estrato.
<b>MUESTREO SISTEMÁTICO</b>	Se ordenan previamente los individuos de la población; después se elige uno de ellos al azar, a continuación, a intervalos constantes, se eligen todos los demás hasta completar la muestra.
<b>MUESTREO SISTEMÁTICO RECOPIADO</b>	Cuando el tamaño de la muestra es muy grande, es necesario replicar en dos, tres, cuatro réplicas para que la misma tenga mayor sustentabilidad para el análisis.
<b>MUESTREO POR CONGLOMERADOS</b>	En lugar de seleccionar a todos los sujetos de la población, el investigador realiza varios pasos para reunir su muestra del total de individuos.

Fuente: (Vargas, 2006)



En nuestro proyecto utilizaremos el muestreo probabilístico estratificado. Cangahua al ser la segunda parroquia más poblada del Cantón Cayambe cumple los requisitos para aplicar este tipo de técnica, en donde se dividirá el universo por estratos considerando que la principal variable será la actividad a la que se dedican las personas.

#### **2.9.4. Tipos de información**

Se pueden encontrar dos tipos de fuentes de datos, en nuestro proyecto utilizaremos fuentes primarias y secundarias.

##### **2.9.4.1. Fuentes de datos primarios**

Son fuentes de donde se puede recopilar toda la información deseada sobre el tema a analizar y se los puede encontrar en libros, artículos científicos, tesis, monografías, revistas.

##### **2.9.4.2. Fuentes de datos secundarios**

Las fuentes secundarias es información procesada y analizada de los datos primarios y pueden estar en revistas especializadas, libros de texto, enciclopedias. Mismos que serán utilizados en el análisis comparativo del análisis univariado.

#### **2.9.5. Segmentación del mercado**

Evacuación del mercado meta

**Cuadro 4.****Evaluación del mercado meta**

<b>VARIABLES</b>	<b>PERSONAS QUE HABITAN EN LA PARROQUIA DE CANGAHUA</b>
<i>CARACTERISTICAS</i>	Personas que se dedican a la Agricultura, Ganadería y Construcción
<i>TAMAÑO</i>	En el Cantón de Cangahua existen 16.231 habitantes según el último censo nacional realizado en el 2010
<i>PODER ADQUISITIVO</i>	Según el último censo el nivel de pobreza es: 4.91 % no pobres y el 95.08% de pobreza

Fuente: (INEC, FASÍCULO NACIONAL CENSO, 2010)

**Cuadro 5.****Perfil del mercado meta**

<b>VARIABLES</b>	<b>CARACTERISTICAS</b>
SEGMENTACIÓN GEOGRAFICA	Región: Sierra Provincia: Pichincha Cantón: Cayambe Parroquia: Cangahua
SEGMENTACIÓN DEMOGRAFICA	Edad: 20-50 años Género: Masculino y Femenino Nacionalidad: Ecuatoriana Educación: Sin ningún tipo Ocupación: Agricultores, Ganaderos
SEGMENTACION PSICOGRAFICA	Personalidad: Personas que deseen mejorar su estilo de vida y la de su familia

**Elaboración:** Marcelo Coloma

**2.9.6. Segmento objetivo**

El proyecto está dirigido a personas que sean beneficiarias del bono de vivienda que entrega el MIDUVI, por lo tanto deben tener fuente de ingreso estable y tener una edad entre 20 y 50 años.

### **2.9.7. Diseño del formulario de recolección de datos**

La encuesta es una técnica que nos permite obtener datos de personas que el investigador posee interés. Se utiliza una lista de preguntas escritas que son entregadas a los objetos de estudio con el fin de que las respondan. Una encuesta debe cumplir ciertas características en su diseño, entre las cuales tenemos:

- Debe tener relación con el objetivo del estudio
- Se deben utilizar las medidas de escala (ordinal, nominal, de intervalo y de razón)
- El número de preguntas varía entre 10 y 12
- Se debe realizar una prueba piloto, la cual ayuda a determinar la estructura del cuestionario e identificar si las preguntas son claras, concisas y entendibles. Contiene una pregunta filtro y se realiza a máximo 15 personas.

A continuación se observa la matriz del cuestionario, en donde se detallan las preguntas a realizar, la medida de escala utilizada en cada una de ellas, el objetivo con el que se relaciona y se describen las alternativas de respuesta. Posteriormente se puede visualizar el Formulario de Recolección de Datos que se aplicará en la prueba piloto.

**Tabla 8.****Matriz del cuestionario**

Pregunta	Alternativas de respuesta	Media de escala	Objetivo al que pertenece
Edad	15 –25 26 – 35 36 – 45 46 – 55 56 en adelante	Razón	Objetivo Específico 1
Género	M..... F....	Nominal	Objetivo Específico 1
Estado civil		Nominal	Objetivo Específico 1
Cargas Familiares		Razón	Objetivo Específico 1
¿Usted es propietario de una vivienda propia?	Si ..... No ...	Ordinal	Objetivo General Objetivo Específico 1
¿Si tuviera la oportunidad de comprar una vivienda usted lo haría?	Si ..... No ...	Ordinal	Objetivo General Objetivo Específico 1
Escoja su ingreso mensual	0-100 101-200 201-300 301-400 401-500 Mayor a 500	Razón	Objetivo específico 1
¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por una vivienda nueva?	5.000-5.500 5.501-6.000 6.001-6.500 Mas de 6.500	Razón	Objetivo General Objetivo específico 2
¿Actualmente tiene un trabajo fijo que le permita acceder a un crédito o bono?	Si ..... No ....	Ordinal	Objetivo específico 1
¿Bajo qué circunstancias usted adquiriría una nueva vivienda?	Credito hipotecario ... Bono de vivienda .... Ahorros ....	Nominal	Objetivo específico 2
Esta dispuesto a solicitar un bono de vivienda	Si .... No ....	Ordinal	Objetivo específico 2
¿Tiene la información necesaria para tramitar el bono de vivienda o un préstamo hipotecario?	Si ..... No ....	Ordinal	Objetivo específico 1
¿Qué tipo de vivienda es de su preferencia?	Casa Departamento Otro	Nominal	Objetivo Especifico 2
Recibe el apoyo necesario de las autoridades para mejorar su calidad de vida	Si ..... No ....	Ordinal	Objetivo específico 1
Existe suficiente oferta de vivienda en la parroquia de Cangahua	Si ..... No ....	Ordinal	Objetivo específico 1

**ENCUESTA DEL PROYECTO DE VIVIENDA**

**Objetivo:** Determinar el nivel de aceptación de la construcción y comercialización de vivienda social en la parroquia de Cangahua.

**INSTRUCCIÓN:**

RESPONDA CON SINCERIDAD LAS PREGUNTAS QUE SE PLANTEAN A CONTINUACION

**DATOS GENERALES:**

**Género:** Masculino \_\_\_\_\_ Femenino \_\_\_\_\_

**Edad:** 15 – 25 años \_\_\_\_\_ 26 – 35 años \_\_\_\_\_ 36 – 45 años \_\_\_\_\_  
46 – 55 años \_\_\_\_\_ 56 años en adelante \_\_\_\_\_

**Estado Civil:** \_\_\_\_\_

**Número de cargas familiares:** \_\_\_\_\_

**1. Usted es propietario de una vivienda propia**

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

Si su respuesta fue Si, continúe con la siguiente pregunta, caso contrario finalice la encuesta.

**2. ¿Si tuviera la oportunidad de comprar una vivienda usted lo haría?**

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

**3. ¿Cuál es su ingreso mensual?**

0-100 dólares ( ) 301-400 ( )

101-200 dólares ( ) 401-500 ( )

201-300 dólares ( ) Mayor a 500 ( )

**4. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por una vivienda nueva?**

5.000-5.500 dólares ( ) 6.001-6.500 ( )

5.501-6.000 dólares ( ) Mas de 6.500 ( )

**5. ¿Actualmente cuenta con un trabajo estable que le permita acceder a un crédito o bono de vivienda?**

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

**6. ¿Bajo qué circunstancias usted adquiriera una nueva vivienda?**

Crédito hipotecario ( )

Bono de vivienda ( )

Ahorros ( )

Otros ( ) Explique: \_\_\_\_\_

**7. ¿Estaría dispuesto a solicitar un bono de vivienda?**

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

**8. ¿Tiene la información necesaria para tramitar el bono de vivienda o un préstamo hipotecario?**

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

**9. ¿Qué tipo de vivienda es de su preferencia?**

Casa ( )

Departamento ( )

Otro ( ) Explique: \_\_\_\_\_

**10. Considera que recibe el apoyo necesario de las autoridades para mejorar su calidad de vida**

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

**11. ¿Cree que existe suficiente oferta de vivienda en la parroquia de Cangahua?**

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

Gracias por su colaboración.

### 2.9.8. Prueba piloto

Consiste en aplicar el formulario de recolección de datos a una parte de la muestra con la finalidad de detectar y corregir errores en la estructura y el planteamiento de las preguntas.

#### Análisis de preguntas

Se procedió a realizar la prueba piloto de la encuesta a 10 habitantes de la parroquia, los cuales mostraron dudas en la pregunta número 10, debido a que no se especifica qué tipo de ayuda necesitan de las autoridades de la parroquia o el gobierno para mejorar su calidad de vida. Cangahua al ser la segunda parroquia más poblada del Cantón Cayambe posee una estructura parroquial debidamente organizada y cuenta con proyectos muy interesantes.

Tiene un plan de desarrollo y ordenamiento territorial realizado en el 2012, uno de los objetivos es reducir el déficit de vivienda. Han pasado 3 años desde la aplicación del estudio y no se han realizado proyectos significativos para reducir el déficit de vivienda en la parroquia.

En la pregunta número 10 se realizara un cambio que especifique el apoyo de las autoridades de la parroquia, debido a que son responsables de los problemas territoriales del sector. Las demás preguntas fueron comprendidas en su totalidad.

La pregunta quedo estructurada de la siguiente manera después de la prueba piloto:

<p><b>10. Considera que recibe el apoyo necesario de las autoridades para mejorar su calidad de vida</b></p> <p>Si _____ No _____</p>
<p><b>10. Considera que recibe el apoyo necesario por parte de las autoridades parroquiales para adquirir una vivienda o terreno</b></p> <p>Si _____ No _____</p>

Después del cambio en la pregunta 10 el formulario quedó de la siguiente manera

### ENCUESTA DEL PROYECTO DE VIVIENDA

**Objetivo:** Determinar el nivel de aceptación de la construcción y comercialización de vivienda social en la parroquia de Cangahua.

**INSTRUCCIÓN:**

RESPONDA CON SINCERIDAD LAS PREGUNTAS QUE SE PLANTEAN A CONTINUACION

#### DATOS GENERALES:

**Género:** Masculino \_\_\_\_\_ Femenino \_\_\_\_\_

**Edad:** 15 – 25 años \_\_\_\_\_ 26 – 35 años \_\_\_\_\_ 36 – 45 años \_\_\_\_\_  
46 – 55 años \_\_\_\_\_ 56 años en adelante \_\_\_\_\_

**Estado Civil:** \_\_\_\_\_

**Número de cargas familiares:** \_\_\_\_\_

**1. Usted es propietario de una vivienda propia**

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

Si su respuesta fue No, continúe con la siguiente pregunta, caso contrario finalice la encuesta.

**2. ¿Cuál es su ingreso mensual?**

0 - 100 dólares ( )                      301- 400 dólares ( )  
101- 200 dólares ( )                      401- 500 dólares ( )  
201- 300 dólares ( )                      Mayor a 500 dólares ( )

**3. ¿Si tuviera la oportunidad de comprar una vivienda usted lo haría?**

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

**4. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por una vivienda nueva?**

5.000-5.500 dólares ( )                      6.001-6.500 ( )  
5.501-6.000 dólares ( )                      Mas de 6.500 ( )

**5. ¿Actualmente cuenta con un trabajo estable que le permita acceder a un crédito o bono de vivienda?**

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

**6. ¿Bajo qué circunstancias usted adquiriera una nueva vivienda?**

Crédito hipotecario ( )  
Bono de vivienda ( )  
Ahorros ( )  
Otros ( )                      Explique: \_\_\_\_\_

**7. ¿Estaría dispuesto a solicitar un bono de vivienda?**

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

**8. ¿Tiene la información necesaria para tramitar el bono de vivienda o un préstamo hipotecario?**

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

**9. ¿Qué tipo de vivienda es de su preferencia?**

Casa ( )  
Departamento ( )  
Otro ( )                      Explique: \_\_\_\_\_

**10. Considera que recibe el apoyo necesario por parte de las autoridades parroquiales para adquirir una vivienda o terreno**

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

**11. ¿Cree que existe suficiente oferta de vivienda en la parroquia de Cangahua?**

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

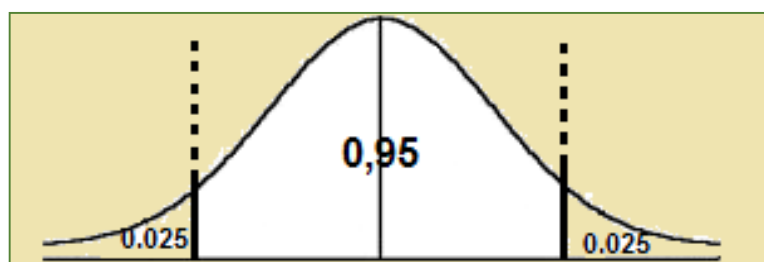
Gracias por su colaboración.

### 2.9.9. Determinación del tamaño de la muestra

Según el libro “Un enfoque a la Investigación de Mercados” del Ingeniero Farid Mantilla, deben seguirse los siguientes pasos para determinar el tamaño de la muestra:

#### 1. Determinar el nivel de confianza

Para el presente estudio se utilizará un nivel de confianza del **95%**. El valor de  $Z=1.96$ , para el 95% de confiabilidad.



#### 2. Estimar las características del fenómeno investigado

Utilizando una pregunta filtro en la prueba piloto se pudo determinar la probabilidad de ocurrencia del evento ( $p$ ) y la probabilidad de no ocurrencia ( $q$ ).

##### 1. Usted es propietario de una vivienda propia

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

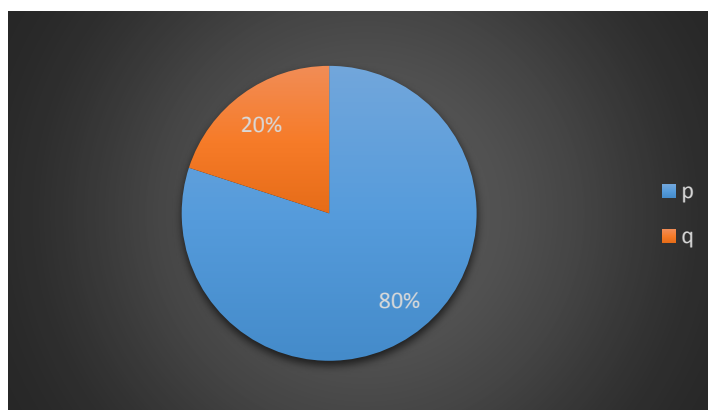
Si su respuesta fue Si, continúe con la siguiente pregunta, caso contrario finalice la encuesta.

Se aplicaron 10 encuestas, las cuales tuvieron los siguientes resultados:

Si = 2

No = 8





**Figura 5. Forma de comercialización**

p= 80% de los habitantes de la parroquia no cuentan con una vivienda propia.

q= 20% de los habitantes cuentan con una vivienda propia.

3. Determinar el grado de error máximo aceptable

Se utilizará un error del 5%, debido a que es el más utilizado en el campo de la investigación.

$$e= 5\%$$

4. Aplicación de la fórmula del tamaño de la muestra de acuerdo con el tipo de población finita

Se utilizará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 pqN}{e^2(N - 1) + z^2 pq}$$

## 5. Cálculo de la fórmula

$$n = \frac{z^2 pqN}{e^2(N-1) + z^2 pq}$$

En donde:

<b>Nivel de confianza</b>	$z = 95\% = 1.96$
<b>Probabilidad a favor</b>	$p = 80\%$
<b>Probabilidad en contra</b>	$q = 20\%$
<b>Población o Universo</b>	$N = 3.737$ familias en donde el 30% no cuentan con vivienda propia
<b>Error muestral</b>	$e = 5\%$

$$n = \frac{(1.96^2)(0,8)(0,2)(3.737)}{0.05^2(3.737 - 1) + (1.96^2)(0,8)(0,2)}$$

$$n=230$$

Para el presente estudio se realizarán 230 encuestas.

## 2.10. Análisis de datos

Después de haberse realizado las encuestas se procede al análisis de los resultados obtenidos

### 2.10.1. Procesamiento de datos e interpretación

Para el procesamiento de los datos obtenidos a través de la aplicación de encuestas se utilizó el programa SPSS Statistics versión 19.0 y se aplicó un análisis univariado y bivariado.

### 2.10.2. Análisis univariado

Realizamos el estudio de los datos obtenidos en las encuestas, aplicando un análisis ejecutivo y un análisis comparativo con el objetivo de determinar el comportamiento de cada variable en el proyecto.

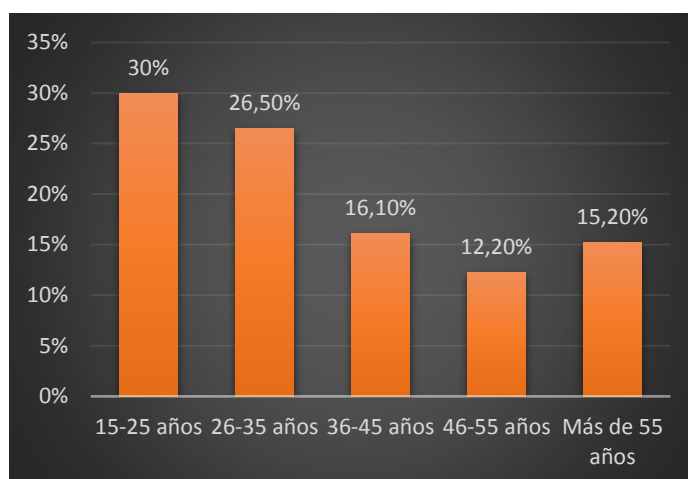
#### Pregunta A: Edad

**Tabla 9.**

#### Edad del Encuestado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	15-25 años	69	30,0	30,0	30,0
	26-35 años	61	26,5	26,5	56,5
	36-45 años	37	16,1	16,1	72,6
	46-55 años	28	12,2	12,2	84,8
	Más de 55 años	35	15,2	15,2	100,0
	Total	230	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo



**Figura 6. Género del encuestado**

**Análisis ejecutivo:**

La mayor concentración de personas encuestadas está en un rango de 15 a 45 años en un 72.6%, con mayor concentración en la edad de 15-25 años con el 30%. El resultado se puede evidenciar en que la mayor parte de los habitantes se dedica a la agricultura y las personas inician a trabajar desde muy temprana edad.

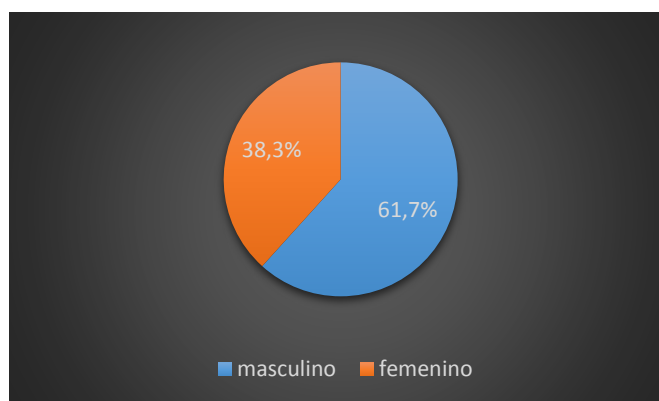
**Análisis comparativo:**

El último censo nacional del 2010, indica que el 20.24% de los habitantes está en un rango de 15-25 años y el 14.2% se encuentra en un rango de 26-35 años de edad, los datos se pueden evidenciar en que el 63% de la población económicamente activa de la parroquia se dedica a la agricultura y es muy común que las personas inicien a trabajar antes de ser mayores de edad. Según lo indicado se puede concluir que el promedio de edad de la parroquia es de 20 a 30 años.

**Pregunta B: Género****Tabla 10.****Género Encuestado**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	masculino	142	61,7	61,7	61,7
	femenino	88	38,3	38,3	100,0
	Total	230	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

**Figura 7. Género del encuestado****Análisis ejecutivo:**

Podemos observar que el mayor porcentaje de personas encuestadas corresponde a hombres, esto se debe a que el hombre como jefe de familia asume la responsabilidad de cuidar los intereses del hogar.

**Análisis comparativo:**

Según el Gobierno autónomo descentralizado de Pichincha, la provincia tiene una población de 2'576.287 habitantes, en donde el 51.26% son hombres y el 48.74% son mujeres. La equidad de género en la provincia es evidente debido a muchos factores, uno de ellos es la oferta laboral que permite generar fuentes de trabajo sin diferencia de género.

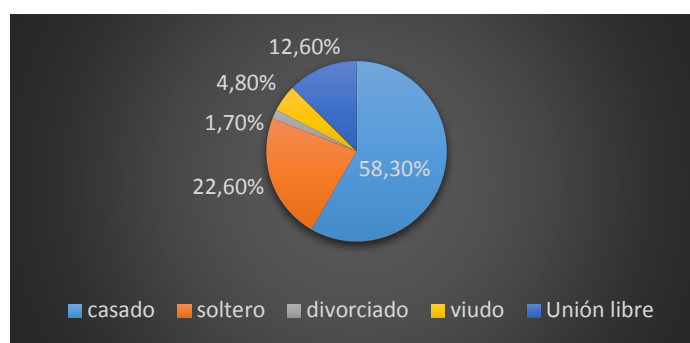
### Pregunta C: Estado civil

**Tabla 11.**

#### Estado civil del encuestado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	casado	134	58,3	58,3	58,3
	soltero	52	22,6	22,6	80,9
	divorciado	4	1,7	1,7	82,6
	viudo	11	4,8	4,8	87,4
	Unión libre	29	12,6	12,6	100,0
	Total	230	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo



**Figura 8. Estado civil**

#### Análisis ejecutivo:

Como podemos observar en el gráfico anterior el 58.3% de personas de la parroquia se encuentra casada y el 12.6% en unión libre. Este dato es muy importante para nuestro proyecto, ya que las personas desean mejorar el futuro de sus familias mediante la adquisición de una vivienda.

#### Análisis comparativo:

Según los datos del INEC en el censo nacional del 2010, en la provincia de Pichincha la mayor parte de la población se encuentra casada con un 41.26% seguido de solteros con el 39%. Podemos evidenciar que en los últimos años el porcentaje de personas solteras ha ido disminuyendo en la parroquia.

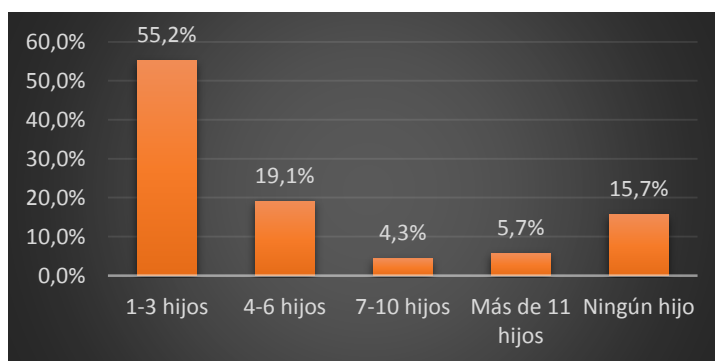
## Pregunta D: Cargas familiares

**Tabla 12.**

### Cargas familiares del encuestado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1-3 hijos	127	55,2	55,2	55,2
	4-6 hijos	44	19,1	19,1	74,3
	7-10 hijos	10	4,3	4,3	78,7
	Más de 11 hijos	13	5,7	5,7	84,3
	Ningún hijo	36	15,7	15,7	100,0
	Total	230	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo



**Figura 9. Cargas familiares**

#### Análisis ejecutivo:

Podemos observar en la figura anterior que más de 50% de las familias tienen un promedio de 1 a 3 hijos. Esta información es muy importante para nuestro proyecto ya que se puede adaptar de una mejor manera el diseño de la vivienda.

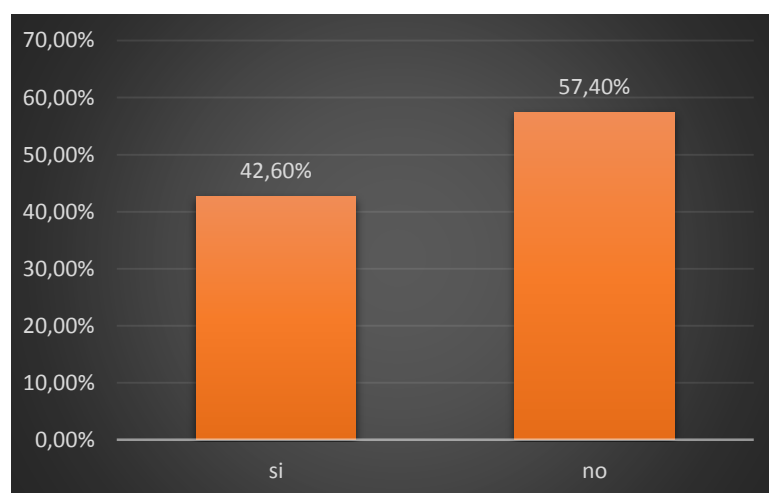
#### Análisis comparativo:

Según el INEC el promedio de integrantes en una familia ecuatoriana es de 3.8 integrantes y 1.6 hijos. Los datos obtenidos en nuestra encuesta son similares a los que indica el INEC. A pesar que en las parroquias rurales existe una tendencia de tener más hijos, en la parroquia de Cangahua no existe esa tendencia.

**Pregunta 1:** Usted es propietario de una vivienda propia**Tabla 13.****Tenencia de vivienda**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	si	98	42,6	42,6	42,6
	no	132	57,4	57,4	100,0
	Total	230	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

**Figura 10. Tenencia de vivienda****Análisis ejecutivo:**

El déficit de vivienda en la parroquia de Cangahua es del 57,4%, uno de los principales motivos de esta tendencia es que la mayor parte de la población se dedica a la agricultura, lo que ocasiona que las personas no tengan un trabajo estable ya que en la agricultura los trabajos suelen ser temporales. Las personas que respondieron que Si a la encuesta no se les tomó más datos ya que el proyecto está enfocado a las personas que no tienen vivienda propia.



### **Análisis comparativo:**

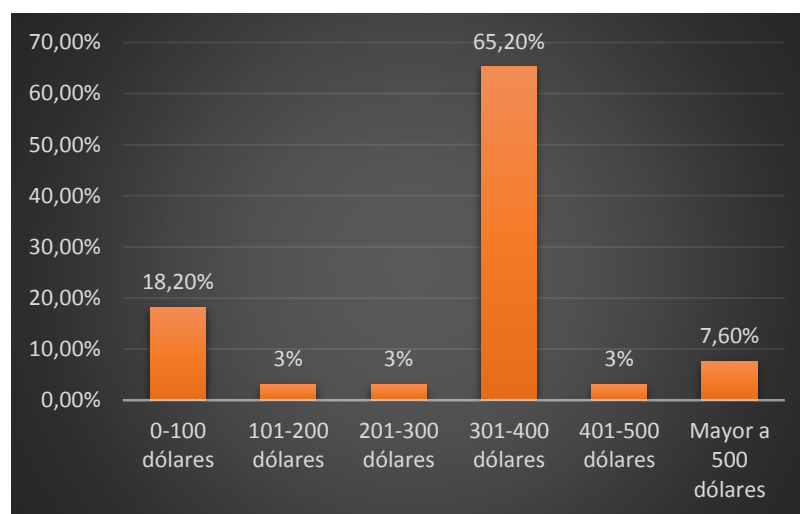
Según los datos del último censo nacional realizado en el 2010 la tenencia de vivienda en la provincia de Pichincha de un total de 727.838 hogares existe un déficit del 36.9%. En la parroquia de Cangahua podemos observar que el índice es más alto que el promedio. Con el proyecto que estamos planteando esperamos disminuir el déficit de vivienda en la parroquia.

### **Pregunta 2: ¿Cuál es su ingreso mensual?**

**Tabla 14.**

#### **Ingreso mensual**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	0-100 dólares	24	10,4	18,2	18,2
	101-200 dólares	4	1,7	3,0	21,2
	201-300 dólares	4	1,7	3,0	24,2
	301-400 dólares	86	37,4	65,2	89,4
	401-500 dólares	4	1,7	3,0	92,4
	Mayor a 500 dólares	10	4,3	7,6	100,0
	Total	132	57,4	100,0	
Perdidos	0	98	42,6		
Total		230	100,0		



**Figura 11. Ingreso mensual**

#### **Análisis ejecutivo:**

En la figura anterior podemos observar que el 65% de los encuestados tienen un ingreso mensual de 300 a 400 dólares y el 18% de los habitantes tiene un ingreso menor a 100 dólares. La falta de fuentes de empleo en la parroquia ha ocasionado que se eleven los índices de pobreza y desigualdad.

#### **Análisis comparativo:**

Según los datos del INEC en nuestro país el ingreso promedio de las familias ecuatorianas es de 829,9 dólares, frente a 809,6 dólares de gasto. En el área urbana el ingreso es 1.046,3 dólares y su gasto es de 943,2 dólares y en el área rural es de 567,1 dólares en comparación a un gasto de 526,2 dólares. En la parroquia de Cangahua el índice es menor al promedio nacional ya que el 60% de las familias percibe el sueldo básico. Este índice sería un limitante a nuestro proyecto ya que las personas no podrían acceder al bono de vivienda para poder costear el valor de las viviendas.

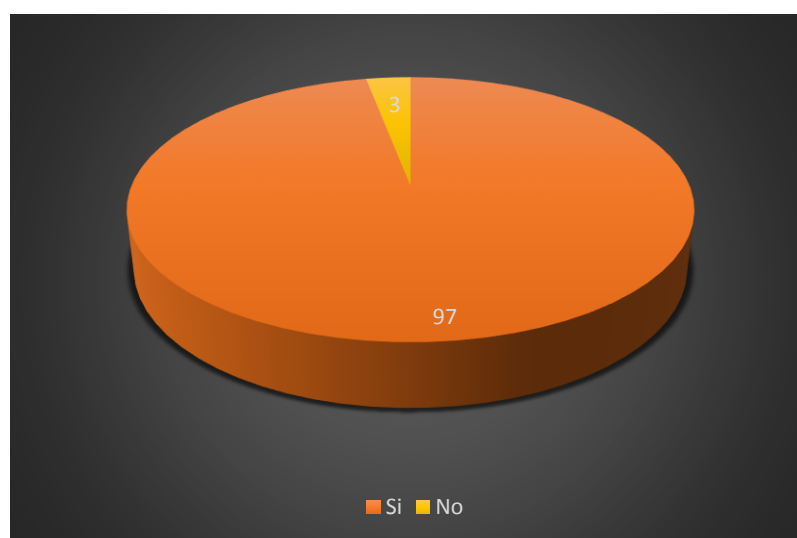
**Pregunta 3:** ¿Si tuviera la oportunidad de comprar una vivienda usted lo haría?

**Tabla 15.**

**Adquisición de vivienda**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	128	55,7	97,0	97,0
	No	4	1,7	3,0	100,0
	Total	132	57,4	100,0	
Perdidos	0	98	42,6		
Total		230	100,0		

Fuente: Investigación de campo



**Figura 12. Adquisición de vivienda**

**Análisis ejecutivo:**

El 57% de las personas encuestadas no cuentan con vivienda propia, por este motivo el 90% respondió que si estaría dispuesto a adquirir una vivienda, el 10% respondió que no.

### Análisis comparativo:

El 29 de abril del 2015, María de los Ángeles Duarte fue posicionada como Ministra de desarrollo urbano y de vivienda, la ministra hizo un llamado a los ciudadanos a no malgastar el dinero e incentivó a que ahorren para que puedan acceder a los créditos que otorga el estado. Según los datos del MIDUVI el estado ha entregado bonos de vivienda a 240 mil familias haciendo una inversión de 750 millones de dólares.

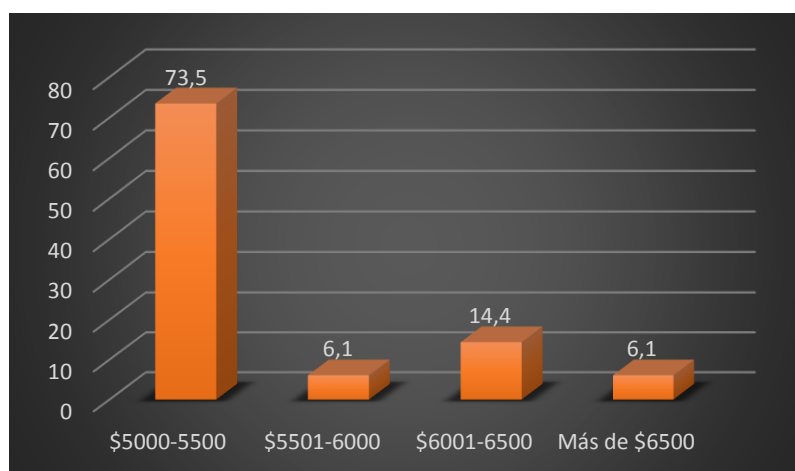
**Pregunta 4:** ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por una vivienda nueva?

**Tabla 16.**

### Precio de vivienda

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	\$5000-5500	97	42,2	73,5	73,5
	\$5501-6000	8	3,5	6,1	79,5
	\$6001-6500	19	8,3	14,4	93,9
	Más de \$6500	8	3,5	6,1	100,0
	Total	132	57,4	100,0	
Perdidos	0	98	42,6		
Total		230	100,0		

Fuente: Investigación de campo



**Figura 13. Adquisición de vivienda**

### **Análisis ejecutivo:**

El 73% de los habitantes de Cangahua estarían dispuestos a gastar por una vivienda entre \$5.000-\$5.500 dólares, el resultado obtenido en el estudio es favorable ya que en el estudio técnico que se verá en el capítulo 4 las viviendas tendrán un valor de \$7.100 dólares. Sin tomar en cuenta el Bono de vivienda las personas no gastarías más de \$5.500 por las viviendas ofertadas en el proyecto.

### **Análisis comparativo:**

El 25 de septiembre del 2014, el Ministerio de vivienda socializó con las organizaciones del sector de finanzas populares (OSFPS), en donde se dio a conocer que el Estado tiene un presupuesto de 190 millones de dólares para las personas que deseen acceder al bono.

Las líneas de financiamiento se orientan a varias modalidades de ayuda, una de ellas es construcción en terreno propio, este tipo de financiamiento se aplicara en el proyecto, ya que las personas tendrían que aportar con el terreno para poder construir la vivienda.

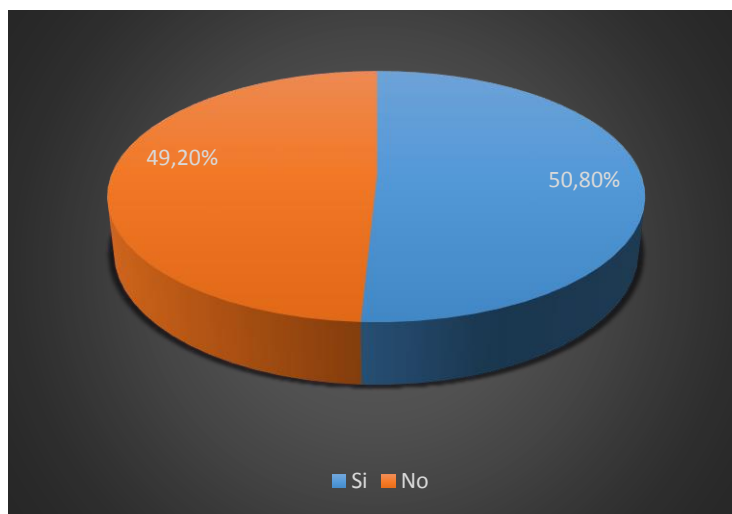
**Pregunta 5:** ¿Actualmente cuenta con un trabajo estable que le permita acceder a un crédito o bono de vivienda?

**Tabla 17.**

### **Índice de desempleo**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	67	29,1	50,8	50,8
	No	65	28,3	49,2	100,0
	Total	132	57,4	100,0	
Perdidos	0	98	42,6		
Total		230	100,0		

Fuente: Investigación de campo



**Figura 14 . Índice de desempleo**

**Análisis ejecutivo:**

El 50,8% de los habitantes de Cangahua nos indica que tiene trabajo estable y el 49.8% no cuenta con trabajo estable, esto se debe a que el 63% de las personas se dedican a la agricultura, por lo cual solo tienen contratos temporales.

**Análisis comparativo:**

Según los últimos datos publicados por el INEC el 16 de abril del 2015 la tasa de desempleo en nuestro país es del 3.84% un punto menos respecto al año anterior que fue del 4.85%. Teniendo en cuenta que la tasa de subempleo es del 13.37% y la tasa de personas que creen que su empleo es inadecuado es del 52.6% los datos obtenidos en las encuestas se aproximan a la realidad que viven las personas en nuestro país.

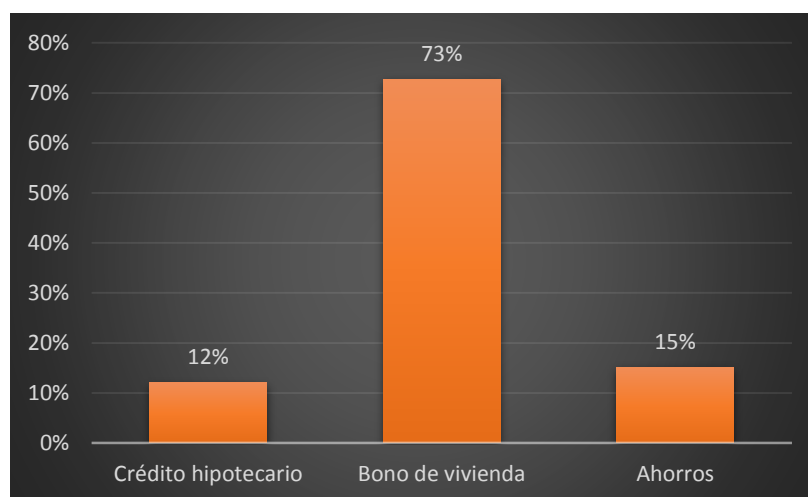
**Pregunta 6:** ¿Bajo qué circunstancias usted adquiriera una nueva vivienda?

**Tabla 18.**

**Fuente de financiamiento**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Crédito hipotecario	16	7,0	12,1	12,1
	Bono de vivienda	96	41,7	72,7	84,8
	Ahorros	20	8,7	15,2	100,0
	Total	132	57,4	100,0	
Perdidos	0	98	42,6		
Total		230	100,0		

Fuente: Investigación de campo



**Figura 15. Fuente de financiamiento**

**Análisis ejecutivo:**

El 73% de las personas encuestadas desean adquirir las viviendas mediante el crédito hipotecario, el 15% mediante ahorros y el 12% mediante un préstamo

hipotecario. El bono de vivienda es la principal fuente de financiamiento de las personas que habitan los sectores rurales de nuestro país.

### **Análisis comparativo:**

Actualmente la mayor fuente de financiamiento que prefieren los habitantes del sector rural son los bonos de vivienda, otra estrategia empleada por el estado a personas de bajos recursos es la reducción de la tasas de interés que tenían los crédito hipotecarios, la reducción es del 8.48% al 6% en viviendas que tengan el valor de hasta \$70.000 y del 10% al 4.99% con una entrada del 5%.

**Pregunta 7:** ¿Estaría dispuesto a solicitar un bono de vivienda?

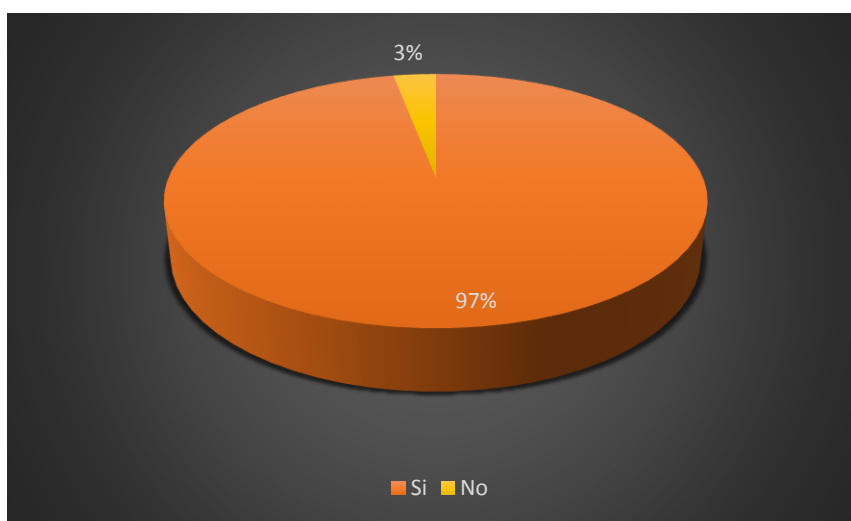
**Tabla 19.**

### **Aceptación del Bono de vivienda**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	128	55,7	97,0	97,0
	No	4	1,7	3,0	100,0
	Total	132	57,4	100,0	
Perdidos	0	98	42,6		
Total		230	100,0		

Fuente: Investigación de campo





**Figura 16. Aceptación del bono de vivienda**

**Análisis ejecutivo:**

El 97% de los encuestados estaría dispuesto a solicitar el bono de vivienda y el 3% no lo haría. Este índice es favorable para nuestro proyecto ya que facilitaría el conocimiento de la fuente de financiamiento de las personas y se agilizaría los trámites para la aprobación de las viviendas en el MIDUVI.

**Análisis comparativo:**

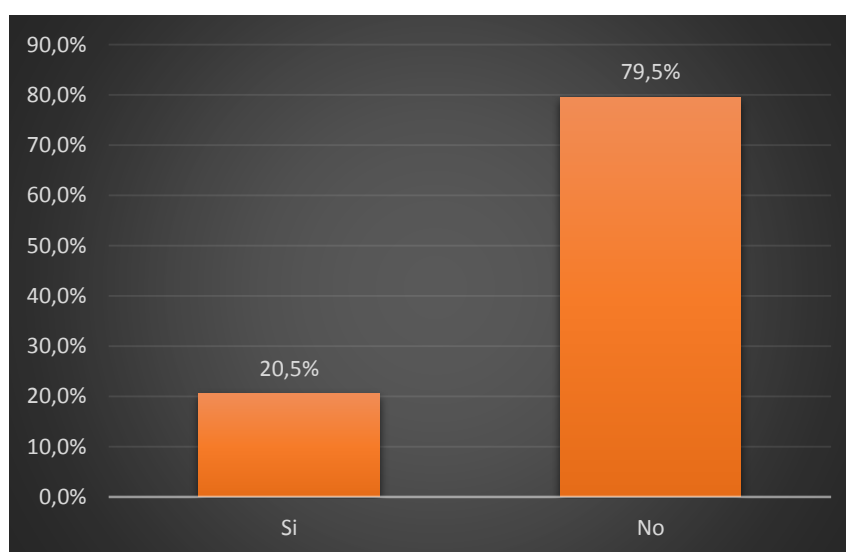
Según el economista Gonzalo Vivero, Gerente General del Banco del Pacífico con respecto a la decisión que tomó el MIDUVI en reducir el valor de las viviendas para la entrega del Bono de Vivienda de \$60.000 a \$20.000 es una estrategia de rebote para que las personas se inclinen por los préstamos hipotecarios.

**Pregunta 8:** ¿Tiene la información necesaria para tramitar el bono de vivienda o un préstamo hipotecario?

**Tabla 20.****Información de financiamiento**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	27	11,7	20,5	20,5
	No	105	45,7	79,5	100,0
	Total	132	57,4	100,0	
Perdidos	0	98	42,6		
Total		230	100,0		

Fuente: Investigación de campo

**Figura 17. Información de financiamiento****Análisis ejecutivo:**

El 79.5% de las personas no tiene el conocimiento ni la capacitación necesaria para tramitar el bono de la vivienda, podríamos concluir que este es uno de los principales motivos por el déficit de vivienda que existe en la parroquia.

Uno de los deberes que tiene la junta parroquial y las entidades gubernamentales es capacitar a los habitantes de los sectores rurales para que se beneficien del trabajo y soluciones inmobiliarias que está realizando el estado.

#### **Análisis comparativo:**

El gobierno nacional tiene destinado un total de 190 millones de dólares para entregar a personas que deseen acceder al bono de vivienda, Según la Ministra María de los Ángeles Duarte. Los esfuerzos y la inversión que está realizando el estado tendría que ser mejor socializado mediante campañas de información para que la mayor parte de la sociedad ecuatoriana acceda al bono.

Además de la construcción de vivienda, nuestro proyecto pretende brindar de asesoramiento a los habitantes de Cangahua para que puedan acceder a los bonos del Estado.

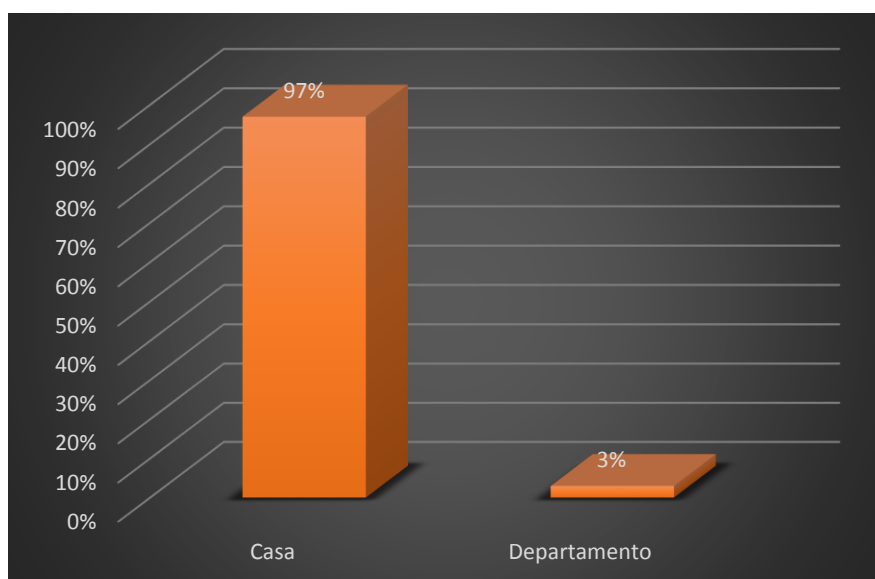
#### **Pregunta 9: ¿Qué tipo de vivienda es de su preferencia?**

**Tabla 21.**

#### **Preferencia de vivienda**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Casa	128	55,7	97,0	97,0
	Departamento	4	1,7	3,0	100,0
	Total	132	57,4	100,0	
Perdidos	0	98	42,6		
Total		230	100,0		

Fuente: Investigación de campo



**Figura 18. Preferencia de vivienda**

**Análisis comparativo:**

Los habitantes de la parroquia tienen una notable inclinación sobre una casa que un departamento, esto se debe a que en la parroquia existe suficiente espacio para construir viviendas unifamiliares.

**Análisis ejecutivo:**

Los índices nacionales indican que la preferencia de los ecuatorianos es tener una casa o villa que un departamento, según los datos del último censo nacional indican que el 70.6% de las familias tiene casa y un 11.7% departamentos.

Los datos recolectados en la encuesta son similares a la preferencia de todos los ecuatorianos. Además de ayudarnos a confirmar el tipo de vivienda que desearían las personas y no realizar una estrategia de océano azul, implementando un nuevo tipo de vivienda como los departamentos. La estrategia de implementar departamento no tendría mucha acogida por los habitantes de la parroquia de Cangahua.

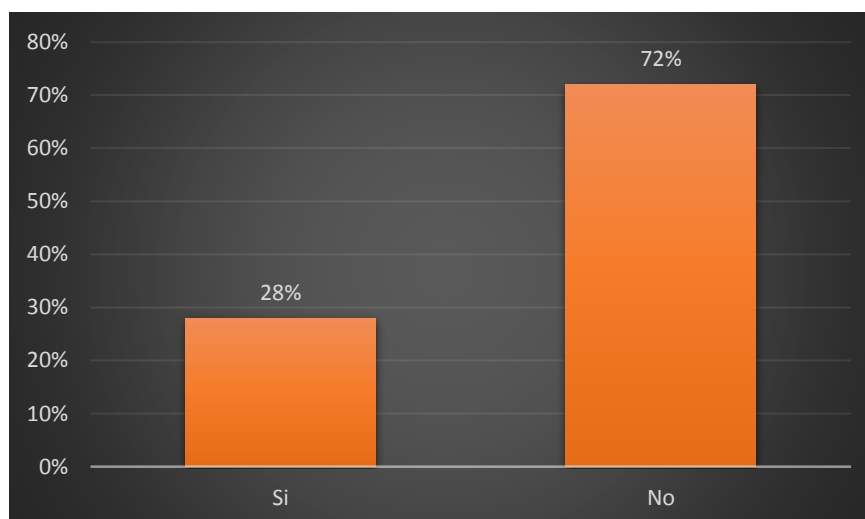
**Pregunta 10:** Considera que recibe el apoyo necesario por parte de las autoridades parroquiales para adquirir una vivienda o terreno

**Tabla 22.**

**Apoyo de las autoridades**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	37	16,1	28,0	28,0
	No	95	41,3	72,0	100,0
	Total	132	57,4	100,0	
Perdidos	0	98	42,6		
Total		230	100,0		

Fuente: Investigación de campo



**Figura 19. Apoyo de las autoridades**

### **Análisis ejecutivo:**

Durante el trabajo de campo se detectó cierto distanciamiento en los habitantes de la parroquia ya que existen subdivisiones llamadas comunidades. Estas comunidades se orientan a trabajar solo por el beneficio de la comunidad y no del Cantón. Por este motivo existe una notoria diferencia en personas que piensan que no reciben el apoyo de la junta parroquial que es el 72% y el 28% piensa que si tiene el apoyo de las autoridades.

### **Análisis comparativo:**

Lastimosamente nuestro país carece de una cultura política y un verdadero patriotismo de ciertas personas que son elegidas para defender y trabajar por el beneficio de la sociedad. Los datos difundidos por la organización gubernamental de Transparencia internacional sus siglas TI ubica a nuestro país en el puesto número 139 de 163 de los países más corruptos del mundo.

Los datos se pueden verificar en los datos recogidos en las encuestas, ya que la ayuda de la junta parroquial es aun cierto segmento de la comunidad y no a su totalidad.

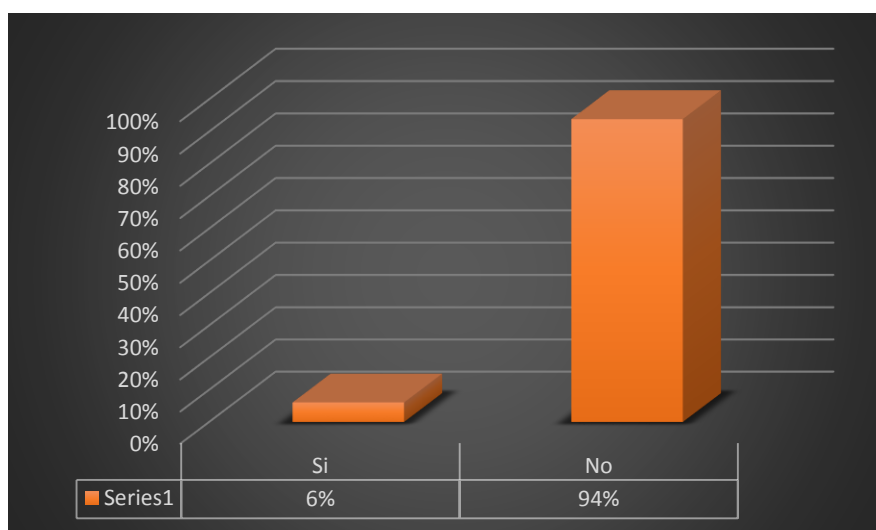
**Pregunta 11:** ¿Cree que existe suficiente oferta de vivienda en la parroquia de Cangahua?

**Tabla 23.**

#### **Oferta de Vivienda**

		Frecuencia	Porcentaj e	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	8	3,5	6,1	6,1
	No	124	53,9	93,9	100,0
	Total	132	57,4	100,0	
Perdidos	0	98	42,6		
<b>Total</b>		<b>230</b>	<b>100,0</b>		

Fuente: Investigación de campo



**Figura 20. Oferta de vivienda**

#### **Análisis ejecutivo:**

Lamentablemente las cifras recolectadas mediante las encuestas, nos indican que la oferta de viviendas en la parroquia es mínima. Podríamos concluir que es el principal limitante para que las personas tengan una vivienda propia.

#### **Análisis comparativo:**

En los últimos años el gobierno nacional junto a las entidades financieras públicas y privadas entregaron 225.000 bonos para vivienda social. Es evidente que la disminución de familias sin una vivienda propia ha ido disminuyendo en los últimos años.

Nuestro proyecto pretende ayudar a 12 familias en el año. Y servir como ejemplo a las grandes constructoras a buscar no siempre obtener rentabilidad sino a contribuir a mejorar la calidad de vida de las personas menos afortunadas del Ecuador.

### 2.10.3. Análisis bivariado

Permite analizar dos o más variables de estudio, utilizando técnicas estadísticas.

#### 2.10.3.1. ANOVA

Relación entre dos o más variables de estudio con respecto a su media.

#### Hipótesis:

***H<sub>0</sub>***: si es mayor que 0.05 se rechaza. Las variables de precio de la vivienda y fuente de financiamiento no se encuentran relacionadas entre sí.

***H<sub>1</sub>***: si es menor que 0.05 se acepta. Las variables de precio de la vivienda y fuente de financiamiento se encuentran relacionadas entre sí.

#### Tabla 24.

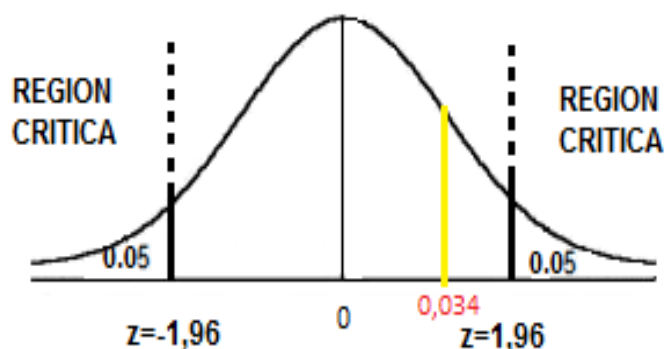
#### ANOVA 1

¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por una vivienda nueva?

Fuente de financiamiento					
	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	6,054	2	3,027	3,461	,034
Intra-grupos	112,825	129	,875		
Total	118,879	131			

**Fuente:** Investigación de campo





**Figura 21. ANOVA 1**

**Análisis ejecutivo:**

Para el análisis se consideraron las variables de precio de la vivienda con la fuente de financiamiento, en donde se puede observar que el nivel de significancia es menor a 0,05, lo que nos demuestra que ambas variables se encuentran relacionadas y tienen medidas similares por lo que se acepta la hipótesis alternativa y el estudio es viable.

**Hipótesis:**

***H<sub>0</sub>***: si es mayor que 0.05 se rechaza. Las variables ingreso mensual y precio de adquisición de la vivienda no se encuentran relacionadas entre sí.

***H<sub>1</sub>***: si es menor que 0.05 se acepta. Las variables ingreso mensual y precio de adquisición de la vivienda se encuentran relacionadas entre sí.

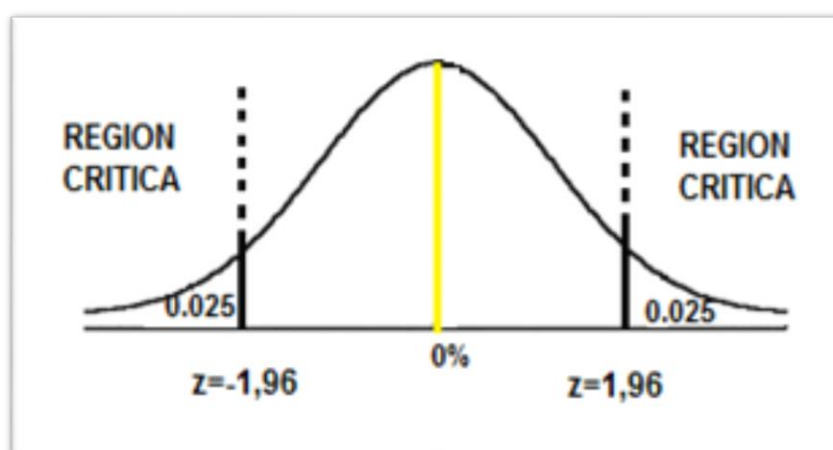
**Tabla 25.****ANOVA 2**

¿Cuál es su ingreso mensual?

Precio

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	35,013	3	11,671	6,862	,000
Intra-grupos	217,715	128	1,701		
Total	252,727	131			

**Fuente:** Investigación de campo

**Figura 22. ANOVA 2****Análisis ejecutivo:**

El análisis ANOVA se realizó tomando en consideración las variables de ingreso mensual y precio de adquisición de la vivienda, en donde se puede observar que el nivel de significancia es menor que 0,05, es decir, ambas variables se encuentran relacionadas y tienen medias similares.

Como consecuencia de lo expuesto, se acepta la hipótesis alternativa y el estudio es viable.

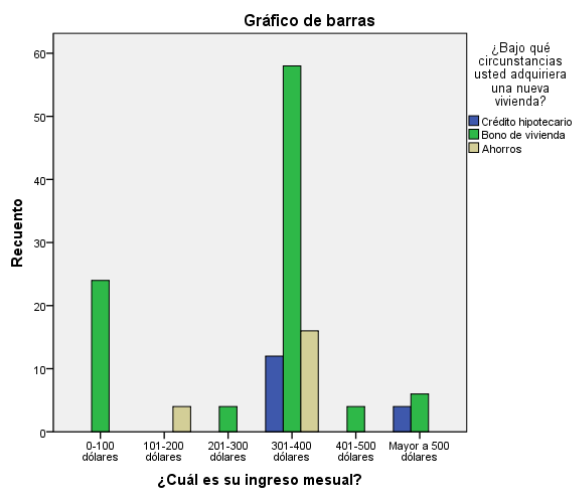
### 2.10.3.2. Cruce de variables (CROSSTAB)

**Tabla 26.**

#### **CROSSTAB**

		¿Bajo qué circunstancias usted adquiriera una nueva vivienda?			Total
		Crédito hipotecario	Bono de vivienda	Ahorros	
		0-100 dólares	0	24	
¿Cuál es su ingreso mensual?	101-200 dólares	0	0	4	4
	201-300 dólares	0	4	0	4
	301-400 dólares	12	58	16	86
	401-500 dólares	0	4	0	4
	Mayor a 500 dólares	4	6	0	10
Total	16	96	20	132	

**Fuente:** Investigación de campo



**Figura 23. CROSSTAB**

#### **Análisis ejecutivo:**

En la tabla anterior se puede apreciar la relación entre las variables del tipo de financiamiento que estarían dispuestos a solicitar los habitantes de la parroquia con su remuneración. Al realizar el cruce de variables se evidencia que el mayor contingente que 58 personas que perciben el salario básico estarían dispuestos a solicitar el bono

de vivienda, esto quiere decir que el proyecto es viable, ya que la principal fuente de financiamiento van a ser los bonos de vivienda entregados por el MIDUVI.

### 2.10.3.3. Correlación

El coeficiente de correlación ayuda a medir el grado de dependencia de dos variables de estudio.

**Tabla 27.**  
**Correlación**

		Edad	¿Qué tipo de vivienda es de su preferencia?	Cargas familiares	¿Si usted tuviera la oportunidad de comprar una vivienda usted lo haría?
Edad	Correlación de Pearson	1	,547**	,254**	,029
	Sig. (bilateral)		,000	,000	,743
	N	230	132	230	132
¿Qué tipo de vivienda es de su preferencia?	Correlación de Pearson	,547**	1	,029	-,031
	Sig. (bilateral)	,000		,738	,722
	N	132	132	132	132
Cargas familiares	Correlación de Pearson	,254**	,029	1	,405**
	Sig. (bilateral)	,000	,738		,000
	N	230	132	230	132
¿Si usted tuviera la oportunidad de comprar una vivienda usted lo haría?	Correlación de Pearson	,029	-,031	,405**	1
	Sig. (bilateral)	,743	,722	,000	
	N	132	132	132	132

**Fuente:** Investigación de campo



**Figura 24. Correlación**

#### **Análisis ejecutivo:**

Como se puede observar en la tabla anterior, existe una asociación media de 0,547 entre las variables de edad y el tipo de vivienda, es decir, tienen una asociación directamente proporcional.

De igual manera, existe una asociación media de 0,405 entre la adquisición de una vivienda y las cargas familiares, es decir que los valores entre ellas varían en forma paralela.

#### **2.10.3.4. Chi cuadrado**

Este análisis sirve para determinar la relación de los datos observados frente a los esperados.

#### **Hipótesis:**

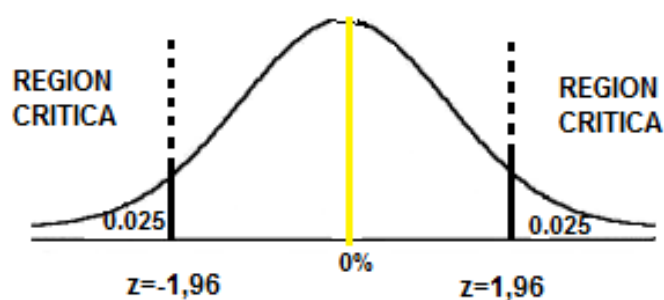
***H<sub>0</sub>***: Las variables de salario, precio de la vivienda y financiamiento, son independientes entre sí.

***H<sub>1</sub>***: Las variables de salario, precio de la vivienda y financiamiento, están relacionadas entre sí.

**Tabla 28.****Chi cuadrado**

	¿Cuál es su ingreso mensual?	¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por una vivienda nueva?	¿Bajo qué circunstancias usted adquiriría una nueva vivienda?
Chi-cuadrado	237,091 <sup>a</sup>	167,939 <sup>b</sup>	92,364 <sup>c</sup>
gl	5	3	2
Sig. asintót.	,000	,000	,000

Fuente: Investigación de campo

**Figura 25. Chi cuadrado****Análisis ejecutivo:**

En el análisis realizado se puede observar que las variables de estudio se relacionan y se asocian, consecuentemente se acepta la hipótesis alternativa por lo que el proyecto es viable.

**2.11. Análisis de la oferta**

La oferta es la cantidad de bienes y servicios que los fabricantes o productores están dispuestos a vender en el mercado a un precio determinado.

### 2.11.1. Clasificación de la oferta

#### Cuadro 6.

#### Clasificación de la oferta

Clasificación	Definición
<i>Competitiva o de mercado libre</i>	En este tipo de oferta existe una libre competencia dado que existe gran cantidad de productores de un mismo artículo.
<i>Oligopólica</i>	Existen pocos productores de un mismo artículo y son quienes dominan el mercado
<i>Monopólica</i>	Existe un solo producto y es quien impone el precio y la cantidad producida

**Fuente:** (Baca Urbina, 1998)

La oferta inmobiliaria en nuestro país tiene una clasificación de Competitiva o de mercado libre ya que existe una cantidad significativa de constructoras que se dedican a la construcción y comercialización de vivienda con fines de lucro. En el caso de nuestra empresa existe una oferta oligopólica por parte del MIDUVI ya que es la única entidad que se dedica a comercializar vivienda popular a bajos costos.

Además existen empresas monopólicas que se dedican a realizar viviendas populares aprovechando las nuevas estrategias del estado, en donde comercializan casas hasta \$60.000 para ser beneficiarias de la rebaja de tasas de interés en los créditos hipotecarios.

### 2.11.2. Factores que afectan a la oferta

- ✓ Existencia de bienes sustitutos

La existencia de este tipo de bienes aumenta el riesgo de una disminución en la venta del producto que una persona ofrece, debido a que habrá otros productores o fabricantes que producen el mismo bien o con características similares.

✓ Disponibilidad de recursos

Cuando una empresa tiene mayor disponibilidad de recursos como mano de obra, capital, tecnología y recursos naturales, tendrá una mayor oferta de su producto.

✓ Competencia

La oferta tiende a disminuir a medida que existan más empresas que oferten el mismo bien o sustitutos.

En el caso de la vivienda social la existencia de bienes sustitutos son las medias aguas y las chosas, en los últimos años la gente ha cambiado sus costumbres por construir su vivienda.

La disponibilidad de recursos es otro factor que puede interrumpir y elevar los costos de la construcción de vivienda, a pesar que las políticas del estado son enfocadas a cuidar los intereses de los ciudadanos, el sector inmobiliario se ha visto seriamente afectado ya que productos como el acero, aluminio, cables de luz han tenido un incremento en el precio por no ser fabricados en el Ecuador ante las medidas de precautelar la balanza comercial.

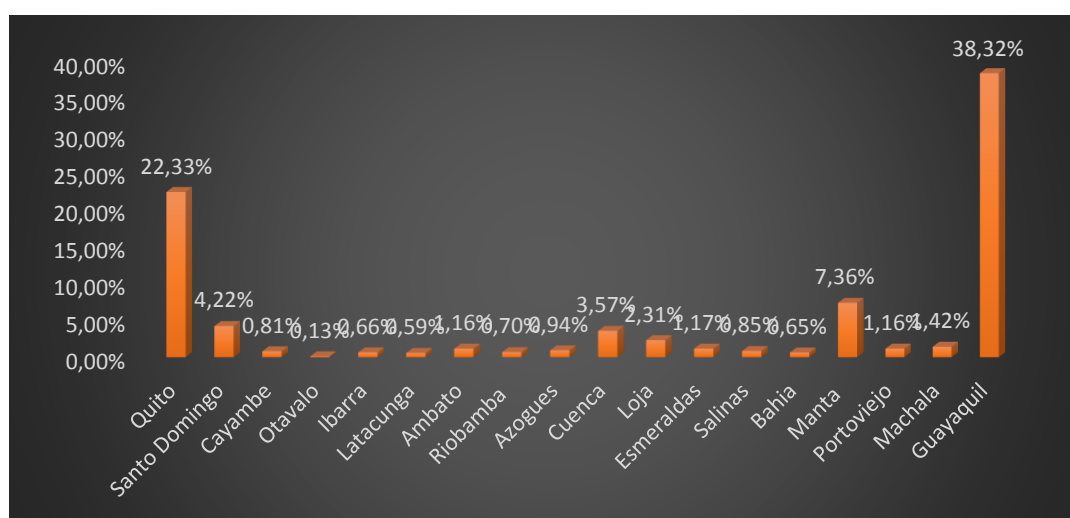
La competencia es otro factor primordial que puede afectar los objetivos de la empresa, ya que al ser una empresa nueva en el mercado no se ha ganado la confianza de las personas ante su competencia directa que es el MIDUVI. Ante esta debilidad el déficit de vivienda en la parroquia de Cangahua no va ser un impedimento.



### 2.11.3. Oferta de unidades de vivienda

Según market watch la política estatal de vivienda consiste en crear un fondo de préstamos para promotores y clientes a través de BEV, MIDUVI, Banco del Pacífico, y un programa de créditos hipotecarios a través de BIESS, ha ocasionado un boom del sector inmobiliario. Tanto es así que incluso ciertos sectores se han empezado a cuestionar si se está formando una burbuja de precios que luego tendría irremediablemente que colapsar. Un estudio del Centro de Investigaciones Económicas de la ESPOL, señala que cuando se hace la revisión de los incrementos de precios en las viviendas, se obtiene que el 88% de la variación presentada en la serie de precios de viviendas es explicado por los fundamentales planteados, es decir son explicados por 4 variables determinantes de los precios como son la “tasa de interés activa, el nivel de actividad económica, el índice de precios de la construcción de viviendas unifamiliares, y los salarios promedios en el sector de la construcción”, y por lo tanto no son el resultado de maniobras especulativas, ni tampoco de burbujas de precios.

En el siguiente grafico podemos observar la oferta de unidades de vivienda, según los datos de Market Watch en nuestro país en el 2011 en nuestro país existían 1.011 proyectos generando una oferta total de 86.190 unidades de vivienda.



**Figura 26. Oferta de Unidades de vivienda**

**Fuente:** Market Watch, visión inmobiliaria

Como podemos observar en la figura anterior, la mayor concentración de oferta de vivienda se encuentra en Quito y Guayaquil. La reapertura de los créditos hipotecarios y Bonos de la vivienda ha reactivado la economía en el sector inmobiliario.

#### 2.11.4. Proyección de la oferta

Para la proyección de la oferta se tomará en cuenta la tasa de crecimiento del PIB en la construcción en nuestro país, que para el tercer trimestre del año anterior fue del 4.00% según el banco central y se utilizará la siguiente fórmula.

$$Op = Oa(1 + i)^n$$

En donde:

Op = oferta proyectada

Oa = oferta actual

i = tasa de crecimiento

n = periodo

La proyección de la oferta para los siguientes cinco años es la siguiente:

**Tabla 29.**

#### Proyección de la oferta

Ciudad	Oferta actual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Guayaquil	33031	34352	37155	41794	48893	59486
Quito	19244	20013	21646	24349	28485	34657
Manta	6344	6597	7136	8027	9390	11424
Santo Domingo	3637	3783	4091	4602	5384	6550
Cuenca	3078	3201	3462	3894	4556	5543

CONTINUA 

Loja	1988	2068	2237	2516	2943	3581
Machala	1224	1273	1377	1549	1812	2204
Esmeraldas	1004	1044	1129	1271	1486	1808
Ambato	1003	1043	1129	1269	1485	1807
Portoviejo	1002	1042	1128	1268	1484	1805
Azogues	810	843	911	1025	1199	1459
Salinas	733	762	824	927	1084	1319
<b>Cayambe</b>	<b>698</b>	<b>726</b>	<b>785</b>	<b>883</b>	<b>1033</b>	<b>1257</b>
Riobamba	602	626	677	761	891	1083
Ibarra	569	592	640	720	842	1024
NACIONAL	86142	89588	96898	108997	127511	155137

Elaborado por: Marcelo Coloma

## 2.12. Análisis de la demanda

Se entiende por demanda, aquellas cantidades de un determinado bien o servicio, que una población o demandante solicite o requiera para la satisfacción de sus necesidades.

### 2.12.1. Clasificación de la demanda

Según los autores del libro “Gestión de stocks de demanda independiente”, la demanda se puede clasificar en:

#### Cuadro 7.

#### Clasificación de la demanda

Clasificación	Definición
<b>Estable, con tendencia y con estacionalidad</b>	<b>Demanda estable.-</b> Es aquella cuya media no sufre variaciones significativas en el período considerado.
	<b>Demanda con tendencia.-</b> El valor de su media va creciendo o decreciendo con el tiempo.
	<b>Demanda con estacionalidad.-</b> La media sufre variaciones significativas dentro del período de observación que coincide siempre con las mismas fechas.
<b>De movimiento lento y rápido</b>	<b>Demanda de movimiento lento.-</b> Demanda asociada a productos con frecuencia de solicitud muy baja.
	<b>Demanda de movimiento rápido.-</b> Asociada a productos que se compran habitualmente.

CONTINUA



<b>Dependiente o independiente</b>	<b>Demanda dependiente.-</b> Productos cuya cantidad es el resultado de definir niveles de compra o fabricación.
	<b>Demanda independiente.-</b> Está limitada por las decisiones de los clientes que no pueden ser anticipadas.
<b>Discreta y continua</b>	<b>Demanda discreta.-</b> Está representada por períodos de tiempo en los cuales el stock no es relevante.
	<b>Demanda continua.-</b> Se prevé como una función continua a lo largo del tiempo.

**Fuente:** (García Sabater, Cardós Carboneras, Albarracín Guíllerm, & García Sabater, 2004)

En nuestro país la mayor cantidad de personas adquiere las viviendas con financiamiento, como el crédito hipotecario o el bono de la vivienda. En los años anteriores los créditos estuvieron congelados por las crisis que vivió nuestro país después del feriado bancario. Por este motivo la demanda de vivienda la clasificaríamos en una demanda con tendencia ya que su media va creciendo y decreciendo en el tiempo.

### 2.12.2. Factores que afectan a la demanda

Los factores que ocasionan que la demanda varíe se denominan determinantes de demanda, entre ellos se puede citar:

- Gustos y preferencias

Se trata de una determinante no basada en el precio que relaciona las preferencias y aversiones de los consumidores por distintos bienes y servicios. Estas preferencias a su vez, se ven afectadas por otros factores como la publicidad y promociones realizadas.

- Ingreso

Cuando los ingresos de las personas se incrementan es razonable esperar que su demanda por un producto se eleve, es así que los consumidores tienden

a requerir más cantidad de un producto cuando su nivel monetario ha mejorado con respecto al anterior.

- Expectativas futuras

Si un número de compradores esperan que el precio de un bien o servicio se eleve en el futuro, podría ocasionar que la demanda actual se eleve y existan más ventas que las habituales de un determinado producto.

- Precios de productos similares

La mayoría de las ocasiones, antes de realizar la compra, el consumidor realiza un comparativo entre el precio del producto en venta en dos o más lugares, para escoger el que sea más conveniente. Este factor es determinante para que un cliente o varios, demanden el producto ofertado.

Los factores que afectan a la demanda sin duda son los ingresos de las personas, la mayor parte de ellas cuando acumulan una cierta cantidad de dinero o sus ingresos aumentan, adquieren un activo fijo como un terreno o una casa terminada. Además las entidades financieras dependiendo de la capacidad de endeudamiento de las personas entregan el crédito hipotecario que es utilizado para la adquisición de una vivienda o terreno.

### **2.12.3. Demanda actual de vivienda en el cantón y proyección de la demanda**

Para la proyección de la oferta se tomará en cuenta la tasa de crecimiento del PIB en la construcción en nuestro país, que para el tercer trimestre del año anterior fue del 4.00% según el banco central y se utilizará la siguiente fórmula.

$$Dp = Da(1 + i)^n$$

En donde:

Dp = Demanda proyectada

Da = Demanda actual

i = tasa de crecimiento

n = periodo

La proyección de la oferta para los siguientes cinco años es la siguiente:

**Tabla 30.**

**Proyección de la demanda**

Estado	Demanda actual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<i>Nacional</i>	1372689	1427597	1484700	1544088	1605852	1670086
<i>Pichincha</i>	281600	292864	304579	316762	329432	342609
<i>Cayambe</i>	4778	4969	5168	5375	5590	5813
<i>Cangahua</i>	1121	1166	1212	1261	1311	1364

**Elaborado por:** Marcelo Coloma

**2.12.4. Determinación de la demanda insatisfecha**

La demanda insatisfecha está determinada por la diferencia entre la demanda y la oferta y se refiere a aquella porción de mercado que no ha satisfecho sus necesidades por falta de un bien o servicio que las cubra totalmente.

A continuación se muestra la demanda insatisfecha de vivienda:

**Tabla 31.**

**Demanda insatisfecha Nacional**

<i>Años</i>	Demanda proyectada (TM)	Oferta proyectada (TM)	Demanda insatisfecha (TM)
1	1427597	89587	1338010
2	1484700	96898	1387802
3	1544088	108997	1435091
4	1605852	127511	1478341
5	1670086	155136	1514950

**Elaborado por:** Marcelo Coloma

**Tabla 32.**

**Demanda insatisfecha en Cayambe**

<i>Años</i>	Demanda proyectada (TM)	Oferta proyectada (TM)	Demanda insatisfecha (TM)
1	4969	726	4243
2	5168	785	4383
3	5375	883	4492
4	5590	1033	4557
5	5813	1257	4556

**Elaborado por:** Marcelo Coloma

Como se puede observar en las tablas anteriores existe demanda insatisfecha a nivel nacional y el Cantón Cayambe, la cual va aumentando anualmente, por lo tanto el proyecto de construcción y comercialización de vivienda social en la parroquia de Cangahua cantón Cayambe resulta viable ya que contribuirá para mejorar el estilo de vida de las personas y reducir el índice de personas sin vivienda en nuestro país.

## **CAPITULO 3**

### **ESTUDIO TÉCNICO**

#### **3.1. Identificación del servicio**

Se comercializaran 12 viviendas anuales de una planta las cuales serán de 6 metros de largo por 6 metros de ancho con área total de 36 metros cuadrados cumpliendo las normas NEC (Normas ecuatorianas de construcción).

Los materiales que se emplearan serán tradicionales como la madera, piedra y ladrillo artesanal de la zona lo que bajara los costos de los materiales y existirá un beneficio mutuo con los proveedores de materiales de la parroquia.

En la planta baja se construirá la sala, comedor, cocina, 2 dormitorios y un baño.

La Fachada cuenta con paredes de ladrillo visto, planchas de asbesto con estructura metálica y una cubierta de zinc.

#### **3.2. Características del servicio**

Además de la construcción del proyecto de vivienda, la empresa se dedicara a comercializar las 6 viviendas lo que permitirá reducir el costo de venta ya que no se contratara a una inmobiliaria para que venda las casas.



### **3.2.1. Servicios sustitutos y/o complementarios**

El servicio sustituto de las casas son los departamentos, las constructoras para optimizar el espacio y los costos de materiales deciden construir edificios y dividirlos en departamentos.

### **3.3. Tamaño del proyecto**

Es un análisis que se realiza con la finalidad de conocer los recursos disponibles para cumplir las NEC (Normas ecuatorianas de construcción).

#### **3.3.1. Factores determinantes del tamaño del proyecto**

##### **3.3.1.1. Disponibilidad de recursos financieros**

Los recursos financieros que se pueden emplear en un proyecto suelen ser propios y mediante fuentes de financiamiento. Razón por la cual se debe verificar que el tamaño del proyecto sea factible de financiamiento y ejecución, en donde se presenten costos menores que los rendimientos de la empresa.

Existen varias entidades financieras tanto públicas como privadas que entregan planes de financiamiento con fines sociales para viviendas. Según market watch la política estatal de vivienda consiste en crear un fondo de préstamos para promotores y clientes a través de BEV, MIDUVI, Banco del Pacífico, y un programa de créditos hipotecarios a través de BIESS.

##### **3.3.1.2. Disponibilidad de mano de obra**

Para la construcción de una vivienda 36 metros cuadrados se necesita un equipo de trabajo conformado por un maestro albañil y un maestro ayudante. Bajo la supervisión de un ingeniero o arquitecto para que verifique el cumplimiento de los planos arquitectónicos y de apoyo técnico a los trabajadores.

### 3.3.1.3. Disponibilidad de materiales e insumos

Son todos aquellos materiales e insumos necesarios para la operatividad eficiente de la empresa entre los cuales tenemos:

- Rubros
- Bienes muebles e inmuebles, equipos, muebles y enseres
- Tecnología

En la siguiente tabla se detallan los rubros y el análisis de precios lo que permitirá calcular el precio de las viviendas.

**Tabla 33.**

#### Análisis del precio de la vivienda

ITEM	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANT	Costo Directo	Costo Total Materiales	Costo Indirecto	Costo Total Indirecto	COSTO TOTAL
PRELIMINARES								
1	LIMPIEZA MANUAL DEL TERRENO	M2	36	\$ 1,08	\$ 38,88	\$ 0,16	\$ 5,76	\$ 44,64
2	REPLANTEO Y NIVELACION	M2	36	\$ 1,29	\$ 46,44	\$ 0,19	\$ 6,84	\$ 53,28
3	EXCAVACION PLINTOS Y CIMINETOS	M3	3,24	\$ 7,67	\$ 24,85	\$ 1,15	\$ 3,73	\$ 28,58
4	DESALOJO MANUAL DE MATERIAL	M3	3,24	\$ 4,65	\$ 15,07	\$ 0,70	\$ 2,27	\$ 17,33
5	RELLENO COMPACTADO	M3	2,16	\$ 6,05	\$ 13,07	\$ 0,91	\$ 1,97	\$ 15,03
ESTRUCTURA DE HORMIGON ARMADO								
6	REPLANTILLO H.S 180 KG/CM2	M3	0,2	\$ 101,17	\$ 20,23	\$ 16,68	\$ 3,34	\$ 23,57
7	PLINTOS HORMIGON fc= 180 KG/CM2	M3	0	\$ 110,97	\$ 0,00	\$ 16,95	\$ 0,00	\$ 0,00
8	PLINTOS HORMIGON fc= 210 KG/CM2	M3	0,486	\$ 137,76	\$ 66,95	\$ 20,68	\$ 10,05	\$ 77,00
9	CIMIENTO DE MAMPOSTERIA DE PIEDRA	M3	1,944	\$ 60,19	\$ 117,01	\$ 9,03	\$ 17,55	\$ 134,56
10	HORMIGON EN CADENAS fc= 210 KG/CM2	M3	0,81	\$ 233,94	\$ 189,49	\$ 35,09	\$ 28,42	\$ 217,91

CONTINUA 

11	HORMIGON EN COLUMNAS fc= 210 KG/CM2	M3	0,576	\$ 236,77	\$ 136,38	\$ 35,52	\$ 20,46	\$ 156,84
12	HORMIGON EN VIGAS fc= 210 KG/CM2	M3	1,17	\$ 305,01	\$ 356,86	\$ 45,75	\$ 53,53	\$ 410,39
13	HORMIGON EN RIOSTRAS fc= 210 KG/CM2	M3	0,117	\$ 204,28	\$ 23,90	\$ 30,64	\$ 3,58	\$ 27,49
14	HORMIGON EN DINTELES fc= 210 KG/CM2	U	4	\$ 10,50	\$ 42,00	\$ 1,58	\$ 6,32	\$ 48,32
15	ESCALERILLA DE 2 D= 7mm ESTRIBO D= 4mm A 15	ML	1	\$ 3,83	\$ 3,83	\$ 0,57	\$ 0,57	\$ 4,40
16	ACERO DE REFUERZO Fy= 4200 Kg/cm2	KG	200	\$ 1,98	\$ 396,00	\$ 0,30	\$ 60,00	\$ 456,00
17	HORMIGON EN LOSA fc= 210 kg/cm2	M3	0,466	\$ 38,14	\$ 17,77	\$ 5,72	\$ 2,67	\$ 20,44
MAMPOSTERIA								
18	MAMPOSTERIA DE BLOQUE E= 15 CM	M2	36	\$ 12,67	\$ 456,12	\$ 1,90	\$ 68,40	\$ 524,52
19	MAMPOSTERIA DE BLOQUE E= 10 CM	M2	12	\$ 11,74	\$ 140,88	\$ 1,76	\$ 21,12	\$ 162,00
20	FUNDIDO DE MESON DE COCINA E= 8 CM	M	1	\$ 31,31	\$ 31,31	\$ 4,70	\$ 4,70	\$ 36,01
21	BORDILLO DE TINA DE BAÑO ALTO= 20 CM	M	1	\$ 6,14	\$ 6,14	\$ 0,92	\$ 0,92	\$ 7,06
ENLUCIDOS								
22	ENLUCIDO FAJAS	M	1	\$ 1,96	\$ 1,96	\$ 0,29	\$ 0,29	\$ 2,25
23	ENLUCIDO VERTICAL INTERIOR mortero 1:5; e=1,5 cm. Inc. Andamios	M2	36	\$ 5,96	\$ 214,56	\$ 0,89	\$ 32,04	\$ 246,60
24	ENLUCIDO VERTICAL EXTERIOR mortero 1:5; e=1,5 cm. Inc. Andamios	M2	24	\$ 8,08	\$ 193,92	\$ 1,21	\$ 29,04	\$ 222,96
25	ENLUCIDO HORIZONTAL mortero 1:5; e=1,5 cm. Inc. Andamios	M2	0,328	\$ 7,34	\$ 2,41	\$ 1,10	\$ 0,36	\$ 2,77
26	ENLUCIDO MEDIA CAÑA	ML	0,26	\$ 2,05	\$ 0,53	\$ 0,31	\$ 0,08	\$ 0,61
27	MASILLADO Y ALISADO DE PISO	M2	36	\$ 5,08	\$ 182,88	\$ 0,76	\$ 27,36	\$ 210,24
28	MASILLADO DE LOSA CON IMPERMIABILIZANTE	M2	0	\$ 8,40	\$ 0,00	\$ 1,26	\$ 0,00	\$ 0,00
29	CERAMICA DE PARED DE BAÑO-COCINA	M2	5	\$ 16,97	\$ 84,85	\$ 2,55	\$ 12,75	\$ 97,60
30	REVOCADADO DE MAMPOSTERIA	M2	0	\$ 1,80	\$ 0,00	\$ 0,27	\$ 0,00	\$ 0,00
31	ENLUCIDO FILO DE VENTANAS	M	20	\$ 3,46	\$ 69,20	\$ 0,52	\$ 10,40	\$ 79,60

CONTINUA 

PISOS								
32	CONTRAPISO H.S. 180 KG/CM2	M2	42,25	\$ 14,00	\$ 591,50	\$ 2,70	\$ 114,08	\$ 705,58
33	ACERA FRONTAL H.S. 180 KG/CM2	M2	0	\$ 14,63	\$ 0,00	\$ 2,19	\$ 0,00	\$ 0,00
34	CERAMICA DE PISO BAÑO	M2	3,64	\$ 16,97	\$ 61,77	\$ 2,55	\$ 9,28	\$ 71,05
CARPINTERIA/HIERRO/MADERA								
35	CERRADURA LLAVE- LLAVE (TIPO TRAVEX)	U	2	\$ 31,36	\$ 62,72	\$ 4,70	\$ 9,40	\$ 72,12
36	CERRADURA LLAVE- SEGURO	U	2	\$ 15,70	\$ 31,40	\$ 2,36	\$ 4,72	\$ 36,12
37	CERRADURA BAÑO	U	1	\$ 15,70	\$ 15,70	\$ 2,36	\$ 2,36	\$ 18,06
38	PUERTA HIERRO Y TOL CON VIDRIO CAT. 90*2,00 Y PROT.	U	2	\$ 160,63	\$ 321,26	\$ 24,03	\$ 48,06	\$ 369,32
39	PUERTA PANELADA DE 0,60*2,00 M	U	1	\$ 97,11	\$ 97,11	\$ 14,57	\$ 14,57	\$ 111,68
40	PUERTA PANELADA DE 0,70*2,00 M	U	2	\$ 97,05	\$ 194,10	\$ 14,56	\$ 29,12	\$ 223,22
41	VENTANA DE HIERRO CON PROTECCION	M2	7	\$ 59,28	\$ 414,96	\$ 8,89	\$ 62,23	\$ 477,19
42	VIDRIO CLARO 4MM	M2	5,4	\$ 17,25	\$ 93,15	\$ 2,59	\$ 13,99	\$ 107,14
43	VIDRIO CATEDRAL	M2	1,6	\$ 19,02	\$ 30,43	\$ 2,85	\$ 4,56	\$ 34,99
CUBIERTAS								
44	CUBIERTA DE GALVALUME SOBRE CORREAS METALICAS	M2	50	\$ 12,26	\$ 613,00	\$ 1,84	\$ 92,00	\$ 705,00
45	CORCHADO DE ONDAS	ML	1	\$ 6,88	\$ 6,88	\$ 1,03	\$ 1,03	\$ 7,91
INSTALACIONES DE AGUA POTABLE								
46	AGUA FRIA PVC U/R 1/2"	PTO	5	\$ 14,99	\$ 74,95	\$ 2,25	\$ 11,25	\$ 86,20
47	TUBERIA PVC U/R DE 1/2"	ML	20	\$ 3,25	\$ 65,00	\$ 0,49	\$ 9,80	\$ 74,80
APARATOS SANITARIOS								
48	DUCHA SENCILLA CROMADA INCLUYE LLAVE DE CAMPANOLA	U	1	\$ 28,25	\$ 28,25	\$ 4,24	\$ 4,24	\$ 32,49
49	INDODORO TANQUE BAJO CON ACCESORIOS (BLANCO-TIPO FV)	U	1	\$ 98,29	\$ 98,29	\$ 14,74	\$ 14,74	\$ 113,03
50	LAVAMANOS CON GRIFERIA CON ACCESORIOS (BLANCO-TIPO FV)	U	1	\$ 64,22	\$ 64,22	\$ 9,63	\$ 9,63	\$ 73,85
51	FREGADERO UN POZO ACERO INOXIDABLE- GRIFERIA-ACCESO	U	1	\$ 98,33	\$ 98,33	\$ 14,75	\$ 14,75	\$ 113,08

CONTINUA 

## INSTALACIONES SANITARIAS

52	TUBERIA PVC 110 mm	ML	1	\$ 10,21	\$ 10,21	\$ 1,53	\$ 1,53	\$ 11,74
53	TUBERIA PVC 75 mm	ML	1	\$ 8,75	\$ 8,75	\$ 1,31	\$ 1,31	\$ 10,06
54	TUBERIA PVC 50 mm	ML	1	\$ 4,19	\$ 4,19	\$ 0,63	\$ 0,63	\$ 4,82
55	CANALIZACION PVC 110 mm	PTO	1	\$ 22,84	\$ 22,84	\$ 3,43	\$ 3,43	\$ 26,27
56	CANALIZACION PVC 75 mm	PTO	1	\$ 16,85	\$ 16,85	\$ 2,53	\$ 2,53	\$ 19,38
57	CANALIZACION PVC 50 mm	PTO	1	\$ 14,62	\$ 14,62	\$ 2,19	\$ 2,19	\$ 16,81
58	CAJA DE REVISION DE UNIFAMILIAR 0,60*0,60*0,60 M	U	1	\$ 79,36	\$ 79,36	\$ 11,90	\$ 11,90	\$ 91,26
59	REJILLA INTERIOR DE PISO 50 mm	U	1	\$ 4,82	\$ 4,82	\$ 0,72	\$ 0,72	\$ 5,54
INSTALACIONES ELECTRICAS								
60	TABLERO DE CONTROL 3 DISYUNTORES	U	1	\$ 64,42	\$ 64,42	\$ 9,66	\$ 9,66	\$ 74,08
61	ACOMETIDA ENERGIA ELECTRICA UNIFAMILIAR	U	1	\$ 10,05	\$ 10,05	\$ 1,51	\$ 1,51	\$ 11,56
62	ILUMINACION CONDUCTOR N°14	PTO	1	\$ 19,90	\$ 19,90	\$ 2,99	\$ 2,99	\$ 22,89
63	TOMACORRIENTE DOBLE CONDUCTOR N°12	PTO	5	\$ 2,00	\$ 10,00	\$ 1,50	\$ 7,50	\$ 17,50
64	ACOMETIDA ESPECIAL (DUCHA O COCINA) CONDUCTOR N°10	PTO	1	\$ 32,60	\$ 32,60	\$ 4,89	\$ 4,89	\$ 37,49

**Total \$7.110,23458**

**Elaborado por:** Marcelo Coloma

### Detalle de inversiones:

#### Bienes inmuebles

La empresa se va dedicar a la construcción y comercialización de viviendas con la condición que la persona beneficiada aporte con el terreno. Esto permitirá que el costo de la vivienda sea accesible. Por lo tanto el costo de bienes inmuebles no se incluirá en el presupuesto.

### **Vehículos**

Se necesitara adquirir una camioneta que permita la movilización del personal técnico, materiales y fiscalización del proyecto. Se adquirirá una camioneta marca Chevrolet Luv-Dmax que tendrá un costo de \$25.000

### **Muebles y enseres**

Para las oficinas del personal directivo y administrativo se necesitarán muebles para atención del cliente, proveedores y actividades de oficina. Se asignara un presupuesto de \$4.000 para la adquisición de muebles y enseres.

### **Maquinaria y equipo**

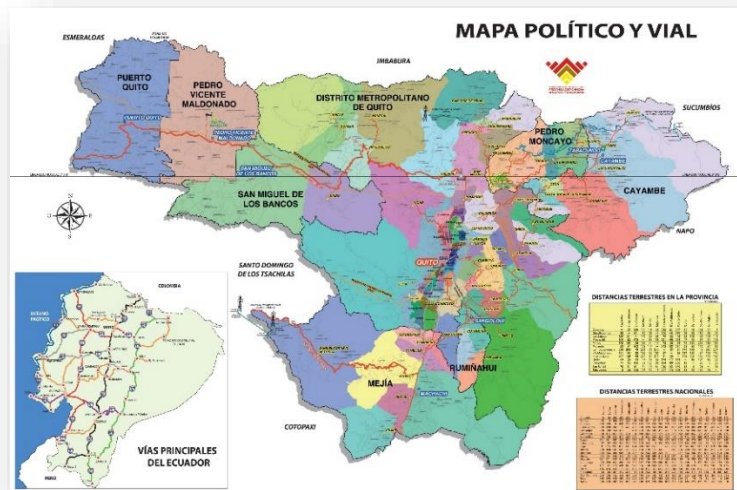
La maquinaria que se adquirirá servirá como apoyo al personal técnico al momento de construir una vivienda para optimizar recursos y tiempo. Se necesitara una concretera que tiene un valor comercial de \$2.500, un vibrador de hormigón marca Briggs cuyo valor comercial es de \$750, un compactador marca honda de \$2.500 y un rompedor DeWalt de \$4.000. Además se asignó un presupuesto de \$250 a herramienta menor. El presupuesto para maquinaria y equipo será de \$10.000

## **3.4. Localización del proyecto**

La localización del proyecto es un factor muy importante ya que es necesario analizar al detalle todas las variables que implica crear una empresa en un determinado lugar, como son la facilidad de acceso, cercanía a recursos necesarios para el funcionamiento y que sea apropiado para que el cliente pueda acudir sin percances.

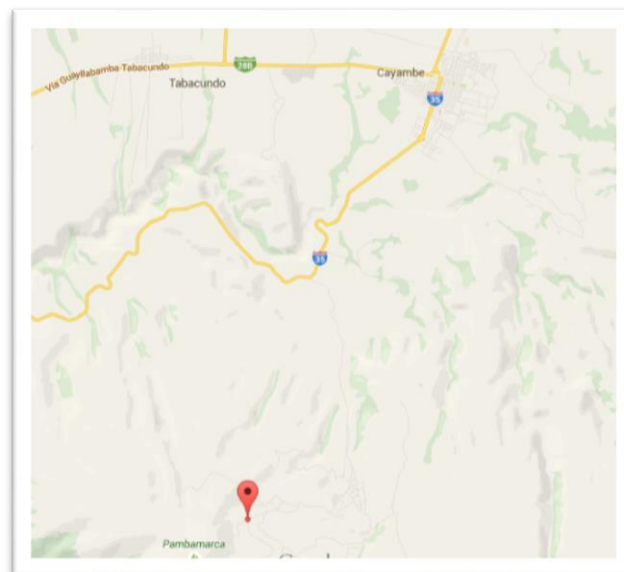
### 3.4.1. Macro localización

El proyecto de construcción y comercialización de vivienda está ubicado en la provincia de Pichincha, cantón Cayambe.



**Figura 27. Mapa Político de Pichincha**

Fuente: Concejo Provincial de Pichincha



**Figura 28. Macro localización del proyecto**

Fuente: Google Maps

### 3.4.2. Micro localización

Consiste en situar el lugar específico de la ubicación del proyecto, identificando las características favorables, ventajas y razones del escogimiento del lugar, para lo cual se utiliza el método de factores ponderados, otorgando una puntuación a los principales puntos que se consideran para el establecimiento de la ubicación, mismos que se exponen a continuación:

- Fuentes de materia prima
- Mano de obra
- Acceso a servicios básicos
- Acceso mediante transporte público y privado
- Proximidad a clientes

Para la elaboración de la tabla de factores ponderados, se tomó en cuenta como comparativo a la parroquia rural de Otón, ubicada a 35 minutos de Cangahua.

**Tabla 34.**

#### Método de factores ponderados-micro localización

FACTORES	PONDERACIÓN	ALTERNATIVAS		VALORES	
		Cangahua	Otón		
<i>Fuentes de MP</i>	30	9	7	2.7	2.1
<i>Mano de Obra</i>	30	8	8	2.4	2.4
<i>Características lugar</i>	20	8	7	1.6	1.4
<i>Vías de acceso</i>	20	9	7	1.8	1.4
<b>TOTALES</b>	<b>100%</b>			<b>8.5</b>	<b>7.3</b>

**Elaboración:** Marcelo Coloma



La parroquia de Cangahua es la más adecuada para realizar el proyecto ya que tiene un mejor escenario para realizar las viviendas ya que tiene más espacio en donde se puede construir viviendas.



**Figura 29. Micro localización del proyecto**

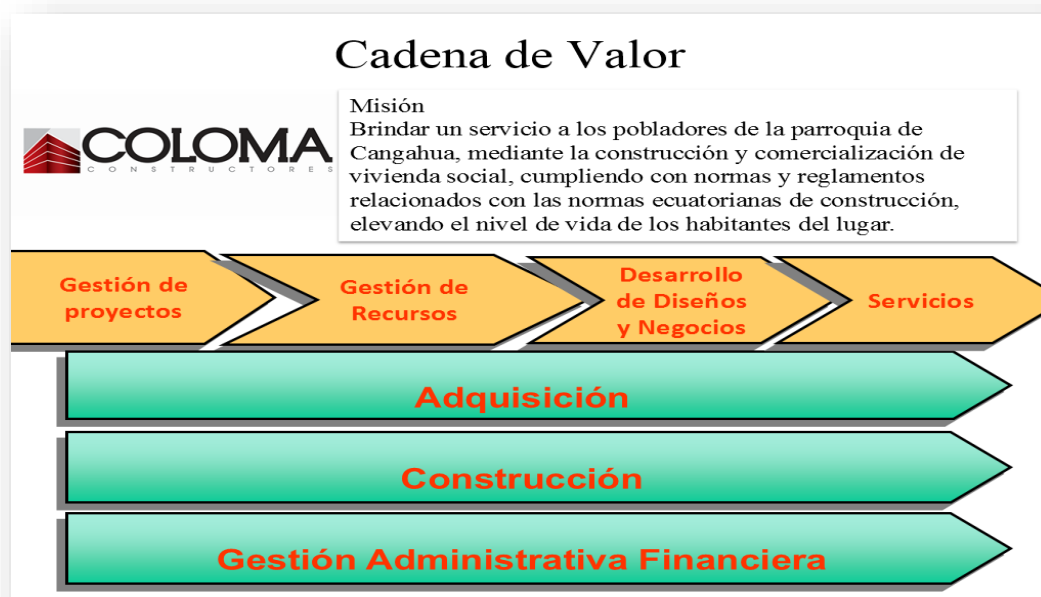
Fuente: GADPP-DGPLA

### 3.5. Ingeniería del proyecto

Mediante la ingeniería del proyecto se procura establecer los procesos a realizarse en el proyecto de construcción y comercialización de vivienda social en la parroquia de Cangahua, cantón Cayambe

#### 3.5.1. Cadena de valor

La cadena de valor consiste en un modelo que permite describir las actividades primarias o principales y las actividades secundarias o de apoyo que se llevan a cabo en una empresa.



**Figura 30. Cadena de valor**

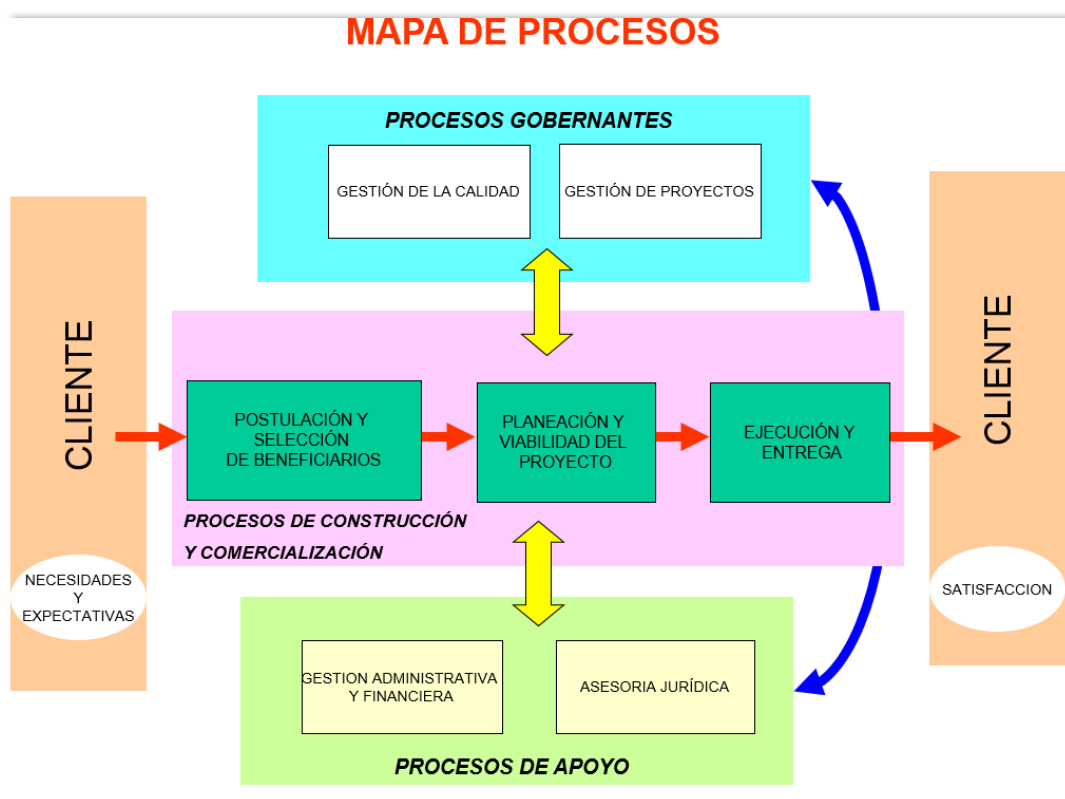
Elaborado por: Marcelo Coloma

### 3.5.2. Mapa de procesos

Un mapa de procesos es un diagrama que recoge todos los procesos que rigen las actividades de una empresa. En él se pueden apreciar tres tipos de procesos: productivos o claves, gobernantes o estratégicos y de apoyo.

Los procesos productivos son aquellos que se relacionan directamente con el servicio que se presta o el bien que produce la empresa y son percibidos directamente por el cliente. Los procesos gobernantes están generalmente relacionados con la planificación e I&D, y definen cómo se crea valor para el consumidor. Por último, los procesos de apoyo son muy importantes para el cumplimiento de los procesos productivos y ayudan a la consecución de los objetivos empresariales.

En la siguiente figura se puede observar el mapa de procesos del proyecto, en donde se puede apreciar los tipos de procesos que se realizan hasta que la vivienda sea entregada.



**Figura 31. Mapa de procesos**

Elaborado por: Marcelo Coloma

### 3.5.3. Diagrama de flujo

Consiste en una representación gráfica en la que se describen cada una de actividades realizadas para llevar a cabo un proceso. Al observar gráficamente el proceso se facilita la comprensión del mismo y se evidencia la cantidad de recursos que se están utilizando en cada una de las actividades.

A continuación se presenta la simbología utilizada en la elaboración de los diagramas de flujo:

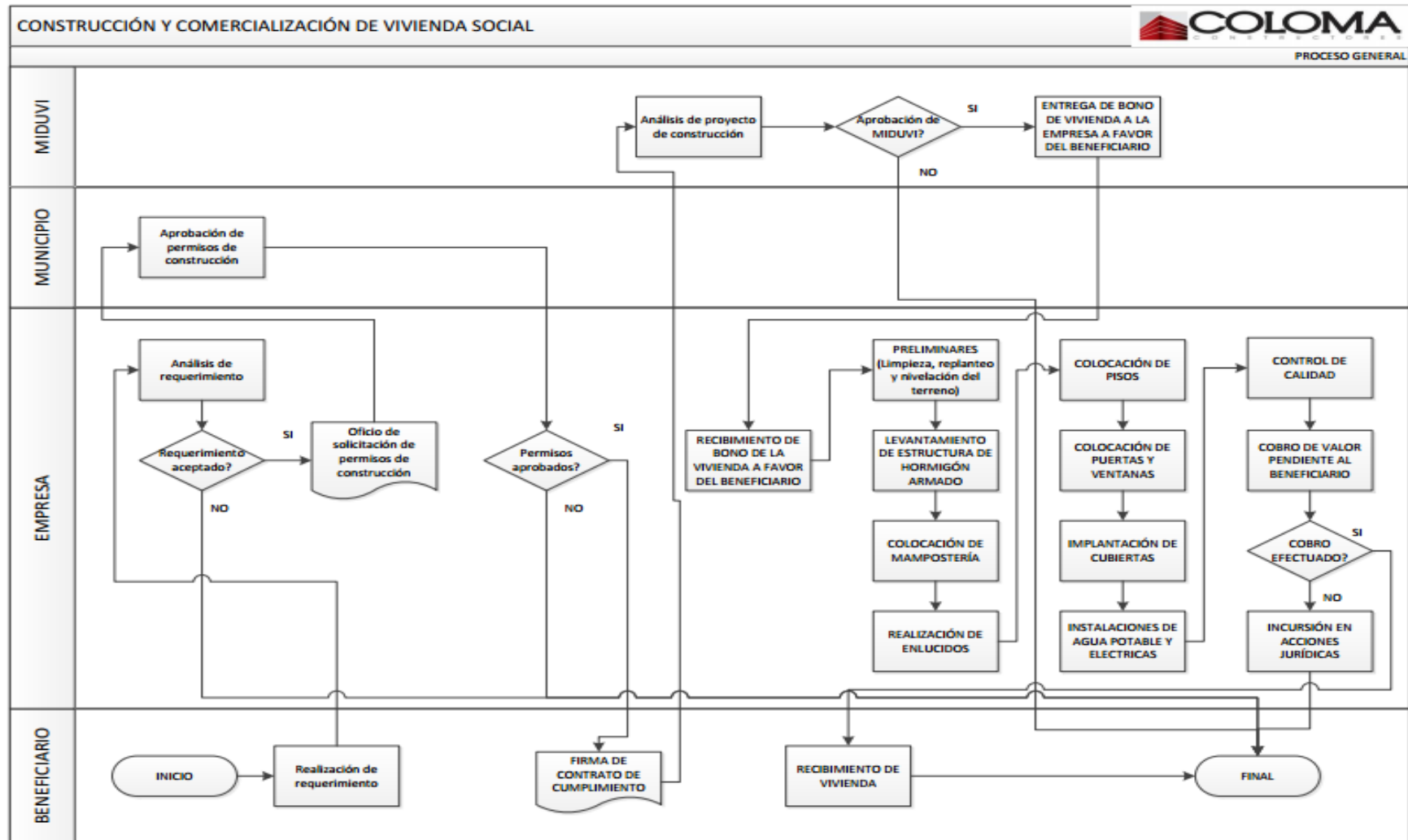


Figura 32. Diagrama de flujo

### 3.5.4. Planos Arquitectónicos

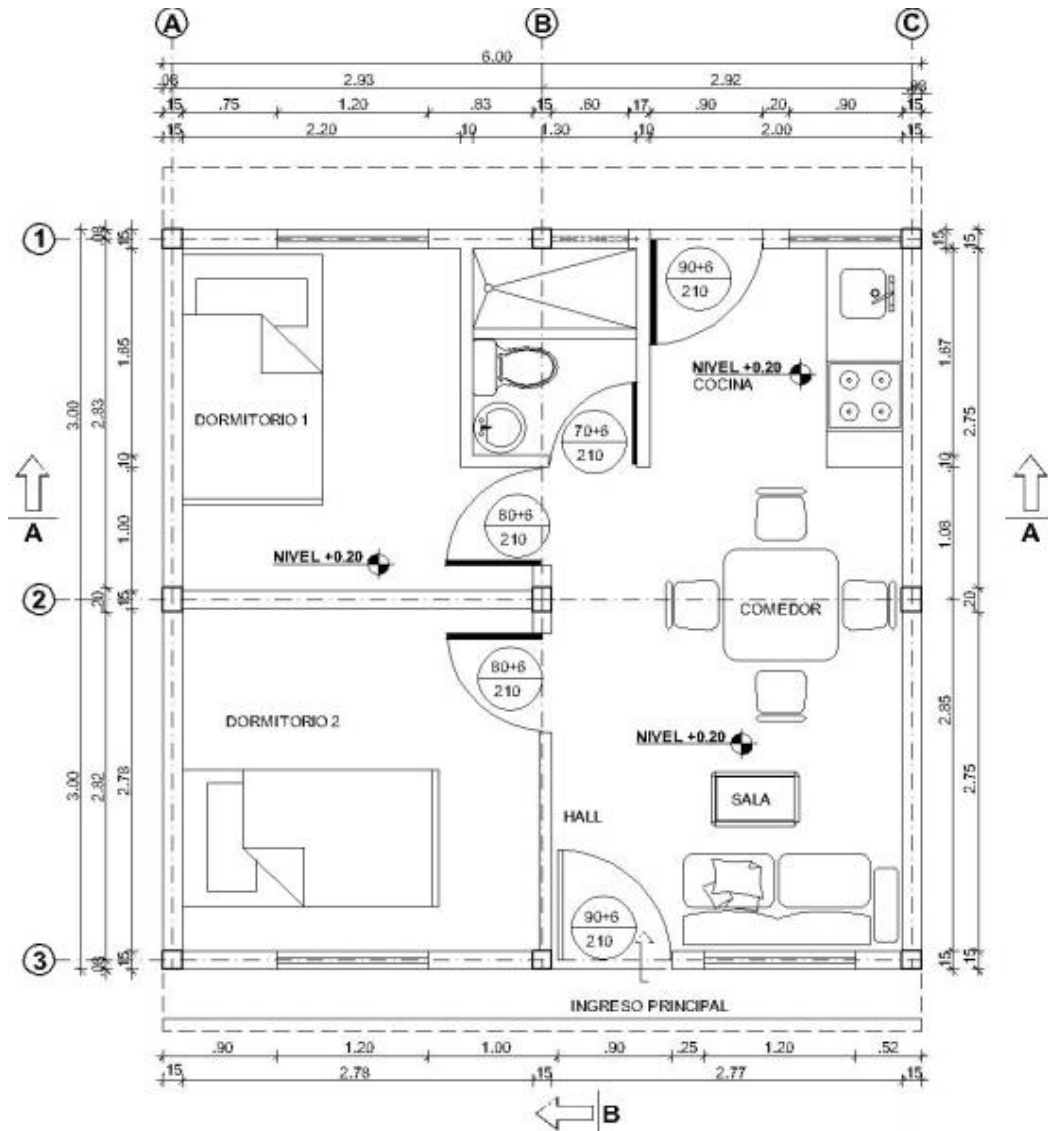
Casa 36 m<sup>2</sup>

- ✓ Área de construcción = 36 m<sup>2</sup>
- ✓ Tipo: Una planta con cubierta inclinada
- ✓ Estructura sismo resistente: Paredes confinadas



**Figura 33. Render Vivienda**

**Fuente:** Normas ecuatorianas de construcción

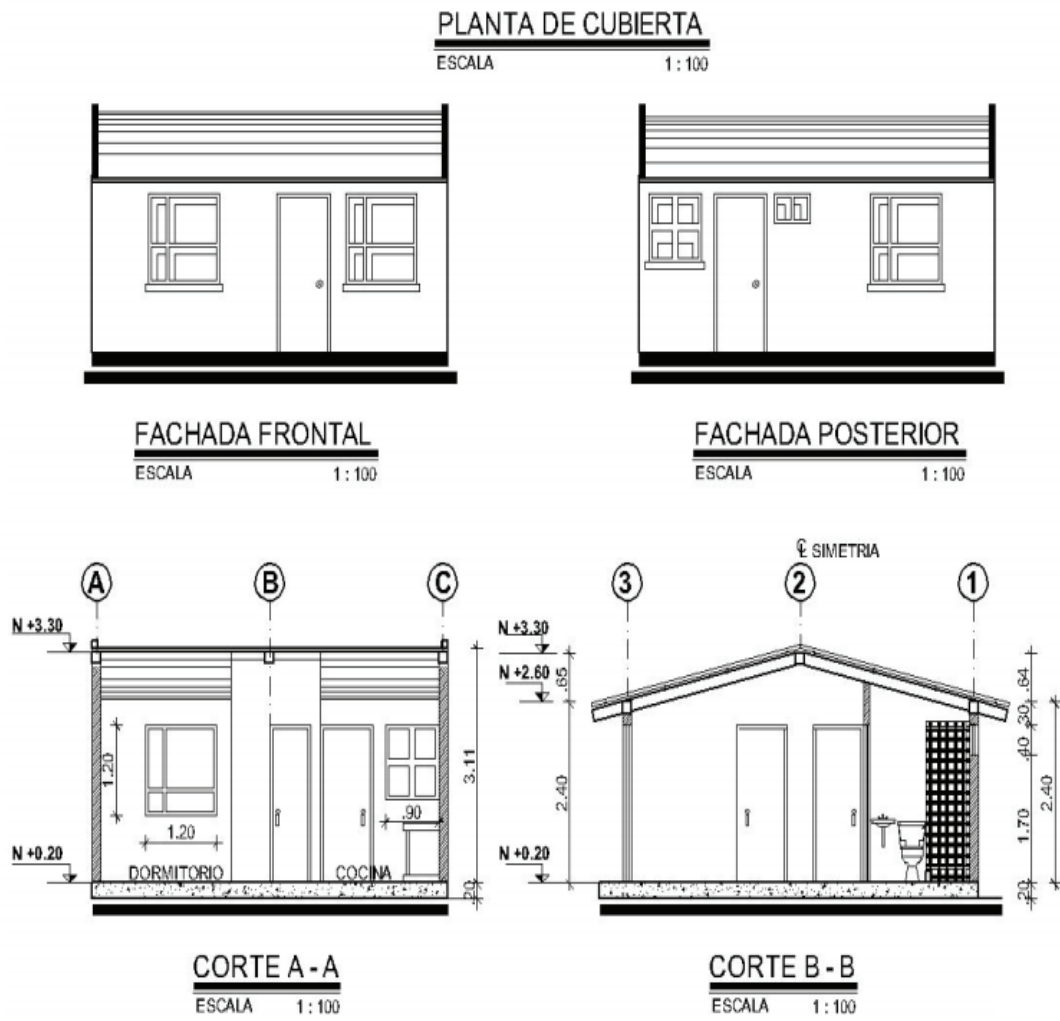


**Figura 34. Primera Planta**

**Fuente:** Normas ecuatorianas de construcción

En la planta podemos observar que tiene un área de 36 metros cuadrados, 6 metros en cada lado. La vivienda está dividida de la siguiente manera:

- 2 dormitorios de 7,83 metros cuadrados
- 1 cocina de 5,84 metros cuadrados
- 1 sala y 1 comedor de 9,14 metros cuadrados
- 1 baño de 2.14 metros cuadrados



**Figura 35. Fachadas y cortes**

Fuente: Normas ecuatorianas de construcción

## **CAPITULO 4**

### **ESTUDIO FINANCIERO**

El estudio financiero se realiza con fundamento a la información recopilada en el estudio de mercado y estudios técnicos realizados. Este capítulo contempla la determinación de los recursos que serán necesarios para el desarrollo de la empresa COLOMA CONSTRUCCIONES, así como los indicadores que reflejarán la viabilidad del proyecto, sin embargo es importante recalcar que el estudio financiero con su respectivo análisis es de mejor aplicación para empresas con fines de lucro.

#### **4.1. Presupuesto**

El presupuesto es el cálculo del valor aproximado que se necesita invertir en la creación de la empresa y el proyecto para que en base al mismo se logre realizar la respectiva planificación, organización, control y evaluación de los ingresos y egresos que se obtendrán como resultado de las operaciones de la empresa.

##### **4.1.1. Presupuestos de inversión**

El presupuesto de inversión consiste en estimar los valores necesarios para la formación de la empresa y para que el proyecto inicie sus operaciones contemplando las estrategias, detalladas en el capítulo 1, bajo las cuales se va a trabajar.

###### **4.1.1.1. Activos Fijos**

Los activos fijos son todos los bienes y derechos que tienen como atributo principal la permanencia en la empresa, es decir, son utilizados a lo largo del tiempo



en el cual se desempeñan actividades y se mantienen en la organización sin propósito de ser comercializados.

Se iniciará determinando el valor por trámites de constitución de la empresa que es de \$190,00 y el tiempo respectivo para su conformación legal que fue reducido de 1 – 2 meses a tan solo 2 días según la Ley Orgánica para el Fortalecimiento y Optimización del Sector Societario y Bursátil; la misma que fue aprobada el 13 de Mayo del 2014 por la Asamblea Nacional. Además se debe cancelar valores por permisos de funcionamiento, patentes, entre otros gastos de constitución.

Los activos fijos pueden ser tangibles o intangibles como se detalla a continuación:

**Tabla 35.**

**Clasificación del activo fijo**

Tangibles	Sujetos a depreciación	Vehículo Equipo de oficina Muebles de Oficina Equipos de Computación
Intangibles	Amortizables	Patentes Licencias de software, otros

**Fuente:** Contabilidad: principios y aplicaciones, Horace R Brock & Ch. E Palmer

**4.1.1.1.1. Activos fijos tangibles**

Son todos aquellos bienes de la empresa que son físicamente tangibles y se utilizan durante el proceso operativo de la misma. En el capítulo tres, se analizaron todos los activos necesarios para que la empresa inicie sus operaciones, a continuación se presenta un resumen de la inversión necesaria en activos fijos tangibles:

**Tabla 36.****Inversión activos fijos tangibles**

Concepto	Valor
Vehículo	25,000.00
Equipos de Oficina	4,000.00
Muebles de Oficina	3,500.00
Equipos de Computación	800.00
Maquinaria y Equipos	10,000.00
<b>TOTAL</b>	<b>43,300.00</b>

Elaborado por: Marcelo Coloma

**4.1.1.1.2. Activos fijos intangibles**

Son aquellos activos necesarios para la operación de la empresa que no pueden materializarse o apreciarse físicamente. En la siguiente tabla se muestra la inversión necesaria en activos fijos intangibles:

**Tabla 37.****Inversión activos fijos intangibles**

Concepto	Valor
Patentes	200,00
Permisos y licencias	300,00
<b>TOTAL</b>	<b>500,00</b>

Elaborado por: Marcelo Coloma

**4.1.1.1.3. Total inversión en activos fijos**

Como se puede apreciar en la siguiente tabla, la inversión total es de \$44.400,00

**Tabla 38.****Total inversión activos fijos**

Concepto	Valor
Tangibles	43.300,00
Intangibles	500,00
<b>TOTAL</b>	<b>43.800,00</b>

Elaborado por: Marcelo Coloma

**4.1.1.2. Depreciación**

Se refiere a la disminución del valor de un activo fijo a través del paso del tiempo.

Para este proyecto se va a utilizar el método de depreciación el línea recta en el cual se detalla el valor inicial del activo fijo, se determina un valor residual el cual es el valor que se espera obtener si se decide realizar el mencionado activo, y la vida útil del mismo la cual debe regirse a lo establecido en el artículo 25, numeral 6, literal “a” del Reglamento de Aplicación de la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno.

$$D = \frac{\text{valor inicial} - \text{valor residual}}{\text{años de vida util}}$$

A continuación se muestra la depreciación anual de los activos fijos de la empresa considerando un valor residual del 10%:

**Tabla 39.****Depreciación**

Activos Fijos	Años							
	Valor Inicial	Valor Residual	Vida Útil	1	2	3	4	5
Vehículo	25.000,00	2.500,00	5,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00
Equipos de Oficina	4.000,00	400,00	10,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
Muebles de Oficina	3.500,00	350,00	10,00	315,00	315,00	315,00	315,00	315,00
Equipos de Computación	800,00	80,00	3,00	240,00	240,00	240,00	-	-
Maquinaria y Equipos	10.000,00	1.000,00	10,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00
<b>Total</b>	<b>43.300,00</b>	<b>Total Depreciación</b>		<b>6.315,00</b>	<b>6.315,00</b>	<b>6.315,00</b>	<b>6.075,00</b>	<b>6.075,00</b>

Elaborado por: Marcelo Coloma

**4.1.1.3. Mano de obra**

Según lo descrito en el capítulo 3, la inversión requerida en personal operativo y administrativo es la siguiente:

**Tabla 40.****Total inversión mano de obra mensual**

N°	Cargo	Sueldo individual	Aporte I.E.S.S. Patronal	13°	14°	Vacaciones	Total Ingresos	Aporte I.E.S.S. Individual	Impuesto a la Renta	Total Egresos	Total a Recibir
1	Albañil	430,68	48,02	35,89	29,50	17,95	562,04	40,70	-	40,70	521,34
2	Peón	354,00	39,47	29,50	29,50	14,75	467,22	33,45	-	33,45	433,77
	<b>TOTAL</b>	<b>784,68</b>	<b>87,49</b>	<b>65,39</b>	<b>59,00</b>	<b>32,70</b>	<b>1.029,26</b>	<b>74,15</b>	<b>-</b>	<b>74,15</b>	<b>955,11</b>

Elaborado por: Marcelo Coloma

**Tabla 41.****Total inversión mano de obra anual**

N°	Cargo	Sueldo individual	Aporte I.E.S.S. Patronal	13°	14°	Vacaciones	Total Ingresos	Aporte I.E.S.S. Individual	Impuesto a la Renta	Total Egresos	Total a Recibir
1	Albañil	5.168,19	576,25	430,68	354	215,34	6.744,38	488,39	-	488,39	6.255,99
2	Peón	4.248,00	473,65	354,00	354	177,00	5.606,65	401,44	-	401,44	5.205,55
TOTAL		9.416,19	1.049,91	784,68	708	392,34	12.351,03	889,83	-	889,83	11.461,22

Elaborado por: Marcelo Coloma

La empresa trabajará para este proyecto con un maestro albañil y maestro peón por obra y el tiempo estimado de construcción por vivienda social es de un mes aproximadamente, los rubros por mano de obra mensual ascienden a \$955,11 en total incluyendo beneficios sociales, al proyectar la construcción de las 12 casas anuales el rubro total ascendería a \$11.461,20.

**4.1.1.4. Total presupuesto de inversión****Tabla 42.****Total presupuesto de inversión**

Concepto	Valor
Activos fijos	44,400.00
<b>TOTAL</b>	<b>44,400.00</b>

Elaborado por: Marcelo Coloma

El proyecto necesitará de una inversión en activos fijos de \$44,400.00 para su operación en los 5 años proyectados.

#### 4.1.2. Presupuesto de operación

El presupuesto estimado para iniciar las operaciones de construcción de viviendas populares permitirá determinar los ingresos y gastos que se tendrán a lo largo de cada periodo.

##### 4.1.2.1. Presupuesto de Ingresos

Consiste en realizar una estimación de los valores a recibir y la cantidad de viviendas populares que se construirán aproximadamente en el periodo.

Para calcular los ingresos a través de previsiones se estima la construcción de una casa al mes; se prevé, según las estrategias, que los solicitantes del servicio de construcción aporten con el terreno a ser construido y la empresa hace una colocación del capital, obtenido a través de un préstamo bancario, necesario para la construcción hasta el momento de entregar la vivienda mediante un contrato que determine las cláusulas que brinden seguridad a la organización.

El gerente empresarial encargado del proyecto será un Técnico Ad honorem por tanto su trabajo no tendrá costo alguno.

**Tabla 43.**

#### Presupuesto de ingresos

INGRESOS	Sin Financiamiento		Con Financiamiento	
	Por Mes 1 Vivienda	Proyección Anual (12 Viviendas)	Por Mes 1 Vivienda	Proyección Anual (12 Viviendas)
Bonos recibidos por MIDUVI	(3.000,00)	(36.000,00)	(3.000,00)	(36.000,00)
Aportación Empresarial	(4.110,23)	(49.322,76)	(4.110,23)	(49.322,76)
Pago final Beneficiario	8.384,78	100.617,31	9.869,51	118.434,12
Ingreso Total	1.274,55	15.294,55	2.759,28	33.111,36

Elaborado por: Marcelo Coloma

#### 4.1.2.2. Presupuesto de Egresos

Este presupuesto estima los costos y erogaciones de dinero a ser realizadas en determinada operación o proyecto.

En el presente proyecto se definen los costos de las operaciones a ser realizadas en la construcción de viviendas sociales;

En este presupuesto se definen los costos y gastos que se generarán por la operatividad del Centro de Acopio San Luis. En la tabla que se muestra a continuación, se pueden apreciar los egresos creados al aplicar el presente proyecto:

**Tabla 44.**

#### Presupuesto de egresos

COSTOS DE PRODUCCIÓN	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mano de obra	10.812,29	11.060,97	11.315,37	11.575,63	11.841,87
Materiales	73861,55352	75560,36925	77298,25774	79076,11767	80894,86838
Depreciación	5.400,00	5.400,00	5.400,00	5.400,00	5.400,00
	90.073,84	92.021,34	94.013,63	96.051,75	98.136,74
<b>TOTAL COSTOS DE PRODUCCION</b>					
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>					
Depreciación	915,00	915,00	915,00	675,00	675,00
Gasto licencia anual de funcionamiento	300	300	300	300	300
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	1.215,00	1.215,00	1.215,00	975,00	975,00
<b>COSTO DE VENTAS</b>					
Publicidad	0	0	0	0	0
<b>COSTOS FINANCIEROS</b>					
Intereses bancarios	4.225,22	3.380,18	2.535,13	1.690,09	845,04
Pago de cuotas de capital	16.934,77	16.934,77	16.934,77	16.934,77	16.934,77
<b>TOTAL COSTOS FINANCIEROS</b>	21.159,99	20.314,95	19.469,90	18.624,86	17.779,81
<b>TOTAL EGRESOS</b>	112.448,84	113.551,29	114.698,54	115.651,60	116.891,55

Elaborado por: Marcelo Coloma

## 4.2. Origen y aplicación de recursos

Los recursos que serán necesarios para el funcionamiento de la empresa COLOMA CONSTRUCTORES, serán propios o de ser el caso a través de capital propio y de financiamiento externo, como lo muestra la siguiente tabla:

**Tabla 45.**

### Origen de recursos

CONCEPTO	Recursos propios	Recursos Externos
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>		
Materiales de Construcción		73.861,55
Total Activos en Materiales de Construcción		<b>73.861,55</b>
<b>ACTIVOS FIJOS TANGIBLES</b>		
Vehículo	25.000,00	
Equipos de Oficina	4.000,00	
Muebles de Oficina	3.500,00	
Equipos de Computación	800,00	
Maquinaria y Equipos	10.000,00	
Total Activos Fijos Tangibles	<b>43.300,00</b>	
<b>ACTIVOS FIJOS INTANGIBLES</b>		
Gastos de Constitución	600,00	
Patentes	200,00	
Permisos y licencias	300,00	
Total Activos Fijos Intangibles	<b>1.100,00</b>	
<b>MANO DE OBRA</b>		
Mano de obra		10.812,29
Total Mano de Obra		<b>10.812,29</b>
Total	<b>44.400,00</b>	<b>84.673,84</b>
	34%	66%
<b>TOTAL DE RECURSOS</b>		<b>129.073,84</b>

Elaborado por: Marcelo Coloma



Los recursos propios corresponden al 34% del valor total de la inversión, lo cual representa la cantidad de \$44.400,00 y se manejarían un 66% que ascienden a \$84.673,84 con financiamiento externo.

#### 4.2.1. Estructura de financiamiento

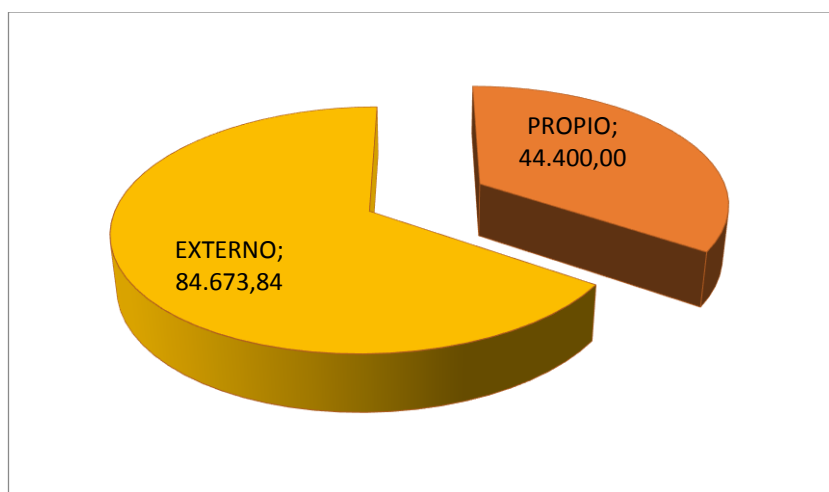
Para el presente proyecto se aplicarán dos fuentes de financiamiento: recursos propios y recursos externos. Los recursos propios serán provenientes del capital de la empresa y el financiamiento será realizado a través de créditos bancarios para construcción de viviendas sociales con un interés del 4,99% anual según la tabla de interés efectivo propuesta por el Banco Central del Ecuador a un plazo de 5 años por el 66% de la inversión anual la cual se demuestra en la siguiente tabla y gráfico:

**Tabla 46.**

#### Origen de recursos

FINANCIAMIENTO		
PROPIO	44.400,00	34%
EXTERNO	84.673,84	66%
<b>Total</b>	<b>129.073,84</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Marcelo Coloma



**Figura 36. Origen de recursos**

En la tabla de amortización que se muestra a continuación se puede observar los periodos, intereses y saldos de la deuda anual que sería adquirida por la empresa: que se muestra a continuación se puede observar la amortización anual de capital e intereses:

**Tabla 47.**

**Tabla de amortización**

Tabla de Amortización Crédito Bancario Cuota Fija				
Valor				84.673,84
Tiempo (Años)				5
Interés Bancario Vivienda Social				5%
Año	Cuota	Pago de Capital	Interés	Saldo Capital
0	-	-	-	84.673,84
1	21.159,99	16.934,77	4.225,22	67.739,07
2	20.314,95	16.934,77	3.380,18	50.804,31
3	19.469,90	16.934,77	2.535,13	33.869,54
4	18.624,86	16.934,77	1.690,09	16.934,77
5	17.779,81	16.934,77	845,04	-
<b>TOTALES</b>			<b>12.675,67</b>	
		<b>84.673,84</b>		

Elaborado por: Marcelo Coloma

### 4.3. Estados financieros proyectados

Los estados financieros proyectados ayudan a conocer el estado económico de la empresa, permitiendo saber si se generarán pérdidas o ganancias. De igual manera, a través del flujo de efectivo, es posible averiguar si el centro de acopio de productos agrícolas tendrá la liquidez necesaria para continuar con sus operaciones.

### 4.3.1. Estado de resultados

Es un estado financiero que detalla periódicamente el resultado de las operaciones realizadas en el ejercicio.

A continuación se muestra un Estado de Resultados proyectado a 5 años en un escenario sin financiamiento externo.

**Tabla 48.**

#### Estado de resultados sin financiamiento

ESTADO DE RESULTADOS SIN FINANCIAMIENTO					
Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso por ventas netas	100.617,3 1	105.517,3 7	110.656,0 7	116.045,0 2	121.696,4 1
(-)Costo de producción	90.073,84	92.021,34	94.013,63	96.051,75	98.136,74
(=)Utilidad bruta	10.543,47	13.496,03	16.642,44	19.993,27	23.559,67
(-) Gastos administrativos	1.215,00	1.215,00	1.215,00	975,00	975,00
(-) Gastos de ventas	0	0	0	0	0
(=) Utilidad Antes de Trabajadores e Impuestos	<b>9.328,47</b>	<b>12.281,03</b>	<b>15.427,44</b>	<b>19.018,27</b>	<b>22.584,67</b>
(-) 15% Aporte Trabajadores	1.399,27	1.842,15	2.314,12	2.852,74	3.387,70
(=) Utilidad antes de Impuestos	<b>7.929,20</b>	<b>10.438,88</b>	<b>13.113,32</b>	<b>16.165,53</b>	<b>19.196,97</b>
(-) 22% Impuesto a la Renta	1.744,42	2.296,55	2.884,93	3.556,42	4.223,33
(=) Utilidad del Ejercicio	<b>6.184,77</b>	<b>8.142,32</b>	<b>10.228,39</b>	<b>12.609,11</b>	<b>14.973,64</b>

Elaborado por: Marcelo Coloma

En la tabla siguiente se muestra un Estado de Resultados en un escenario con financiamiento en el cual el valor de los ingresos es mayor debido a la inclusión del interés al valor de la vivienda:

**Tabla 49.****Estado de resultados con financiamiento**

ESTADO DE RESULTADOS CON FINANCIAMIENTO					
Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso por ventas netas	118.434,12	124.201,86	130.250,49	136.593,69	143.245,80
(-)Costo de ventas	90.073,84	92.021,34	94.013,63	96.051,75	98.136,74
(=)Utilidad bruta	28.360,28	32.180,52	36.236,86	40.541,95	45.109,07
(-) Gastos administrativos	1.215,00	1.215,00	1.215,00	975,00	975,00
(-) Gastos de ventas	0	0	0	0	0
(-) Costos Financieros					
	21.159,99	20.314,95	19.469,90	18.624,86	17.779,81
(=) Utilidad del Ejercicio	<b>5.985,28</b>	<b>10.650,57</b>	<b>15.551,96</b>	<b>20.942,09</b>	<b>26.354,26</b>
(-) 15% Aporte Trabajadores	897,79	1.597,59	2.332,79	3.141,31	3.953,14
(=) Utilidad antes de Impuestos	<b>5.087,49</b>	<b>9.052,99</b>	<b>13.219,16</b>	<b>17.800,77</b>	<b>22.401,12</b>
(-) 22% Impuesto a la Renta	1.119,25	1.991,66	2.908,22	3.916,17	4.928,25
(=) Utilidad del Ejercicio	<b>3.968,24</b>	<b>7.061,33</b>	<b>10.310,95</b>	<b>13.884,60</b>	<b>17.472,87</b>

**Elaborado por:** Marcelo Coloma

En los dos escenarios se puede denotar que se va obtener “rentabilidad” tomando en cuenta que el valor de la vivienda varía desde \$8.096,63 sin financiamiento y \$9.581,36 con financiamiento teniendo una diferencia de \$1.484,73 por tanto el beneficiario sería perjudicado si la inmobiliaria recurre en un préstamo para financiar la compra de materiales y pago de mano de obra.

#### 4.3.2. Flujo de caja

El flujo de caja es un documento importante para el análisis financiero de un proyecto debido a que mediante el mismo se puede analizar detalladamente la forma en que se va a recibir ingresos y hacer erogaciones de dinero para la realización de un proyecto ya sea con o sin fines de lucro, y a su vez ayuda a determinar la liquidez que va a tener el mismo en su periodo de vida.

A continuación se pueden observar los flujos de caja proyectados con y sin financiamiento:

**Tabla 50.**

**Flujo de caja sin financiamiento**

CONCEPTO	Años					
	0	1	2	3	4	5
<b>INVERSIONES</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Mano de obra	0	-	-	-	-	-
Activos Fijos	-44400	-	-	-	-	-
<b>TOTAL INVERSION</b>	<b>-44.400,0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0,00</b>	<b>0</b>
<b>INGRESOS</b>						
Ventas		100.617,31	105.517,37	110.656,07	116.045,02	121.696,41
<b>TOTAL INGRESOS</b>		<b>100.617,31</b>	<b>105.517,37</b>	<b>110.656,07</b>	<b>116.045,02</b>	<b>121.696,41</b>
<b>EGRESOS</b>						
Depreciaciones		6.315,00	6.315,00	6.315,00	6.075,00	6.075,00
Costos de Producción		84.673,84	86.621,34	88.613,63	90.651,75	92.736,74
Gastos de Administración		300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
Gastos de ventas		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>(=) TOTAL EGRESOS</b>		<b>91.288,84</b>	<b>93.236,34</b>	<b>95.228,63</b>	<b>97.026,75</b>	<b>99.111,74</b>
<b>UTILIDAD ANTES DE IMP. Y PART. TRABAJADORES</b>		<b>9.328,47</b>	<b>12.281,03</b>	<b>15.427,44</b>	<b>19.018,27</b>	<b>22.584,67</b>
(-)15% Participaciones		1399,269	1842,1545	2314,1153	2852,7408	3387,7012
		9	66	38	8	14
<b>(=) Utilidad antes de impuestos</b>		<b>7.929,20</b>	<b>10.438,88</b>	<b>13.113,32</b>	<b>16.165,53</b>	<b>19.196,97</b>
(-) Impuesto a la Renta 22%		1744,423	2296,5526	2884,9304	3556,4169	4223,3341
		1	93	54	64	8
<b>Utilidad del Ejercicio</b>		<b>6.184,77</b>	<b>8.142,32</b>	<b>10.228,39</b>	<b>12.609,11</b>	<b>14.973,64</b>
(-) Inversión Inicial	-44.400,0					
<b>FLUJO DE CAJA PROYECTADO</b>	<b>0</b>	<b>6.184,77</b>	<b>8.142,32</b>	<b>10.228,39</b>	<b>12.609,11</b>	<b>14.973,64</b>

**Elaborado por:** Marcelo Coloma

**Tabla 51.****Flujo de caja con financiamiento**

CONCEPTO	Años					
	0	1	2	3	4	5
<b>INVERSIONES</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Mano de obra	0	-	-	-	-	-
Activos Fijos	-44400	-	-	-	-	-
<b>TOTAL INVERSION</b>	<b>-44.400,00</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0,00</b>	<b>0</b>
<b>INGRESOS</b>		<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Ventas		118.434,12	124.201,86	130.250,49	136.593,69	143.245,80
<b>TOTAL INGRESOS</b>		<b>118.434,12</b>	<b>124.201,86</b>	<b>130.250,49</b>	<b>136.593,69</b>	<b>143.245,80</b>
<b>EGRESOS</b>		<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Depreciaciones		6.315,00	6.315,00	6.315,00	6.075,00	6.075,00
Costos de Producción		84673,8425	86621,34088	88613,63172	90651,74525	92736,73539
Gastos de Administración		300	300	300	300	300
Gastos de ventas		0	0	0	0	0
Costos Financieros		21.159,99	20.314,95	19.469,90	18.624,86	17.779,81
<b>(=) TOTAL EGRESOS</b>		<b>112.448,84</b>	<b>113.551,29</b>	<b>114.698,54</b>	<b>115.651,60</b>	<b>116.891,55</b>
<b>UTILIDAD ANTES DE IMP. Y PART. TRABAJADORES</b>		<b>5.985,28</b>	<b>10.650,57</b>	<b>15.551,96</b>	<b>20.942,09</b>	<b>26.354,26</b>
(-)15% Participaciones		897,79	1.597,59	2.332,79	3.141,31	3.953,14
<b>(=) Utilidad antes de impuestos</b>		<b>5.087,49</b>	<b>9.052,99</b>	<b>13.219,16</b>	<b>17.800,77</b>	<b>22.401,12</b>
(-) Impuesto a la Renta 22%		1119,248156	1991,657053	2908,216005	3916,170388	4928,245724
<b>Utilidad del Ejercicio</b>		<b>3.968,24</b>	<b>7.061,33</b>	<b>10.310,95</b>	<b>13.884,60</b>	<b>17.472,87</b>
(-) Inversión Inicial	<b>-44.400,00</b>					
<b>FLUJO DE CAJA PROYECTADO</b>	<b>-44400</b>	<b>3968,243464</b>	<b>7061,32955</b>	<b>10310,94765</b>	<b>13884,6041</b>	<b>17472,8712</b>

**Elaborado por:** Marcelo Coloma

#### 4.4. Evaluación Financiera

La evaluación financiera permite identificar y valorar los costos y beneficios asociados con el proyecto, con el fin de determinar la viabilidad de la inversión. Este

análisis se realiza a través de herramientas e indicadores financieros basados en el estado de flujo de caja.

#### **4.4.1. Tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR)**

La tasa mínima aceptable de rendimiento permite conocer la medida mínima de rentabilidad que debe tener el proyecto para cubrir con intereses por financiamiento, egresos operacionales, impuestos, etcétera. A continuación se muestra el cálculo de la TMAR sin financiamiento:

$$\text{TMAR} = \text{índice inflacionario} + \text{premio al riesgo}$$

La TMAR de la inversión total es de 11,61%, lo cual quiere decir que es el rendimiento mínimo que debe obtener la empresa para pagar el 10,21% de interés por la deuda mantenida con la institución financiera.

SOLO INDICE DE INFLACIÓN Y AUMENTO ANUAL DE PRECIOS  
SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN.

#### **4.4.2. Valor Actual Neto (VAN)**

El valor actual neto de un proyecto de inversión se define como el valor actual de todos los flujos de caja generados por el proyecto de inversión menos el coste inicial necesario para la realización del mismo. (Aguiar, y otros, 2006).

Si el resultado del VAN es mayor o igual a cero, el proyecto se acepta, caso contrario se rechaza. A continuación se muestra la fórmula para calcular el valor actual neto.

$$VAN = \frac{FNC_1}{(1+k)^1} + \frac{FNC_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{FNC_n}{(1+k)^n} - A$$

En donde:

FNC= Flujo neto de caja

A= Capital invertido

n= Vida útil estimada para la inversión

k= Tipo de interés

## Tabla 52.

### VAN sin financiamiento

TMAR		4.87%
INV. INICIAL		-44.400,00
	1	5.897,56
	2	7.403,65
	3	8.868,57
	4	10.425,08
	5	11.805,14
VAN		0,00

Elaborado por: Marcelo Coloma

Como se puede denotar el Valor Actual Neto del proyecto es igual a 0 después de los 5 años, por tanto se puede deducir que el proyecto no tiene rentabilidad alguna y se está cumpliendo con el objetivo de no obtener lucros del mismo.



**Tabla 53.****VAN con financiamiento**

INV. INICIAL	-44.400,00
1	3.783,96
2	6.420,72
3	8.940,15
4	11.479,64
5	13.775,52
VAN	0,00

**Elaborado por:** Marcelo Coloma

De la misma manera, si se incurriera en el financiamiento el proyecto no tendría lucro alguno debido a que el Valor Actual de los flujos futuros es igual a 0.

**4.4.3. Tasa Interna De Retorno (TIR)**

La tasa interna de retorno es aquella tasa de actualización máxima que reduce a cero el valor actual neto (VAN) del proyecto. La TIR es la más alta tasa de actualización que se puede exigir al proyecto. Cualquier tasa mayor a la tasa interna de retorno genera un VAN negativo y en consecuencia el proyecto arroja pérdidas (Hamilton Wilson & Pezo Paredes, 2005)

A continuación se muestra la Tasa Interno de Retorno del proyecto, la cual debe ser mayor al índice de inflación anual establecido en 4,87% como se detalla a continuación:

**Tabla 54.****TIR sin financiamiento**

INV. INICIAL		-44.400,00
	1	6.184,77
	2	8.142,32
	3	10.228,39
	4	12.609,11
	5	14.973,64
TIR		5%

**Elaborado por:** Marcelo Coloma

**Tabla 55.****TIR con financiamiento**

INV. INICIAL		-44.400,00
	1	3.968,24
	2	7.061,33
	3	10.310,95
	4	13.884,60
	5	17.472,87
TIR		5%

**Elaborado por:** Marcelo Coloma

La tasa interna de retorno del proyecto es mayor al índice de inflación anual establecido por tanto el proyecto es viable, sin embargo no es rentable en el ámbito de lucros para la empresa pero si es válido para un objetivo social ya que solo se está recuperando la inversión inicial de COLOMA CONSTRUCTORES

## CAPITULO 5

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1. Conclusiones

Para realizar el estudio de mercado se tomó un universo de 3.737 familias, de donde se obtuvo una muestra de 230 personas. Para la recolección de datos se aplicó una encuesta y al analizar la información obtenida se pudo determinar que el 42,6% de las familias no tiene vivienda propia, de las cuales el 65% percibe el salario básico unificado, además el 72% estaría dispuesto a solicitar el bono de vivienda, ya que el 50% cuenta con un trabajo estable.

Después de realizar el estudio técnico y el estudio de mercado se concluye que el costo de la vivienda será de \$8,384,78 siempre y cuando el beneficiario aporte con el terreno.

El incurrir en financiamiento externo para el pago de mano de obra y materiales implica un elevado aumento del precio de venta de la vivienda, lo cual perjudicaría al beneficiario.

El proyecto nos demuestra que no se está obteniendo lucro por las operaciones debido a que el valor actual neto de la inversión es cero, ya sea con o sin financiamiento, por lo tanto el valor invertido por la empresa se recuperará a través de los flujos a obtener en los periodos futuros sin obtener lucro cumpliendo así con el objetivo general del proyecto.

## 5.2. Recomendaciones

Los habitantes de Cangahua al no tener una adecuada capacitación sobre los beneficios de las entidades financieras puede ser un causal del déficit de vivienda, se recomienda realizar socializaciones con la comunidad para capacitarla sobre los beneficios que entrega en Estado actualmente.

Se necesita realizar 12 viviendas anuales para recuperar la inversión de \$44.4000 y que el proyecto seas factible.

Realizar un adecuado análisis de precios para garantizar que se cumpla el valor comercial de la vivienda que es de \$8,384,78

Para este tipo de proyectos se recomienda incursionar en autogestión empresarial y social para no arriesgar el capital de la empresa, que si bien es cierto esta salvaguardado a través del contrato previamente firmado y notariado con las clausulas respectivas

## BIBLIOGRAFÍA

- Aguiar, I., Díaz, N. L., García, Y., Hernández, M., Ruiz, M. V., Santana, D. J., & Verona, M. C. (2006). Finanzas Corporativas en la Práctica. Madrid: Delta Publicaciones.
- CANGAHUA, G. A. (09 de 2012). PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE LA PARROQUIA. Obtenido de [http://www.pichincha.gob.ec/phocadownload/leytransparencia/literal\\_k/ppot/cayambe/ppdot\\_cangahua.pdf](http://www.pichincha.gob.ec/phocadownload/leytransparencia/literal_k/ppot/cayambe/ppdot_cangahua.pdf)
- GOOGLE. (07 de 08 de 2015). UBICACIÓN DE CANGAHIA. Obtenido de <https://www.google.com/maps/place/0%C2%B004'12.6%22S+78%C2%B01'42.4%22W/@-0.0086572,-78.1791427,12.5z/data=!4m2!3m1!1s0x0:0x0>
- Hamilton Wilson, M., & Pezo Paredes, A. (2005). Formulación y evaluación de proyectos tecnológicos empresariales aplicados. Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- INEC. (09 de 2010). FASCÍCULO PROVINCIAL DE PICHINCHA RESULTADOS DEL CENSO 2010. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/pichincha.pdf>
- INEC. (09 de 2010). FASCÍCULO NACIONAL CENSO 2010.
- INEC. (02 de 2011). RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS INGRESOS Y GASTOS. Obtenido de [http://www.inec.gob.ec/inec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=591%3Ainec-presenta-resultados-de-la-encuesta-de-ingresos-y-gastos&catid=56%3Adestacados&Itemid=3&lang=es](http://www.inec.gob.ec/inec/index.php?option=com_content&view=article&id=591%3Ainec-presenta-resultados-de-la-encuesta-de-ingresos-y-gastos&catid=56%3Adestacados&Itemid=3&lang=es)
- INEC. (02 de 2014). INFORMACION CENSAL CANTONAL. Obtenido de [http://www.inec.gob.ec/cpv/index.php?option=com\\_content&view=article&id=232&Itemid=128&lang=es](http://www.inec.gob.ec/cpv/index.php?option=com_content&view=article&id=232&Itemid=128&lang=es)
- LIDERES, R. (2013). ECONOMIA SOSTENIBLE. Obtenido de <http://www.revistalideres.ec/lideres/ecuador-economia-sostiene-seis-sectores.html>
- MARKETWATCH. (2012). VISION INMOBILIARIA QUITO. Obtenido de <http://marketwatch.com.ec/2014/11/vision-inmobiliaria-quito-2012/>

- MIDUVI. (02 de 2015). ARTÍCULO MENSUAL. Obtenido de <http://www.habitatyvivienda.gob.ec/2015/01/page/3/>
- MIDUVI. (05 de 2015). ARTÍCULO MENSUAL. Obtenido de <http://www.politica.gob.ec/juntas-parroquiales-reciben-usd-119-milones-en-el-marco-de-iniciativa-somos-amazonia/>
- MIDUVI. (2015). NORMAS ECUATORIANAS DE CONSTRUCCIÓN. Obtenido de [http://www.normaconstruccion.ec/capitulos\\_nec\\_2015/NEC\\_SE\\_VIVIENDA.pdf](http://www.normaconstruccion.ec/capitulos_nec_2015/NEC_SE_VIVIENDA.pdf)
- UNIVERSO, E. (5 de 12 de 2012). ECUADOR ENTRE LOS PAÍSES MAS CORRUPTOS. Obtenido de <http://www.eluniverso.com/2012/12/05/1/1355/ecuador-10-mas-corrup-tos-latinoamerica-segun-ti.html>
- UNIVERSO, E. (01 de 2015). TASA DE CRÉDITO HIPOTECARIO BAJARÁ. Obtenido de <http://www.eluniverso.com/noticias/2015/04/01/nota/4726876/tasa-credito-hipotecario-bajara-6-entrada>
- Vargas, F. M. (2006). Un enfoque a la investigación de mercados. Quito: Santa Rita.