



ANEXOS

ANEXO 1.1

Diseño del Cuestionario

Este cuestionario esta enfocado a las personas que no poseen vivienda propia

1.- Su edad esta comprendida entre

20-30 años () 31-40años () 41-50años ()

2.- Sus cargas familiares son:

Un hijo () dos hijos () tres hijos () más de tres () ninguna ()

3.- Sus ingresos son:

Menos de 300 () 301-600 () 601-900 () más de 1000 ()

4.- La procedencia de sus ingresos es:

Publica () Privada () Municipal ()

5.- Cuanto estaría dispuesto a pagar como cuota inicial para adquirir una vivienda.

Menos de 10.000 () 10.001 a 15.000 () 15.001 a 20.000 ()

6.- Porque entidad financiera se inclinaría al momento de adquirir su vivienda

Banco del Pichincha () CACPECO () Cooperativa 29 de octubre ()
Mutualista Pichincha () Otra ()

7.- En la escala del 1 al 4 califique el porque de la preferencia sobre tal entidad

Categoría	Regular 1	Bueno 2	Muy bueno 3	Excelente 4
Horario				
Buen trato al cliente				
Rapidez en el servicio				
Cercanía a la casa o trabajo				

8.- ¿Usted participa actualmente en algún programa de vivienda?

Si no

Si su respuesta es si conteste la pregunta 9 y si es no, pase a la pregunta 10

9.- En cual de los programas que se enumera participa usted

Crédito Individual----- MIDUVI -----
Mutualista----- Otros-----

10.- De las características que se enlistan a continuación señale la más importante que considere usted al momento de elegir vivienda.

Seguridad ----- Alta plusvalía-----
Fácil acceso al transporte----- Facilidad de pago-----
Cercanía a zonas pobladas-----

11.- Califique con un numeral a la lista de categorías internas que intervienen en una vivienda, siendo, 1 poco importante, y 2 muy importante.

Categorías	Poco importante 1	Muy importante 2
Puertas		
Pisos		
Paredes		
Sanitarios		
Grifería		
Instalaciones Eléctricas		
Plomería		

12.- Que medios utiliza para obtener información sobre vivienda, señale

Inmobiliarias-----prensa escrita-----radio-----
Televisión-----otras -----

13.- Que tipo de servicios adicionales le gustaría obtener

Asesoría para mantenimiento de la vivienda-----
Proyectos de ampliación-----
Facilidad para implementar acabados -----
Formar un club con membresía-----

14.- Le gustaría que su vivienda posea seguro

Si-----no-----

Si su respuesta es no, muchas gracias por su tiempo y si su respuesta es si conteste la pregunta 15.

15.- Cuanto estaría dispuesto a pagar por el seguro.

Menos de 50-----50 a 70-----70 a 90-----

ANEXO 12

RESULTADOS DEL CRUCE

Análisis de Resultados

Número de Ficha Técnica: Uno

Descripción del cruce: Edades * Ingresos

Objetivo del cruce: Determinar si el rango de edades es influyente con los medios elegibles de pago.

Descripción del cruce:

Tabla de contingencia Edades * Ingresos mensuales

		Ingresos mensuales				Total
		menos de 300	301-600dolares	601-900dolares	mas de 1000	
Edades 20-30años	Recuento	19	15	9	2	45
	% del total	13,9%	10,9%	6,6%	1,5%	32,8%
31-40años	Recuento	35	19	11	5	70
	% del total	25,5%	13,9%	8,0%	3,6%	51,1%
41-50años	Recuento	13	4	5	0	22
	% del total	9,5%	2,9%	3,6%	,0%	16,1%
Total	Recuento	67	38	25	7	137
	% del total	48,9%	27,7%	18,2%	5,1%	100,0%

Análisis de resultados.- Las personas cuyas edades oscilan entre un rango de 31 a 40 años, que es la unidad muestral objetivo del proyecto ocupan la mitad más uno por ciento de las personas encuestadas y de ellas un 25,5% posee una disponibilidad de pago menor a 300 dólares, y si nos fijamos entre todos los rangos de edades incluyentes su disponibilidad de pago mayoritaria con un 48,9% es menor a 300 dólares y apenas un 27,7% de la totalidad posee una disponibilidad de pago entre 301 y 600dolares, un 18,2% entre 601 a 900dolares, y apenas un 5,1% más de 1000 dólares.

Conclusión.- Se concluye que la mayoría de personas con una edad comprendida entre 31 a 40 años posee una disponibilidad a pagar menor a 300 dólares que apenas cubre sus necesidades básicas, de ahí se explica el hecho de no poseer vivienda propia, pues casi todos sus ingresos están destinados a cubrir sus demandas de subsistencia y no abastece para más.

Número de Ficha Técnica: Dos

Descripción del cruce: Ingresos * Cuota Inicial

Objetivo del cruce: determinar la disponibilidad de una cuota inicial según rangos de medios elegibles de pago

Descripción del cruce:

Tabla de contingencia Ingresos mensuales * Cuota Inicial

			Cuota Inicial			
			menos de 10.000	de 10.001a 15.000	15.001a 20.000	Total
Ingresos mensuales	menos de 300	Recuento	45	19	3	67
		% del total	32,8%	13,9%	2,2%	48,9%
	301-600dolares	Recuento	27	8	3	38
		% del total	19,7%	5,8%	2,2%	27,7%
	601-900dolares	Recuento	22	2	1	25
		% del total	16,1%	1,5%	,7%	18,2%
	mas de 1000	Recuento	5	2	0	7
		% del total	3,6%	1,5%	,0%	5,1%
Total		Recuento	99	31	7	137
		% del total	72,3%	22,6%	5,1%	100,0%

Análisis de resultados.- En lo que se refiere a disponibilidad de pago un 32,8% de las personas que perciben menos de 300 dólares están dispuestas a pagar una cuota de 10.000 dólares como inicio para adquirir una vivienda, por la facilidad de pago el elegir un monto mínimo es más apetecido por una gran mayoría de personas un 72,3% de la población.

Conclusión.- Se concluye que indiferentemente de los medios elegibles de pago, la mayoría de personas están dispuestas a pagar 10.000 dólares, como cuota inicial, esto se explica desde el punto de vista que

toda constructora o inmobiliaria exige un mínimo del 25% del valor del inmueble (tomándose en cuenta que el inmueble tipo bordea los 40.000 dólares).

Número de Ficha Técnica: Tres

Descripción del cruce: Ingresos * Procedencia

Objetivo del cruce: Conocer de donde provienen los medios elegibles de pago.

Descripción del cruce:

Tabla de contingencia Ingresos mensuales * Procedencia Ingresos

			Procedencia Ingresos			Total
			publica	privada	municipal	
Ingresos mensuales	menos de 300	Recuento	32	23	12	67
		% del total	23,5%	16,9%	8,8%	49,3%
	301-600dolares	Recuento	13	17	7	37
		% del total	9,6%	12,5%	5,1%	27,2%
	601-900dolares	Recuento	7	11	7	25
		% del total	5,1%	8,1%	5,1%	18,4%
	mas de 1000	Recuento	0	6	1	7
		% del total	0,0%	4,4%	0,7%	5,1%
Total	Recuento	52	57	27	136	
	% del total	38,2%	41,9%	19,9%	100,0%	

Análisis de resultados.- En cuanto a la procedencia de los ingresos el 41,9 % proviene de la empresa privada, el 38,2% de la empresa pública y solo un 19,9 proviene de una fuente municipal, de este 41,9% de la empresa privada un 16,9% gana menos de 300, que es el rango más significativo. En lo que se refiere a la fuente pública un 23,5% gana menos de 300, que es igual el rango más relevante de la población.

Y en cuanto a la fuente municipal un 8,8% gana menos de 300, un 5,1% gana de 301 a 600, y de 601 a 900 y apenas una persona gana más de 1000 dentro de la procedencia municipal.

Conclusión.- Se concluye que el rango más relevante en cuanto a los medios elegibles de pago, es menor a 300 dólares independientemente

de la procedencia de la cual estos vengan es decir pueden ser empresas publicas, privadas, o municipales.

Número de Ficha Técnica: Cuatro

Descripción del cruce: Edades * Programas de Vivienda

Objetivo del cruce: Conocer si las edades son influyentes en la participación de programas de vivienda.

Descripción del cruce:

Tabla de contingencia Edades * Programa de Vivienda

			Programa de Vivienda		Total
			si	no	
Edades	20-30años	Recuento	14	31	45
		% del total	10,2%	22,6%	32,8%
	31-40años	Recuento	14	56	70
		% del total	10,2%	40,9%	51,1%
	41-50años	Recuento	2	20	22
		% del total	1,5%	14,6%	16,1%
Total		Recuento	30	107	137
		% del total	21,9%	78,1%	100,0%

Análisis de resultados.- Las personas encuestadas en su mayoría 78,1% dicen no participar de ningún programa de vivienda y solo un 21,9% participa de algún programa de vivienda, los rangos más influyentes dentro de los que si participan son las edades de 20 a 30 y de 31 a 40 en igual porcentaje 10,2% y dentro de los que no participan el porcentaje más significativo es de 51,1% que corresponde a las edades entre 31 años a 40, un 32,8% de los que no participan de programas de vivienda están entre 20 y 30 años, y un 16,1% son personas de 41 a 50 años.

Conclusión.- Se concluye que un elevado número de las personas encuestadas 78,1% no participan de programas de vivienda, existiendo variadas ofertas en cuanto a precios y facilidades en las formas de

financiamiento, inclusive siendo las edades de 31 a 40 años las personas que mas deberían buscar estabilidad en cuanto a lugares de residencias.

Número de Ficha Técnica: Cinco

Descripción del cruce: Entidad Financiera * Horario

Objetivo del cruce: Establecer como los clientes califican el horario de la entidad financiera de su preferencia.

Descripción del cruce:

Tabla de contingencia Entidad Financiera * Horario

			Horario				Total
			regular	bueno	muy bueno	excelente	
Entidad Financiera	Banco del Pichincha	Recuento	15	32	37	8	92
		% del total	11,2%	23,9%	27,6%	6,0%	68,7%
	CACPECO	Recuento	2	4	10	5	21
		% del total	1,5%	3,0%	7,5%	3,7%	15,7%
	29 de Octubre	Recuento	0	3	2	0	5
		% del total	,0%	2,2%	1,5%	,0%	3,7%
	Mutualista Pichincha	Recuento	2	5	7	0	14
		% del total	1,5%	3,7%	5,2%	,0%	10,4%
	otra	Recuento	1	1	0	0	2
		% del total	,7%	,7%	,0%	,0%	1,5%
Total		Recuento	20	45	56	13	134
		% del total	14,9%	33,6%	41,8%	9,7%	100,0%

Análisis de resultados.- En la ciudad de Latacunga el 68,7% de las personas encuestadas prefieren al Banco del Pichincha como una entidad que se proyecta mas por tradición que por liderazgo en servicios, de hecho 11,2 % califica al horario como regular, un 23,9% le califica como bueno, un 27,6% muy bueno y solamente un 6% le califica como excelente. Otra institución que sobresale en la ciudad es la cooperativa CACPECO que con el paso del tiempo se ha consolidado en lo que se refiere a créditos y en cuanto a horarios un 7,5% le califica como muy

bueno, a la Mutualista Pichincha un 5,2% le califica como muy bueno el horario.

Conclusión.- se concluye que la entidad que sobresale en cuanto a horarios es el Banco del Pichincha quizá porque dispone de varias agencias y esta más accesible a todo público.

Número de Ficha Técnica: Seis

Descripción del cruce: Entidad Financiera * rapidez en el servicio

Objetivo del cruce: Conocer como los clientes califican a la rapidez de una entidad.

Descripción del cruce:

Tabla de contingencia Entidad Financiera * Rapidez en el servicio

			Rapidez en el servicio				Total
			regular	bueno	muy bueno	excelente	
Entidad Financiera	Banco del Pichincha	Recuento	29	45	12	3	89
		% del total	22,7%	35,2%	9,4%	2,3%	69,5%
	CACPECO	Recuento	4	11	1	2	18
		% del total	3,1%	8,6%	,8%	1,6%	14,1%
	29 de Octubre	Recuento	0	4	1	0	5
		% del total	,0%	3,1%	,8%	,0%	3,9%
	Mutualista Pichincha	Recuento	1	10	3	0	14
		% del total	,8%	7,8%	2,3%	,0%	10,9%
	otra	Recuento	2	0	0	0	2
		% del total	1,6%	,0%	,0%	,0%	1,6%
Total		Recuento	36	70	17	5	128
		% del total	28,1%	54,7%	13,3%	3,9%	100,0%

Análisis de resultados.- Hay un 35,2% de las personas encuestadas quienes piensan que el Banco del Pichincha es bueno en cuanto a rapidez en el servicio En lo que se refiere a rapidez del servicio las personas califican a la cooperativa CACPECO como buena en un 8,6%, a la Cooperativa 29 de octubre un 3,1 % la califica como buena en rapidez

del servicio que ofrece, mientras que a la Mutualista Pichincha un 7,8 % piensa que su rapidez es buena.

Conclusión.- La mitad de los clientes del Banco del Pichincha opinan que sus servicios son ágiles y oportunos tal es así que un 35,2% de sus casi 70% de clientes creen que esta atención es buena.

Número de Ficha Técnica: Siete

Descripción del cruce: Entidad Financiera * Buen trato al cliente

Objetivo del cruce: Determinar como los clientes califican a cierta entidad sobre el buen trato al cliente

Descripción del cruce:

Tabla de contingencia Entidad Financiera * Buen trato al cliente

			Buen trato al cliente				Total
			regular	bueno	muy bueno	excelente	
Entidad Financiera	Banco del Pichincha	Recuento	16	25	33	17	91
		% del total	12,0%	18,8%	24,8%	12,8%	68,4%
	CACPECO	Recuento	3	6	10	2	21
		% del total	2,3%	4,5%	7,5%	1,5%	15,8%
	29 de Octubre	Recuento	0	1	4	0	5
		% del total	,0%	,8%	3,0%	,0%	3,8%
	Mutualista Pichincha	Recuento	3	7	3	1	14
		% del total	2,3%	5,3%	2,3%	,8%	10,5%
	otra	Recuento	0	1	1	0	2
		% del total	,0%	,8%	,8%	,0%	1,5%
Total		Recuento	22	40	51	20	133
		% del total	16,5%	30,1%	38,3%	15,0%	100,0%

Análisis de resultados.- En lo que se refiere a la atención al cliente un 12% de los clientes del Banco del Pichincha creen que el trato al cliente es regular un 18,8% piensan que es bueno, un 24,8% creen que es muy bueno y un 12,8% lo califican de excelente, mientras el porcentaje más representativo de la cooperativa CACPECO es 7,5% quienes piensan que

el trato al cliente es muy bueno, y de la mutualista Pichincha el porcentaje más representativo piensa en un 5,3% que el trato al cliente es bueno.

Conclusión.- La preferencia de los clientes dependerá siempre de la atención que se les brinde, de ahí la importancia sobre la capacitación permanente de su recurso humano, el cual deberá contar con el respaldo de la entidad.

Número de Ficha Técnica: Ocho

Descripción del cruce: Entidad Financiera * Cercanía a la casa o trabajo

Objetivo del cruce: Conocer como los clientes califican a la entidad sobre su cercanía a la casa o trabajo.

Descripción del cruce:

Tabla de contingencia Entidad Financiera * Cercanía a la casa o trabajo

			Cercanía a la casa o trabajo				Total
			regular	bueno	muy bueno	excelente	
Entidad Financiera	Banco del Pichincha	Recuento	29	18	26	21	94
		% del total	21,2%	13,1%	19,0%	15,3%	68,6%
	CACPECO	Recuento	5	6	8	2	21
		% del total	3,6%	4,4%	5,8%	1,5%	15,3%
	29 de Octubre	Recuento	1	2	1	1	5
		% del total	,7%	1,5%	,7%	,7%	3,6%
	Mutualista Pichincha	Recuento	7	3	3	2	15
		% del total	5,1%	2,2%	2,2%	1,5%	10,9%
	otra	Recuento	0	0	0	2	2
		% del total	,0%	,0%	,0%	1,5%	1,5%
Total		Recuento	42	29	38	28	137
		% del total	30,7%	21,2%	27,7%	20,4%	100,0%

Análisis de resultados.- Un 21,2% de los clientes del Banco del Pichincha piensan que es regular su cercanía a la casa o al trabajo, mientras un 19% cree que su cercanía a la casa o trabajo es muy bueno, sobre las demás entidades como la cooperativa Cacpeco un 3,6% piensa que es regular su cercanía a la casa o trabajo y un 5,8% piensa que es

muy bueno, en cuanto a la Mutualista Pichincha un 5,1% que es el porcentaje más representativo piensa que su cercanía es regular.

Conclusión.- El tiempo es un factor clave a la hora de realizar nuestras transacciones bancarias, por eso hoy en día los bancos poseen varias sucursales con la finalidad de llegar a más clientes, y el banco que este más cerca a nuestra casa o trabajo para nosotros será siempre el que posea mayor preferencia, sobre todo hoy en día que disponemos de muy poco tiempo para realizar este tipo de trámites.

Número de Ficha Técnica: Nueve

Descripción del cruce: Características de vivienda * Medios de Información

Objetivo del cruce: Conocer como influyen los medios de comunicación sobre las características de vivienda.

Descripción del cruce:

Tabla de contingencia Características Vivienda * Medios de Información

			Medios de Información					Total
			Inmobiliarias	Prensa escrita	Radio	televisión	Otros	
Características Vivienda	seguridad	Recuento	3	20	9	8	1	41
		% del total	2,2%	14,6%	6,6%	5,8%	,7%	29,9%
	fácil acceso al transporte	Recuento	2	8	2	4	1	17
		% del total	1,5%	5,8%	1,5%	2,9%	,7%	12,4%
	alta plusvalía	Recuento	1	5	1	6	0	13
		% del total	,7%	3,6%	,7%	4,4%	,0%	9,5%
	facilidad de pago	Recuento	8	18	6	18	2	52
		% del total	5,8%	13,1%	4,4%	13,1%	1,5%	38,0%
	cercanía a zonas pobladas	Recuento	1	8	2	3	0	14
		% del total	,7%	5,8%	1,5%	2,2%	,0%	10,2%
Total		Recuento	15	59	20	39	4	137
		% del total	10,9%	43,1%	14,6%	28,5%	2,9%	100,0%

Análisis de resultados.- Las personas que les interesa la seguridad (14,6) y el acceso al transporte (5,8%) en su mayoría obtienen información sobre vivienda a través de la prensa escrita que es un medio masivo indirecto de información, mientras que las personas que les importa la plusvalía (4,4%) y la facilidad de pago (13,1%) se informan a través de la TV, y la prensa escrita que son medios indirectos de información. Y las personas que buscan cercanía a zonas pobladas se informan en su mayoría 5,8% a través de la prensa escrita.

Conclusión.- se concluye que la mayoría de las personas no utilizan medios directos y especializados de información cuando quieren conocer sobre opciones de vivienda.

Número de Ficha Técnica: Diez

Descripción del cruce: Ingresos mensuales * seguro de vivienda

Objetivo del cruce: determinar como influyen los medios sobre el seguro del bien inmueble

Descripción del cruce:

Tabla de contingencia Ingresos mensuales * Seguro de Vivienda

			Seguro de Vivienda		Total
			si	no	
Ingresos mensuales	menos de 300	Recuento	11	50	61
		% del total	8,7%	39,4%	48,0%
	301-600dolares	Recuento	5	31	36
		% del total	3,9%	24,4%	28,3%
	601-900dolares	Recuento	8	15	23
		% del total	6,3%	11,8%	18,1%
	mas de 1000	Recuento	2	5	7
		% del total	1,6%	3,9%	5,5%
Total		Recuento	26	101	127
		% del total	20,5%	79,5%	100,0%

Análisis de resultados.- La mayorías de las personas encuestadas 79,5% no creen necesario disponer de un seguro para su vivienda, y

solamente un 20,5% cree que su vivienda si debe poseer seguro, de ese 79,5% que no posee seguro un 39,4% dispone de un medio elegible de pago inferior a 300 dólares, un 24,4% va de 301 a 600 dólares, un 11,8% de 601 a 900 dólares y solamente un 5,5% posee más de 1000 dólares, y del 20,5% que si desea seguro el porcentaje más significativo 8,7% dispone de un medio elegible de pago inferior a 300 dólares.

Conclusión.- se concluye que la mayoría de personas no obtienen seguro a veces por falta de información o por negligencia porque sabemos de antemano que todos estamos expuestos y el seguro es una alternativa de protección, es decir es una fuerza motivadora y si se extiende las coberturas y se financia los pagos se asume que ese 20,5% que no desea seguro se inclinaría por obtenerlo para que de alguna manera su vivienda este protegida.

Número de Ficha Técnica: Once

Descripción del cruce: Características internas del inmueble con los medios de comunicación.

Objetivo del cruce: Determinar como influyen los medios sobre las Características internas del inmueble.

Descripción del cruce:

Puertas, Pisos, Paredes, Sanitarios, Grifería, Instalaciones Eléctricas, Plomería

Tabla de contingencia Puertas * Medios de Información

			Medios de Información					Total
			Inmobiliarias	Prensa escrita	Radio	televisión	Otros	
Puertas poco importante	Recuento		5	23	12	18	1	59
	% del total		3,9%	17,8%	9,3%	14,0%	,8%	45,7%
muy importante	Recuento		10	31	7	19	3	70
	% del total		7,8%	24,0%	5,4%	14,7%	2,3%	54,3%
Total	Recuento		15	54	19	37	4	129
	% del total		11,6%	41,9%	14,7%	28,7%	3,1%	100,0%

Tabla de contingencia Pisos * Medios de Información

		Medios de Información						
			Inmobiliarias	Prensa escrita	Radio	televisión	Otros	Total
Pisos poco importante	Recuento		6	35	9	25	3	78
	% del total		4,4%	25,7%	6,6%	18,4%	2,2%	57,4%
muy importante	Recuento		8	24	11	14	1	58
	% del total		5,9%	17,6%	8,1%	10,3%	,7%	42,6%
Total	Recuento		14	59	20	39	4	136
	% del total		10,3%	43,4%	14,7%	28,7%	2,9%	100,0%

Tabla de contingencia Sanitarios * Medios de Información

		Medios de Información						
			Inmobiliarias	Prensa escrita	Radio	televisión	Otros	Total
Sanitarios poco importante	Recuento		6	12	5	14	2	39
	% del total		4,4%	8,8%	3,6%	10,2%	1,5%	28,5%
muy importante	Recuento		9	47	15	25	2	98
	% del total		6,6%	34,3%	10,9%	18,2%	1,5%	71,5%
Total	Recuento		15	59	20	39	4	137
	% del total		10,9%	43,1%	14,6%	28,5%	2,9%	100,0%

Tabla de contingencia Grifería * Medios de Información

		Medios de Información						
			Inmobiliarias	Prensa escrita	Radio	televisión	Otros	Total
Grifería poco importante	Recuento		2	7	3	9	2	23
	% del total		1,5%	5,1%	2,2%	6,6%	1,5%	16,8%
muy importante	Recuento		13	52	17	30	2	114
	% del total		9,5%	38,0%	12,4%	21,9%	1,5%	83,2%
Total	Recuento		15	59	20	39	4	137
	% del total		10,9%	43,1%	14,6%	28,5%	2,9%	100,0%

Tabla de contingencia Paredes * Medios de Información

		Medios de Información						
			Inmobiliarias	Prensa escrita	Radio	televisión	Otros	Total
Paredes poco importante	Recuento		2	14	5	7	1	29
	% del total		1,5%	10,3%	3,7%	5,1%	,7%	21,3%
muy importante	Recuento		13	44	15	32	3	107
	% del total		9,6%	32,4%	11,0%	23,5%	2,2%	78,7%
Total	Recuento		15	58	20	39	4	136
	% del total		11,0%	42,6%	14,7%	28,7%	2,9%	100,0%

Tabla de contingencia Instalaciones Eléctricas * Medios de Información

			Medios de Información					Total
			Inmobiliarias	Prensa escrita	Radio	televisión	Otros	
Instalaciones Eléctricas	poco importante	Recuento	4	13	4	8	1	30
		% del total	2,9%	9,6%	2,9%	5,9%	,7%	22,1%
Total	muy importante	Recuento	11	45	16	31	3	106
		% del total	8,1%	33,1%	11,8%	22,8%	2,2%	77,9%
Total		Recuento	15	58	20	39	4	136
		% del total	11,0%	42,6%	14,7%	28,7%	2,9%	100,0%

Tabla de contingencia Plomería * Medios de Información

			Medios de Información					Total
			Inmobiliarias	Prensa escrita	Radio	televisión	Otros	
Plomería	poco importante	Recuento	2	11	1	8	2	24
		% del total	1,5%	8,4%	,8%	6,1%	1,5%	18,3%
Total	muy importante	Recuento	13	42	19	31	2	107
		% del total	9,9%	32,1%	14,5%	23,7%	1,5%	81,7%
Total		Recuento	15	53	20	39	4	131
		% del total	11,5%	40,5%	15,3%	29,8%	3,1%	100,0%

Análisis de resultados.- El 54,3% de las personas que piensan que las puertas es un factor muy importante dentro de las características internas de una vivienda se informa en su mayoría a través de la prensa escrita.

El 57,4 de los encuestados piensan que los pisos son poco importantes y se informan a través de la prensa escrita en un 25,7%.

El 71,5% de las personas encuestadas opinan que los sanitarios son muy importantes dentro de las características internas de una vivienda y se informan a través de la prensa escrita en un 34,3%

Un 83,2% de las personas encuestadas opinan que la grifería es un factor de mucha importancia dentro de los atributos de vivienda y se informan a través de la prensa escrita en un 38%.

Un 78,3% piensan que las paredes son muy importantes y se informan en un 32,4% a través de la prensa escrita.

Un 77,9% opinan que las instalaciones eléctricas son muy importantes dentro de una vivienda y se informan en un 33,1% en la prensa escrita.

Un 81,7% piensan que la plomería si es importante y se informan en la prensa escrita un 32,1 % y en la televisión un 23,7%.

Conclusión.- Después de observar los resultados se concluye que las características internas que más influyen en orden de jerarquía son: grifería, plomería, paredes, instalaciones eléctricas en porcentajes muy elevados, estos son atributos diferenciadores que marcan el contaste sobre los diseños de construcción y para vincularse a ellos la mayoría de personas optan por medios masivos indirectos de información como es la prensa escrita y la televisión.

Número de Ficha Técnica: Doce

Descripción del cruce: Seguro * alícuota

Objetivo del cruce: determinar la alícuota para el seguro de la vivienda.

Descripción del cruce:

Tabla de contingencia Seguro de Vivienda * Alícuota de seguro

		Alícuota de seguro		Total
		menos de 50	51-70 dólares	
Seguro de si Vivienda	Recuento	21	5	26
	% del total	80,8%	19,2%	100,0%
Total	Recuento	21	5	26
	% del total	80,8%	19,2%	100,0%

Análisis de resultados.- Un 80,8% de las personas que desean obtener un seguro para su vivienda optan por un valor de alícuota inferior a 50 dólares mientras un 19,2% mantienen su preferencia por una alícuota de 51 a 70 dólares.

Conclusión.- se concluye que la mayoría de personas que desean este incentivo del seguro como una forma de protección para su vivienda optan por una alícuota inferior a 50 dólares como una opción de acceso al pago.

Número de Ficha Técnica: Trece

Descripción del cruce: Medios de Información * Servicios adicionales

Objetivo del cruce: determinar como influyen los medios sobre los servicios adicionales

Descripción del cruce:

Tabla de contingencia Medios de Información * Servicios adicionales

		Servicios adicionales				Total
		asesoría	proyectos de ampliación	facilidad de implementar acabados	club membresía	
Medios de Información	Inmobiliarias	Recuento 3	8	0	1	12
		% del total 2,5%	6,7%	,0%	,8%	10,1%
Prensa escrita		Recuento 6	40	7	1	54
		% del total 5,0%	33,6%	5,9%	,8%	45,4%
Radio		Recuento 1	11	2	3	17
		% del total ,8%	9,2%	1,7%	2,5%	14,3%
televisión		Recuento 2	25	4	2	33
		% del total 1,7%	21,0%	3,4%	1,7%	27,7%
Otros		Recuento 0	2	1	0	3
		% del total ,0%	1,7%	,8%	,0%	2,5%
Total		Recuento 12	86	14	7	119
		% del total 10,1%	72,3%	11,8%	5,9%	100,0%

Análisis de resultados.- Un 10,1% de las personas encuestadas prefieren asesoría, un 72,3% optan por proyectos de ampliación, un 11,8% prefiere facilidad para implementar acabados, y un 5,9% prefiere pertenecer a un club con membresía, de estas preferencias apenas un 10,1% se informa en medios especializados como las inmobiliarias, un 45,4% se informa a través de los medios masivos como la prensa escrita, un 14,3% en la radio, un 27,7% en la televisión y un 2,5% en otros medios.

Conclusión.- Los servicios adicionales que se ofrecen después de una post venta se los considera como valores agregados y los que más se

destacan de la lista ofertada son los proyectos de ampliación y estos se difunden en su mayoría en los medios masivos e indirectos de comunicación como la prensa escrita.

Número de Ficha Técnica: Catorce

Descripción del cruce: Ingresos * Servicios adicionales

Objetivo del cruce: determinar como influyen los ingresos mensuales sobre la preferencia en cuanto a servicios adicionales.

Descripción del cruce:

Tabla de contingencia Ingresos mensuales * Servicios adicionales

		Servicios adicionales				Total
		asesoría	proyectos de ampliación	facilidad de implementar acabados	club membresía	
Ingresos mensuales	menos de 300	Recuento 2	42	9	5	58
		% del total 1,7%	35,3%	7,6%	4,2%	48,7%
	301-600dolares	Recuento 5	25	2	1	33
		% del total 4,2%	21,0%	1,7%	,8%	27,7%
601-900dolares		Recuento 4	15	3	1	23
		% del total 3,4%	12,6%	2,5%	,8%	19,3%
mas de 1000		Recuento 1	4	0	0	5
		% del total ,8%	3,4%	,0%	,0%	4,2%
Total		Recuento 12	86	14	7	119
		% del total 10,1%	72,3%	11,8%	5,9%	100,0%

Análisis de resultados.- Un elevado porcentaje 72,3% optan por proyectos de ampliación y de este porcentaje un 35,3% gana menos de 300 dólares, un 21% entre 301 a 600, un 12,6% de 601 a 900, y un 3,4% percibe un ingreso superior a 1000 dólares, luego la facilidad de implementar acabados (11,8) y la asesoría de mantenimiento (10,1) poseen similares porcentajes, y de ellas 48,7% perciben ingresos menores a 300 dólares.

Conclusión.- Se concluye que independientemente de los medios elegibles de pago la mayoría de las personas prefieren los proyectos de ampliación como un valor agregado adicional después de realizarse la venta.

ANEXO 1.3

Oferta Actual

CONJUNTO SAN CARLOS



CONJUNTO PUERTO ALEGRIA



CONJUNTO “ LOS GIRASOLES”



CONJUNTO URB: CEPEDA



CONJUNTO "CAMPO ALEGRE"



PROYECTO INDIVIDUAL



ANEXO 2.1

CRITERIOS DE VALORACION DE PRECIOS

Descripción	Metros	Valor	Utilidad	Precio Venta
Conjunto Reymu				
Precio terreno	200	7000	1000	8000
Construcción	80	24800	15700	40500
Total		31800	16700	48500
Conjunto Laredo				
Precio terreno	536	31088	6432	37520
Construcción	250	77500	55000	132500
Total				170020
Conjunto Quirius				
Precio terreno	2000	16000	8000	24000
Construcción	300	99000	57000	156000
Total				180000

ANEXO 2.2

COSTOS DE MATERIALES DE CONSTRUCCION

LOS COSTOS DE VARIOS PRODUCTOS

Materiales de construcción

En dólares

Cemento Selva Alegre (50 kg)	6,38
Varillas de hierro 1/2" (un quintal)	33,15
Arena (volquete 8 m3)	70,00
Ripio (volquete 8 m3)	70,00
Bloque de 10x40 (1u)	0,22
Bloque de 15x40 (1u)	0,25
Bloque de 20x40 (1u)	0,36
Cemento blanco (50 kg)	13,15
Tubo PVC 1/2" x 6 m	5,09
Tubo PVC 3/4" x 6 m	7,10
Plancha de fibrocemento 1,80x0,92 m	7,89
Cerámica para piso en varios colores	Desde 3,87
Ecocerámica y gres en varios colores	Desde 3,32
Cenefas en varios colores y formas	Desde 0,86
Fregadero Teka empotrable	55,46
Baldosa cero blanca, piedra caliza, 40x40	8,30
Baldosa cero blanca, piedra caliza, 30x30	7,50
Baldosa cero blanca, piedra caliza, 50x50	8,80
Baldosa grano fino piedra caliza, 30x30	7,30
Baldosa grano fino piedra caliza, 40x40	8,10
Baldosa grano fino piedra caliza, 50x50	8,60
Tapón macho de 50 mm	2,00
Tapón macho de 75 mm	2,10

Acabado de la construcción

En dólares

Sellador para paredes interiores y exteriores	9,99
Empaste masa corrida Aditec, litro y galón, listo para usar	2,15
Mango para rodillo, varios modelos	1,99
Latex en galón, 17 colores a escoger	3,99
Lijas para pared, madera 3M y metal	0,70
Escalera articulada multiposición de aluminio. Incluye base metálica	119,00
Rodillos para pintar varios acabados y áreas	1,59
Brochas ACE de 5 pulgadas varios modelos	4,99
Extensión para rodillo, varios modelos.	2,99
Kit para pintar: bandeja, mango y rodillo	2,99
Bandeja para pintar	1,99
Galón latex viniltex satinado, colores directos y base	18,49
Sierra circular con base de acero, 1400 vatios	59,99
Sierra caladora con velocidad variable, 450 w	42,99
Pulidora manual 6", 60 w	44,99
Para encerar, pulir y remover	
Esmeriladora angular. Incluye disco abrasivo	49,99
Destornillador automático de 29 piezas con dado	3,99
Juego de 10 llaves de combinación con bandeja	7,99
Herramientas multiuso 14 en 1 incluye estuche, KR tools	3,99
Herramienta multifunción 8 en 1, con estuche y mini LED	4,99
Juego de llaves de combinación, 5 piezas	3,69
Toallero de barra 30 centímetros	1,44
Gancho para ropa	0,44

ANEXO 3.1

Clases de Compañías y Principales Características

Criterios	Nombre Colectivo	En comandita Simple	Responsabilidad Limitada	Sociedad Anónima
Razón Social	Es la fórmula enunciada de los nombres de todos los socios	Nombre de uno o varios socios a los que se agrega las palabras "compañía comandita"	Cualquier nominación y se añade "Compañía Limitada"	La denominación deberá contener la indicación "sociedad anónima" o "S.A".
Responsabilidad	Responsabilidad solidaria hasta con el patrimonio	Responsabilidad solidaria	Responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales	Responsabilidad limitada de los socios por las deudas sociales
Constitución	Debe celebrarse por escritura pública	Debe celebrarse por escritura pública	Debe celebrarse por escritura pública y tener la aprobación de la Superintendencia de Compañías	Debe celebrarse por escritura pública
Formación de capital	Aporte de los socios	Los socios comanditarios no podrán aportar su capacidad, crédito o industria como lo pueden los socios solidarios sino exclusivamente en fondos	Esta formado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por la Superintendencia de Compañías dividido en participaciones	El capital se divide en acciones, las cuales son negociables
Numero de Socios	Mínimo dos socios sin limite máximo	Se constituye entre uno o varios socios solidariamente responsables o comanditados que lo	Se necesita de tres socios mínimo y máximo quince	Dos o más personas que pueden ser naturales o jurídicas para la suscripción
Administración	Todos los socios tiene la capacidad de administrar la empresa y firmar por ella	Los socios solidarios administran la compañía conforme lo establecido en el contrato social	Gerente nombrado por la Junta General	Se administra por mandatarios amovibles, pueden ser sustituidos en cualquier momento.

ANEXO 4.1

DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS

Activo	Precio	V.U	%	V .R	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Maquinaria	1500	10	10,00%	10	150	150	150	150	150
Equipo C	2050	3	33,33%	10	683	683	683		
Muebles	2920	10	10,00%	10	292	292	292	292	292
Reposición Equipo de Computación	2050	3	33,33%	10				683	683
Reposición Equipo de Computación	2050	3	33,33%	10					
Reposición Equipo de Computación	2050	3	33,33%	10					
Suman					1125	1125	1125	1125	1125

Activo	Precio	V.U	%	V .R	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10	D Acum	VLibros
Maquinaria	1500	10	10,00%	10	150	150	150	150	150	1500	0
Equipo C	2050	3	33,33%	10						2049	0
Muebles	2920	10	10,00%	10	292	292	292	292	292	2920	0
Reposición Equipo de Computación	2050	3	33,33%	10	683					2049	0
Reposición Equipo de Computación	2050	3	33,33%	10		683	683	683		2049	0
Reposición Equipo de Computación	2050	3	33,33%	10					683	683	1367
Suman					1125	1125	1125	1125	1125	11250	1367

ANEXO 4.2

TABLA DE AMORTIZACION

$$R = \frac{A}{\frac{1 - (1+i)^{-n}}{i}}$$

Monto del Préstamo	20000
Plazo	5 años
Interés	17%
Numero de Cuotas	60
Valor Cuota Fija a pagar	497,05

Periodo	Capital insoluto al principio del periodo	Interés vencido al final del periodo	Cuota a pagar	Capital pagado por cuota al final del periodo
1	20000	291,67	497,05	205,38
2	19794,62	288,67	497,05	208,38
3	19586,24	285,63	497,05	211,42
4	19374,82	282,55	497,05	214,50
5	19160,32	279,42	497,05	217,63
6	18942,69	276,25	497,05	220,80
7	18721,20	273,02	497,05	224,03
8	18497,17	269,75	497,05	227,30
9	18269,87	266,44	497,05	230,61
10	18039,26	263,07	497,05	233,98
11	17805,28	259,66	497,05	237,39
12	17567,89	256,20	497,05	240,85
13	17327,04	252,69	497,05	244,36
14	17082,68	249,12	497,05	247,93
15	16834,75	245,51	497,05	251,54
16	16583,21	241,84	497,05	255,21
17	16328,00	238,12	497,05	258,93
18	16069,07	234,34	497,05	262,71
19	15806,36	230,51	497,05	266,54
20	15539,82	226,62	497,05	270,43
21	15269,39	222,68	497,05	274,37
22	14995,02	218,68	497,05	278,37
23	14716,65	214,62	497,05	282,43
24	14434,22	210,50	497,05	286,55
25	14147,67	206,32	497,05	290,73
26	13856,94	202,32	497,05	294,97
27	13561,97	197,78	497,05	299,27
28	13262,70	193,41	497,05	303,64
29	12959,06	188,99	497,05	308,06

30	12651,00	184,49	497,05	312,56
31	12338,44	179,94	497,05	317,11
32	12021,33	175,31	497,05	321,74
33	11699,59	170,62	497,05	326,43
34	11373,16	165,86	497,05	331,10
35	11041,97	161,03	497,05	336,02
36	10705,95	156,13	497,05	340,92
37	10365,03	151,16	497,05	345,82
38	10019,14	146,11	497,05	350,94
39	9668,20	140,99	497,05	356,06
40	9312,14	135,80	497,05	361,25
41	8950,89	130,53	497,05	366,52
42	8584,37	125,19	497,05	371,86
43	8212,51	119,77	497,05	377,28
44	7835,23	114,26	497,05	382,79
45	7452,44	108,68	497,05	388,37
46	7064,07	103,02	497,05	394,03
47	6670,04	97,27	497,05	399,78
48	6270,26	91,44	497,05	405,61
49	5864,65	85,53	497,05	411,52
50	5453,13	79,52	497,05	417,53
51	5035,60	73,44	497,05	423,61
52	4691,99	67,26	497,05	429,79
53	4182,20	60,99	497,05	436,06
54	3746,14	54,63	497,05	442,42
55	3303,72	48,18	497,05	448,87
56	2854,84	41,63	497,05	455,41
57	2399,42	34,99	497,05	462,05
58	1937,36	28,25	497,05	468,79
59	1468,56	21,41	497,05	475,63
60	992,93	14,48	497,05	482,56
		10334,29	29823	19488,74

BIBLIOGRAFIA Y FUENTES DE INTERNET

Baca Gabriel, *Evaluación de Proyectos*, Ed. Mc Graw Hill, Santafé de Bogotá 1997

Van Horne James, *Fundamentos de Administración Financiera Ed.* Pearson Educación, undécima edición. México 2002

Ramírez Ernesto, *Moneda Banca y mercados financiero*, Ed. Prentice Hall, México DF. 2003

Madura Jeff, *Mercados e Instituciones Financieras*, Ed. Thomson Learning, Bogotá

Mercedes Costa, *Negociar para convencer*, Ed. Mc Graw Hill, Primera edición, España 2004.

Bernal, César Augusto, *Metodología de la Investigación*, Ed. Prentice Hall, Colombia 2000.

Valdivieso Mercedes, *Contabilidad Genera*, Ed. Nuevodia, Tercera Edición Quito 2000

Zambrano Mora Armando, *Matemáticas Financieras*, Ed. Mac Graw Hill, Editorial Nomos Colombia 2002.

www.inec.gov.ec

www.masisa.com.ec

www.puntoinmobiliariobi.com.ec

www.cenyca.com.ec

www.inmocasales.com